

POS-MAIL

August 2011

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

12. Jahrgang • 51612



INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

<http://www.pos-mail.de>



DAS BESTE AUS AUDIO- UND SPORTWELT!

Erstklassige Klangqualität, hervorragender Sitz beim Sport und eine hohe Widerstandsfähigkeit gegen äußere Einflüsse wie Wasser, Schweiß und Kälte: Das sind die unschlagbaren Stärken der neuen Sennheiser/adidas Sporthörer. Und nach dem Training lassen sich die Hörer einfach abwaschen. Praktischer geht's nicht!

www.sennheiser.de



SENNHEISER

Umsatzchancen mit vernetztem Fernsehen



Hybrid TV und dazugehörige Komponenten

Im TV-Segment wird, neben dem Dauerbrenner dreidimensionales Fernsehen, Hybrid TV auf der diesjährigen IFA wieder ein großes Thema sein. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass hybrides Fernsehen, also die Verschmelzung von Internet und TV, die Zukunft der Unterhaltungselektronik bestimmen wird. Die Deutsche TV-Plattform versteht unter dem Begriff Hybrid TV, dass Rundfunkprogramme und Internet-Dienste auf einem Bildschirm – dem häuslichen TV-Bildschirm – dargestellt und genutzt werden. Die notwendigen techni-

schen Voraussetzungen finden sich in geeigneten TV-Geräten mit integrierten Digitelempfängern (iDTV) oder in Digitalreceivern. Einige Hersteller verstehen ihre Hybrid-Geräte sogar als Schalt-Zentrum einer kompletten Heimvernetzung, die auch eine Überwachung bzw. Steuerung von Haus- und Haushaltstechnik erlaubt. Dem Fachhandel eröffnen sich dank der Vielzahl von Vernetzungsmöglichkeiten und der dazugehörigen Komponenten gute Möglichkeiten für mehr Umsatz.

Bereits sehr frühzeitig hat die Deutsche TV-Plattform die Hybrid-Entwicklung begleitet und sich mit einer eigenen Arbeitsgruppe unter anderem bei der Markteinführung des HbbTV-Standards (Hybrid broadcast broadband TV) engagiert. Mehrmals hat die Orga-

nisation in den letzten Jahren auf Medienkonferenzen konkrete Hybrid-TV-Lösungen vorgeführt. Im Rahmen des Workshops „Vom Smartphone zum Smart-TV: Apps erobern den Fernseher“ in Babelsberg verdeutlichte Uwe Welz, Leiter des ARD-Playoutcenter, die

bestehende Herausforderung, ein zuschauerfreundliches Miteinander von linearem und nicht-linearem Fernsehen zu organisieren. Dafür brauche es Regeln und einer Verständigung aller Marktteilnehmer, so Welz. Mit dem ETSI-Standard HbbTV werden TV-Flachbild-

schirme zu multimedialen Terminals, erklärte Matthias Greve, CEO des Receiver-Herstellers VideoWeb, und gab praktische Tipps für die Implementierung in interaktiven Endgeräten, die Rundfunk- und Internetangebote miteinander verknüpfen. Diplom-

mottoii
Toshiba Partnerprogramm

Der PoS-MAIL IFA Guide 2011 als Applikation für aktuelle Smartphones und Tablets.

Ab Mitte August in Ihrem App-Store!

Apple iOS
Android
Blackberry

mottoii
Toshiba Partnerprogramm



Die App für die IFA

Die IFA wirft ihre Schatten voraus – auch in dieser Ausgabe von PoS-MAIL. Auf den in diesem Jahr besonders gut besuchten Presse-Events der IFA Preview konnten wir uns über erste Trends informieren und berichten in dieser und der kommenden Ausgabe ausführlich. Unser großer IFA Guide in diesem Heft soll Ihnen die Planung der Messe leichter machen, denn er enthält nicht nur Informationen, wo die Stände der wichtigsten Aussteller zu finden sind, sondern bietet auch einen ersten Überblick über aktuelle Messe-Highlights.

Zudem geht PoS-MAIL in diesem Jahr in Sachen IFA neue Wege: Der PoS-MAIL IFA Guide steht ab der 2. Augustwoche in den App Stores zum Download bereit. Damit bekommen Sie besonders umfassende und aktuelle Informationen rund um das Messegesehen direkt auf Ihr iPhone und iPad, auf Smartphones und Tablets mit Android Oberfläche und auf den BlackBerry. Der PoS-MAIL IFA Guide als App enthält nicht nur spannende Informationen über die Messe-Highlights unserer Sponsoren in Wort, Bild und Video, sondern macht es auch einfach, alle Aussteller schnell zu finden. Zudem berichten wir vor, während und nach der IFA brandaktuell über die wichtigsten Messe-Highlights. In Zusammenarbeit mit TV Spielfilm gibt es umfassende Informationen über die wichtigsten Events, und Nachtschwärmer finden über den eingebundenen Berlin-Führer des Stadtmagazins Prinz angesagte Locations in der deutschen Hauptstadt. Mit der integrierten Applikation „myTaxi“ können Sie schließlich unkompliziert Ihr Wunschtaxi für die Rückfahrt ins Hotel bestellen.

Wir wünschen Ihnen erfolgreiche Messetage in Berlin. Und wer es nicht zur IFA schafft, kann sich über unsere App praktisch live über die Messe informieren.

Herzlichst Ihre

Thomas Blömer
Verleger

Sebastian Lindemann
Objektmanagement

Ingenieurin Rike Brecht von der TU Ilmenau warb für einheitliche Bedienkonzepte von Geräten und Diensten. Sie verdeutlichte anhand der gegenwärtig unterschiedlichen Navigationskonzepte der großen TV-Sender, dass bei der Bedienung von Mediatheken und digitalem Teletext noch Optimierungsbedarf besteht. Für Prof. Dr. Claus Sattler, Geschäftsführer von Goldmedia Innovation, macht die Entwicklung der Unterhaltungselektronik nicht beim TV-Bildschirm Halt. Vielmehr werden mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablet-PCs nahtlos mit den Smart-TVs verknüpft. Dr. Stefan Arbanowski von Fraunhofer Fokus gab einen Ausblick auf die Einführung der Web-Programmiersprache HTML 5 und die damit verbundenen Chancen für die CE-Industrie und die TV-Branche, einschließlich der Möglichkeit von cloudbasierten TV-Apps. Volker Blume, Philips Consumer Lifestyle, stellte die vielfältigen Möglichkeiten von Smart-TVs vor. Neben einem umfassenden Medien-Portal mit Zugang zu Inhalten angeboten aus dem Internet und dem digitalen Videotext der TV-Sender, bieten die Geräte eine erweiterte, interaktive Programmnutzung über den roten Knopf der Fernbedienung. Zur Fernsteuerung des Smart-TV kann laut Blume in Zukunft auch das Smartphone oder der Tablet-PC verwendet werden. Wie Zuschauer schon bald unmittelbar über die Fernbedienung am Smart-TV einkaufen können, erläuterte Carsten Urbanski von Ping 24/7. Homeshopping wird Urbanskis Prognose zufolge

mit der Verbindung von TV und Internet eine neue Bedeutung erlangen. Hierfür erforderlich sind aber unkomplizierte Lösungen für sichere Bezahl-Systeme auf Smart-TVs. Wie gut HbbTV auch für B-to-B Lösungen geeignet ist, zeigte Matthias Schwankl von Eutelsat Kabelkiosk auf. Das Unternehmen bietet ein White-Label-Portal für Kabelnetzbetreiber auf Basis des ETSI-Standards. Anschließend erläuterte Lars Friedrichs, SevenOne Intermedia, die neuen Werbe- und Vermarktungsmöglichkeiten für kommerzielle Anbieter im vernetzten TV-Umfeld. Angesichts der rasant wachsenden Verbreitung von „intelligenten“ TV-Geräten in Deutschland baut ProSiebenSat.1 derzeit sein HbbTV-Angebot auf. Er rechnet damit, dass die TV-Sender zum Jahresende auch verstärkt für die neuen Applikationen werben werden.

Als Fazit des Workshops sprach Jürgen Sewczyk, Mitglied des Vorstands der Deutschen TV-Plattform, von einer „sehr vielversprechenden Marktentwicklung hybrider Endgeräte“. Zur IFA 2011, Anfang September, kündigte er als Leiter der AG Hybride Endgeräte ein „White Book“ als Übersicht an.

Carine Chardon, Geschäftsführerin der Deutschen TV-Plattform und Moderatorin des Workshops, lud alle Interessierten ein, über die Arbeitsgruppen des Vereins aktiv am Aufbruch in die digitale Fernseh Zukunft mitzuwirken.



Technotrend TT micro S855 HbbTV

Hybride Endgeräte

Seit Frühjahr 2009 sind erste hybride TV-Geräte im deutschen Markt, die neben dem Rundfunkempfang zusätzlich eine Internetverbindung und optimierte Darstellung von Internet-Diensten auf dem TV-Bildschirm ermöglichen. Zunächst handelte es sich fast ausschließlich um TV-Flachbildschirme mit integriertem Digitalempfänger. Inzwischen setzen auch immer mehr Anbieter von Digitalrezipienten oder Blu-ray-Geräten auf den Hybrid-Ansatz. Der Vorteil: Mit einem Hybrid-Receiver lässt sich jeder moderne Fernseher zum hybriden Endgerät aufrüsten. Bis Mitte 2010 wurden in Deutschland laut GfK Retail and Technology GmbH allein 1,224 Millionen an hybriden Endgeräten verkauft. Im Juni 2010 betrug der Anteil der hybriden an der Gesamtzahl der verkauften Endgeräte 23 Prozent. Experten rechnen bis zum Ende dieses Jahres mit mehr als zwei Millionen hybrider Endgeräte in deutschen Haushalten. Europa- und weltweit gehört der deutsche Markt zu den Vorreitern bei Hybrid TV mit monatlich zweistelligen Zuwachsraten beim Geräteverkauf. Zugleich zeigen Umfragen, dass 50 Prozent der Konsumenten an Web-TV interessiert sind. Allerdings kennen viele

Multifunktions-Receiver von Kathrein über das iPhone steuerbar

Der Multifunktions-Receiver UFS 923/CI+ von Kathrein verfügt über zwei unabhängige Tuner, zwei CI+ Schnittstellen sowie eine integrierte Festplatte mit einer Speicherkapazität von 1.000 GB bzw. 250 GB. Damit lassen sich, abhängig von den vom Sender übertragenen Dateninhalten, bis zu 600 Stunden lang Standard-TV- und Radio- oder 200 Stunden HDTV-Mitschnitte aufzeichnen (1.000 GB-Variante). Über die Netzwerkschnittstelle kann der Receiver in ein Heimnetzwerk eingebunden werden. In der Funktion als UPnP-Client kann der UFS 923/CI+ auf Audio-, Video-Daten und Photos (z. B. XviD/mp3/jpg) zugreifen, die auf anderen Geräten im Heimnetzwerk gespeichert sind (z. B. NAS-Server, PC ...), und kann diese am TV wiedergeben. Zusätzlich bietet das Kathrein-Portal den direkten Zugriff auf YouTube-Videos sowie das Internet-Radio. Die Vielzahl von Radiosendern wird über die Plattform „Shoutcast“ aufbereitet und ermöglicht das Suchen und Sortieren nach Namen und Genre. Die UPnP-Serverfunktionalität ermöglicht es, Live-TV oder gespeicherte Aufnahmen vom UFS 923/CI+ für andere im Netzwerk integrierte Geräte (z. B. PC oder ein weiterer netzwerkfähiger Kathrein-Receiver) bereitzustellen. Das Kathrein Netzwerk-Interface ist die einfache und komfortable Lösung, den Premium-tv-EPG vom Receiver auf den PC zu holen, Aufnahmen für den Receiver am PC zu verwalten und zu planen, Aufnahmen vom Receiver auf den PC zu kopieren oder den Receiver für den Fernzugriff zu programmieren. Mit der kostenlosen App „UFScontrol“ bietet Kathrein auch für den UFS 923/CI+ die Fernsteuerung über iPhone oder Android-Smartphones an. Durch die 1:1 Abbildung der Original-Fernbedienung bietet die App die volle Fernsteuerung des Receivers. Wie auch im Netzwerk-Interface wird über die „UFScontrol“ der Premium-tv-EPG am Smartphone abgebildet und ermöglicht so das Planen und Verwalten von Aufnahmen für den Receiver. Ist der Router auch für den Zugang von extern (z. B. per DynDNS) konfiguriert, so kann auch von außerhalb des Heimnetzwerkes auf den UFS 923/CI+ zugegriffen werden.



KabelKiosk – Plattform für interaktives Fernsehen



Der Eutelsat KabelKiosk ist die erste unabhängige und voll integrierte digitale Programm- und Dienste-Plattform für Kabelnetze in Europa. Der KabelKiosk ermöglicht die einfache und kosteneffiziente Verbreitung deutscher und multinationaler TV-Programme in Kabelnetzen. Netzbetreiber und Wohnungsbau-Unternehmen können ihren Kunden und Mietern aus dem Angebot des KabelKiosks bei voller Kontrolle ihrer Endkunden eigene digitale TV-Pakete zusammenstellen. Eutelsat KabelKiosk übernimmt dabei im Rahmen eines Rund-Um-Servicepaketes alle technischen Dienstleistungen von der Klärung rechtlicher Fragen, der Verschlüsselung der Sender bis hin zur Zuführung der Programme an die Kabelkopfstationen per Satellit. Im Free-TV Bereich bietet KabelKiosk interessierten Netzbetreibern das Paket BasisHD mit fast 40 digitalen Free-TV Sendern in SD-Qualität sowie den fünf Sendern RTL, VOX, Pro7, Sat1 und kabel1 in hochauflösender Qualität an, um die Digitalisierung im Kabel zu forcieren. Der Pay-TV Bereich umfasst neben dem HD-Paket HD Extra auch eine umfangreiche Auswahl zusätzlicher deutsch- und fremdsprachiger Sender. Erstklassige deutschsprachige Unterhaltung bieten das große FamilyXL Paket sowie die Promotionpakete Lifestyle, Doku & News, Music & Emotion, Fun & Sports und das Paket MTV Tune-Inn. Die fremdsprachigen Bouquets adressieren mit über 30 Sendern neun Zielgruppen in den Sprachen: Türkisch, Russisch, Polnisch, Italienisch, Französisch, Serbisch, Englisch, Portugiesisch und Spanisch.

Konsumenten die neue Funktion ihrer Geräte beim Kauf noch nicht – somit bleibt, laut Deutscher TV-Plattform, Hybrid-Potential zunächst ungenutzt. Auch haben Gerätehersteller sowie TV-Sender und andere Inhalteanbieter noch keine gemeinsamen oder sich ergänzende Geschäftsmodelle zur Refinanzierung von Hybrid TV entwickelt. Alle hybriden Endgeräte ermöglichen neben dem Rundfunkempfang über die klassischen Infrastrukturen einen Rückkanal mittels Online-Zugang. Weiterführende Dienste und Inhalte können mit der TV-Fernbedienung aufgerufen werden. Sind diese im passenden Format programmiert, werden die Online-Inhalte optimiert für die Ansicht an größeren Fernsehbildschirmen so dargestellt, dass der Zuschauer von der Couch aus den neuen Service problemlos nutzen kann. Der Mehrwert ist, laut Deutscher TV-Plattform, für alle Hybrid-Geräte der Unterhaltungselektronik ebenfalls gleich: Sie sollen



DigiCorder ISIO S von TechniSat

nicht den PC ersetzen, sondern zusätzlich Nutzen und Vielfalt für den Fernsehzuschauer bieten. Die Inhalte und Dienste für die hybriden Geräte stammen nicht nur von Rundfunkveranstaltern und Internet-Firmen, sondern auch von Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen und Unternehmen aus anderen Branchen. Infrastruktur-Betreiber für Satellit und Kabel entwickeln ebenfalls spezielle Dienste sowie Anwendungen für die neuen hybriden Endgeräte. Derzeit sind hunderte verschiedene Modelle hybrider Flachbildschirme mit integriertem Digital-Tuner (iDTV) sowie hybrider Digitalreceiver und Blu-Ray-Geräte lieferbar. Auf der Anga Cable, die im Mai in Köln stattgefunden hat, haben zahlreiche Unternehmen ihre neuesten Receiver für das „Vernetzte Fernsehen“ vorgestellt. „Wir sehen einen klaren Trend in Richtung ‚Vernetztes Fernsehen‘. Der Handel wird von diesem Trend auf alle Fälle profitieren, da

der Umsatz durch den Verkauf von hochwertigen Digitalreceivern steigt. Außerdem steigern Beratungs- und installationsintensive Produkte den persönlichen Kauf im Handel und bereits verkaufte TV-Geräte müssen mithilfe von Digitalreceivern auferüstet werden“, so Thomas Gerlach, Geschäftsführer TechnoTrend Görler. Der Hersteller von Digitalreceivern hat kürzlich seinen ersten HD HbbTV-Receiver mit HD+ InterAktiv auf den Markt gebracht. Der internetfähige Satellitenreceiver ist eine optimale „Multimediazentrale“ für den Zugriff auf Fernsehprogramm, Internet und das Heimnetzwerk. Der TT-micro S855 HbbTV lässt sich problemlos ins Heimnetzwerk integrieren, zum Beispiel um auf dem PC gespeicherte Lieblingsfilme, die Fotos vom letzten Urlaub oder Musik direkt auf den Fernsehbildschirm zu holen. Mit seinem kompakten, schwarzen Gehäuse und den Maßen 27,6 x 16,7 x 4,2 Zentimeter gelingt die Integration auch optisch. Das Archivieren von Fernsehsendungen ist mittels einer Aufnahmefunktion über USB 2.0 möglich (PVRready). Funktionen wie zum Beispiel ein elektronischer Programmführer (EPG), eine Timer-Steuerung über EPG sowie ein JPG-Bildbetrachter über USB oder HDD und ein vierstelliges LED-Display für Programmnummer und Zeit machen den Receiver zur bedienerfreundlichen Verbindung von Fernsehen, Internet und Home-Entertainment. Er ist seit Anfang Juli zu einem Preis von 259 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

Triax präsentierte auf der Anga Cable in Köln den neuen Satellitenreceiver S-HD 990 Hybrid. Mit diesem Receiver, der zwei Tuner hat, lassen sich sowohl Fernsehprogramme in SD- und HD-Qualität als auch digitale Radioprogramme empfangen und über eine integrierte 500-Gigabyte-Festplatte aufzeichnen. Darüber hinaus bietet der Receiver vielfältige Multimedia- und Internetfunktionen. So kann via HbbTV auf IP-basierte interaktive Dienste wie Mediatheken oder „next Generation“ Videotext und Programmführer zugegriffen werden. Auch der Empfang von Internet-Radio ist möglich. Um beispielsweise Bild- oder Musikdateien von einem PC auf den TV-Bildschirm zu streamen, lässt sich der Receiver, der den



Samsung Blu-ray-Player BD-7509

POS-MAIL – offizieller Partner von PluralMedia PluralMedia – Die ersten Betriebe sind zertifiziert!

Ein großer Erfolg für PluralMedia auf der ConLife 2011. Und die ersten Betriebszertifizierungen zum PluralMedia geprüften Fachbetrieb wurden durch TÜV Rheinland publikumswirksam überreicht.

Mit der Conlife 2011 hat BITKOM diesen Kongress nun zum zweiten Mal mit der KölnMesse durchgeführt. Mit wachsenden Aussteller- und Teilnehmerzahlen war diese Veranstaltung aber insbesondere für PluralMedia ein großer Erfolg. Bereits in der Eröffnungsrede thematisierte Hans-Joachim Otto, Parlamentarischer Staatssekretär, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, PluralMedia. „Wir freuen uns natürlich sehr, dass PluralMedia nun auch von der Bundespolitik wahrgenommen und deren Nutzen erkannt wird. Das beweist die Wichtigkeit des Themas und Richtigkeit unseres Konzeptes“, stellte Dr. Ralph Metternich, PluralMedia Kommunikation, fest. PluralMedia werde nun deutlicher als Marke und mehr noch als Qualitätskennzeichen in der Öffentlichkeit wahrgenommen. „Wir können feststellen, dass Kompetenz in Sachen Heimvernetzung und PluralMedia immer häufiger in einem Atemzug genannt werden, so Dr. Metternich. „Damit wird auch die Wahrnehmung des Endkunden geschärft, und PluralMedia kommt seinem Ziel ein großes Stück näher: Dem Verbraucher eine Hilfestellung bei seiner Einkaufsentscheidung und dem qualifizierten Händler gleichzeitig eine Chance zur Wettbewerbsstärkung zu geben.“ Besonderes „Highlight“ im Rahmen des Schlussplenums war die Verleihung der ersten Betriebszertifizierungen für die HiFi-Profis aus Frankfurt. Das Unternehmen hat gleich drei Betriebe zertifizieren lassen. Moderiert durch Andreas Stumptner, Chefredakteur Connectde HOME und Video-HomeVision wurden die Zertifikate durch Vertreter des TÜV Rheinland übergeben. Dr. Metternich: „Damit ist der letzte Baustein des PluralMedia Konzeptes umgesetzt. Der PluralMedia Berater für die Kompetenz in Beratung und Verkauf, der Spezialist für die Planung und Umsetzung beim Kunden vor Ort und nun die Professionalisierung des gesamten Betriebes mit TÜV Zertifikat.“



Für Rückfragen steht zur Verfügung:

Dr. Ralph K. Metternich
PluralMedia Kommunikation

www.pluralmedia.de

POS-MAIL INHALT

Aktuell ... 6, 16

Interview mit Michael Heide-
mann, Head of Marketing
Mobile Communications,
LG Electronics Deutschland:
Erfolgreich mit mobilem 3D ... 7

Satellitentechnik ... 8, 46

Telefunken ist zurück ... 9

UE-Neuheiten ... 10, 16, 42

Erste Euronics Summer
Convention ... 11

„Modern Selling“ –
Neue Wege für mehr Umsatz
und gezielte Kundenbindung:
„Zeit der Goldgräber“ ... 12



United Navigation kündigt
IFA-Neuheiten an ... 13

Erfolgreiche Auftaktveranstal-
tung – PoS-MAIL richtet ersten
Händler-Round-Table aus ... 14



expert AG setzt
Vorjahreserfolg fort ... 17

Die Messe-App von
PoS-MAIL ... 18

Die Gewinner des Preview-
Awards Medienpreises:
Die ersten IFA Hits ... 20

IFA-GUIDE 2011	21
• Grußworte	22
• Hallenplan	22
• IFA Highlights	23
• Ausstellungsbereiche	30
• Aussteller von A-Z	33

IFA 2011 räumt den Haus-
haltsgaräten viel Platz ein ... 36



Car Media/Navigation ... 40

Neue Lifestyle Kopfhörer
von Bose ... 41

CXC 700 In-Ear-Hörer neu
in Sennheisers Travel-Line ... 42



TK-Nachrichten ... 43, 45

TK-Neuheiten ... 44, 46

Impressum ... 47

Wagners Welt ... 47

Der PoS-MAIL Händler-
Round-Table im www ... 47



Mit Samsung Smart TV können Benutzer auf eine geräte- und dienstübergreifende Suchfunktion, einen vollwertigen Webbrowser, soziale Netzwerke und die Samsung App-Galerie zugreifen – und das alles zentral von der benutzerfreundlichen Smart Hub-Oberfläche aus.

dlna-Standard unterstützt, via Ethernet-Schnittstelle (10/100 Mbit/s) in ein Heimnetzwerk integrieren – für eine drahtlose Anbindung ist optional ein WLAN-Stick erhältlich. Über zwei CI+-Schnittstellen können – mit entsprechenden Modulen und Smartcards – beispielsweise Pay-TV-Programme von Sky oder der HD+-Plattform des Satellitenbetreibers Astra empfangen werden. Ein hoher Bedienkomfort, zu dem auch ein Touchscreen auf der Frontblende beiträgt, sowie vielfältige Anschlüsse zeichnen den Receiver zusätzlich aus. Die unverbindliche Preisempfehlung für den S-HD 990 Hybrid lautet 579 Euro (inkl. MwSt.).

Zusätzlich zum Empfang digitaler TV- und Radioprogramme via DigitalSat in SD- und HD-Qualität können die ISIO-Receiver DigiCorder ISIO S und DIGIT ISIO S von TechniSat auch auf IP-basierte interaktive Dienste, wie z. B. Mediatheken und Video-on-Demand Angebote zugreifen. So erhalten Anwender unter anderem direkten Zugang zu Deutschlands größter Online-Videothek maxdome, genießen interaktives Musikfernsehen mit QTom und Putpat, stellen ihren eigenen Radiosender mit Aupeo! zusammen und können jederzeit verpasste Sendungen in der ARD- und ZDF Mediathek abrufen. Freies Browsen im Internet ist ebenfalls möglich. Über den „Red Button“ (roten Knopf) der Fernbedienung können via HbbTV parallel zum laufenden Programm zusätzlich Informationen oder Multimedia-Inhalte abgerufen werden. Der Zugriff auf das TechniSat eigene ISIO Live! Portal bietet zudem die Möglichkeit, zahlreiche Servicedienste wie z. B. Videoanleitungen und Internetradiosender abzurufen und zu nutzen. Außerdem können über den Receiver Zusatzapplikationen (Apps) abgerufen und genutzt werden. So können auf Wunsch parallel zum laufenden Programm Informationen zu bevorzugten Rubriken wie z. B. Wetter und Sport angezeigt werden. Die neuen TechniSat Receiver können selbstverständlich auch als digitaler Videorekorder mit Time-shift-Funktion eingesetzt werden.

Der DigiCorder ISIO S verfügt über eine integrierte Festplatte (500 GB oder 1 TB), die das Aufzeichnen digitaler TV- und Radioprogramme erlaubt.

Nicht nur beim Design des Blu-ray Players BD-D7509 geht Samsung neue Wege, sondern auch bei der Benutzerführung: Statt durch mehrere Menüs zu navigieren, finden Nutzer auf der zentralen Smart Hub-Oberfläche erstmals alle Funktionen vereint. Anwender greifen zum Beispiel auf ein großes Angebot an TV-Apps zu und holen bekannte Internetdienste wie Facebook oder YouTube ins Wohnzimmer – ganz ohne PC. Ebenso bequem können Nutzer vom Sofa aus ihre eigenen Fotos, Videos und Lieblingssongs kabellos aus dem Heimnetzwerk abrufen und in brillanter Qualität am großen TV-Bildschirm genießen – sei es vom Smartphone, Netbook oder von der Digitalkamera.

Content und Zusatzdienste

Smart TV, InternetTV, VieraCast, NetTV und viele weitere Begriffe werden seitens der Hersteller für das hybride Fernsehen und die dazugehörigen Inhalte genutzt. Eine einheitliche Plattform gibt es derzeit noch nicht, obgleich alle das gemeinsame Ziel verfolgen, dem Zuschauer möglichst viel Service und Content in bester Bildqualität zu bieten. Die neue TV-Generation erfüllt den Wunsch der Verbraucher nach Bedienkomfort, Vernetzungsmöglichkeiten und Inhaltevielfalt – und verzeichnet weltweit ein rasantes Umsatzwachstum. Das jüngste Beispiel bietet Samsung. Samsung Smart



Viera Connect Developers ist ein spezielles Portal für Programmentwickler von Internet-TV-Applikationen für den Cloud-basierten Internet-TV-Service Viera Connect von Panasonic.

devolo bietet webbasiertes Trainingskonzept für den Handel

Mit einem neuartigen webbasierten Trainingskonzept stellt die Aachener devolo AG, Experte für Powerline-Kommunikationslösungen, ein innovatives Online-Trainingscenter für Berater aus Fachhandel, Systemhäusern und Flächenmärkten vor. Ziel ist es, die Beratungsqualität für das Powerline-Sortiment weiter zu erhöhen sowie die flexiblen Einsatzmöglichkeiten bei der Vernetzung von IT- und Unterhaltungselektronik-Produkten aufzuzeigen. Der Handel profitiert zudem von den devolo-Produktlinien als Umsatzquelle. Denn gerade bei vielen stationären Unterhaltungselektronik- und IT-Geräten bietet dLAN viele Vorteile gegenüber WLAN sowie auch gegenüber einer klassischen Fast-Ethernet-Verkabelung. Eine erfolgreiche Teilnahme an den neuen Online-Schulungen prämiiert devolo mit attraktiven Zertifikaten, die verkaufsfördernd als Kompetenznachweis verwendet werden können. Mit der hohen Verfügbarkeit von xDSL-Anschlüssen steigt auch die Nachfrage nach innovativen Vernetzungslösungen, um Online-Inhalte in jedem Raum nutzen zu können. Bereits 65 Prozent der deutschen Haushalte verfügen über einen Breitband-Internetanschluss – und viele Verbraucher besitzen sowohl mehrere Computer als auch Unterhaltungselektronik-Geräte mit Online-Funktionalität wie Spielekonsolen, Internet-Fernseher etc. Gerade hier spielt devolos dLAN seine Stärken als hausweit verfügbare Netzwerkverbindung voll aus: Flexibel wie WLAN und stabil wie ein klassisches Kabelnetzwerk. Zudem überzeugt die hohe Datenübertragungsgeschwindigkeit – dLAN 500 ist sogar schneller als eine kabelgebundene Fast-Ethernet-Verbindung. devolo setzt daher für seine Powerline-Premiummarke auf ein neuartiges Online-Trainingskonzept und bietet Fachhandel, Systemhäusern und Flächenmärkten ein Online-Portal für die interne Weiterbildung. Passend zum Start der neuen dLAN-Generation dLAN 500 ist das Online-Trainingscenter unter <http://www.devolo.de/trainingcenter> freigeschaltet.

TV hat die Marke von zwei Millionen verkauften Geräten durchbrochen – und das nur drei Monate nach der Einführung im März 2011. Der Erfolg belegt, dass Samsung eine TV-Generation entwickelt hat, die genau auf die Bedürfnisse der Verbraucher zugeschnitten ist. Mit der zukunftsweisenden Fernsehtechnologie ist Samsung seinem Ziel einen Schritt näher gekommen, den Nutzern ein außergewöhnliches, individuelles TV-Erlebnis zu ermöglichen.

Ausschlaggebend für den Erfolg von Samsung Smart TV ist, nach Angaben des Herstellers, das außergewöhnliche Fernseherlebnis: die brillante 3D-Bild- und Tonqualität, die intuitive Benutzeroberfläche Smart Hub, das vielfältige Inhalteangebot und die zahlreichen Vernetzungsmöglichkeiten. Mit Samsung Smart TV können Benutzer auf eine geräte- und dienstübergreifende Suchfunktion, einen vollwertigen Webbrowser, soziale Netzwerke und die Samsung App-Galerie zugreifen – und das alles zentral von der benutzerfreundlichen Smart Hub-Oberfläche aus. Mit der Samsung TV Remote App für iOS und Android kann die Steuerung von Samsung Smart TVs sogar bequem über das Smartphone erfolgen. Über das große Touch-Display des Smartphones stöbern Nutzer zum Beispiel in der Samsung App-Galerie. Dort stehen weltweit insgesamt über 600 Apps aus den Bereichen Spiele, Information, Film und Lifestyle zur Verfügung.

Sony hat im März 2011 die ersten HbbTV-fähigen Bravia LCD-Fernseher auf den deutschen Markt gebracht. Mit der Bravia Internet Video Funktion stehen Onlinevideos von ProSieben, SAT.1 und kabeleins kostenlos zum Anschauen zur Verfügung. Hin-

zu kommen weitere kostenfreie Video-Kanäle wie zum Beispiel YouTube oder „DFB Highlights“. Wer Lust auf Kino-Blockbuster hat, wird bei der Onlinevideothek „Qriocity“ fündig. Hier kann jeder die neusten Videofilme aller bekannten Filmstudios direkt aus dem Internet abrufen und im Wohnzimmer anschauen. Die Videos kosten in SD- oder HD-Qualität zwischen 2,99 und 5,99 Euro. Darüber hinaus gibt es über sechs Millionen Musiktitel beim „Music Unlimited“ Service von „Qriocity“. Ab 3,99 Euro im Monat kann jeder seine Lieblingssongs über viele netzwerkfähige Produkte von Sony abspielen. Wem das alles nicht reicht, der kann jede beliebige Website ansteuern, um exakt das zu sehen oder hören, was er möchte. Der in allen neuen internetfähigen Bravia LCD-Fernsehern integrierte Browser macht es möglich. Auch Video-Telefonate mit Freunden oder der Familie via Skype gehören ab sofort zum Repertoire der neuen LCD-Fernseher von Sony, denn alle Sony Internet TV Modelle sind für Skype vorbereitet und benötigen nur noch die optional erhältliche Kamera mit eingebautem Mikrofon. „Neben 3D spielt für uns das Thema ‚Internet im Heimkino‘ eine zentrale Rolle“, sagt Martin Winkler, Commercial Director Consumer Business von Sony Deutschland. „Deshalb ist es uns besonders wichtig, unsere eigenen Services mit neuen innovativen Standards zu ergänzen und hier eine Vorreiterrolle zu übernehmen. Das ist uns in puncto HbbTV gelungen: Die ersten in Deutschland erhältlichen TV-Geräte, die den Service offiziell unterstützen, sind von Sony.“

Entdeckt man unterwegs mit dem iPad besonders tolle Videos im Netz, besteht danach oft der Wunsch, diese zuhause auf dem großen Bildschirm noch einmal

anzusehen. Dies ist nun möglich: Der deutsche Premiumhersteller Loewe verknüpft mit der neuen VideoNet App Loewe TV-Geräte und das Apple iPad. Diese Applikation erlaubt dem Nutzer einen freien, direkten Zugang zu den besten Videos im Netz. Die Loewe VideoNet App streamt die aktuellsten Sendungen, Web-Shows, Screencasts und Podcasts ohne Umweg direkt auf ein Loewe TV-Gerät mit MediaNet oder auf das iPad. Mit MediaNet integriert Loewe Online-Inhalte in das moderne Home Entertainment. Übersichtlich und redaktionell aufbereitet bietet das Loewe Web-Portal eine Auswahl von Internetanwendungen, die für die Darstellung auf großen TV-Flachbildschirmen optimiert sind. Neue Attraktionen im Loewe MediaNet sind neben VideoNet beispielsweise auch der Musikvideo-Anbieter Putpat.tv, die Comedy-Plattform Myspass.de oder der Musikservice Napster. Nicht nur Sendungen der großen Sender, sondern auch Content von andern Anbietern wie Sportclubs, Schulen, Universitäten und Video-Enthusiasten sind über VideoNet verfügbar.

Mit Viera Connect Developers startet Panasonic ein spezielles Portal für Programmentwickler von Internet-TV-Applikationen für seinen erfolgreichen Cloud-basierten Internet-TV-Service Viera Connect. Über das Webportal <http://developer.vieraconnect.com> erhalten App-Entwickler weltweit Zugang zum Viera Connect Application Program Interface (API) und zu umfassenden technischen Informationen, die zur Entwicklung und zur Verbreitung von innovativen Viera Connect Apps notwendig sind. Mit der Öffnung für externe Entwickler reagiert Panasonic auf die große Nachfrage von zahlreichen Inhalteanbietern. „Viera Con-



CD6801
CD6851/2



CD4801
CD4851/2



CD2801/2
CD2851/2/3

MySound – Persönliche Klangprofile Fühlen Sie sich näher als jemals zuvor

Hören Sie Ihre Lieben, wie Sie sie am liebsten hören. Klangwahrnehmungen sind subjektiv – jeder hat seine eigenen individuellen Vorlieben. Philips DECT-Telefone mit MySound bieten Ihnen eine Auswahl von drei verschiedenen Klangprofilen für Ihr optimales Hörerlebnis: klar, weich, warm. Wählen Sie Ihre bevorzugte Einstellung für ausgezeichneten Klang. MySound macht jedes Telefongespräch zum emotionalen Erlebnis.

www.philips.de

PHILIPS
sense and simplicity

nect setzt nicht nur Maßstäbe im Bereich multimedialer Anwendungen auf Fernsehern, sondern bietet mit dem Viera Connect Marketplace eine ideale Plattform für das Angebot von kostenlosen oder kostenpflichtigen Zusatzdiensten. Dieses Potential sehen nicht nur wir, sondern auch viele kreative Programmierer und externe Anbieter“, sagt Armando Romagnolo, General Manager Produktmarketing TV, Home AV und Training CE bei Panasonic Deutschland. Viera Connect erlaubt eine bequeme Navigation durch eine ständig wachsende und vielschichtige Auswahl an verschiedensten Online-Angeboten, die speziell an die einfache Bedienung eines Fernsehers und seine Großformat-Darstellung im Wohnzimmer angepasst sind. Durch die Öffnung für externe Programmierer will Panasonic die Zahl der über Viera Connect verfügbaren und für die hochauflösenden Viera Fernseher optimierten Online-Inhalte weiter erhöhen. Gleichzeitig hat sich Panasonic das Ziel gesetzt, bis zum nächsten Geschäftsjahr den Verkaufsanteil an internetfähigen Fernsehern auf 70 Prozent zu steigern. Möglichst vielen Panasonic Kunden soll so ein noch intensiveres und beeindruckendes TV-Erlebnis ermöglicht werden. Philips hat Anfang Juli den Start des ersten Video-on-Demand Dienstes auf NetTV angekündigt, der Filme ausschließlich in HD und mit Dolby Digital 5.1 Sound anbietet. Besitzer eines Philips Smart

TVs der Modelljahre 2010 oder 2011 haben nun die Möglichkeit, in Deutschland und Österreich Blockbuster-Filme per Knopfdruck auf der Fernbedienung auszuleihen. Um zum Angebot von videocity zu gelangen, wählt der Zuschauer einfach die entsprechende App auf dem NetTV-Startbildschirm. Philips NetTV bietet neben Video-on-Demand außerdem eine Vielzahl von Mediatheken und Online-Angeboten verschiedenster Partner. Zusätzlich ist auch der Zugang in das freie Internet möglich. Die Philips Smart TVs des Modelljahres 2011 unterstützen dabei vollständig den HbbTV-Standard für Internet-TVs.

Unter dem Motto „Der schnellste Weg zum HD-Film“ bieten Philips und videocity mit der Video-on-Demand App eine zeitgerechte und Lifestyle-Lösung par excellence. „Mit videocity erhält der Kunde ein überaus hochwertiges inhaltliches Angebot auf NetTV, welches durch seine größtmögliche Auswahl an Entertainment sowie Bild- und Ton-Qualität einfach begeistert“, so Volker Blume, Technischer Produktmanager Television bei Philips Consumer Lifestyle. Hans Henseleit, CEO videocity, ergänzt: „Unsere Partnerschaft mit Philips ist ein weiterer Meilenstein, videocity ins Wohnzimmer auf den heimischen Fernseher zu bringen.“

Im Rahmen der IFA sind seitens der Hersteller und Content-Anbieter viele weitere spannende Neuheiten zu erwarten.

TV-Unterhaltung im ganzen Haus mit der Samsung Smart View-App

Ab sofort können Nutzer die Möglichkeiten ihres Samsung Smart TV (ab Samsung Smart TV LED-Serie D7090 und Samsung Smart TV Plasma-Serie D8090) flexibel im ganzen Haus auskosten – mit ihrem Galaxy Smartphone SII und der kostenlosen Smart View-App. Auf Knopfdruck übertragen sie das TV-Bild oder Inhalte von Zuspilern wie Blu-ray Playern auf den mobilen Bildschirm. Gleichzeitig können Nutzer mit der App auch zahlreiche Samsung AV-Geräte im Haushalt steuern (alle TV-Geräte mit AllShare sowie Zuspierer mit Smart Hub aus dem Modelljahr 2011). Der Samsung Smart TV und das Smartphone können sogar unterschiedliche Inhalte darstellen. Während die Eltern zum Beispiel den Tatort im Wohnzimmer auf dem Fernseher schauen, können die Kinder in ihrem Zimmer den neuesten Animationsfilm von Blu-ray Disc auf dem Smartphone oder Tablet genießen. Wer das Bild nur aus dem Garten oder der Küche verfolgen will, kann gleichzeitig Strom sparen: Ein Knopfdruck genügt und das Bild sowie der Ton des Samsung Smart TV werden ausgeschaltet und ausschließlich über das Smartphone wiedergegeben. Neben der Bildübertragung erlaubt die App die Steuerung des Smart Hubs und der Samsung Zuspierer sowie der dort installierten TV-Apps oder des EPG. Smart View erkennt, ob der Nutzer bei der gewählten Funktion einen Text eingeben oder navigieren muss und stellt entsprechend die passende Oberfläche dar. Die Smart View-App steht ab sofort für das Samsung Galaxy SII und den Multimedia-Player Samsung Galaxy S WiFi 5.0 zur Verfügung. Bis zum Ende des Jahres wird Smart View auch für das Smartphone Galaxy S und die gesamte Samsung Galaxy Tab-Serie zur Verfügung stehen.



Hama Mitglied im Associate-Programm der HDMI-Organisation

Ab sofort ist der Zubehörspezialist Hama Mitglied im Associate-Programm der offiziellen HDMI-Organisation HDMI Licensing LLC und steht damit klar hinter deren strengen, aber einheitlich definierten Regularien. Diese signalisieren, laut Hama, nicht nur dem Handel, sondern gerade auch dem Endverbraucher, der täglich mit einer unübersichtlichen Flut an Informationen konfrontiert wird, Kompetenz und Qualität. Hama führt in seinem umfangreichen Sortiment zahllose HDMI-Kabel und -Adapter in unterschiedlichsten Varianten sowie diverse andere HDMI-Produktlösungen aus der Unterhaltungselektronikbranche. „Wir dürfen nun unsere HDMI-Produkte mit dem offiziellen Logo der Organisation auszeichnen und stärken mit diesem Schritt auch gegenüber unseren Kunden unsere Position als bekannt zuverlässiger Partner“, so Armin Walter, Senior Product Manager bei Hama.

www.hama.de

Neue TV-Generation hoch im Kurs

Laut einer gemeinsamen Studie von gfu und ZVEI planen 50 Prozent der Befragten innerhalb der nächsten fünf Jahre den Kauf eines Fernsehers der neuen Generation, der viel mehr kann als herkömmliche TV-Geräte. Bereits für 2011 erwartet die Branche, dass mit fünf Millionen gut die Hälfte aller verkauften Fernseher neue, zusätzliche Dienste auf den Bildschirm bringen können. Smart-TV, Hybrid-TV oder Connected TV stehen für intelligentes, interaktives Fernsehen. Zuschauer können damit auf eine Vielzahl an zusätzlichen Diensten und Inhalten – auch aus dem Internet – zugreifen. Einige sind zum Beispiel als Apps in einer Galerie dargestellt, andere werden über den roten Knopf der Fernbedienung direkt aus dem laufenden Programm der TV-Sender aktiviert. Neben Nachrichten, Wettervorhersagen, Spielen und sozialen Netzwerken sind auch Video-on-Demand-Angebote wie Mediatheken verfügbar. Mit der neuen TV-Generation wird Fernsehen flexibler, vielfältiger und personalisierter. Gut 20 Prozent der Befragten wollen bereits innerhalb der nächsten zwei Jahre ein solches TV-Gerät erwerben. Die Voraussetzungen zur Nutzung der zusätzlichen Dienste und Inhalte sind gut: Die Mehrheit der deutschen Haus-

halte ist an das Breitbandnetz angeschlossen. 74,5 Prozent der Befragten haben einen schnellen Internetanschluss, der ihnen das Abrufen der angebotenen Dienste ermöglicht. Die Studie zeigt auch, dass – entgegen früherer Prognosen – der klassische Fernsehkonsum nicht vom Internet verdrängt wird, sondern mit durchschnittlich vier Stunden täglich stabil bleibt (93 Prozent der Befragten). Etwa genauso viel Zeit verbringen die Menschen privat im Netz (87,3 Prozent der Befragten). Diese Verteilung der Mediennutzung gilt auch für die Gruppe der „Digital Natives“ (16- bis 39jährige). „Die Basis für die neue Geräte-Generation ist gelegt. Die Studie belegt das Verbraucherinteresse und das große Potential der neuen Funktionalitäten für eine positive Marktentwicklung. Jeder Zweite der männlichen Befragten will in den nächsten zwei Jahren einen internetfähigen Fernseher kaufen“, so Hans-Joachim Kamp, ZVEI-Vizepräsident und Vorsitzender des Fachverbands Consumer Electronics sowie Aufsichtsratsmitglied der gfu – Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH. Für die von Concentra im Auftrag der gfu durchgeführte Studie wurden 1.000 Personen im Alter von 16 bis 79 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bildungsstand, Berufsstatus und Haushaltsnettoeinkommen, befragt. www.gfu.de

Marc Azad ist neuer Leiter Produktmarketing bei Grundig

Als neuer Director Product Marketing and Quality hat Marc Azad am 1. Juli 2011 die Verantwortung für die Bereiche Vision und Audio bei Grundig übernommen. Der Wirtschafts- und Elektroingenieur ist damit für die Entwicklung, Positionierung und Betreuung der Grundig Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics (CE) zuständig und legt die Produktmarketingstrategien fest. Er folgt auf Akin Garzanli, der ab sofort das weltweite Produktmanagement im Bereich CE bei der Grundig Muttergesellschaft Arcelik verantwortet. In seiner neuen Position berichtet



Marc Azad

Marc Azad direkt an Murat Sahin, CEO der Grundig Intermedia GmbH. www.grundig.de

DisplaySearch Business Conference auf der IFA

Paul Gray, Director European TV Research, DisplaySearch, lädt alle Fachbesucher der IFA zur Business Conference am 5. September, 13.00 bis 18.00 Uhr, Messe Berlin, ein: „Trends wie 3D oder Smart TV sind im Markt angekommen, erfüllen jedoch heute noch nicht die Erwartungen, die die Panel-Industrie noch vor einigen Monaten in sie gesetzt hat. Dafür spielen bei der Kaufentscheidung für ein neues TV-Gerät andere Entwicklungen eine wichtige Rolle: Unsere Global TV Replacement Study belegt, dass die Energieeffizienz eines Fernsehers bei der Kaufentscheidung noch vor neuartigen Funktionen, wie zum Beispiel 3D, steht. Auf welche Trends Sie als Händler beim Verkauf neuer TV-Geräte in den kommenden Monaten vorbereitet sein müssen, können Sie auf unserer DisplaySearch Business Conference auf der IFA erfahren.“

Das Programm und die Registrierung finden Sie unter:

www.DisplaySearch.com/ifa-berlin

Telering schnürt PoS-Paket zur IFA

Auf der IFA werden sich dem mittelständischen Fachhandel neue Chancen erschließen. Das zumindest verspricht die telering-Kooperation, die sich im „Jahr des Fachhandels“ für ihre mittlerweile 2.500 Mitglieder engagiert. Präsentiert werden u. a. die neuesten PoS-Werbemittel, die die telering ihren Mitgliedern im „Jahr des Fachhandels“ kostenlos zur Verfügung stellt. Dazu gehört auch eine PoS-Kampagne zur Analogabschaltung Ende April 2012. Mit im Portfolio ist auch ein Werbemittelpaket für die telering- und Markenprofifachhändler, die inzwischen erfolgreich eine Plural-Media-Schulung absolviert haben. Händler, die einen kompletten Überblick über Leistungen und „IQ-Philosophie“ der Kooperation wünschen, greifen am besten zur neuen telering-Imagebroschüre. www.telering.de

Branchen-Termine August bis Oktober 2011

- | | |
|--|--|
| 17. – 21.8. Gamescom Köln
Messe für interaktive Spiele und Unterhaltung www.gamescom.de | 14. – 17.9. Elektrotechnik , Dortmund
Fachmesse für Elektrotechnik und Industrie-Elektronik www.westfalenhallen.de |
| 2. – 7.9. IFA 2011 Berlin
Leitmesse für Unterhaltungselektronik, Informations- sowie Kommunikationstechnik und Hausgeräte www.ifa-berlin.de | 24. – 26.9. expert Hauptversammlung , Köln
www.expert.de |
| | 7. – 9.10. Ringfoto Herbstmesse , Erlangen
www.ringfoto.de |

Interview mit Michael Heidemann, Head of Marketing Mobile Communications, LG Electronics Deutschland

Erfolgreich mit mobilem 3D

Der Telekommunikationsbereich des koreanischen Herstellers LG wartet seit vielen Jahren immer wieder mit innovativen Produkten auf. Für Furore sorgte zum Beispiel im Frühjahr dieses Jahres das erste 3D-Smartphone, das auf dem World Mobile Congress erstmals der Öffentlichkeit präsentiert wurde. Bei der Entwicklung moderner Technologien und Geräte profitiert der Bereich Mobile Communications bei LG von dem Know-how des gesamten Konzerns. Wir unterhielten uns mit Michael Heidemann, Head of Marketing Mobile Communications bei der LG Electronics Deutschland GmbH, über die aktuelle Position des Smartphone-Bereichs im Markt und die Erwartungen für die zweite Jahreshälfte.

PoS-MAIL: Mit dem P920 Optimus 3D hat LG ein Smartphone mit einem technologischen Alleinstellungsmerkmal im Portfolio. Welches Potential sehen Sie im Bereich 3D-Technologie bei Mobiltelefonen?

Michael Heidemann: Im Gesamtmarkt für Consumer Electronics zeigt sich, dass innovative Technologien, die ein optimales 3D-Erlebnis ohne spezielle Brille ermöglichen, 3D noch attraktiver

mensionaler Qualität aufnehmen, die sie dann über die HDMI-Schnittstelle auf einem 3D-Fernseher genießen oder auch auf YouTube 3D hochladen können.

PoS-MAIL: Die meisten kennen 3D bisher aus dem Kino oder dem TV im heimischen Wohnzimmer mit speziellen Brillen. Wie funktioniert der 3D-LCD-Bildschirm ohne Brille im Handy?

Michael Heidemann: Der spezielle LCD-Bildschirm unserer Smartphones ist mit sogenannten Switchable Barriers ausgestattet. Jedes Auge sieht damit einen anderen Bereich des Displays, so entsteht beim Betrachter der 3D-Effekt. Besonders bemerkenswert ist hierbei, dass mehrere Betrachtungswinkel möglich sind. Es kann also beispielsweise rechts und links noch jemand über die Schulter mitschauen. Interessant ist das vor allem für Gaming-Fans.

Auch wenn man Bilder von den Kindern mehreren Freunden gleichzeitig zeigen will, ist das kein Problem.

PoS-MAIL: Sie erwähnten gerade das Thema HDMI. Welche Bedeutung hat dieses für die Smartphone-Sparte von LG?

Michael Heidemann: Das HDMI-Kabel ist vom Kunden gelernt und verstanden, weil er damit das LG Smartphone einfach wie seinen DVD-Player nutzen kann. Obwohl es auch kabellos über DLNA



Mit den Smartphone-Modellen Optimus Black, Optimus Speed (v.l.) und Optimus 3D (unten) hat LG in diesem Jahr bereits Produkte mit integrierten Verkaufsargumenten für den PoS vorgestellt.

Einsteiger-Smartphone bis zu unseren Hero-Produkten der Optimus-Familie, die alle mit speziellen Highlight-Features ausgestattet sind, ist es unser Ziel, den Smartphone-Umsatz um das Vierfache zu erhöhen. Die Argumente sind überzeugend: Das Optimus Speed überzeugt durch seine enorme Arbeitsgeschwindigkeit, beim Optimus Black zeigen wir, wie brillant und elegant ein Smartphone sein kann, und das Optimus 3D macht 3-Dimensionalität auf dem Smartphone möglich.

funktioniert, können User bequem über die HDMI-Schnittstelle des Optimus Speed oder des Optimus 3D ihre schönsten Fotos zu Hause am Fernseher präsentieren. Sie haben einfach Spaß daran, ihre Bilder zu zeigen.

PoS-MAIL: Neben der 3D-Technik beim Optimus 3D und dem Optimus Pad bietet LG mit dem Optimus Black auch das Smartphone mit dem hellsten Display an. Welche Rolle spielt die Display-Technologie bei Smartphones für LG?



Michael Heidemann: Wir bieten den Nutzern unserer Smartphones nicht nur leistungsstarke Geräte an, sondern machen auch deren Benutzung so angenehm wie möglich – ob beim Surfen im Internet oder beim Lesen von E-Mails. Aus diesem Grund investieren wir viel Entwicklungsarbeit in unsere Display-Technologien. Mit seinem innovativen Nova-Display setzen wir mit dem P970 Optimus Black neue Standards in Sachen Helligkeit, selbst bei direkter Sonneneinstrahlung. Die Leuchtdichte ist mit 700 Candela pro Quadratmeter (cd/m²) um einiges höher als die gängiger Smartphones-Displays, die aktuell bis zu 480 cd/m² erreichen. Das Display sorgt noch für ein weiteres Plus: Es benötigt 50 Prozent weniger Strom als LG-Displays, so bleibt genügend Energie für die vielen Anwendungsmöglichkeiten.

PoS-MAIL: Im ersten Halbjahr 2011 haben Sie mit den Optimus-Geräten Speed, Black und 3D eine besonders breite Palette an innovativen Smartphones auf den Markt gebracht. Wie sehen Ihre Erwartungen für die zweite Hälfte des Geschäftsjahres 2011 aus?

Michael Heidemann: „Mit unseren neuen Modellen, vom

In unserer breiten Produktpalette findet also jeder Nutzertyp das passende Smartphone, das seinen individuellen Bedürfnissen entspricht. Mit dieser breiten Aufstellung und einer besonders starken Positionierung im Bereich High-End-Geräte streben wir von LG bis zum Ende des Jahres eine zwanzigprozentige Umsatzsteigerung im Bereich Mobile an. Wir sind zuversichtlich, dass uns das auch gelingen wird.

PoS-MAIL: Welche Bedeutung hat der Fachhandel für LG, und wie unterstützen Sie Ihre Handelspartner bei der Erreichung der gemeinsamen Ziele?

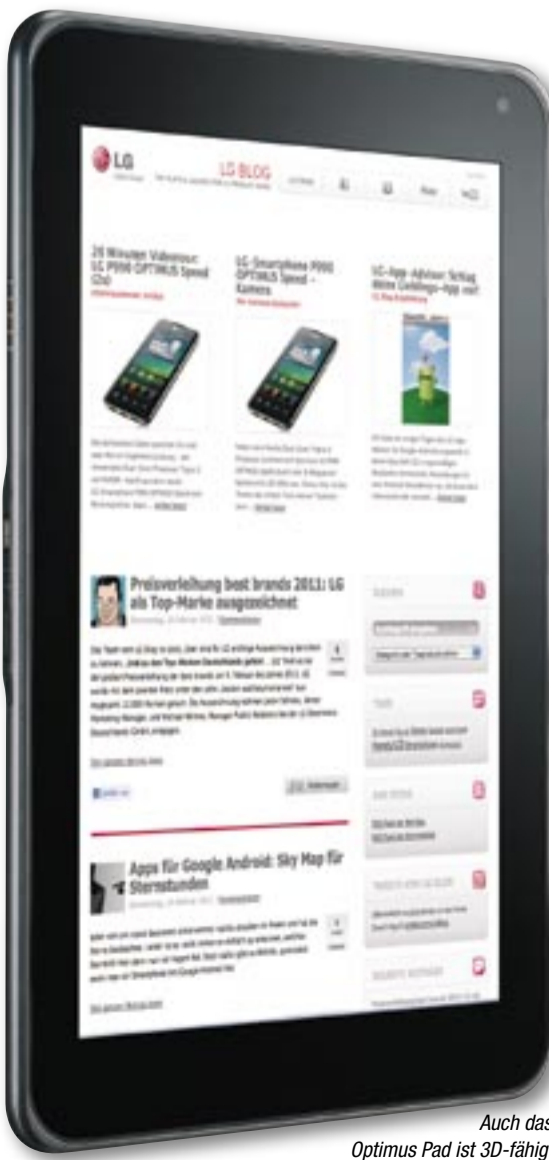
Michael Heidemann: „Mit unseren Smartphones präsentieren wir starke Geräte, mit denen wir die Smartphone-Offensive im Handel vorantreiben. Wir haben für unsere Fachhändler ein vielfältiges Angebot an Informationsmöglichkeiten parat. Dazu zählen Schulungen mit unseren LG Experten und besondere Aktionen auf dem Partnerportal, genauso wie das Thema E-Learning. Working Samples und umfangreiches PoS-Material machen unser Paket komplett.

PoS-MAIL: Herr Heidemann, vielen Dank für das Gespräch.



Michael Heidemann

machen. Das gilt nicht nur für TV-Geräte und Monitore, sondern auch für den Bereich mobiler Endgeräte. Insbesondere die Möglichkeit, 3D-Bilder und 3D-Filme unterwegs in sehr guter Qualität aufzunehmen, stellt einen Quantensprung dar. Angesichts der derzeitigen Entwicklungen auf dem Smartphone-Markt gehen wir von einer raschen Verbreitung von 3D-Technologien für mobile Endgeräte aus. Das enorme Interesse am LG P920 Optimus 3D gibt uns dabei jetzt schon Recht. Auch mit unserem Optimus Pad setzen wir auf die 3D-Technologie. Mit der integrierten 3D-Kamera können Benutzer Fotos und Videos in höchster dreidi-



Auch das Optimus Pad ist 3D-fähig.

SAT



Juniper Networks und Skylogic gewinnen Innovationspreis

Juniper Networks und Skylogic, die Breitbandtochter von Eutelsat Communications, haben gemeinsam den Wholesale Service Innovation Preis im Rahmen der Global Telecoms Business (GTB) Innovation Awards 2011 gewonnen. Grund für die Auszeichnung ist die beschleunigte Einführung satellitengestützter Breitbandzugänge in Europa, die sich gleichzeitig durch geringere Kapital- und Betriebskosten auszeichnen. Die in Turin ansässige Skylogic hat ein Netz für die nächste Generation von Breitbandzugangsdiensten über KA-SAT entwickelt. Dabei integrierte das Unternehmen das satellitengestützte Breitbandzugangssystem von ViaSat und das Backbone IP-Netz von Juniper Networks. Skylogic und Juniper Networks haben zudem die IP-Zuführung von TV-Diensten durch Fortschritte beim Multiprotocol Label Switching (MPLS) vorangetrieben, mit dem sich Point-zu-Mehrpunkt (P2MP) Verbindungen und das effiziente, optimierte Mischen der Multicast-Flexibilität sowie MPLS-Kontrolle und -Versand ermöglichen lassen. Der Einsatz fortschrittlicher IP/MPLS Technologien wie etwa MPLS P2MP und NextGen-Multicast VPN (Virtual Private Networks) gestattet im Vergleich zu älteren Alternativen im Markt die vollständige Kontrolle des Datenverkehrs bei gleichzeitig geringeren Kapital- und Betriebskosten. Die Lösung basiert auf dem Juniper Networks Betriebssystem Junos. Dieses stellt ein fortschrittliches und einfach zu bedienendes Netz bereit. Darüber hinaus erhalten alle Großkunden im Rahmen dieser Lösung einen personalisierten Überblick über das Netzwerk. www.skylogic.com

TechniSat kooperiert jetzt auch mit hoerbuch-direkt.tv

Die TechniSat Digital GmbH und die ping24/7 GmbH kooperieren im Content-Bereich. Das Internetportal www.hoerbuch-direkt.tv des E-Commerce- und Weblösungs-Spezialisten ping24/7 wird ab sofort auf den neuen internetfähigen TechniSat Digitalfernsehern der MultyVision Isio-Geräteserie sowie den neuen Digitalrezeivern Digit Isio und DigiCorder Isio bereitgestellt. TechniSat bietet mit seinen neuen internetfähigen Geräten neben dem Empfang digitaler TV- und Radioprogramme in SD- und HD-Qualität auch den Zugriff auf IP-basierte interaktive Dienste wie zum Beispiel Mediatheken. Freies Browsen im Internet und das Abrufen von Video-on-Demand-Angeboten sowie HbbTV sind ebenfalls möglich. ping24/7 stellt für diese internetfähigen Geräte eine große Auswahl an deutschsprachigen Hörbüchern bereit. So können Kunden zukünftig aus über 12.500 Hörbüchern wählen und diese direkt per Fernbedienung im TV-Onlineshop bestellen und anhören. hoerbuch-direkt.tv ist der erste TV-Onlineshop-Anbieter, der Artikel auf internetfähigen TV-Geräten anbietet, die direkt über dem Fernseher im Internet eingekauft werden können. www.technisat.de

Kabel BW und Sky Deutschland weiten strategische Kooperation aus

Aufbauend auf die existierende Partnerschaft haben Sky Deutschland und Kabel BW eine Ausweitung der bestehenden Kooperation über alle Produkte hinweg beschlossen, die Kunden eine neue Dimension des TV-Entertainments eröffnet. Die Vereinbarung umfasst die Ausweitung um neue Sender sowie Vertriebs- und Verbreitungsoperationen. Bereits seit Juli 2010 wird das Sky Programm von Kabel BW als Teil seines Triple Play Angebots („CleverKabel 50 Sky“) vermarktet. Diese Partnerschaft verbindet die schnellen Internet- und Telefonprodukte von Kabel BW mit dem attraktiven TV-Angebot von Sky. Dazu gehören hochwertige Programme, die von Comedy-, Action- und Drama-Serien über Dokumenta-

tionen sowie Kinderprogramm bis zu aktuellen Hollywood Blockbustern und der besten Fußball- und Sportberichterstattung reichen. Viele davon werden als TV-Premieren, exklusiv und in HD präsentiert. Als Teil der nun geschlossenen Vereinbarung bietet Kabel BW seinen Kunden die ganze Bandbreite der Sky Pakete seit August auch als eigenständig buchbare Produkte an und ermöglicht ihnen damit noch mehr Auswahl und Flexibilität. Das Sky HD-Portfolio über Kabel BW wird darüber hinaus in den kommenden Monaten stark ausgebaut. Dazu werden der neue Sender Sky Sport HD Extra mit mehr Bundesliga und Champions League Berichterstattung in HD-Qualität und der im Winter startende Sky Sport News HD gehören. www.kabelbw.de

Internetagentur Schott erneut beim eco Internet Award ausgezeichnet

Die Internetagentur Schott ist beim diesjährigen eco Internet Award erneut als einer der besten Internet Service Provider in Deutschland für ihren Dienst Satspeed ausgezeichnet worden. Bereits im vergangenen Jahr gehörte das Unternehmen zu den Gewinnern des Awards. Der eco Internet Award gehört zu den begehrtesten Preisen der deutschen Internetwirtschaft und wird an Unternehmen verliehen, die besonders innovative Produkte und Dienstleistungen in der Internetbranche bereitstellen. Die Internetagentur Schott vertreibt den satellitengestützten Breitbanddienst Satspeed +2 Triple Play. Der innovative Service bietet Nutzern Datenraten von bis zu 10 Mbit/s im Downlink und 4 Mbit/s im Uplink. Via Satellit gestattet Satspeed +2 Triple Play die schnelle, flächendeckende und leitungsungebundene Breitbandversorgung von DSL-unversorgten Regionen in Deutschland. www.satspeed.de

Das World Wide Web ist das wichtigste Medium unter Online-Aktiven

Für Online-Aktive ist das World Wide Web zum wichtigsten Medium geworden. Drei Viertel erklären, nicht auf das Internet verzichten zu können. Damit liegt das Web unter Internetnutzern auf Rang eins, gefolgt vom Fernsehen (70 Prozent), Büchern (67 Prozent), Radio (65 Prozent), Zeitungen und Zeitschriften sowie Handys (jeweils 63 Prozent). Dies ergab eine aktuelle Umfrage im Auftrag des Hightechverbands Bitkom. Dabei gibt es nur geringe Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Jeder fünfte männliche User könnte auch gut ohne Internet leben, bei den Frauen ist es jede vierte. Die Kluft zwischen den Altersgruppen ist jedoch enorm. Menschen, die bereits größtenteils mit dem Internet aufgewachsen sind, die sogenannten „digital natives“, können sich am wenigstens ein Leben ohne Web vorstellen. Bei den unter 30jährigen beispielsweise nicht einmal jeder zehnte.

Neue TechniSat TechniTipp-App fürs iPad

Mit der neuen TechniTipp-App bringt TechniSat das monatliche TechniSat-Kundenmagazin „TechniTipp“ nun auch als Digitalversion auf das iPad – im Original-Layout, inklusive Navigations- und Suchfunktionen. Die TechniTipp-App steht kostenfrei im Apple iTunes App Store zum Download bereit. Schon seit Januar 2008 informiert das Kundenmagazin TechniTipp aktuell über digitale Trends, Produkte und neue Technologien



aus dem Hause TechniSat sowie über interessante TV- und Radioprogramme aus aller Welt. In jeder Ausgabe werden Themenschwerpunkte aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Zusätzlich erhalten die Leser aktuelle Neuigkeiten und interessante Reportagen aus verschiedenen Rubriken. Über den TechniTipp Kiosk der App können sie jederzeit bequem und mobil von unterwegs auf alle TechniTipp Ausgaben ab August 2010 zugreifen. Aktuelle Ausgaben werden parallel zur

Online-Veröffentlichung im Kiosk der Anwendung angezeigt. Die Navigation durch das Heft ist leicht. Hierfür lässt sich das in Rubriken gegliederte Inhaltsverzeichnis nutzen, in dem alle Beiträge verlinkt sind. Zudem bietet die App eine integrierte Suchfunktion, über die Begriffe schnell gefunden werden können.

Die Rubrik „Programme“ stellt das vielfältige digitale Programmangebot über Satellit sowie TV-optimierte Internetangebote vor, die sich mit den neuen internetfähigen Geräten der ISIO-Serie nutzen lassen. „Digitales Leben“ stellt die aktuellen Top-Geräte von TechniSat ausführlich vor. Zusätzlich stehen Hörbuchtitel aus dem TechniSat Hörbuchverlag Radiuropa Hörbuch auf dem Programm. Im Bereich „Technik“ werden technische Hintergründe nachvollziehbar erklärt. Tipps und leicht verständliche Schritt-für-Schritt-Anleitungen machen das TechniTipp Magazin zudem zum Ratgeber. In der Rubrik „Intern“ gewährt TechniTipp schließlich einen Blick hinter die Kulissen der Qualitätsmarke aus Deutschland. www.technisat.de

Eutelsat Deutschland ist jetzt Mitglied des HbbTV Konsortiums

Eutelsat Deutschland weitet sein Engagement für das zukunftsweisende Hybrid TV deutlich aus und ist jetzt offizielles Mitglied des paneuropäischen Industriekonsortiums HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV). HbbTV vereint führende europäische Unternehmen der Fernsehindustrie. Ziel der Initiative ist die Zusammenarbeit bei der Fortentwicklung von Standards zur intelligenten Verknüpfung von Broadcast- und Broadband-Inhalten auf internetfähigen Flachbildschirmen und Digitalrezeivern. Eutelsat ist auf dem wichtigen Zukunftsmarkt Hybrid TV bereits seit mehreren Jahren aktiv. Aktuell bereitet das Unternehmen den Marktstart seines hybriden Mehrwertdienstes KabelKiosk interaktiv für Herbst 2011 vor. Der neue Service wird das lineare Angebot der KabelKiosk-Plattform um mediale Web-Inhalte ergänzen. Die europäische Initiative HbbTV wurde im April 2009 gestartet. Sie verbindet die Verbreitung von Unterhaltungsangeboten über Rundfunk- und Breitbandnetze für Empfangsgeräte, die mit einem zusätzlichen Internetanschluss ausgestattet sind. Die Partner der Initiative entwickeln die im Juni 2010 von ETSI standardisierte HbbTV-Spezifikation stetig weiter, um das wachsende Medienangebot in Fernsehen und Internet einheitlich in der Breite zugänglich zu machen. www.eutelsat.de

90 Prozent von ihnen halten das Web für unverzichtbar. Bei den über 65jährigen ist es erst jeder vierte, der sich schon so ans Web gewöhnt hat, dass er es nicht mehr missen möchte. Zum Vergleich: Wer unter 50 Jahre alt ist, kann eher auf Bücher verzichten als aufs Internet. Bei den über 50jährigen ist es andersherum. www.bitkom.org

SES Astra erhöht Zahl der HD-Sender in Österreich und Deutschland

Die ProSiebenSat.1 Group hat mit SES Astra einen langfristigen Vertrag über die Nutzung eines neuen Transponders für die Ausstrahlung der Sender SAT.1 Österreich HD, ProSieben Austria HD, kabel eins austria HD und PULS 4 HD abgeschlossen. Das neue HD-Angebot für Österreich wird durch AustriaSat – eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der M7 Group – als Teil des „HD Austria“-Pakets für alle Satellitenhaushalte über die ORF-Smartcard vertrieben. Den Uplink zum Astra Satellitensystem, das HD-Encoding und die Verschlüsselung der Signale übernimmt die Astra Platform Services GmbH (APS). Österreich bleibt damit einer der dynamischsten Märkte für hochauflösendes Fernsehen in

Europa. Über Satellit sind in Österreich künftig 21 über Astra ausgestrahlte deutschsprachige HD-Sender zu empfangen.

Ungebrochen ist der HD-Boom auch in Deutschland. Derzeit sind hierzulande 28 HD-Programme über Astra verfügbar. Die jüngsten Neuzugänge verbuchte HD+ mit dem Start von Nickelodeon HD, Comedy Central HD und N24 HD, für diese Sender übernimmt die APS Uplink, Encoding und Verschlüsselung.

„Die Zukunft heißt HD, das haben die Sender in Deutschland und Österreich längst erkannt. Mit dem Start von QVC HD am 1. September und dem von Sky angekündigten Ausbau des HD-Angebots ist jetzt schon klar, dass wir in Deutschland bis Ende 2011 die Marke von 30 HD-Sendern knacken“, meinte Wolfgang Elsässer, Geschäftsführer Astra Deutschland. Eine stets aktuelle Übersicht über die in Deutschland und Österreich empfangbaren Programme (analog, Digital SD und Digital HD) bietet Astra unter www.astra.de in der Rubrik Sender.

Weitere Informationen zu HD Austria sind unter www.hdaustria.at erhältlich, zu den hochauflösenden Programmen der ProSiebenSat.1 Group in Österreich unter www.HDinfo.at. www.astra.de

Telefunken ist zurück

„Unser Ziel ist es, Telefunken als deutsches Industriejuwel weltweit zu etablieren und den Namen als eine der begehrtesten Marken in der Unterhaltungs- und Elektronikindustrie neu zu positionieren“, so Klaus-Peter Voigt, Vorstandsvorsitzender der Telefunken Holding AG.



Mit gemeinsamen Werten und Expertenwissen hat sich die Telefunken Partner Alliance zum Ziel gesetzt, einen Traditionsnamen wieder zurück an die Spitze zu führen. Gemäß dem Motto „Zukunft braucht Herkunft“ sollten die Markenwerte komplett erhalten und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens und des Produktangebots sichergestellt werden.

Die Idee von Hemjō Klein – und besonders ihre Umsetzung – ist der Traum eines jeden Markenstrategen. Klein, der bereits den Vorstand von Unternehmen wie der Deutschen Bahn, der Lufthansa und Stella Musicals innehatte, erwarb im Jahr 2007 die weltweiten Marken-, Vertrags-, und Zeichenrechte an einer der traditionsreichsten deutschen Marken mit großer internationaler Bekanntheit: Telefunken. Ihre Vorbesitzerin, die Daimler AG, hatte diese zusammen mit dem AEG Konzern einige Jahre zuvor übernommen und nicht weiter bewirtschaftet. Der Zeitpunkt für eine erfolgreiche Revitalisierung war gekommen, und Hemjō Klein begann mit der Umstellung eines Teams für die Umsetzung. Jens Krüger, Managing Director Consumer & Retail, TNS Infratest, erläutert die Vorteile einer solchen Revitalisierung: „Im Idealfall erzielt eine Traditionsmarke bei ihrer Wiedereinführung aus dem Stand eine hohe Bekanntheit. Gleichzeitig bringt man ihr aufgrund ihrer ‚goldenen‘ Vergangenheit großes Vertrauen entgegen.“ „Unser Ziel ist es, Telefunken als deutsches Industriejuwel weltweit zu etablieren und den Namen als eine der begehrtesten Marken in der Unterhaltungs- und Elektronikindustrie neu zu positionieren“, beschreibt Sergio Klaus-Peter Voigt, Vorstandsvorsitzender der Telefunken Holding AG, die Mission des Unternehmens. „Das hohe Zukunftspotential“, so

fährt er fort, „ergibt sich aus dem makellosen Ruf, den über 3.000 Fachleuten auf Seiten der Partnerunternehmen, unserem äußerst leistungsfähigen Vertriebsmodell und unserem Qualitätsanspruch. Damit bleibt Telefunken auch für zukünftige Generationen eine attraktive und verlässliche Marke.“

Qualitätsmanagement

Damit der gute Ruf auch in der Zukunft erhalten bleibt, widmet Telefunken der Qualitätssicherung besondere Aufmerksamkeit. Die Qualitätskontrolle umfasst neben der reinen Überprüfung der Funktionalität auch andere Faktoren, die zu einem qualitativ hochwertigen Produkt gehören. In Zusammenarbeit mit einem auf Beschaffung, Merchandising und Qualitätskontrolle spezialisierten Dienstleister wird die Einhaltung deutscher Qualitätsnormen und eines branchenübergreifend identischen Qualitätsstandards unterstützt. Das Pflichtenheft für Qualität „Made by Telefunken“ umfasst neben der schlichten Funktionsfähigkeit auch die Anwenderfreundlichkeit. Im Qualitätssicherungsprozess werden zudem die Produktausstattung und die verwendeten Materialien, die Verpackung und die Bedienungsanleitung überprüft. Telefunken Mitarbeiter auditieren mehrmals jährlich bei Fabrikanten weltweit, um die gestellten Anforderungen im Vorfeld zu besprechen und diese im Laufe der Zusammenarbeit auch zu überprüfen. Telefunken Partner, deren Verkaufserfolge von der Zuverlässigkeit ihrer Produkte abhängen, haben längst die Wichtigkeit einer sorgfältigen Qualitätskontrolle erkannt und arbeiten eng mit den besten Anbietern vor Ort zusammen, heißt es seitens der Unternehmensgruppe. Das globale Vertriebsnetz der Telefunken Partner Alliance umfasst mittlerweile mehr als 1.000 Vertriebslinien im weltweiten Einzelhandel.

www.telefunken.de

Get in touch.

Innovationen und Premieren



Nur auf der IFA in Berlin, im Herzen des wichtigsten europäischen Marktes, präsentieren die führenden Marken der Industrie ihre Innovationen.

Seien Sie dabei und legen Sie den Grundstein für Ihren künftigen Geschäftserfolg.



Berlin, 2.-7. Sept. 2011

ifa-berlin.com

UE



Docking Stationen für iPod und iPhone von Sony

Mit den Modellen RDP-X60iP, RDP-M15iP und RDP-M5iP bringt Sony drei neue Docking Stationen für iPhone und iPod auf den Markt. Die gespeicherte Musik auf den Endgeräten kann damit ganz unkompliziert im Raum oder im Freien gehört werden. Einfach den Player in die Docking Station stecken und den Songs aus der iTunes-Bibliothek lauschen. Dabei wird auf dem Display des mobilen Endgerätes das passende Video abgespielt. Besonders praktisch: Während die Musik läuft, wird der Akku des iPods oder iPhones aufgeladen. Alle drei Docking Lautsprecher werden mit einer praktischen Fernbedienung geliefert, mit der sich die Menü-Funktionen des iPods/iPhones bequem von der Couch oder der Picknick-Decke steuern lassen.

Mit ihrer großzügigen 2 x 20 Watt Ausgangsleistung liefert die Docking Station RDP-X60iP satten, dynamischen Hi-Fi-Sound für die auf dem iPod oder iPhone hinterlegten Musik-Hits. Als erste Docking Station von Sony für iPod und iPhone ist die Sta-



tion mit Bluetooth ausgestattet. Das Modell RDP-M15iP liefert klaren Stereo-Sound. Es ist mit 2 x 10 Watt-Lautsprechern ausgestattet und damit fürs Musikhören unterwegs sowie zu Hause optimal geeignet. Als erste Docking Station von Sony verfügt sie über eine Schwenkhalterung, mit der sich der iPod oder das iPhone mühelos drehen lassen, um Fotos im Panoramaformat oder Wide-Screen-Videos anzusehen.

Die RDP-M5iP von Sony ist eine ebenso kompakte wie stilvolle Ergänzung für Küche, Bade- oder Schlafzimmer und lässt sich auf Reisen wunderbar in jedem Handgepäck verstauen. Die Docking Station ist in den Farben Weiß und Schwarz erhältlich und mit einem praktischen Tragegriff ausgestattet.

Die Docking Stationen sind zu folgenden UVPs erhältlich: RDP-X60iP: 199 Euro, RDP-M5iP: 79 Euro und RDP-M15iP: 149 Euro.

www.sony.de

Neue LED-Wandhalterungen von One For All

Gerade durch die angesagte LED-Technologie ist es möglich, die Bildschirme immer flacher zu bauen. Natürlich sollte die Befestigungslösung mindestens genauso elegant sein, damit der Flatscreen zur vollen Geltung kommt. Deshalb ergänzt One For All sein umfassendes Angebot an Wandhalterungen mit zwei dünnen Modellen. Die Befestigungslösungen sind auch für LCD-Bildschirme geeignet. Das



Click-System der SV-4110 aus der Excellence Line reduziert den Abstand zwischen Wand und LED-Fernseher auf nur 13 mm. Features wie Wasserwaage und automatische Zentrierung sorgen für eine einwandfreie Anbringung des Entertainment-Geräts an der Wand. Einsteiger bedient One For All mit der blitzschnell zu montierenden Wandhalterung SV-3610 aus der Smart Line. Details wie rutschsichere Gummiknöpfe und Kabelführung erleichtern die Handhabung zusätzlich. Die Wandhalterung SV-3610 ist ab sofort für 69,99 Euro (UVP) und die SV-4110 für 79,99 Euro (UVP) im Fachhandel erhältlich.

www.oneforall.de

Panasonic mit neuen Allround-Receiver

Panasonic präsentiert mit den DMR-BST800EG und DMR-BST700EG/701EG zwei neue 3D HDTV-Receiver und Blu-ray-Festplattenrecorder. Als Nachfolger der mit Testauszeichnungen überhäuft DMR-BS885EG/785EG vereinen die Geräte alle Komponenten, die man für den HDTV-Kino- und Fernsehspaß benötigt, in einem Gerät. Kompromisslosen Fernsehspaß bieten DMR-BST800EG und DMR-BST700EG/701EG dank zwei integrierter Receiver (HDTV-Twin-Sat-Receiver) sowie einer großen Festplatte, auf die das Film- und Fernsehprogramm in allerbesten Full-HD-Qualität aufgezeichnet werden kann. Der Krimi im Ersten, ein Liebesfilm im Zweiten – die neuen Panasonic-Receiver empfangen beide gleichzeitig. Dabei kann der Nutzer wählen, ob er eine Sendung aufzeichnet, eine zweite schaut oder beide Programme aufnimmt, während er gleichzeitig eine davon ansieht oder den Film einer Blu-ray-Disc genießt. Klingelt beispielsweise das Telefon, genügt ein Druck auf die Pause-Taste, um das laufende Fernsehprogramm anzuhalten und es später weiter zu schauen (Pause Live TV). Verpasst man eine wichtige Szene, kann komfortabel im laufenden Fernsehprogramm bis zu 90 Minuten zurückgespult werden (Rewind Live TV). Wertvolle Aufnahmen archiviert man darüber hinaus kinderleicht und mit hoher Geschwindigkeit auf Blu-ray-Disc oder DVD. Auch im heimischen Netzwerk fühlen sich DMR-BST800EG und DMR-BST700EG/701EG zu Hause. Der Fernsehzuschauer kann Fernsehsendungen, AVCHD-Filme oder Fotos, die er aufgezeichnet hat, im Netzwerk bereitstellen und auf kompatiblen Geräten wie beispielsweise einem DLNA-fähigen Viera TV



oder einem neuen Panasonic 3D-Blu-ray-Player empfangen und anschauen. So wird der 3D-HDTV-Receiver und Blu-ray-Festplattenrecorder zum zentralen Aufnahmezentrum im Haus und stellt die Aufnahmen in allen Räumen bereit. Gegenüber Vorgängermodellen kann die Wiedergabe über das Netzwerk schon während der Aufzeichnung gestartet werden. Das lästige Warten auf das Ende der Aufnahme gehört damit der Vergangenheit an. Der 3D-HDTV-Receiver und Blu-ray-Festplattenrecorder DMR-BST800EG ist seit Juli 2011 für 949 Euro (UVP) in Schwarz erhältlich. Der DMR-BST700EG in Schwarz sowie DMR-BST701EG in Silber sind ebenfalls ab Juli 2011 für 749 Euro (UVP) verfügbar. www.panasonic.de

Neue Micro-Systemanlagen von Sony

Sony präsentiert mit den Modellen CMT-G1iP und CMT-G2NIP zwei neue Micro-Systemanlagen. Aufbauend auf langjähriger Erfahrung in der Entwicklung von Verstärkern hat Sony die neuen HiFi-Systemanlagen der G-Serie mit einer innovativen, geometrischen Erdungstechnologie ausgestattet. Die HiFi-Anlagen bieten verschiedene Möglichkeiten, Musik zu hören: Über die USB-Schnittstelle lassen sich mobile Geräte wie iPod/iPhone, Walkman oder auch ein USB-Stick anschließen, und im Nu werden die gespeicherten Songs in kräftigem Audiosound abgespielt. Darüber hinaus kann über Internetradio eine Vielzahl an Radiosendern empfangen



werden. Das High-End-Modell CMT-G2NIP verfügt im Vergleich zum CMT-G1iP zusätzlich über WiFi und DLNA und lässt sich ganz einfach an das drahtlose Heimnetzwerk anschließen. So kann ohne störende Kabel Musik vom PC oder Servern aus anderen Räumen auf die Anlage gestreamt werden. Für eine einfache Bedienung dabei sorgen der Streaming-Service AirPlay von Apple sowie die kostenlos erhältliche Fernbedienungs-App für iPod/iPhone, mit der die Anlage von jedem Ort der Wohnung angesteuert werden kann.

www.sony.de

iPhone-Apps steuern Fernseher und Blu-ray-Player von Panasonic

Aktuelle Fernseher und Blu-ray Disc-Player aus dem Hause Panasonic lassen sich dank kostenloser Apps nun auch mit iPhone, iPad oder einem iPod touch steuern. Mit der Viera Remote App von Panasonic hat der Zuschauer den Fernseher voll unter Kontrolle. Durch sie lassen sich alle wichtigen Funktionen des eingeschalteten Fernsehers

auch ohne Fernbedienung steuern. Praktisch ist das insbesondere bei Tastatureingaben, beispielsweise bei der Suche nach YouTube-Videos. Viele intuitive Fingergesten auf dem Touch-Display machen zudem die Suche nach dem richtigen Knopf auf der Fernbedienung überflüssig und ermöglichen die Bedienung des Viera-Fernsehers quasi im Blindflug. Das Wechseln des Eingangs geschieht beispielsweise durch eine Wischbewegung mit zwei Fingern nach rechts oder links. Dieselbe Wischbewegung nach oben oder unten wechselt das aktive Fernsehprogramm. Mit nur einem Finger wird das Navigationskreuz bedient, und durch das Schütteln des iPhones schaltet sich der Fernseher ab. Die App ist kompatibel zu den aktuellen Modellen der Baureihen VT30, GT30, ST33, GW30, DT35, DT30, D35 und EW30. Auch die neuesten Blu-ray-Disc-Player-Modelle DMP-BDT110, DMP-BDT111 sowie DMP-BDT310 von Panasonic eröffnen dem iPhone, iPad oder iPod touch angenehme Kontrollmöglichkeiten. Sobald beide Geräte per LAN oder Wi-Fi im selben Netzwerk angemeldet sind und die entsprechende Option zur Fernsteuerung im Menü des Blu-ray-Disc-Players ausgewählt ist, kann es auch schon losgehen: Alle standardmäßig per Fernbedienung verfügbaren Steuerungstasten stehen genauso schnell zur Verfügung wie die Film- oder Musik-Navigation im Zeitbalken, die nur mittels Touchscreen möglich ist. Wie bei der Viera-App werden auch in der Panasonic Blu-ray Remote-App Fingergesten unterstützt, um auch ohne Blick auf das Display einfache Steuerbefehle wie die Verwendung des Navigationskreuzes zu ermöglichen. Alle erwähnten Apps sind ab sofort kostenlos im App Store von Apple erhältlich und werden nach Eingabe von Panasonic in der Suchmaske schnell gefunden. www.apple.com

Sharps neue Aquos LE630/LE632-Serie mit umfangreichen Funktionen

Die neue LE630/632-Serie von Sharp bietet zahlreiche Funktionen für ein Multimedia-Erlebnis. Aufgrund des äußerst geringen Stromverbrauches erfüllen die Geräte zudem die strengen Anforderungen der Energieeffizienzklasse A+. Die Modelle der LE632E-Serie sind zudem mit einem Triple HD-Tuner ausgestattet. Die neuen Aquos Fernseher der 630/632er-Serie verfügen über ein Full-HD X-Gen LCD-Panel und liefern dank 100-Hertz-Technologie und LED-Hintergrundbeleuchtung eine überzeugende Bildqualität für ein einzigartiges Fernseherlebnis. Mit einem sehr nie-



drigen Stromverbrauch erfüllen die Modelle der 630/632er-Serie die strengen Anforderungen der Energieeffizienzklasse A+. Zudem punkten die LCD-TVs mit einer Vielzahl von Anschlussmöglichkeiten – darunter SCART, HDMI, ein CI+ Card Slot und ein USB-Anschluss. Die LE630-Serie besitzt zwei integrierte HD-Tuner (DVB-T, DVB-C), die LE632-Serie verfügt darüber hinaus noch über einen DVB-S2 Tuner und empfängt damit sowohl Satelliten- als auch Kabel- und Antennensignale. Eine eigene Set-Top-Box für jedes einzelne Signal ist damit nicht mehr notwendig. Die TVs der Aquos Serie LC-LE630E und LC-LE632E sind in den Größen 32 und 40 Zoll (80 und 102 Zentimeter) lieferbar und ab sofort im Handel erhältlich. Die empfohlenen Verkaufspreise betragen 599 bzw. 799 Euro für die LE630E LCD-TV Serie sowie 699 Euro bzw. 899 Euro für die LE632E LCD-TV Serie. www.sharp.de

Hannspree mit neuen LED-Fernsehern

Hannspree bringt zwei neue LED-TVs aus seiner SL-Serie auf den Markt. Die Produktreihe besteht aus Flachbild-Fernsehern mit Bildschirmdiagonalen von 80 cm (31,5") und 101,6 cm (40"). Ausgestattet mit einem umfassenden Set an Video- und Audio-Anschlüssen lassen sich die Fernseher bestens als Mittelpunkt des Heimkinosystems einsetzen. Das Anschließen von Blu-ray-Player, Spiele-Konsole oder Kopfhörer ist dank vielfältiger Schnittstellen (HDMI, VGA, Composite oder Full Scart) für Nutzer diverser AV-Geräte problemlos möglich. Die Funktionen PVR (Personal Video Record) und Time Shift bieten Besitzern der SL-TVs zudem die Möglichkeit, Sendungen auf der persönlichen Festplatte oder dem USB-Stick zu speichern und zu einem späteren Zeitpunkt abzuspielen. So verpasst man nie mehr die spannendste Szene des Films, weil jemand an der Tür klingelt.



Damit ist die SL-Serie auch die perfekte Lösung für alle, die sich nicht nach fixen Fernsehterminen richten möchten.

Ein umfassendes und facettenreiches Klangerlebnis über die zwei 6- bzw. 8-Watt-Lautsprecher ist dank integriertem Dolby Digital-Klang ebenfalls garantiert. Zudem kann der Benutzer aus acht Audioprofilen wählen – Rock, Pop, Live, Dance, Techno, Klassik, Soft oder Personal – und damit sein ganz persönliches Heimkino-Erlebnis konfigurieren.

www.hannspree.com/eu/de

Erste Euronics Summer Convention

Euronics, eine der größten Verbundgruppen für Consumer Electronics, hat ihre Fachhandels- und Industriepartner Ende Juni zu einer Summer Convention nach Mallorca eingeladen.

„Auf Mallorca blicken wir in die Zukunft. Ziel ist es, den Startpunkt für eine neue Plattform zu setzen, von der aus wir künftig zentrale Branchenthemen kommunizieren und uns, gemeinsam mit unseren Mitgliedern, für neue Herausforderungen im CE-Markt in Stellung bringen“, erklärte Vorstandssprecher Benedict Kober anlässlich des ersten Pressegesprächs in Palma. „Nicht zuletzt wollen wir mit dem neuen Format unseren Teamgeist innerhalb der Gruppe stärken – mit einem Arbeitstreffen in entspannter Atmosphäre.“ Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Frage, wie der Handel reagiert, wenn das Fernsehgeschäft langsam einen Sättigungsgrad erreicht und sich erste Nachfragedefizite ankündigen. „Was können auf Unterhaltungselektronik spezialisierte Fachhändler tun, um weiterhin wirtschaftlich erfolg-

reich zu sein? Mit einem breiten Angebot an Workshops, Vorträgen und Gesprächsangeboten haben wir auf Mallorca den berühmten Blick über den Tellerand gewagt und unseren Mitgliedern wertvolle Impulse gegeben“, so Kober. Insgesamt rund 1.000 Teilnehmer aus Handel, Industrie und Presse waren auf die „Lieblingsinsel der Deutschen“ gereist.

Neue Vermarktungsstrategien

Die Redner der Convention betonten in ihren Keynotes den hohen Stellenwert einer kompetenten Beratungs- und Serviceleistung durch den Euronics Fachhandel, aber auch die Notwendigkeit von neuen Strategien bei der digitalen Vermarktung.

Dr. Reinhard Zinkann, Geschäftsführender Gesellschafter der Miele-Gruppe, stellte in den Fokus, dass je intensiver der Wettbewerb und je anspruchsvoller die Konsumenten, desto besser sind die Voraussetzungen für kompetente Fachhändler, sich gegenüber präsentations- und beratungsschwächeren Anbietern zu profilieren. Voraussetzung dafür sind jedoch

Die Euronics Summer Convention fand in diesem Jahr zum ersten Mal auf Mallorca statt. Die Verbundgruppe bot ihren Fachhandels- und Industriepartnern Workshops und Vorträge in entspannter Atmosphäre. Insgesamt rund 1.000 Teilnehmer aus Handel, Industrie und Presse nahmen an der Veranstaltung teil.



die kluge Fokussierung auf Produkte und Leistungen mit hoher Wertschöpfung, aber auch die Öffnung für neue strategische Optionen.

Hannes Schwaderer, Managing Director der Intel GmbH, ging der Frage nach, welche Chancen für den Fachhandel aus der Computerisierung resultieren. Die Veränderung der Nutzungsgewohnheiten fordert den Fachhandel, diesen Trend durch lösungsorientierte Beratung und Service aufzugreifen.

Alastair Bruce, Director Retail Google Germany, präsentierte den Mitgliedern Daten und Fakten: 700 Millionen Menschen treffen weltweit ihre Kaufentscheidungen online, 75 Prozent der Deutschen informieren sich vor dem Kauf im Internet. Die Botschaft des Google-Managers auf Mallorca: Doch ist das Netz auch global, der Handel bleibt lokal: 80 Prozent der Einkäufe werden immer noch im Radius von 4 km getätigt. Ein mittelständisches Handelsunternehmen kann nur erfolgreich sein,

wenn es die reale und die digitale Welt miteinander verbindet: „No-Line“ sei gefragt – die Grenzen zwischen stationärem Angebot und Online-Angebot müssten aufgehoben werden.

Über die hochkarätigen Vorträge hinaus fanden auf der Convention Tagungen für die einzelnen Euronics Betriebstypen und sogenannte „Infomärkte“ statt, bei denen Mitarbeiter aus der Euronics-Zentrale Informationen, aktuelle Strategien und Konzepte präsentierte. www.euronics.de

Anzeige

BASE erfolgreich mit Quality-Partner-Programm unterwegs



Die E-PLUS GRUPPE sucht erfolgsorientierte Partner für Mobilfunkvertrieb

Bereits im vergangenen Jahr startete die E-PLUS GRUPPE eine Neuauflage des Quality-Partner-Programms. Mit dem Programm knüpft das Unternehmen an die Erfolge der vorangegangenen Jahre an. Als „Quality Partner“ (QP) bezeichnet der drittgrößte Mobilfunkanbieter Händler, die besonders kundenorientiert und erfolgreich arbeiten. Der Status wird nur an ausgewählte Händler vergeben: So müssen Quality-Partner-Shops über einen vorgegebenen Zeitraum eine bestimmte Zielmarke in der Kundengewinnung für die Produkte der E-PLUS GRUPPE erreichen.

Dass das Programm erfolgreich ist, belegen die Zahlen der letzten 18 Monate: Insgesamt mehr als 320 Händler erhielten den begehrten Status. Eine beeindruckende Bilanz, ist Marcus Epple, Geschäftsführer der E-Plus Retail GmbH, überzeugt. „Wir wollen unsere neuen Vertriebspartner von Anfang an nach Kräften unterstützen und ihnen so unverblümt zeigen, dass sie bei uns genau richtig sind. Unseren Zahlen nach haben wir damit Erfolg.“ Besonders interessant ist das Programm für Menschen, die vertriebsorientiert arbeiten und in starkem Maße am Erfolg einer großen Mobilfunkmarke mit derzeit mehr als 21 Millionen Kunden teilhaben wollen. Und damit der Start in das neue Vertriebsleben gelingt, gibt die E-PLUS GRUPPE den neuen Partnern einige Starthilfen an die Hand. Am Ende einer langen Liste an Unterstützungsangeboten findet man ein Prämienmodell; es orientiert sich am Erfolg der Kundengewinnung – der Umsatz der Kunden bestimmt den individuellen, finanziellen Erlös des Händlers.

Damit der Erfolg aus Händlersicht kommt, bedarf es einiger Vorplanung: So beeinflussen die Wahl des Standortes und das passende Ambiente im Shop am Ende die Verkaufszahlen. Um das Ambiente kümmert sich der Mobilfunkanbieter mit einer professionellen, attraktiven Ladenausstattung. Darüber hinaus deckt ein umfangreiches Geräteprogramm die aktuelle Nachfrage nach Smartphones, Tablets und Handys ab, während die Trainingsakademie der E-PLUS GRUPPE die Verkaufsgrundlagen vertieft. Und noch mehr als das: Von strategischen Maßnahmen zur Verkaufsförderung – dazu gehören regionale Offensiven und nationale Werbung – verspricht sich die E-PLUS GRUPPE grundsätzliche Aufmerksamkeit für den „Quality Partner“ im Ort.

In Summe also gute Gründe für eine langfristige Partnerschaft mit der E-PLUS GRUPPE. Wer Interesse an einer Zusammenarbeit hat, sollte sich melden. Die E-PLUS GRUPPE gibt weitere Informationen unter QP@eplus-gruppe.de

„Modern Selling“ – Neue Wege für mehr Umsatz und gezielte Kundenbindung

„Zeit der Goldgräber“



Edgar K. Geffroy gilt als Business Guru, Trendbrecher und Pionier mit Gespür für das Geschäft der Zukunft. Über 2.000 Auftritte vor mehr als 400.000 Menschen zu den Themen Clienting, Evernet, Changement, Exnovation und Verkauf zeigen die Akzeptanz seiner Konzepte. In seiner neuesten Seminarreihe „Sofortumsatz mit dem digitalen Kunden im Internet“ vermittelt Geffroy das Know-how für individuelle digitale Kundenstrategien.

Der Fall Quelle

Ein sehr eindeutiges Beispiel, dass sich niemand dem Evernet entziehen kann, wird in Geffroys Bestseller anhand der Geschichte des Imperiums Quelle wiedergegeben. Quelle war einst aus den deutschen Haushalten nicht wegzudenken und mit dem Thema „Sammelbestellungen“ ein echter Trendsetter. Fast rührend beschreibt Geffroy die festlich anmutende Stimmung während der Wirtschaftswunderzeit, wenn der Briefträger zweimal im Jahr einen bunten Wälzer brachte. Dieser war zuletzt fast 1.000 Seiten stark und ließ keine Wünsche der Warenwelt offen. „Erst mal seh'n, was Quelle hat“, dieser Werbespruch wurde in vielen deutschen Wohnzimmern Wirklichkeit. Noch 2003 wurden 12 Millionen Kataloge gedruckt und ausgeliefert. Erst 2005 wurde der Hauptkatalog aufgeteilt, weil er zu unhandlich geworden war. Das Dickschiff der deutschen Wirtschaft entwickelte sich, laut Geffroy, zum Dampfer, der immer behäbiger wurde und nur eine einzige Richtung zu kennen schien: geradeaus. Der Konzern verpasste den Anschluss an die Zukunft, weil die Entscheider keine ausreichende Internetstrategie entwickelten. Sie haben es versäumt, den guten Namen rechtzeitig mit den neuesten technologischen Möglichkeiten zu kombinieren. Im Sommer 2009 war nicht einmal mehr genug Geld vorhanden, um den letzten Katalog zu drucken. Da mussten schon Zuschüsse fließen. Den Weltkrieg hat die Familie Schickedanz geschäftlich überstanden – beim Einzug des Internets ist Quelle in die Knie gegangen.

Fazit

Die Teilnehmer des Seminars konnten am Ende der Veranstal-

tung mit bestem Gewissen bestätigen, dass Edgar K. Geffroy das begnadete Talent besitzt, seine Zuhörer zu motivieren und mit seiner positiven Grundhaltung zu überzeugen. Er bietet viel Inspiration für die Geschäfte der Zukunft, und sein Erfolg und seine langjährige Erfahrung geben ihm Recht. Den Mehrwert seiner Seminare bilden nicht nur Ratschläge, sondern auch ganz konkrete Geschäftsideen. Alleine an einem Seminartag gibt er mehr als 50 neue Ideen, und der Teilnehmer wird sachlich davon überzeugt, dass es sich nicht um bloßes Marketing-Geplänkel handelt, sondern dass tatsächlich viele dieser Ideen schnell und effektiv umsetzbar sind. Es obliegt natürlich der unternehmerischen Verantwortung, diese Ideen gezielt umzusetzen. Die Motivation hierfür ist gegeben. Ob soziale Netzwerke, Videobotschaften, ganz besondere Online-Aktivitäten, Gutscheine-Aktionen und vieles mehr. Das Internet bietet eine Plattform, die nach wie vor im Aufbau ist und deren Grenzen noch lange nicht ausgeschöpft sind. „Jetzt kommt die Zeit der Goldgräber, die neue Gründerzeit des digitalen Zeitalters“, so Geffroy.

www.geffroy.de

**„Sofortumsatz mit dem digitalen Kunden“
– weitere Termine**

**06.09.2011 in Düsseldorf
20.10.2011 in Stuttgart
27.10.2011 in München
09.11.2011 in Bayreuth
11.11.2011 in Zürich
28.02.2012 in Zürich**

Weitere Infos und Preise
unter: team@geffroy.com

Basierend auf seinem neuesten Bestseller „Das Einzige, was stört, ist der digitale Kunde“ fiel Anfang Juli in Düsseldorf der Startschuss für die neueste Seminarreihe von Edgar K. Geffroy. In entspannter Round-Table-Atmosphäre und nach einer kurzen Vorstellungsrunde beginnt der Clienting-Pionier mit einem Vortrag zum Thema Kundenbindung im Internet. Die Teilnehmer kommen aus den verschiedensten Branchen und haben das gemeinsame Ziel, mehr über die Möglichkeiten, die das Internet als Zusatztool für den Geschäftserfolg bietet, zu erfahren. „Über 90 Prozent aller Kaufentscheidungen werden heute online begleitet, d. h. informiert, gekauft, bewertet und weiterempfohlen. Selbst erklärungsbedürftige und beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen werden zu über 30 Prozent online gekauft – ohne direkten Kontakt zu einem Verkäufer“, erklärt Geffroy. Dabei sei es erstaunlich, dass immer noch sehr wenige Unternehmen das Internet als aktives Verkaufsinstrument nutzen. Das Internet sei nach wie vor – auch in der Web 2.0-Generation – vielerorts ein weißer Fleck. „Es war noch nie so einfach, die vielseitigen Möglichkeiten, die das Internet bietet, zu nutzen“, betont der Experte. Er geht sogar noch einen Schritt weiter und spricht

von Evernet. Und dieser Begriff ist im Zeitalter von Smartphones und Tablet-PCs plausibel, genau wie das Seminar, das Edgar K. Geffroy mit lebendigen und nachvollziehbaren Beispielen untermauert.

Hybride Geschäftsmodelle

Die Kombination von realen Geschäften und Online-Shops funktioniert immer besser. Der klassische Fachhandel muss sich, laut Geffroy, von dem Trugschluss verabschieden, dass das Internet eine Konkurrenz darstelle. In seinem Buch beschreibt er beispielsweise das erfolgreiche Geschäftsmodell eines Apothekers. Anstatt die Pillen und Salben ausschließlich mit persönlicher Beratung aus dem Holzregal heraus zu verkaufen, bietet easyapotheke.de eine gelungene Verbindung aus Internetstore und realem Geschäft: Der Kunde kann online zu etwas günstigeren Konditionen kaufen, und in den Ladengeschäften, die immer häufiger in den deutschen Fußgängerzonen zu finden sind, verbinden sich die Vorteile eines Discounters mit denen einer klassischen Apotheke. Die Kunden können durch die Regalreihen gehen, Rezepte einlösen und sich in einem separaten Bereich persönlich beraten lassen. Der Apotheker hat somit nicht nur zwei, sondern gleich drei Fliegen mit

einer Klappe geschlagen, indem er eine Kombination aus klassischer Apotheke, Discounter und Internetshop bietet. Das heißt, für jeden Kundenanspruch ist das passende Modell aus einer Hand geboten. Doch mit einem Online-Shop ist die Kapazität des Internets noch lange nicht ausgeschöpft. Es gibt für jede Branche unendlich viele kombinierbare Möglichkeiten, sich im Netz gekonnt zu präsentieren. Der Aha-Effekt zeichnet sich im Laufe des Seminars immer deutlicher in den Gesichtern der Teilnehmer ab.

Den Kunden verblüffen

„Kundenzufriedenheit ist für ein Unternehmen ein schönes Ergebnis, aber sie alleine reicht nicht aus“, betont Geffroy. Die Unternehmen müssen ihre Kunden ständig und immer wieder überraschen und verblüffen, sonst sind sie die Kunden schneller los, als sie das Wort „Kundenzufriedenheit“ aussprechen können. Es stellen sich also Fragen wie: „Wie den Kunden begeistern?“, und noch einen Schritt weiter: „Wie den Kunden verblüffen?“ Verblüpfung ist alles, was dem Kunden fremd ist. Das kann eine attraktive Produktidee sein, eine außergewöhnliche Serviceidee, neuartige Partnerideen, Wissensideen oder zukunftsweisende Trends. Hier präsentiert Geffroy eine Fülle von konkreten Beispielen.

United Navigation kündigt IFA-Neuheiten an

United Navigation hat zur IFA neue Navigationsgeräte der Marken Falk und Becker angekündigt. Von Falk wird es die beiden 4,3"-Zöller Flex 400 als Einsteiger- und Neo 450 als High-End-Produkt geben, Becker stellt in Berlin die 5"-Geräte Active 50 und Ready 50 vor.

Die Optik des neuen Flex 400 mit Touchscreen-Display fällt durch eine Kombination von schwarz lackierten und matten Elementen und durch einen feinen Chromstreifen auf. Der 2 GB große Speicher zeigt die wichtigsten 19 Länder Zentraleuropas. Die überarbeitete Software-Oberfläche mit dem neuen Falk Navigator 12 erscheint in frischen Farben mit neuen Icons. Wichtigste Neuerungen der neuen Software sind die Darstellung der dynamischen Strecken- und Stauinformationen sowie der dynamische Tempowarner. Bis zu drei Verkehrsbehinderungen in den kommenden 100 km inkl. der voraussichtlichen Zeitverzögerung stellen sich dem

Fahrer übersichtlich im Routenticker dar. Zusätzlich zeigt die Funktion POIs und Reiseinformationen entlang der Strecke. Echt-Sicht Pro unterstützt den Fahrer mit realitätsnahen Abbildungen von Autobahnkreuzen, Auf- und

Zudem bietet das Gerät multimediale Reiseführerinformationen, u. a. mit Marco Polo Insider-Tips, erweiterbar durch das Anlegen

hinaus noch weitere Ausstattungsmerkmale auf: Der Speicherplatz beträgt 4 GB, das Gerät hat die Karten von 44 europäischen Ländern integriert, und das Gehäuse zeigt sich in schwarzer Hochglanzoptik, die mit einem Aluminium-Look veredelt wurde.

MultiFlow ermöglicht es dem Nutzer, per Fingerbewegung durch das Menü und über den resistiven Touchscreen zu navigieren. www.falk.de

Bei Becker gibt es zwei neue Premium Navigationsgeräte: Das Becker Active 50 und das Ready 50 sind mit einem 5"/12,7 cm großen Display ausgestattet. Zu den Innovationen

zählt zum Beispiel Becker SituationScan, ein Paket von Assistenzfunktionen, das dem Fahrer in Echtzeit Informationen liefert.

Die komplett neu entwickelte Software beider Neuheiten fällt durch eine Oberfläche im „Aero“-Look auf: Der Einsatz von Transparenzen stützt die optische Wir-

kung der speziell animierten Bildschirmübergänge. Mit dem Becker BullsEye im Zentrum der Menüansicht bleiben Blick und direkter Kartenzugriff für den Nutzer stets gewährleistet. Intelligente Echtzeit-Assistenzfunktionen liefert der neue Becker SituationScan. Der Nutzer wird hierbei während der Fahrt abhängig von Routenfortschritt und tatsächlicher Fahrsituation mit Infos und Tips unterstützt. Becker SituationScan analysiert dazu ständig die aktuelle Fahrsituation und schlägt im Fall von Abweichungen vom erwarteten Verhalten mögliche Handlungsalternativen vor, auf die der Fahrer reagieren kann.

Auch bei den Verkehrsfunkdiensten gibt es eine Neuerung. Für bestmögliche TMC-Staumfahrung setzt Becker auf das HQ TMC Empfangskonzept. Ein empfangsstarker Tuner, verbunden mit einer hochflexiblen Antennenlösung und der von Avanteq entwickelten Supertune Technologie, garantieren Aktualität und Abdeckung der TMC-Verkehrsfunkinformationen.

www.mybecker.com



Drei der vier IFA-Neuheiten von United Navigation: Falk Flex 400 (oben), Becker Ready 50 (oben rechts) und Becker Active 50 (rechts)

Abfahrten, Tunnels und Kreisverkehren. Den Blitzerwarner gibt es für drei Monate kostenlos zum Testen. Innovative Routenberechnung mit allen Verkehrsmitteln (Bus, Bahn, Pkw, Fahrrad und Fußgänger) ermöglicht die Funktion StadtAktiv, und das städteübergreifend im Fernverkehrsnetz oder per Bus in der Region DACH.

neuer POIs und Bewertungen in der Falk Community www.123poi.com. Zusätzlich kann der Kunde bis zu 200 Guided Tours in Europa erkunden, zehn der redaktionell recherchierten Touren sind bereits auf dem Gerät vorinstalliert. Das im Mittelpreis-Segment positionierte Neo 450 weist darüber

Gigaset



- ✘ Das Lieblingsbike reparieren
- ✘ Mit dem besten Freund quatschen

Tun Sie, was Sie wollen. Aber gleichzeitig. Der Freisprech-Clip L410.

Ermöglichen Sie Ihren Kunden die neue Freiheit am Telefon.

www.gigaset.de/partnerinfo

GIGASET. INSPIRING CONVERSATION.
MADE IN GERMANY

Erfolgreiche Auftaktveranstaltung

PoS-MAIL richtet ersten

Philips Joint-venture mit TPV – Segen oder Fluch für den deutschen Fachhandel? Unter diesem Motto fand am 26. Juli der erste Fachhändler-Round-Table aus dem Hause PoS-MAIL statt. Das derzeit in der Branche heiß diskutierte Thema nahm PoS-MAIL zum Anlass und hat zehn Vertreter aus dem Handel gemeinsam mit Henrik Köhler, Geschäftsführer der Philips GmbH und Leiter der Sparte Consumer Lifestyle D/A/CH, und Jens-Christoph Bidlingmaier, Vertriebsleiter Philips Consumer Lifestyle D/A/CH, zu einer Gesprächsrunde nach Hamburg eingeladen. Ziel des Round-Tables war es, die noch vielen Fragen aus dem Handel zu diesem Joint-venture und der zukünftigen Zusammenarbeit offen darzulegen und vom Philips Management klare Antworten zu bekommen.

Am 18. April 2011 hat Philips angekündigt, mit seinem TV-Bereich ein Joint-venture mit dem weltweit drittgrößten TV-Panel-Hersteller TPV einzugehen. Sowohl in den deutschen Medien als auch im Fachhandel wurde diese Nachricht zunächst sehr kritisch aufgenommen und mit negativen Stimmen belegt.

Im Rahmen seiner Neustrukturierung hat PoS-MAIL dieses Thema zum Anlass genommen, sein Konzept des ersten PoS-MAIL Händler-Round-Tables in Hamburg umzusetzen. Eine hochkarätige Runde namhafter Manager aus dem deutschen Elektronikfachhandel und Philips hat in einem sehr konstruktiven Gespräch die aktuelle Situation bei und mit Philips diskutiert. Gleich zu Beginn wurde deutlich, wo die Vertreter aus dem Handel derzeit noch Schwierigkeiten sehen be-

ziehungsweise noch Aufklärungsbedarf haben.

So äußerte sich beispielsweise Ulf Pooch, Geschäftsführer der Expert Octomedia GmbH: „Meine erste Reaktion auf die Ankündigung des Joint-ventures war Erschrecken. Bei Anteilen von 70 Prozent aufseiten von TPV stellt sich für mich die Frage, inwieweit Deutschland und Europa noch federführend sind, was Vertriebswege und Regionalstrukturen angeht. Hier besteht eine große Unsicherheit, inwiefern eine chinesische Führung eine Zentralisierung zur Folge hat und wir vor Ort Probleme bekommen könnten. Ich erhoffe mir in diesem Round-Table ein Statement, das uns auch in Zukunft eine enge und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Philips zusichert, denn Philips war und ist einer unserer wichtigsten Partner – wir brauchen ein

europäisches Pendant zu den Japanern und Koreanern.“

Auch Dirk Wittmer, Geschäftsführer der Euronics XXL Johann & Wittmer GmbH, ist im Vorfeld des Round-Tables skeptisch: „Meine erste Reaktion war Verwunderung – das seit langem bestehende Gerücht, dass Philips seinen TV-Bereich in andere Hände gibt, wird wahr. Bei genauer Betrachtung scheint es jedoch sinnvoll – eine solche Unternehmenszusammenschließung kann die Marke, gerade in ihrer Vermarktung, nur stärker machen. Größere Bedenken habe ich in Hinblick auf den Vertrieb: Ein Philips Vertreter, der Sound verkauft, und ein anderer, der TV verkauft – wie Philips das erfolgreich zusammenbringt, können wir uns noch nicht vorstellen. Ich freue mich, darauf heute Antworten zu bekommen.“

Auch Hans Müller, Geschäftsfüh-

rer von Expert Müller in Nördlingen, ist mit einigen Zweifeln und Fragen nach Hamburg gereist: „Als alter Philips-Freund hat mich die Ankündigung dieses Joint-ventures sehr erschreckt – vor allem weil Philips heute der einzige große Hersteller hier aus Europa ist. Bis jetzt gehen unsere Geschäfte mit Philips sehr gut – tolle Geräte und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Die meiste Angst habe ich davor, dass sich die Qualität der Geräte verschlechtert. Auch der Konsument steht noch voll hinter Philips. Wir hatten gerade zwei Messen in Nördlingen, die für Philips ein großer Erfolg waren. Ich hoffe, dass das, was Philips vorhat, gutgeht.“

Im folgenden hatten Henrik Köhler und Jens-Christoph Bidlingmaier das Wort. Die beiden Philips Manager haben aus ihrer Sicht geschildert, wie sie die vergangenen Wochen und Monate erlebt haben und wie die Strategieentwicklung bei Philips seit der Ankündigung im April voranschreitet:

Nur wenige Stunden, bevor die erste offizielle Pressemitteilung zum Thema Philips Joint-venture mit TPV an die Öffentlichkeit ging, wurde das Management-Team um Henrik Köhler sowie Köhler selbst über die neuen Entwicklungen informiert. Dabei hatte Köhler etwas in dieser Art erwartet: „Philips blieben nach einem verlustreichen 2010 sowie einem

ebenso schwachen Abschneiden im ersten Quartal 2011 am Ende nur zwei Möglichkeiten – entweder wir schaffen unsere TV-Sparte ab oder wir suchen uns einen starken Partner, mit dem wir auf lange Sicht wieder ein erfolgreiches Geschäft mit einem Maximum an Wertschöpfung erreichen können“, so Köhler. „Dass sich unser Management für diese Lösung entschieden hat, begrüßen wir natürlich sehr, denn weder können wir uns einen TV-Markt ohne Philips vorstellen, noch möchten wir Sie, unsere Handelspartner, mit einem kleinen Set-up asiatischer Marken Ihr Geschäft machen lassen.“ Dies die klaren einleitenden Worte von Henrik Köhler.

Wieso dann gerade die Entscheidung, mit dem chinesischen Panel-Hersteller TPV zusammenzuarbeiten? Dies resultiere, so Köhler, aus einer jahrelangen, sehr erfolgreichen Zusammenarbeit mit TPV im Bereich der Computer-Monitore. Hier ist TPV bereits Weltmarktführer. Philips vereine mit diesem Joint-venture die Stärken zweier Unternehmen, die es in einer Unternehmung möglich machen, wieder massiv und erfolgreich in das TV-Geschäft einzusteigen. Auf der Seite von TPV, die ihrerseits 70 Prozent des Joint-ventures trägt, kommen dank eines weltweiten Netzes an Produktionsstätten eine sehr hohe und fristgerechte Mengengenerie-



Von links nach rechts:
Sebastian Lindemann, PoS-MAIL,
Peter Durand, Saturn St. Augustin,
Ulf Pooch, expert Octomedia,
Patrick Karstens, MediaMarkt Wandsbek,
Dirk Wittmer, Euronics XXL Johann & Wittmer,
Henrik Köhler, Philips,
Dirk Bening, expert Bening,
Daniel Kirberg, Euronics XXL Bodensee,
Ralf Kirberg, Fernseh Nemetz Düsseldorf,
Peter Meinecke, Euronics XXL Uelzen,
Jens-Christoph Bidlingmaier, Philips,
Susanne Scheel, EP: Scheel Lübeck,
Thomas Blömer, PoS-MAIL,
Hans Müller, expert Müller Nördlingen

Händler-Round-Table aus

zung, die Produktionskompetenz sowie die Kompetenz in Elektronik zum Tragen – TPV stellt von der Platine bis hin zum Chassis sämtliche Bauteile eines Fernsehers selbst her.

Philips bringt eine extrem starke und erfolgreiche Marke, seine Innovationskraft und Stärken im Design sowie seine herausragenden Handelsbeziehungen in das Joint-venture mit ein. So stellen beide Unternehmen mit Philips TPV sicher, dass Philips als Marke im Markt bestehen bleibt und als industrielles Schwergewicht in einem extrem dynamischen Markt auch in Zukunft erfolgreich ist.

Wichtige Voraussetzung sei dabei sowohl das Vertrauen, das Philips seinem neuen Partner im TV-Geschäft entgegenbringt – umgekehrt gelte selbstverständlich das Gleiche – sowie das Vertrauen

ting Leader TV bei Philips tätig ist. Den Vertrieb wird in Zukunft Rodja Krücmeyer leiten, der zur Zeit als Senior Area Sales Manager die Region Nord verantwortet. Markus Brendel wird als Marketing Director bei TPV/Philips die Steuerung sämtlicher Marketingmaßnahmen übernehmen. Derzeit verantwortet er als Senior Marketing Manager das TV-Business für Philips Consumer Lifestyle D/A/CH.

Welche Personen die Vertriebsteams in den Regionen bekleiden werden, steht heute noch nicht fest. Aber auch hier sichert Philips seinen Handelspartnern zu, dass auch auf diesen Positionen zukünftig bekannte Mitarbeiter aus den bestehenden Sales Teams von Philips arbeiten werden. Für den Handel bestünde also kein Grund zur Sorge, dass man sich

noch für einige Unsicherheiten. Zuletzt wurde der Service angesprochen: Was geschieht, wenn der Fernseher scheinbar einen Defekt hat, der TV-Techniker von Philips TPV jedoch feststellt, dass die passende Philips Home Cinema Anlage diesen Fehler ausgelöst hat?

Auch an dieser Stelle versicherten Köhler und Bidlingmaier, dass die Kompetenz und enge Zusammenarbeit beider Unternehmen auch in Zukunft so gut und eng sein werde, wie es bisher bei Philips Consumer Lifestyle bekannt und gelernt sei. Bereits in der Produktplanung, vom Design über die abgestimmte Funktionalität bis hin zum Markennamen, werde alles miteinander abgestimmt. Wie auch im Handel werde in Zukunft der verantwortliche Mitarbeiter wissen, welches Zusatz-

sem Konzept etwas zu ändern – der gemeinsame Auftritt von Fernsehern aus dem Hause Philips TPV mit dem Bereich Philips Consumer Lifestyle sei für beide Unternehmen besonders im Bereich AVM hilfreich.

Abschließend bleibt festzuhalten: Nach einer knapp zweistündigen Diskussion konnten viele Fragen beantwortet werden. Viele Details waren den Gästen aus dem Handel noch nicht bekannt. Einstimmig hat dieser signalisiert, Philips auch in Zukunft zur Seite zu stehen. Dafür sei eine starke europäische Marke mit einem so traditionsbehafteten Ruf im heutigen TV-Markt zu wichtig. Auch die sehr gute Zusammenarbeit mit Philips, ob im Vertrieb, Marketing oder Service, sei vorbildlich. Dennoch erwarte man von Philips schnell weitere Informationen –

man habe zwar das Vertrauen, könne darauf jedoch keine sichere Planung für die nächsten Monate und Jahre bauen. Philips sicherte im Gegenzug zu, diese Informationen zeitnah zu liefern und auch weiterhin in sehr engem Kontakt zum Handel zu stehen.

Für PoS-MAIL war die Umsetzung des ersten Händler-Round-Tables ebenfalls ein Erfolg. Die anwesenden Händler, aber auch die Vertreter von Philips, haben das neue Veranstaltungsformat sehr begrüßt und freuen sich, bei einer der nächsten Veranstaltungen wieder mit dabei zu sein – das Potential für ein Follow-up mit Philips in einigen Monaten ist definitiv gegeben.

Einen Video-Mitschnitt mit den wichtigsten Aussagen der Veranstaltung finden Sie auf unserer Website unter www.pos-mail.de.



John Olsen



Rodja Krücmeyer



Markus Brendel

der Handelspartner, denen man zum heutigen Tage leider noch nicht jede geforderte Information geben könne. Dies liege daran, dass die Vertragsgespräche noch nicht final ausgehandelt und unterschrieben seien.

Fakt ist: Philips TPV startet nach heutigem Stand am 1. Januar 2012 offiziell als neues Unternehmen im TV-Markt. Fest steht auch das Management, das für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständig sein und sehr eng mit Henrik Köhler und Jens-Christoph Bidlingmaier von Hamburg aus zusammenarbeiten wird. Die drei Manager an der Spitze arbeiten alle bereits seit vielen Jahren für Philips und sind größtenteils auch dem Handel nicht unbekannt: Leiter bei Philips TPV D/A/CH wird der Däne John Olsen, der derzeit noch als Global Marke-

auf neue Mitarbeiter einstellen müsse – lediglich müssten in Zukunft zwei Verträge abgeschlossen werden: einer für TV und einer für Lifestyle-Entertainment, also für die Bereiche AVM & Accessories. Bis Ende 2011 werde sich an den bestehenden Jahresvereinbarungen nichts ändern – das Geschäft werde umgesetzt, wie zu Jahresbeginn besprochen und vertraglich festgelegt.

An dieser Stelle klangen von unterschiedlichen Seiten im Kreise der anwesenden Fachhändler Bedenken durch: Wie möchte Philips gewährleisten, dass in Zukunft kein Konkurrenzverhalten zwischen Philips TPV und Philips Consumer Lifestyle entsteht? Auch die Frage, wie Philips ein einheitliches Design- und Bedienkonzept in zwei unterschiedlichen Unternehmungen gewährleisten möchte, sorgte

Equipment in welcher Weise mit den Philips TPV Fernsehern harmonieren wird. Lediglich der Service werde auf lange Sicht voneinander getrennt. Auch an dieser Stelle erbat sich die Philips Manager das Vertrauen ihrer Handelspartner – weitere Informationen dazu auf der IFA in Berlin.

Die IFA war dann das nächste große Stichwort: Wie sieht es in Zukunft mit gemeinsamen Auftritten aus – sowohl auf Messen als auch im Internet oder im Bereich Marketing? Auch hier werde sehr eng zusammengearbeitet. Anfang September wird es in Berlin einen gemeinsamen IFA Auftritt geben. Hier werde zudem das Top-Management von TPV vor Ort sein und auch für Gesprächstermine mit dem Handel zur Verfügung stehen. In den darauffolgenden Jahren sei nicht geplant, an die-

Regelmäßiges Veranstaltungsformat

PoS-MAIL stellt sich neu auf – derzeit werden neue Felder der Berichterstattung erschlossen und der Kontakt zur Kernzielgruppe von PoS-MAIL intensiviert. Ein digitales e-Paper sowie ein überarbeiteter monatlicher Newsletter waren im Frühjahr der Startschuss. Zudem folgt Mitte August 2011 die Veröffentlichung des PoS-MAIL IFA App Guides für Smartphones und Tablet PCs. Mit dem ersten PoS-MAIL Händler-Round-Table hat der C.A.T.-Verlag nun ein weiteres Konzept umgesetzt. Dieses wird in Zukunft regelmäßig mehrmals im Jahr stattfinden. Bei dem ersten Termin konnten zehn Vertreter aus dem Handel mit dem Führungsteam von Philips Consumer Lifestyle über die aktuelle Entwicklung bei Philips diskutieren. PoS-MAIL wird in Zukunft weite-

re solcher aktuellen Themen identifizieren, sehr gerne auch mit der Unterstützung oder der Empfehlung seiner Leser, und mit wechselnden Industriepartnern sowie etwa zehn Vertretern aus dem Handel durchführen. Dabei ist der Veranstaltungsort nicht auf eine Stadt festgelegt.

Da die Ergebnisse aus diesen Round-Table-Gesprächen die gesamte Leserschaft von PoS-MAIL erreichen müssen, wird die Essenz in einem redaktionellen Beitrag in PoS-MAIL umgesetzt. Darüber hinaus ist bei diesen Terminen das neu geschaffene Team von PoS-MAIL TV mit vor Ort und zeichnet die Veranstaltungen auf. Ein Zusammenschritt wird dann über die Online-Kanäle von PoS-MAIL veröffentlicht. Mehr dazu lesen Sie in dieser Ausgabe auf Seite 47.



UE



Pos Aktuell

Sony „3D Experience“

Ab sofort bietet Sony für seine internetfähigen 3D Bravia LCD-Fernseher einen exklusiven „3D Experience“-Service. Der neue Online-Dienst ist kostenfrei und kann direkt nach dem Kauf ohne Registrierung jederzeit im Menü des TV-Geräts abgerufen werden. Zum Start sind insgesamt etwa 30 Clips mit dem Trailer von „Green Hornet“, „Monster House“ sowie Musikvideos und Konzertmitschnitte dreidimensional zu sehen. In Kürze werden darüber hinaus die Highlights von Wimbledon 2011 verfügbar sein. Regelmäßig sollen neue Videos ergänzt werden. Um die 3D-Aufnahmen im Wohnzimmer genießen zu können, ist neben dem 3D-fähigen Bravia LCD-Fernseher auch eine aktive Shutter-Brille nötig. Zudem empfiehlt Sony Deutschland eine Internetverbindung mit einer Geschwindigkeit von mindestens 10 Mbit pro Sekunde. Der „3D Experience“-Service soll zukünftig auch auf den 3D-fähigen Blu-ray-Playern und Blu-ray-Heimkinoanlagen von Sony verfügbar sein. www.sony.de

Neuer 3D-TV-Fernseher von Haier

Haier präsentiert seine neueste Produktentwicklung: Der 3D-Full-HD LED-Fernseher M500P bietet Home Entertainment in der dritten Dimension. Der schlanke Fernseher in Metall-Optik ist mit einer Bildschirmgröße von 107 cm (42 Zoll) verfügbar. Er ist mit LED-Hintergrundbeleuchtung für hohe Kontraste und brillante Farben ausgestattet und somit für die Darstellung von 3D-Inhalten geeignet. Das Panel mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln sorgt in Verbindung mit der MEMC 200-Hz-Technologie für detailgenaue Schärfe auch bei bewegten Bildobjekten und das SRS TruSurround XT-System für virtuellen Raumklang. Das 3D-System mit Polarisationsfilter-Technik versetzt den Zuschauer in die Lage, dreidimensionales Kinoerlebnis höchst komfortabel zu genießen. So verlangen die leichten und angenehm zu tragenden 3D-Brillen keinen lästigen Batteriewechsel und schränken auch Blickposition und Kopfhaltung nicht ein. Der M500P besitzt wie alle Fernseher der Firma Haier die Funktionen Zeitversetztes Fernsehen (Time-Shift) und USB-Aufnahme/-Wiedergabe, wodurch der Fernseher auch komfortabel als digitaler Videorecorder genutzt werden kann. Über den USB-Media-Player können Bilder und Videos angesehen oder



Musikdateien wiedergegeben werden. Den Fernsehzuschauern steht durch den integrierten Triple-Tuner des Haier M500P die komplette Sendervielfalt offen, es können wahlweise Sendungen über DVB-C, -S2 oder auch DVB-T empfangen werden. Für Anschlussvielfalt sorgen 4 HDMI-Buchsen sowie SCART, Komponentenanschluss, optischer Digitalausgang und PC-/PC-Audio-Eingang. Der M500P ist ab November 2011 zum unverbindlichen Verkaufspreis von 999 Euro erhältlich. www.haier.de

Hama bringt Android-Funktionen auf den Fernseher

Hama präsentiert eine neue TV-Box, die die unzähligen Android-Funktionen jetzt auf den TV-Bildschirm bringt. Ab sofort ist Surfen im Internet, Chatten, Dokumente bearbeiten, Musik, Bilder und Videos wiedergeben oder Android-spiele spielen auf dem großen Bild-



schirm möglich. Einfach die Box per HDMI mit dem Fernseher und per WLAN oder LAN mit dem Router verbinden, und los geht's. Wer Daten vom Handy übertragen möchte, aktiviert einfach Bluetooth, und schon läuft der Transfer.

Die Box ist mit einem Samsung Cortex A8 1-GHz-Prozessor, dem Betriebssystem Android 2.2 und einem 2-GB-Flashspeicher ausgestattet. Der interne Speicher ist mit einer SDHC-Karte oder via USB mit einem Stick oder einer externen Festplatte beliebig erweiterbar.

Dank der Flash-Unterstützung können alle Seiten im Netz uneingeschränkt angesehen werden. Im Lieferumfang enthalten ist eine Fernbedienung, die mit einer Bewegungssteuerung versehen ist und somit ähnlich wie manche Gaming-Konsolen funktioniert. Einige der beliebtesten Widgets und Apps sind bereits vorinstalliert.

Der Anwender kann natürlich auch seine persönlichen Lieblings-Apps aus dem Android-Market oder von einem angeschlossenen USB-Stick herunterladen.

Mit der ebenfalls schon installierten Office-Suite können alle üblichen Office-Dokumente bearbeitet werden. Um aus der TV-Box einen leistungsfähigen Mini-PC zu machen, wird per Bluetooth, Funk oder Kabel eine Maus oder Tastatur angeschlossen. www.hama.de

Coby als neue Marke in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Mit der Gründung einer Niederlassung in Deutschland und Hans-Joachim Grunec an der Spitze will die Marke „Coby“ den europäischen Markt erobern. Den Marktstart in D/A/CH sollen Produkte aus den Bereichen „TV“, „Tablet PC“ und „mobile Audio“ bestimmen. Das amerikanische Unternehmen ist seit 20 Jahren erfolgreich im CE- und ITK-Segment in den Märkten Asien, Nordamerika sowie Südamerika. Nun soll sich die Marke in Europa etablieren. Der Konzern „Coby“ setzt weltweit rund eine Milliarde US-Dollar um. www.cobyusa.com

dort zunächst als Executive Assistant für das Management Team. Danach wechselte er ins Marketing Management für TV.



Markus Brendel

Zur Zeit verantwortet er als Senior Marketing Manager das TV-Business für Philips Consumer Lifestyle D/A/CH. Markus Brendel studierte in Hamburg und schloss sein Examen als Diplom-Betriebswirt ab. Im Anschluss daran absolvierte er einen Master of Business Administration (MBA). www.philips.de

Führungsriege für TPV/Philips Joint-venture ist formiert

Philips hat die Besetzung der Führungspositionen für das Joint-venture mit TPV bekanntgegeben. John Olsen (43) wird Leiter des neuen Joint-ventures TPV/Philips für Deutschland, Österreich und die Schweiz (D/A/CH). Der gebürtige Däne arbeitet seit 20 Jahren in verschiedenen Positionen bei Philips, zunächst für den skandinavischen Raum, später in der Philips Zentrale. Die letzten 12 Jahre arbeitete er ausschließlich für den TV-Bereich. Seit 2009 ist er als Global Marketing Leader TV tätig, seit 2011 verantwortet er den Vertrieb und das International Key Account Management für TV.



John Olsen

John Olsen hat an der Copenhagen Business School studiert und dort sein Diplom in Business Administration & Marketing Management gemacht.

Rodja Krückmeyer (39) wird Vertriebsleiter bei TPV/Philips D/A/CH und arbeitet wie Olsen seit 20 Jahren bei Philips.



Rodja Krückmeyer

Seit 2006 verantwortet er als Senior Area Sales Manager die Region Nord für Sound & Vision und Accessories, vorher war

er in verschiedenen Positionen des Vertriebs bei Philips tätig. Rodja Krückmeyer begann seine Laufbahn bei Philips in Hamburg mit einer Ausbildung zum Industriekaufmann und startete danach seine Karriere im Vertrieb bei Philips Consumer Electronics.

Markus Brendel (32) wird als Marketing Director bei TPV/Philips die Steuerung sämtlicher Marketingmaßnahmen übernehmen. Er ist seit 2005 bei Philips in Hamburg und arbeitete

Loewe erwartet positive Marktentwicklung im zweiten Halbjahr 2011

Der Umsatz des Loewe Konzerns lag im zweiten Quartal 2011 mit 57,2 Mio. Euro um 23% unter dem Wert des Vorjahres von 74,0 Mio. Euro. In den ersten sechs Monaten 2011 ist der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr somit von 147,4 Mio. Euro um 19% auf 118,7 Mio. Euro gesunken. Aufgrund der Entwicklung im ersten Halbjahr 2011 wird Loewe sein Zukunftsprogramm „Fast Forward“ mit klarem Fokus auf Umsatzsicherung und Kostendisziplin auch in den nächsten Quartalen konsequent forcieren. Durch das niedrigere Umsatz- und Produktionsvolumen erzielte Loewe im zweiten Quartal 2011 ein negatives Ergebnis vor Zinsen Steuern (EBIT) in Höhe von -4,9 Mio. Euro nach -4,9 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. In den ersten sechs Monaten 2011 beträgt damit das EBIT -7,8 Mio. Euro nach -4,1 Mio. Euro im Vorjahr. „Das preisaggressive Wettbewerbsumfeld und die im Vorjahresvergleich deutliche Kaufzurückhaltung der Kunden bei Produkten der Unterhaltungselektronik haben sich in den letzten Monaten noch einmal verstärkt. So ist der Markt für LCD-TVs in Europa aufgrund fehlender sportlicher Großereignisse im zweiten Quartal 2011 wertmäßig um 25% zurückgegangen“, so fasste Oliver Seidl, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, das erste Halbjahr 2011 zusammen. „Nachdem wir in den letzten Monaten erfolgreich die Produktentwicklung neu organisiert und die internen Prozesse weiter optimiert haben, konnten alle neuen Produkte pünktlich in den Markt eingeführt werden.“ Mittlerweile bietet Loewe eine Vielzahl von hochwertigen 3D-Geräten mit bester LED-Hintergrundbeleuchtung, die die Reihe beeindruckender Testfolge fortsetzen. Künftig wird das Sortiment noch stärker an den Bedürfnissen und Wünschen der Kunden im europäischen Premiummarkt ausgerichtet. „Wir bauen unser aktuelles Produktportfolio mit einem neuen Audio-Segment strategisch weiter aus. Zum Saisongeschäft 2011 werden die Loewe Lautsprecher und A/V-Zuspielgeräte durch eine breite Palette individualisierbarer,

innovativer Stand-alone Audio-Lösungen ergänzt“, so Seidl weiter. Zudem wird Loewe die technische Komplexität seiner Produkte weiter reduzieren. Dabei setzt der Premiumhersteller künftig auf eine neue, wirtschaftlich und technisch sinnvolle Plattform-Strategie, die zusätzlich dazu beiträgt, die Herstellungskosten zu senken. Seine führende Marktstellung bei der Verbindung von Internet und Fernsehen wird das Unternehmen weiter ausbauen und neue Ansätze zur sinnvollen Vernetzung von Home Entertainment und Informations-Technologie erstmals auf der IFA 2011 zeigen, heißt es in einer Pressemitteilung. www.loewe.de

15 Jahre digitales Fernsehen

Vor 15 Jahren begann in Deutschland das digitale TV-Zeitalter. Am 28. Juli 1996 startete der Pay-TV-Sender DF1 die digitale Ausstrahlung seines Programms. Nach einem Testbetrieb im Großraum München konnte der erste digitale TV-Sender Deutschlands landesweit über Satellit empfangen werden. „Ob bei Senderanzahl, Bild, Ton oder zusätzlichen Services wie dem elektronischen Programmführer: Das digitale Fernsehen ist dem analogen in allen Bereichen überlegen“, sagte Ralph Haupter vom BITKOM-Präsidium. Deutschland habe jedoch bei der Digitalisierung noch immer Nachholbedarf. In Deutschland schaut nach Angaben der AGF/GfK Fernsehforschung erst jeder zweite Haushalt digital. In den Anfangszeiten konnten die damaligen Fernsehgeräte die digitalen Signale nicht umwandeln. Nötig war dazu eine Set-Top-Box. Mittlerweile haben viele Fernsehgeräte einen digitalen Empfänger eingebaut. Set-Top-Boxen bleiben jedoch begehrt. Viele dieser neueren Geräte bieten Zusatzfunktionen wie die Aufnahme des Programms auf eine eingebaute Festplatte oder das Verknüpfen von Sendehalten mit Informationen aus dem Internet. Laut EITO wird 2011 das Marktvolumen bei Set-Top-Boxen rd. 660 Millionen Euro betragen und damit in etwa auf Vorjahresniveau liegen. Digitales Fernsehen kann über unterschiedliche Wege empfangen werden. Neben dem Satellitenanschluss (DVB-S) und dem Empfang per Kabel (DVB-C) gibt es das digitale terrestrische Fernsehen (DVB-T). Da Empfänger in USB-Sticks integriert werden können und man so per Laptop fernsehen kann, wird DVB-T auch als „Überallfernsehen“ bezeichnet. Ab 2003 wurde in Deutschland das analoge terrestrische Fernsehen schrittweise abgeschaltet. Auch der analoge TV-Empfang über Satellit wird nur noch bis Ende April 2012 möglich sein. Digitales Fernsehen kann zudem über schnelle Internet-Leitungen (IPTV) empfangen werden. Viele Internet-Provider bieten zu ihren Breitbandanschlüssen ein TV-Paket an. Fernsehen per Internet kann nicht nur auf dem Computer oder Fernseher betrachtet werden, sondern auch auf Smartphones und Tablet-PCs. www.bitkom.org

Im sechsten Jahr in Folge verzeichnete die expert AG ein Umsatzplus zum Ende des Geschäftsjahres (31.3.2011) und konnte somit das sehr gute Vorjahresniveau nochmals übertreffen. Im Vergleich zum letzten Wirtschaftsjahr steigerte die Fachhandelskooperation für Consumer Electronics, Kommunikations- und Haugerätetechnik ihren Innenumsatz, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert, um 10,5% auf 1,89 Mrd. Euro. Der Außenumsatz der expert Gruppe stieg entsprechend auf 4,0 Mrd. Euro.

„Wir freuen uns, dass wir die hervorragenden Zahlen des letzten Geschäftsjahres, die maßgeblich vom Flat-TV-Boom geprägt wurden, noch einmal übertreffen konnten“, resümierte Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. „Natürlich trugen die Fußball-WM und damit verbunden die gezielten Werbemaßnahmen ihren Teil zu diesem Erfolg bei. Wirklich ausgezahlt haben sich aber vor allem die massiven Investitionen in die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen unserer Mitarbeiter und somit in die Steigerung der Beratungs- und Servicequalität. Das Thema Qualifizierung steht für uns auch zukünftig im Mittelpunkt, um für unsere Kunden glaubwürdig das ‚Fach‘ in ‚Fachmarkt‘ erlebbar zu machen.“ Der Bereich Consumer Electronics, der Braune Ware (inkl. Digital Foto), Kommunikationstechnik und PC-Hardware umfasst, war auch im Geschäftsjahr 2010/2011 mit einem Anteil von 60,8% der mit Abstand wichtigste Umsatzträger. Die expert Gruppe verzeichnete ein Umsatzplus von 9,2% und setzte 1,15 Mrd. Euro (Vj. 1,05 Mrd. Euro) zu Industrieabgabepreisen ohne MwSt. um. Mit einem Umsatzanteil von 24,7% war die Weiße Ware die zweitwichtigste Artikelgruppe und verzeichnete eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 10,1% auf 467,2 Mio. Euro (Vj. 424,2 Mio. Euro). Das vergangene Geschäftsjahr bot in vielerlei Hinsicht Grund zum Feiern für die expert Handels GmbH (EHG). Die Tochtergesellschaft der expert AG feierte 10jähriges Bestehen und konnte mit 110,0 Mio. Euro Umsatz ein deutliches Plus von 17,2% verzeichnen. Auch hinsichtlich der Anzahl der Regiebetriebe ist die EHG auf Expansionskurs. In 2010 eröffnete die 15. Filiale, und auch für dieses Jahr sind zwei neue Standorte geplant. Besondere Bedeutung hat die geplante Eröffnung des 18. Fachmarktes am expert Hauptsitz in Langenhagen.

Neue Unternehmensstruktur

Das Geschäftsjahr 2010/2011 war ein Jahr der Verschlingung für die expert Gruppe. Aus den bisher zwölf expert Firmen wurden acht Gesellschaften mit klarer Zuordnung definiert. Das Ziel war eine neue Struktur mit geringeren Kosten, höherer Flexibilität und einem optimierten Controlling. Im Rahmen der Umstrukturierung sind die expert Verwaltungsgesellschaft mbH (EVG) und die expert Beteiligungsgesellschaft (EBG) entfallen. Die Deutsche expert Zentrale GmbH (DEZ) hat zusätzlich die Aufgaben der bisherigen Warenvertrieb (EWG) und der expert Dienstleistung (EDG) übernommen und wechselte ihren Namen in expert Warenvertrieb GmbH. Damit ist der Vorstand der expert AG zugleich auch Vorstand und Geschäftsführung aller anderen Unternehmen der expert Gruppe. Aber es gab auch Zuwachs: Durch die Übernahme der beiden Octo-

expert AG setzt Vorjahreserfolg fort

media Fachmärkte in Rastatt und Bühl wurde zum 1. April 2011 eine neue expert Firma, die expert Octomedia GmbH (EOG), gegründet und eingegliedert. Sie ist nun eine 100%ige Tochter der expert Wachstums- und Beteiligungs AG (EWB AG). Durch die Verschlingung der expert Gruppe werden die internen Prozesse stark vereinfacht. expert kann daher nun in vielen Bereichen flexibler agieren und gleichzeitig erhebliche Kosten einsparen.

Bei der konkreten Umsetzung der Reorganisation wurden der expert Vorstand und der Aufsichtsrat von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PriceWaterhouseCoopers AG, Hannover, beraten und begleitet.



Positive Stimmung im Rahmen der Bilanz Pressekonferenz der expert AG: Dr. Stefan Müller, Vorstand expert AG, Volker Müller, Vorstandsvorsitzender expert AG, und Gerd-Christian Hesse, Generalbevollmächtigter expert AG.

www.grundig.de

Halten Sie die Luft und den Film an – der Fine Arts mit 3D-USB-Aufnahme.



Echtes 3D-Heimkino-Erlebnis so oft Sie wollen.

Mit der Grundig 3D-Technologie der Fine Arts genießen Sie Fernsehen so real wie nie zuvor und mit der Grundig 3D-USB-Aufnahmefunktion bestimmen Sie, was wann läuft.



AUS GUTEM
GRUNDIG
GRUNDIG

IFA Guide 2011 für Smartphones und Tablets

Die Messe-App von

Den PoS-MAIL IFA Guide gibt es ab Mitte August auch als Applikation für Smartphones und Tablet Computer. Mit innovativen Funktionen ist die in Zusammenarbeit mit High-Tech-Unternehmen und reichweitenstarken Medien entwickelte App eine umfassende Plattform für die Highlights der IFA. Sie macht es nicht nur einfach, jeden gewünschten Aussteller zu finden, sondern informiert Messebesucher und Daheimgebliebene praktisch live über das IFA Geschehen rund um den Funkturm. Die App steht in den einschlägigen App Stores für die Betriebssysteme iOS (Apple iPhone und iPad), Google Android und BlackBerry unter den Schlagwörtern „IFA“ und/oder „PoS-MAIL“ ab Mitte August zum Download bereit.



Mit einem Tipp auf den Geländeplan können die Aussteller jeder Halle leicht gefunden werden.

Dazu tragen zudem ein Gewinnspiel sowie weitere Kooperationen mit starken Partnern bei“, so Blömer weiter.

Zu diesen Partnern gehören die IFA, das Marktforschungsunternehmen DisplaySearch, myTaxi, Preview Event, Prinz, TV Spielfilm sowie elf große IFA-Aussteller. Sie machen es möglich, den App-Anwendern vielfältige Informationen über die Messe anzubieten. Dabei reicht das Portfolio über die IFA hinaus: Wer sich beispielsweise am Abend in Berlin noch ins Nachtleben stürzen möchte, informiert sich direkt mit Hilfe des integrierten Prinz Top Guide Berlin. Zudem muss niemand mehr vergeblich auf sein Taxi warten: Die eingebundene Technologie von myTaxi bringt den IFA Besucher sicher auf die Messe und abends zurück ins Hotel.

Der C.A.T.-Verlag bietet seinen browserbasierten PoS-MAIL IFA Guide 2011 als Applikation für die wichtigsten mobilen Betriebs-



Der umfassende Terminkalender informiert über die IFA Events; über den Newsstream erhalten die App Nutzer fortlaufend neue Informationen über das Messegeschehen und die wichtigsten IFA-Neuheiten.



Gewinnspiel gibt es attraktive Preise zu gewinnen.

Starke Partner

„Bei der Planung unserer Applikation war uns am wichtigsten, dem Nutzer einen klaren Mehrwert zu schaffen“, so Thomas Blömer, Geschäftsführer des C.A.T.-Verlages und Chefredakteur von PoS-MAIL. „Der integrierte Geländeplan, ein laufend aktualisierter News-Stream in Text und Video oder die komplette IFA Terminübersicht sind einige Beispiele. All das wird neben unserer Kernzielgruppe aus dem High-Tech-Fachhandel auch interessierte Endverbraucher ansprechen.“

Mit brandaktuellen Informationen ermöglicht es der PoS-MAIL IFA Guide dem High-Tech-Fachhandel und technikinteressierten Konsumenten, sich brandaktuell über Trends und News aus Berlin, Aussteller und Events sowie Produkte und das Rahmenprogramm der IFA zu informieren. Dabei werden neben aussagekräftigen Texten und Bildern auch Video-Clips eingesetzt. Zusätzliche Informationen bieten der integrierte Prinz Top Guide Berlin, der IFA Event Kalender von TV Spielfilm und der Taxi-Radar von myTaxi. Bei einem umfangreichen



systeme an – Apple iOS, Android und BlackBerry. Die Inhalte der Applikation gliedern sich übersichtlich in einen Geländeplan, die Ausstellerübersicht, die IFA Ter-

PoS-MAIL

mine, eine dynamische News-Rubrik, aktuelle Informationen über das Angebot wichtiger Aussteller sowie einen Part mit Hintergrundinformationen, Gewinnspiel und den Partneranbindungen.

Praktisch online – was der PoS-MAIL IFA App Guide kann

Der PoS-MAIL IFA Guide als App bietet den Nutzern ein bisher noch nicht dagewesenes Informationspaket rund um die weltweit führende Consumer Electronics Messe. Eine Menüleiste navigiert den User zu den wichtigsten Inhalten der Applikation – dazu gehören die Ausstellerübersicht in alphabetischer Reihenfolge, ein interaktiver Geländeplan, die dynamische News-Rubrik, ein umfangreicher Terminkalender sowie die Navigation zum übrigen Content.

Die Aussteller der IFA 2011

Die Ausstellerübersicht gliedert sich in zwei Teile – zum einen in eine komplette Auflistung sämtlicher IFA Aussteller nach alphabetischer Reihenfolge. Zwölf Partnerunternehmen von PoS-MAIL erhalten zudem jeweils eigene Unterseiten, auf denen in Video, Bild und Text auf verschiedene Produkt-Highlights und Trends eingegangen wird. Zudem sind an dieser Stelle sinnvolle Verlinkungen auf die Websites der Unternehmen sowie bestehende Social Media Auftritte eingebunden. Die Unternehmen sind darüber hinaus über den integrierten Geländeplan zu finden – ein Tool, das in keiner Messe-App fehlen darf. Beim Klick auf die einzelnen Hallen bekommt der Anwender eine Übersicht, welches Unternehmen darin ausstellt – inklusive Nennung der Standnummer. Die PoS-MAIL Partnerunternehmen werden hier hervorgehoben, und es wird auf die entsprechenden Sub-Seiten verlinkt.

Aktuelle IFA News live auf dem Smartphone/Tab

Über die News-Rubrik des PoS-MAIL IFA App Guides erhalten die Nutzer regelmäßig die aktuellsten Informationen von der IFA – und dies bereits im Vorfeld der Messe. Dazu gehören zum einen die von der PoS-MAIL Website bekannten und redaktionell aufbereiteten Presseinformationen, die rund um die IFA in der Redaktion eintreffen. Neben Bild und Text ist zudem eine Video-Rubrik integriert. Hier sind kurze Filme abzurufen, die im Vorfeld der Messe und direkt auf der IFA vom Filmteam von PoS-MAIL TV gedreht, professionell bearbeitet und während der IFA in die App gestreamt werden.

Der PoS-MAIL IFA Termin-Guide

Die IFA wird begleitet von mehreren hundert Veranstaltungen – dazu gehören Keynotes, diverse Presseveranstaltungen oder Business-Konferenzen, aber auch Partys, Konzerte und andere Show-Acts. Sämtliche IFA Termine sind im PoS-MAIL IFA App Guide in der übersichtlichen Termin-Rubrik nach Datum und Uhrzeit gelistet und mit den wichtigsten Informationen versehen. Bei Apple und Android ist eine Vormerk-Funktion hinterlegt: Nach Anklicken eines Termins wird dieser in eine individuelle Auflistung der wichtigsten IFA Termine gespeichert. Bei Blackberry als wichtigstem



Anbieter von Business Smartphones werden die angeklickten Termine sogar direkt in den persönlichen Terminkalender des Smartphones verschoben.

Nützliches „On Top“

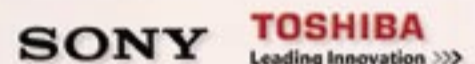
Weitere Informationen und spannende Unterhaltung sind unter dem Menu-Punkt „Mehr“ zu finden. Hier sind zum einen das Impressum sowie eine Sub-Seite mit Hintergrundinformationen zur IFA und dem IFA Veranstalter GfU gelistet. Darüber hinaus ist an dieser Stelle ein großes Gewinnspiel für Endkonsumenten integriert, an dem selbstverständlich auch der interessierte Fachgast teilnehmen kann. Neue Produkte diverser IFA Aussteller – vom Flat-Screen bis hin zum Navigationsgerät – im Wert von mehreren tausend Euro konnte PoS-MAIL für seinen IFA App Guide zusammentragen.

Jeder kennt das Phänomen, dass am Abend eines anstrengenden Messetages nie ein Taxi bereitsteht. Über die Telefonzentralen

Berliner Taxianbieter ist ab 18.00 Uhr schon gar keiner zu erreichen. Aus diesem Grunde hat PoS-MAIL den Dienst von MyTaxi in seine App integriert. Mit wenigen Klicks kann man sich so ein Taxi an den eigenen Standort bestellen. Und wer auf dem Weg ins Hotel noch einen Abstecher zum

regelmäßigen Aufrufen der Applikation einlädt. Auch über den persönlichen Messebesuch hinaus sollte die Anwendung daher genutzt werden. Denn auch an den Tagen, an denen Sie bereits wieder in Ihren Verkaufsräumen stehen, können Sie sich live über weitere Highlights der IFA informieren.

Die Sponsoren und Partner des PoS-MAIL IFA Guides:



Unter dem Menüpunkt „Mehr“ finden die Anwender tatsächlich mehr: nämlich Informationen über die Messe Berlin, ein attraktives Gewinnspiel, die Taxi-Ruf-Funktion myTaxi und den Berlin Führer von Prinz.

Abendessen machen möchte, der findet über den Prinz Top Guide Berlin noch schnell die passende Lokalität. Auch diese beliebte Lifestyle Applikation ist Bestandteil des PoS-MAIL IFA App Guides 2011.

Das umfangreiche Informationspaket, das der PoS-MAIL IFA Guide in diesem Jahr bietet, liefert einen Mehrwert, der zu einem

Der PoS-MAIL IFA Guide 2011 geht Mitte August 2011 online und informiert dann täglich bis zur Auslobung der Gewinner nach der Messe. Im Anschluss an die IFA geht der Guide in eine PoS-MAIL Applikation über, mit der sich die Nutzer auch nach der IFA über aktuelle Themen und Trends aus der High-Tech-Branche informieren können.

Die Gewinner des Preview-Awards Medienpreises



Die ersten IFA Hits



Auf den IFA Preview Presse-Events in München und Hamburg stellten wichtige IFA Aussteller bereits ihre ersten Neuheiten vor. Die zahlreichen anwesenden Journalisten von Fach- und Publikumsmedien nahmen nicht nur viele Informationen mit, sondern fungierten auch als Jury für den Preview-Award Medienpreis. Dabei wurden wichtige IFA Neuheiten aus den Bereichen Consumer Electronics und Elektrohausgeräte in den Kategorien „Innovation“ und „Design“ ausgezeichnet. PoS-MAIL stellt alle Gewinner vor.



Das Toshiba Notebook Qosmio F750 errang im Segment Consumer Electronics „Innovation“ den ersten Platz. Es ermöglicht die simultane Wiedergabe hochauflösender Bilder in 2D und 3D ohne Brille.

zeitig zu verfolgen oder aber das Fernsehbild „mitzunehmen“, wenn man den Raum verlässt. Mit dem dritten Platz im Bereich Consumer Electronics „Innovation“ würdigten die Journalisten die Qualitätsverbesserung, die Philips mit seinem Moth Eye-Filter bei Fernsehbildern erzielt. Der Filter, der nach Herstellerangaben den Kontrast des Bildes um den Faktor 10 erhöht, ist in den TV-Modellen der 9700er-Reihe bereits eingebaut.

Im Bereich Elektrohausgeräte siegte der neue kabellose Handstaubsauger „Digital Slim DC35 Multi Floor“ von Dyson. Er verfügt im Vergleich zu anderen Geräten über eine doppelt so hohe Saugkraft und erzielt mit antistatischen Bürsten aus Carbonfasern eine besonders gute Reinigungswirkung auf Hartböden.

Der zweite Platz ging an den neuen Caffeo Gourmet Kaffee-Vollautomaten von Melitta, der Schaum nach Maß liefert. Den dritten IFA Preview-Award im Bereich Elektrohausgeräte „Innovation“ erhielt Haier für die Kühl-Gefrierkombination „MyZone“. Sie verfügt über ein flexibles Fach, das je nach Bedarf entweder als Kühlschrank oder als Gefrierfach genutzt werden kann. Dabei kann die Temperatur im Bereich zwischen +5°C und -18°C frei gewählt werden.

Die Preview-Awards „Design“

Bei den Preview-Awards „Design“ hatte im Bereich Consumer Electronics der deutsche Hersteller Loewe die Nase vorn. Die Journalisten honorierten den neuen Wall Stand Flex, auf dem TV-Geräte in

jeder Höhe frei montiert und im Bereich von 0 bis 4 Grad gekippt werden können.

Auf dem zweiten Platz landete die Fidelio SoundSphere-Docking-Station von Philips. Sie besteht aus zwei Lautsprechern, die aus echtem Holz mit schwarzer Lackierung gefertigt sind und einen Hochtöner enthalten. Mit der Apple AirPlay-Technologie kön-



Loewe Presse-Chef Dr. Roland Raithel nahm die Preview-Award Auszeichnung für das beste Design im Segment Consumer Electronics entgegen. (Foto: Preview-Event)

nung und das innovative Bedienkonzept.

Bei den Elektrohausgeräten errang Dyson auch im Segment „Design“ den ersten Platz, und zwar wiederum mit dem kabellosen Staubsauger Digital Slim DC35 Multi-Floor. Dabei gefiel den Journalisten besonders das transparente Design, denn Motor und Staubfangbehälter sind in einem durchsichtigen Gehäuse in Griffnähe platziert.

Auch auf dem zweiten Rang ging es um die Sauberkeit: Der Home-

nen iPhone, iPod oder iPad auch kabellos verbunden werden.

Den dritten Platz im Segment Consumer Electronics „Design“ belegte Sony mit der ultrakompakten Systemkamera NEX-C3. Sie beeindruckte durch ihre reichhaltige Ausstat-



Ausgezeichnetes Design: Die Fidelio SoundSphere-Docking-Station für iPhone, iPad oder iPod



Samsung Pressesprecherin Katja Meinke freute sich über den Preview-Award für die „Smart View“ App. (Foto: Preview-Event)

Die Preview-Awards „Innovation“

Im Bereich Consumer Electronics landete das neue Toshiba Notebook Qosmio F750 unangefochten auf dem ersten Platz. Es ermöglicht es nicht nur, hochauflösende Bilder und Filme ganz ohne Brille in 3D zu sehen, der Anwender kann sogar gleichzeitig im 2D-Modus arbeiten und im Internet surfen.

Den zweiten Platz belegte die App „Smart View“ von Samsung. Mit dieser Android-Anwendung können sich Nutzer die Fernsehbilder ihres Samsung Smart TVs oder Inhalte von Blu-ray-Playern direkt auf ihr Galaxy Smartphone oder ihren Tablet Computer zuspielden lassen. Das ermöglicht es zum Beispiel, zwei Programme gleich-



Bot 2.0 Saugroboter von LG fällt durch sein rot-schwarzes rundes Gehäuse auf und findet mit zwei Kameras, fünf Ultraschall- und zwei Infrarotsensoren seinen Weg in jeden Winkel der Wohnung. Mit dem dritten Platz beim Preview-Award „Design“ im Bereich Elektrohausgeräte zeichneten die Medienvertreter die neue Waschmaschine und den Trockner der Home-Professional-Serie von Bosch aus. Diese Geräte mit der Energieeffizienz-Klasse A+++ bieten ein intuitives Bedienkonzept und eine neue Türtechnik für besonders leichtes Öffnen und Schließen.

Auf den kompakten Messe-Events IFA Preview in Hamburg und München informierten sich zahlreiche Journalisten von Fach- und Publikumsmedien über die aktuellen Trends auf der IFA. (Photo: Preview)

IFA Geländeplan

Highlights

Ausstellungsbereiche

Key-Aussteller



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller



Liebe Leserinnen und Leser!

Die CE-Industrie boomt: Globalisierung, Digitalisierung, Mobilität und die zunehmende Verschmelzung von Unterhaltungselektronik mit IT- und TK-Applikationen schaffen neue Produkte und neue Märkte. Mit hoher Geschwindigkeit bringen die Unternehmen der Consumer Electronics- und Hausgeräte-Branche ihre Neuerungen in den Markt.

Der Anmeldestand zur IFA 2011 ist erneut beeindruckend. Die IFA bleibt als weltweite Nummer 1 auf Wachstumskurs. So erwarten die Veranstalter gfu und Messe Berlin auch für 2011 Zuwächse in allen Bereichen. Der Erfolg der IFA begründet sich auf einer effizienten Zusammenführung von globaler Industrie, Handel und Medien. Der Handel nimmt deshalb einen zentralen Stellenwert ein. Aus diesem Grund werden wir weiterhin an einer noch stärkeren Integration und Interaktion mit unseren bisherigen strategischen Partnern arbeiten.

Mit dem Start der Sonderpräsentation „IFA iZone“ & „IFA eLibrary“ in 2010 hat die IFA erneut ihre Pionierrolle in der weltweiten Messelandschaft unter Beweis gestellt. Entsprechend der schnell wachsenden Marktbedeutung der Produktwelten von iPad, iPhone & Co. und der zahlreichen Applikationen für diese Gerätearten wird die IFA iZone zum Anziehungspunkt für Publikum und Fachbesucher. Wir erfahren in diesem Jahr eine ausnehmend starke Nachfrage für diese Sonderbereiche.

Kurzum: IFA ist Zukunft zum Anfassen! Innovationen, Marken, Medien, Entertainment und Shows machen sie zum Event-Highlight des Jahres! Das gibt es nur in Berlin!

Ich freue mich, Sie auf der IFA begrüßen zu dürfen.

Ihr

Dr. Christian Göke
Geschäftsführer, COO der Messe Berlin GmbH



Herzlich willkommen zur IFA 2011!

Aufbauend auf dem Erfolg der 50. IFA in 2010 ist die Leitmesse für Consumer Electronics und Home Appliances weiter auf Wachstumskurs. Wir verzeichnen in allen Bereichen Zuwächse bei den Ausstellern und sind überbucht. Das einzige Limit für die IFA 2011 ist die Kapazität des Messegeländes in Berlin. Gute Vorzeichen also für eine erfolgreiche Veranstaltung.

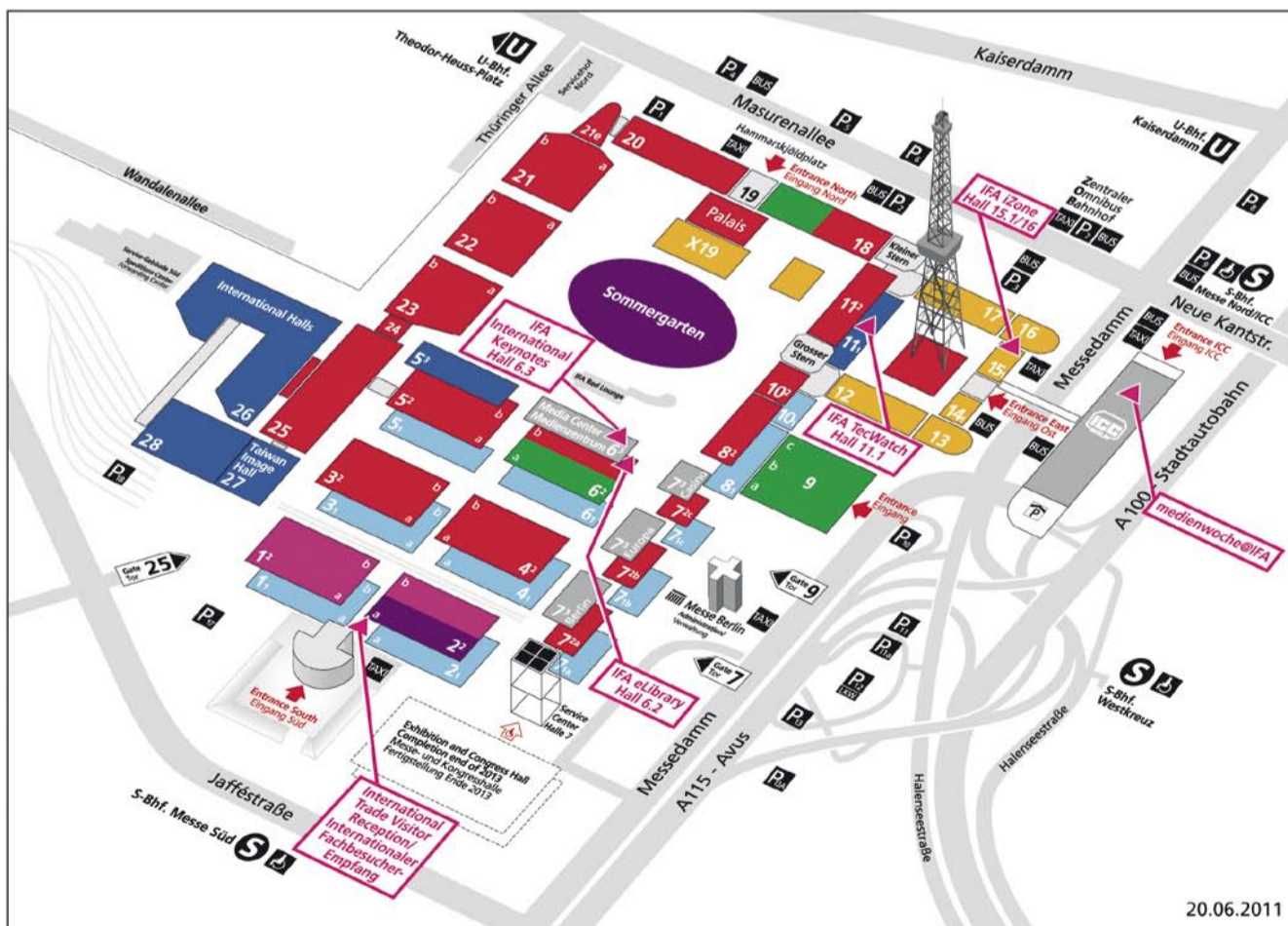
An keiner Messe der Branche weltweit nehmen so viele internationale Fachbesucher und Medienvertreter teil wie bei der IFA in Berlin. Mit zuletzt 29.000 internationalen und insgesamt 125.000 Fachbesuchern sowie 1.877 internationalen und insgesamt 6.084 Medienvertretern hat sich die IFA zielstrebig zur Nummer 1 entwickelt.

Doch nicht nur für diese Zielgruppen ist die IFA die ideale Plattform: Die ausstellende Industrie und die privaten Messebesucher kommen ebenfalls voll auf ihre Kosten. Die Konzeption der IFA wurde und wird zielstrebig an die Markterfordernisse und -Trends angepasst und weiterentwickelt. Damit stellen wir sicher, dass die IFA ihrer Rolle als weltweit größte und wichtigste Order- und Publikumsmesse gerecht wird.

Die Verschmelzung von Fernsehen und Internet, Medien und Geräte in 3D und HD, der Megaboom der Tablet-PCs, Apps und Smartphones sowie die Vernetzung für zu Hause und unterwegs mit permanentem Zugriff auf die Lieblingsmedien sind die Trendsetter der Consumer Electronics in 2011.

Die Hausgeräte-Branche ist inzwischen fester Bestandteil der IFA. Mit ihren innovativen Produkten bietet sie Komfort, Lifestyle, Wellness und Gesundheit für zu Hause. Intelligente Technologien, auch mit Anbindung an das Internet und für Smart Grid-Lösungen, sowie exzellenter Bedienkomfort, herausragendes Design und höchst effizienter Umgang mit Energie und Wasser kennzeichnen die neuen Produkt-Generationen. Seien Sie mit uns gespannt, welche Premieren die IFA 2011 bietet.

Dr. Rainer Hecker,
Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu)



- IFA Home Entertainment**
TVs · Blu-ray · Home Cinema · Home Servers & Recorders
- IFA Audio Entertainment**
HiFi · Loudspeakers · Special: High Performance Audio
- IFA Home Appliances**
Large Household Appliances · Small Electric Domestic Appliances · Built-In Kitchen Units · Electric Domestic Heating Systems
- IFA My Media**
Imaging · Photo · Video · MP3 · Computing · Games · Memory Solutions · Specials: IFA iZone · IFA eLibrary
- IFA Public Media**
TV-Stations · Radio · Public Music & Video Areas · Professional Media
- IFA Communication**
Telecommunication · Cable · Mobiles · Navigation · IP · Net Solutions · Aerials
- IFA Technology & Components**
Suppliers · Semiconductors · International Halls · Special: IFA TecWatch

IFA Retail Partners

Hall 3.1 	Hall 2.2
Hall 23 	Hall 1.2
	Hall 3.2



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Halle 18 • Stand 102

IFA HIGHLIGHTS



AQUOS LCD-TVs

Quattron – Energieeffizienz & Bildqualität

Das neue EU Energielabel TV gibt Aufschluss über die Energieeffizienz moderner Flat-TVs. AQUOS LCD-TVs von Sharp gehören zu den energieeffizientesten Geräten am Markt. Zudem beeindruckt ihre herausragende Bildqualität.

Quattron

Ausgezeichnet für die Umwelt

Über 20 AQUOS LCD-TVs von Sharp erfüllen bereits die Anforderungen der EU Energieeffizienzklasse A+ oder A ausgezeichnet. Basis dieses Erfolgs ist Quattron, die TV-Innovation 2010/11.



Allround-Talent Steamwave

Der neue Star unter den Sterneköchen. Der 3-in-1 Dampfgarer bildet einen intelligenten Dreiklang aus Dampfgar-, Grill- und Mikrowellengerät. Das hochwertige Allround-Talent bringt so Komfort, Geschmack und Gesundheit in die moderne Küche.



2D und 3D

Aquos LE830E

Die Geräte der neuen Sharp AQUOS LE830E-Serie überzeugen dank der verbesserten Quattron-Technologie nicht nur mit gestochen scharfen Bildern und natürlichen Farben in 2D und 3D – sie bieten auch die Möglichkeit, damit zu skypen und im Internet zu surfen.



Energieeffizienzklasse A+

Aquos LE630E

Die Sharp AQUOS LE630/LE632-Serie bietet umfangreiche Funktionen in elegantem Design und sorgt für ein gelungenes Multimedia-Erlebnis. Die Geräte erfüllen aufgrund des äußerst geringen Stromverbrauches die Anforderungen der Energieeffizienzklasse A+.

SHARP



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

POS-MAIL IFA GUIDE 2011

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Acer Iconia Tab A100

Ein weiteres Highlight aus der Acer-Tablet-Familie:

Das Acer Iconia Tab A100 im handlichen 17,8 cm (7 Zoll)-Format ermöglicht die Nutzung aller Facetten modernster Kommunikation und Unterhaltung immer und überall. Erleichtert wird das Sharing von Dateien mit der Acer Clear.fi Software.

Blitzschnelle Navigation ermöglicht der in die vier Hauptbereiche Spiele, eReading, Multimedia und Social Networking unterteilte Homescreen. Das Touchscreen-Display des Acer Iconia Tab A100 beeindruckt mit unglaublicher Detailschärfe und ermöglicht so die Wiedergabe von Fotos, Videos und Spielen in höchster Qualität.



Besuchen Sie Acer auf der IFA 2011 • Halle 12, Stand 101

acer

BECKER

BECKER READY 50

Großartige Navigation in jeder Hinsicht:

Das BECKER READY 50 punktet mit umfangreichen Funktionen und einem extra großen Display. Die 12,7-cm-Bilddiagonale und die neue Highlight-Funktion **Becker SituationScan** lassen in Sachen Übersichtlichkeit und Komfort keine Wünsche offen.

www.mybecker.com



Falk NEO 450

Mit frischem Design, neuem MultiFlow Menü und hochwertiger Hardware in schwarzer Hochglanzoptik

mit Aluminium-Look überrascht der Falk NEO 450. Basics wie 4 GB Speicherplatz, Kartenmaterial für 44 europäische Länder und ein 4,3" großes Display sind natürlich Standard.

www.falk-navigation.de

Stand-Nr. 9/200

UNITED NAVIGATION

United Navigation GmbH

Marco-Polo-Str. 1

D - 73760 Ostfildern

www.united-navigation.com

Canon EOS 600D

Das Abenteuer beginnt.

Beeindruckende 18 Megapixel, dreh- und schwenkbares Display, hoher Bedienkomfort, geeignet für alle EF-/EF-S-Objektive und jede Menge EOS-Zubehör:

Die EOS 600D lässt praktisch keine Wünsche offen.

Stand-Nr. FG-SOM/100



Canon

IFA HIGHLIGHTS



Der „A.R.T. Wedge“ dämpft die Schwingungen des Leistungswandlers, der Leistungstransistoren, der Kühlkörper und hoher Schallpegel in der Nähe des Geräts.

AVENTAGE

Yamaha's Premium 'A-Serie' zum 25-jährigen Jubiläum von Cinema DSP



Abgebildetes Modell: RX-A810.

Ebenfalls erhältlich: RX-A1010, RX-A2010 & RX-A3010



ROCK SOLID PERFORMANCE

Je weiter man sich im Audiobereich der Grenze des technisch Machbaren nähert, desto spannender wird es für die Wissenschaftler. Denn plötzlich werden Artefakte hörbar, die selbst anspruchsvollen Hörern auf anderen Modellen bisher entgangen waren.

Wir bei Yamaha stießen jedenfalls auf solch ein Problem und haben flugs ein System entwickelt, das die Beeinträchtigung der Audioleistung durch physische Erschütterungen ausschaltet: Ein Dämpfungssystem namens „A.R.T. Wedge“. Das ist aber nur eine Errungenschaft unserer neuen AV-Receiver der AVENTAGE-Serie.

Führt dies zur besten Hörerfahrung aller Zeiten? Erleben Sie die Antwort auf der IFA und besuchen Sie uns in Halle 1.2, Stand 148!

www.yamaha.de



Powered by music



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Halle 20*

IFA HIGHLIGHTS



LED TV D8090

Rahmenlos fernsehen

Der LED TV D8090 der neuen Geräte-Kategorie Samsung Smart TV zeichnet sich durch besten Bedienkomfort aus. 2D- und 3D-Filme wirken im Zusammenspiel aus verbesserten Bildtechnologien und fünf Millimeter dünnen Rahmen realistischer als je zuvor.

Samsung Smart TVs Intelligenteres Fernsehen

Auf Samsung Smart TVs ist neben dem klassischen Fernsehen das Surfen im Netz möglich. Mit der Social Funktion verfolgen Anwender eine TV-Sendung und kommunizieren parallel mit Freunden auf Facebook, Twitter und Co.



HT-D7200

Passender Heimkino-Sound

Samsung geht beim Design seiner 3D-Heimkinoanlage HT-D7200 neue Wege. Mit dem Farbenspiel aus Brillant-Weiß und gebürstetem Silber fügt sie sich nahtlos in modernes Wohnambiente ein. 3D-Bilder, kabellose Heimvernetzung und Inhalte aus dem Internet bieten echte Heimkino-Unterhaltung.

Galaxy Tab 10.1. Galaktisch gut

Mit schlanken 8,6 mm und einem Gewicht von 569 g begeistert das Samsung Galaxy Tab 10.1. Über die intuitive Bedienoberfläche bietet der Social Hub Zugriff auf E-Mails, News aus sozialen Netzwerken und Instant Messages.



SH100

Symbiose TV und Digicam

Fotos und Videos auf dem Fernseher betrachten oder in soziale Netzwerke hochladen: Die Samsung SH100 schafft mit ihrer AllShare-Funktion neue Möglichkeiten.

Ausgestattet ist die Kamera mit 14 Megapixeln und einem 5-fach optischen Zoom.



TURN ON TOMORROW

*Samsung Consumer Electronics, Samsung White Goods in Halle 5.1



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

POS-MAIL IFA GUIDE 2011

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Das CEWE FOTOBUCH und mehr

Europas beliebtestes Fotobuch steht im Mittelpunkt der IFA-Präsentation von CEWE COLOR.

Erleben Sie live die einfache Gestaltung mit vielen kreativen Möglichkeiten und überzeugen Sie sich von der großen Auswahl unterschiedlicher Designs und Formate, zum Beispiel beim CEWE FOTOBUCH mit Hochglanzveredelung.



Für die ganz persönliche Wanddekoration in großen Formaten bietet der CEWE DEKO-SHOP hochwertige Poster, gerahmte Leinwanddrucke und edle Gallery Prints. Auch eine gute Idee: Fotokalender mit eigenen Fotos oder individuell gestaltbare CEWE Grußkarten, gedruckt oder auf brillantem Fotopapier.

Stand-Nr. 17/112



dyson



Produktpremiere des Erfinderunternehmens Dyson

Erleben Sie auf der IFA eine Weltneuheit auf dem Dyson Stand.

CEO Martin McCourt präsentiert am 2. September um 12 Uhr bei der offiziellen Dyson Pressekonferenz erstmals die neueste Technologie des britischen Erfinderunternehmens.

Unsere Ingenieure haben sich wieder mächtig ins Zeug gelegt – das Ergebnis ist ein Produkt mit überlegener Funktionalität.

Wir freuen uns, Sie auf unserem Stand begrüßen zu dürfen.

Stand-Nr. 4.1/204

Liebe Fachhändler, liebe Kollegen!

Die Internationale Funkausstellung ist ein Pflichttermin für die Branche.

Hier erhalten Fachhandel und Endverbraucher einen optimalen Marktüberblick mit Premieren und Innovationen aus aller Welt – ob Verschmelzung von Fernsehen und Internet, Medien in HD und 3D, Tablet-PCs, Apps und Smartphones oder die neuesten energieeffizienten Produkte der Weißen Ware.

Die Berliner Leitmesse stellt einmal mehr die Weichen für ein erfolgreiches Saisongeschäft: Diese Chance sollten wir nutzen. Besuchen Sie uns am EURONICS Stand in Halle 23A!



Dirk Wittmer, Inhaber EURONICS Johann + Wittmer in Ratingen, Vorsitzender des Aufsichtsrats der EURONICS Deutschland e.G.



IFA HIGHLIGHTS

LED-TV 32 H900M

Perfekte Schärfe, diskrete Eleganz.

- LED Backlight Fernseher
- Hohe Auflösung für ein vollkommenes Fernseh-Erlebnis
- Edles Hochglanz-Design
- Digitale Emotionen



Stand-Nr. 3.2/132



digital cameras



GE E1450W Ultraflach und leistungsstark

Verpackt in einem ultra-schlanken Aluminium-Design und perfekt in der Hand liegend, mit intelligenten, intuitiven Funktionen kombiniert, beeindruckt die GE E1450W mit 14 MP, 5fach optischem Weitwinkel-Zoom mit 28 mm, 6,8 cm-LCD-Bildschirm, HD-Video, Auto Panorama, 20 Motivprogrammen und weiteren GE-typischen Features für erhöhten Bedienungskomfort.

GE J1470S Robust, kompakt, elegant

Der Komfort eines integrierten, ausklappbaren USB-Anschlusses der GE J1470S macht die Bildübertragung und Akkuladung einfacher als je zuvor. 14 MP, 7fach optischer Zoom, 7,6 cm LCD-Farbdisplay, HD-Video, Auto Panorama, 20 Motivprogramme und weitere GE-typische Features runden das Profil dieser formschönen und handlichen Kamera ab.

Besuchen Sie uns auf der IFA in Halle X19, Stand 219



www.general-imaging.de

Kabellose Netzwerke dank WLAN-Adapter 3in1

WLAN für alle(s)

Auch heute noch gibt es in Hotelzimmern oft nur Internet per LAN. Das ist meist unpraktisch und unbequem, für viele Smartphones, iPads und Co. sogar unmöglich. Mit dem 3in1-Adapter von Hama lässt sich schnell ein stabiles Netzwerk aufbauen, auf das jedes WLAN-Gerät zugreifen kann. Außerdem kann jedes Endgerät mit Netzwerkbuchse WLAN-fähig gemacht werden. Der Adapter verfügt zusätzlich über eine USB-Buchse für den Anschluss eines UMTS-Sticks.



Stand-Nr. 10.2/101



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Halle 4.2

IFA HIGHLIGHTS



BRAVIA HX925-Serie

Heimkino-Faszination pur – der Luxus LCD-Fernseher von Sony

- 3D Heimkino & Internet: Die HX925-Serie verfügt über alle modernen Extras.
- Intelligente Bildverbesserung: Egal ob Web-Clip oder TV-Übertragung: Der neue Bildprozessor verbessert jede Szene.

Qriocity

- „Qriocity“ Video on Demand: Alle aktuellen Heimkino-Produkte von Sony können Kino-Filme online ins Wohnzimmer übertragen.
- „Qriocity“ Music Unlimited: Via Internet besteht Zugriff auf über sieben Millionen Songs.



VAIO Z-Serie

- Ultradünn & ultraleicht: Die VAIO Z-Serie mit Karbon-Chassis wiegt kaum mehr als ein Kilo.
- Leistungsstark & ausdauernd: Der Intel® Core i5 & i7 Prozessor arbeitet bis zu 14 Stunden.
- Power Media Dock: Mehr Power und zusätzliche Anschlüsse (USB, VGA, HDMI)

Alpha NEX-C3

NEX(t) Generation: ultra-kompakte Systemkamera mit Wechseloptik

- Klein wie eine Kompakte und stark wie eine Spiegelreflexkamera
- Ein 16,2 Megapixel Exmor APS-C HD Sensor garantiert detailreiche Fotos und HD Videos.
- Automatik-Funktionen und Extras wie der Schwenkpanorama-Modus



Handycam HDR-TD10

3D Camcorder der Extra-Klasse

- Full HD mit zwei Objektiven, zwei Exmor R CMOS Sensoren und zwei Bildprozessoren
- Optischer Bildstabilisator mit Aktiv-Modus
- 29,8 mm Weitwinkel und zehnfach optischer Zoom (3D)

SONY
make.believe



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

POS-MAIL IFA GUIDE 2011

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Individualisierung

Loewe bietet über eine Million Möglichkeiten, sich sein persönliches Home Entertainment System zusammenzustellen.

Ob Farben, Materialien, Oberflächen oder Aufstell-Lösungen – der Individualisierung sind kaum Grenzen gesetzt.



Stand-Nr. 6.2/201

LOEWE.

Willkommen bei Metz!

Auch auf der IFA 2011 setzt Metz auf ausgereifte Technik „Made in Germany“.

So bieten unsere Innovationen Ihren Kunden die Sicherheit und Zuverlässigkeit, die sie mit Recht von Metz erwarten:

Das flimmerfreie 3D-Erlebnis mit den neuen Primus und Sirius Modellen, HbbTV und Mediaplayer mit dem Metz Media System und ein Höchstmaß an Individualität mit den neuen Manufakturgeräten der Chorus S Linie.

Es lohnt sich, den Metz-Stand auf der IFA zu besuchen.

Wir freuen uns auf Sie.

Ihr Dr. Norbert Kotzbauer



Stand-Nr. 21b/102



VIERA VT30 Serie

Die VIERA NeoPlasma Serie VT30 ist die technologische Speerspitze der verfügbaren TV-Technologien aus dem Hause Panasonic.

Zu der Fülle an einzigartigen Eigenschaften gehört neben dem besten 2D- und 3D-Bild auch eine außergewöhnlich gute Klangqualität.



Stand-Nr. 5.2

Panasonic
ideas for life

IFA HIGHLIGHTS

Philips DesignLine TV & Sound

Wie ein Möbelstück und in wunderschönem Design fügen sich die LED-TVs der Philips DesignLine Edge in die Wohnumgebung ein.

Pixel Precise HD und der LED-Fernseher mit Ambilight liefern dabei ein atemberaubendes Fernseherlebnis.

Für den brillanten Sound sorgen die dazu passenden Soundsysteme, wie beispielsweise die Modelle der 9000er-Serie mit Hochtönern aus Titan.

Sie präsentieren sich ebenfalls in einem klaren und hochwertigen Design.



Stand-Nr. 22/101

PHILIPS

High-End-TVs WL863G und YL875G

Die TV-Serien von Toshiba zeichnen sich durch die CEVO ENGINE aus.

Diese besonders leistungsstarke Plattform ermöglicht eine außergewöhnliche Bildqualität und brillante 3D-Darstellung.



TOSHIBA

Leading Innovation >>>

Stand-Nr. 21/101

VANGUARD überzeugt seit 25 Jahren mit innovativen Phototaschen und Stativen.

Besuchen Sie uns auf der IFA – und erleben Sie die neuesten Highlights.

Überzeugen Sie sich von den durchdachten und funktionalen Designs und der hervorragenden Verarbeitungsqualität. Die neuen Auctus Plus Stativ sind außergewöhnlich solide und sicher und verfügen über eine hochinnovative Höhenverstellung und Kamerafixierung.

VANGUARD – der Photoprofi.



Stand-Nr. X19/210



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Halle 11.2

IFA HIGHLIGHTS



Cinema 3D by LG

Mit dem LG Cinema 3D Line-up wird der Samstagabend zum Filmgenuss. LG überträgt die aus dem Kino bekannte und bewährte Technologie auf den TV, und das in bester Qualität. Die verwendete Polarisierungstechnologie sorgt für flimmerfreie Bilder.

CINEMA 3D Entertainment de luxe mit dem LG LW650S

Rasanter Bildaufbau, klare und satte Farben und gestochen scharfe Kontraste sowie ein flimmerfreies Bild – mit dem LW650S bietet LG einen gekonnten Mix aus innovativer 3D-Technologie, smarten Features und stylishem Design in einem 3D-TV, der TV-Fans nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich ein echtes Komplettpaket liefert. Dank der CINEMA 3D-Technologie – zertifiziert durch Intertek und TÜV – entsteht das dreidimensionale Bild beim LW650S durch eine spezielle Folie auf dem TV-Gerät. Zusammen mit den zwei mitgelieferten CINEMA 3D-Polarisationsbrillen ist ein perfektes Seherlebnis von jedem Blickwinkel aus garantiert.



3D für die Ohren

Die 3D 9.1 Blu-ray Heimkinoanlage von LG verwandelt das Wohnzimmer in einen Kinosaal. In die 4 Standlautsprecher sind nochmals 4 kleinere Lautsprecher integriert, die mit einer Ausgangsleistung von 1.100 Watt ein echtes 3D-Soundgefühl vermitteln.

Magic Motion Control

Mit einem Minimum an Tasten direkt und einfach mit allen kompatiblen Geräten interagieren und per Gestensteuerung Aktionen auf dem Bildschirm ausführen: Mit der Magic Motion Control im futuristisch-schlichten Design hat der Nutzer alles unter Kontrolle.



LG Smart TV

Smarte Apps und Premium Content von maxdome, YouTube, facebook oder Twitter. Ob TV, Blu-ray Player oder Heimkino-System – mit Smart TV werden die Geräte zur multimedialen Schaltzentrale mit Highspeed Internet-Anbindung bei höchstem Bedienkomfort.



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Home Entertainment Halle/Stand-Nr.

TVs

Acer Computer GmbH	12/101
Axdia International GmbH	25/140
Blaupunkt Audio Vision GmbH & Co. KG	3.2/114
Changhong Electric Co., Ltd.	25/141
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Funai Europe GmbH (Germany)	3.2/132
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Haier Deutschland GmbH	3.2/134
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
LG Deutschland GmbH	11.2
Loewe AG	6.2/201
Metz-Werke GmbH & Co KG	21b/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Sony	4.2
Telefunken Holding AG	8.2/102
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
Toshiba Europe GmbH	21/101
Wörlein GmbH	25/157

Projektoren

Acer Computer GmbH	12/101
Aiptek International GmbH	2.2/122
DGH Großhandel	17/113
Epson Deutschland GmbH	21/103
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
LG Deutschland GmbH	11.2
Mitsubishi Electric Europe B.V.	7.2b/101
Optoma Deutschland GmbH	7.2a/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Sony	4.2
Toshiba Europe GmbH	21/101
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148

DVD-/HDD-Blu-ray-Player/-Recorder

Archos Deutschland GmbH	17/125
Audivox German Holdings GmbH	1.2/132
Axdia International GmbH	25/140
Chips & More GmbH	9/103
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Funai Europe GmbH (Germany)	3.2/132

Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
LG Deutschland GmbH	11.2
Loewe AG	6.2/201
Metz-Werke GmbH & Co KG	21b/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Sony	4.2
Toshiba Europe GmbH	21/101
Wörlein GmbH	25/157
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148

Mediacenter

DGH Großhandel	17/113
Loewe AG	6.2/201
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	20
Sonoro Audio GmbH	15.1/160
Sony	4.2

Receiver

Aiptek International GmbH	2.2/122
Archos Deutschland GmbH	17/125
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/113
Funai Europe GmbH (Germany)	3.2/132
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Loewe AG	6.2/201
MacroSystem Digital Video AG	9/328
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Samsung Electronics GmbH	20
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148

Wireless LAN

DGH Großhandel	17/113
Medion AG	8.2/103
Philips GmbH	22
Pure	1.2/121
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	3.2/135
Sonoro Audio GmbH	15.1/160

Games

Artwizz GmbH	15.1/122
DGH Großhandel	17/113
Sony	4.2

Zubehör

Archos Deutschland GmbH	17/125
Chips & More GmbH	9/103
DGH Großhandel	17/113
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Loewe AG	6.2/201
MacroSystem Digital Video AG	9/328
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Pure	1.2/121
Schnepel GmbH & Co. KG	25/164
Sonoro Audio GmbH	15.1/160
Sony	4.2
VideoWeb GmbH	11.1/12
Vivanco Gruppe AG	3.2/138

Audio Entertainment Halle/Stand-Nr.

Audio

AKG	Meseturm
Archos Deutschland GmbH	17/125
Audivox German Holdings GmbH	1.2/132
DGH Großhandel	17/113
ednet gmbh	17/110
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Harman Kardon	Meseturm
Intenso GmbH	17/115
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
LG Deutschland GmbH	11.2
Logitech GmbH	3.2/104
MacroSystem Digital Video AG	9/328
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Medion AG	8.2/103
Onkyo Europe Electronics GmbH	1.2/125
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Pure	1.2/121

RaidSonic Technology GmbH	15.1/131
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Sonoro Audio GmbH	15.1/160
Sony	4.2
Teac Europe GmbH	1.2/129
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Wörlein GmbH	25/157
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148

Lautsprecher

Blaupunkt Audio Vision GmbH & Co. KG	3.2/114
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	1.2/102
CTC Clatronic International GmbH	25/137
Elac Electroacoustic GmbH	1.2/123
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Harman Kardon	Meseturm
in-akustik GmbH & Co. KG	25/176
Infinity	Meseturm
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Loewe AG	6.2/201

Logitech GmbH	3.2/104
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Quadral GmbH & Co. KG	1.2/134
Samsung Electronics GmbH	20
Sony	4.2
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Wörlein GmbH	25/157
Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148

CD/DVD

DGH Großhandel	17/113
Funai Europe GmbH (Germany)	3.2/132
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Harman Kardon	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
LG Deutschland GmbH	11.2
Loewe AG	6.2/201
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144

PURE	1.2/121
Samsung Electronics GmbH	20
Sony	4.2
Teac Europe GmbH	1.2/129
Wörlein GmbH	25/157

Car Entertainment

Archos Deutschland GmbH	17/125
Brother International GmbH	12/106
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Infinity	Meseturm
JBL	Meseturm
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
Pure	1.2/121
Sony	4.2

Zubehör

Aiptek International GmbH	2.2/122
Ansmann AG	17/107
Archos Deutschland GmbH	17/125

Avid Technology GmbH	12/107
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/115
Camelion Batterien GmbH	9/320
DGH Großhandel	17/113
ednet gmbh	17/110
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Heco Audio Produkte GmbH	1.2/132
in-akustik GmbH & Co. KG	25/176
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
Philips GmbH	22
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	1.2/144
PURE	1.2/121
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	3.2/135
Sonoro Audio GmbH	15.1/160
Sony	4.2
Teac Europe GmbH	1.2/129
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Vivanco Gruppe AG	3.2/138
Wentronic GmbH	3.2/131



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Communication

Halle/Stand-Nr.

Mobiltelefone

Audioline GmbH	9/101
Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/113
Doro	9/107
IVS GmbH	9/107
Nokia GmbH	9/212
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Swissvoice	9/107
Tiptel.com GmbH	9/113
Toshiba Europe GmbH	21/101
Vodafone D2 GmbH	18/101

Handy-TV

DGH Großhandel	17/113
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102

VoIP

Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/113
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Netgear Deutschland GmbH	12/102
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Tiptel.com GmbH	9/113

DECT

DeTeWe	9/107
DGH Großhandel	17/113
Doro	9/107
IVS GmbH	9/107
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Swissvoice	9/107
Topcom	9/107

Freisprechanlagen

DGH Großhandel	17/113
Hama GmbH & Co KG	10.2/101

Distributor

DGH Großhandel	17/113
ENO telecom GmbH	9/101-2

Webcams

Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/113
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Philips GmbH	22
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Trust Deutschland GmbH	3.2/121

Navigation

Apollo Bell International Deutschland GmbH	9/201
Deutsche Telekom AG	6.2/101
DGH Großhandel	17/113
Garmin Deutschland GmbH	9/210
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Navigon AG	9/203
TomTom International B.V.	9/209
United Navigation GmbH	9/200

Zubehör

Aiptek International GmbH	2.2/122
Ansmann AG	17/107
AVM GmbH	9/101
Audioline GmbH	9/101
Axdia International GmbH	25/140
Camelion Batterien GmbH	9/320
DeTeWe	9/107
DGH Großhandel	17/113
Doro	9/107
G & BL	3.2/118
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/115
IVS GmbH	9/107
Motorola	9/107
Philips GmbH	22
Pure	1.2/121
Topcom	9/107
Vivanco Gruppe AG	3.2/138

Kooperationen · Institutionen · Verbände

Halle/Stand-Nr.

ElectronicPartner International	2.2/126	EURONICS Deutschland eG	23A	EK/servicegroup eG	3.1/106	expert AG	1.2/109	InfoTip Service GmbH - PluralMedia	11.1/TechWatch
---------------------------------	---------	--------------------------------	------------	--------------------	---------	-----------	---------	------------------------------------	----------------

My Media

Halle/Stand-Nr.

Digitalkameras

Aiptek International GmbH	2.2/122
Axdia International GmbH	25/140
Canon Deutschland GmbH	FG-SOM/100
DGH Großhandel	17/113
Fujifilm	X19/213
General Imaging Deutschland GmbH	X19/219
Nikon GmbH	X19/200
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/123
Samsung Electronics GmbH	20
Sigma (Deutschland) GmbH	FG/F75
Sony	4.2

Camcorder

Aiptek International GmbH	2.2/122
Axdia International GmbH	25/140
Canon Deutschland GmbH	FG-SOM/100
DGH Großhandel	17/113
JVC Deutschland GmbH	5.2/103
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	20
Sony	4.2
Toshiba Europe GmbH	21/101

Speichermedien

DGH Großhandel	17/113
Freecom Technologies GmbH	X19/218

Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/115
LG Deutschland GmbH	11.2
MemoryStar	14.1/216
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Samsung Electronics GmbH	20
SanDisk GmbH	10.2/101
Sony	4.2
Toshiba Europe GmbH	21/101
Verbatim GmbH	X19
Vivanco Gruppe AG	3.2/138

MP3-Player

Archos Deutschland GmbH	17/125
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/113
Grundig Intermedia GmbH	23b/101
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/115
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
LG Deutschland GmbH	11.2
Magnat Audio Produkte GmbH	1.2/132
Medion AG	8.2/103
Philips GmbH	22
RaidSonic Technology GmbH	15.1/131
Samsung Electronics GmbH	20
Sonoro Audio GmbH	15.1/160
Sony	4.2

E-Bilderrahmen

Aiptek International GmbH	2.2/122
Axdia International GmbH	25/140
DGH Großhandel	17/113
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Intenso GmbH	17/115
Jobo International GmbH	X19/210
Meade Instruments Europe GmbH & Co. KG	17/104
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Philips GmbH	22
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	17/123
Samsung Electronics GmbH	20
Toshiba Europe GmbH	21/101
Wörlein GmbH	25/157

Notebooks

Dell GmbH	13/100
DGH Großhandel	17/113
Lenovo (Deutschland) GmbH	17/118
LG Deutschland GmbH	11.2
Medion AG	8.2/103
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Sony	4.2
Toshiba Europe GmbH	21/101

PDA

DGH Großhandel	17/113
Sony	4.2

Monitore

Audivox German Holdings GmbH	1.2/132
DGH Großhandel	17/113
LG Deutschland GmbH	11.2
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	20
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Tridality AG	25/112

Drucker

Canon Deutschland GmbH	FG-SOM/100
DGH Großhandel	17/113
Epson Deutschland GmbH	21/103
Samsung Electronics GmbH	20

Digitale Diktiergeräte

Philips GmbH	22
Sony	4.2

Bilddienstleistung

Cewe Color AG & Co. OHG	17/112
DGH Großhandel	17/113
Fujifilm	X19/213

Zubehör

Aiptek International GmbH	2.2/122
Ansmann AG	17/107
Archos Deutschland GmbH	17/125
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	1.2/115
Camelion Batterien GmbH	9/320
devolo AG	3.2/130
DGH Großhandel	17/113
Dicota GmbH	12/110
Hama GmbH & Co KG	10.2/101
Jobo International GmbH	X19/210
Lenco-STL Deutschland GmbH	25/143
Logitech GmbH	3.2/104
MacroSystem Digital Video AG	9/328
Metz-Werke GmbH & Co KG	21b/102
Nikon GmbH	X19/200
Oehlbach Kabel GmbH	1.2/132
Philips GmbH	22
plawa Feinwerktechnik GmbH & Co. KG	X19/221
Riensch & Held GmbH & Co. KG	7.1b/105
S+M Rehberg GmbH	7.2a/102
Sigma (Deutschland) GmbH	FG/F75
Sony	4.2
Trust Deutschland GmbH	3.2/121
Vanguard Deutschland GmbH	X19/210
Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KG	3.1/104
Vivanco Gruppe AG	3.2/138



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Home Appliances

Halle/Stand-Nr.

Wäschepflegeräte und Geschirrspüler

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
LG Deutschland GmbH	1.1
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	5.1
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
Zanussi	4.1/101

Kühl- und Gefriergeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Dometic Group	5.1/102
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH	4.1/101
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
LG Deutschland GmbH	1.1
Liebherr-Hausgeräte GmbH	2.1/201
Miele & Cie. KG	2.1/101
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Samsung Electronics GmbH	5.1

Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Zanussi	4.1/101

Koch- und Backgeräte

AEG Hausgeräte	4.1/101
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
De'Longhi Deutschland GmbH	6.1/101
DGH Großhandel	17/113
Haier Deutschland GmbH	3.1/103
Kenwood Deutschland	6.1/101
Miele & Cie. KG	2.1/101
Samsung Electronics GmbH	5.1
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
Zanussi	4.1/101

Küchengeräte/Mikrowellen/Kaffeemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Amica International GmbH	7.1b/101
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	8.1/102
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
Crown Technics GmbH	8.1/112
De'Longhi Deutschland GmbH	6.1/101
DGH Großhandel	17/113
Fackelmann GmbH & Co. KG	7.1c/108
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Gastroback GmbH	6.1/107

Gebr. Graef GmbH & Co. KG	4.1/211
Gorenje Vertriebs GmbH	1.1/201
Jupiter Küchenmaschinen GmbH	8.1/113
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	2.1/202
Kenwood Deutschland	6.1/101
Leifheit AG	6.1/105
LG Deutschland GmbH	1.1
Melitta Haushalt-Produkte GmbH & Co. KG	4.1/208
Miele & Cie. KG	2.1/101
Nespresso Deutschland GmbH	1.1/102
Nivona Apparate GmbH	6.1/104
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
ritterwerk GmbH	4.1/206
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
Samsung Electronics GmbH	5.1
Segula GmbH	10.1/108
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/103
Sharp Electronics (Europe) GmbH	18/102
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101

Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
Unold AG	6.1/110
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	5.1/201
WMF Consumer Electronic GmbH	6.1/102
Zanussi	4.1/101

Bodenpflegemaschinen

AEG Hausgeräte	4.1/101
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	2.1/101
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse Manufaktur-Handels GmbH	8.1/102
Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
Crown Technics GmbH	8.1/112
DGH Großhandel	17/113
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Klein Robotics GmbH	5.1/106
LG Deutschland GmbH	1.1
Leifheit AG	6.1/105
Philips GmbH	22
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Royal Appliance International GmbH	5.1/101
Samsung Electronics GmbH	5.1
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/103
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
Stein & Co. GmbH	6.1/109

Bügelgeräte und -systeme

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
Crown Technics GmbH	8.1/112
De'Longhi Deutschland GmbH	6.1/101
DGH Großhandel	17/113
Laurastar Deutschland GmbH	4.1/209
Leifheit AG	6.1/105
Miele & Cie. KG	2.1/101
Philips GmbH	22
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/103
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101

Geräte für Wellness und Personal Care

Bosch Hausgeräte GmbH	3.1/101
CTC Clatronic International GmbH	25/137
DGH Großhandel	17/113
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Philips GmbH	22
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	4.1/203
Segula GmbH	10.1/108
SEVERIN Elektrogeräte GmbH	4.1/103
Siemens-Elektrogeräte GmbH	1.1/101
telering Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	5.1/201

Klimageräte/Lüftung

CTC Clatronic International GmbH	25/137
De'Longhi Deutschland GmbH	6.1/101
DGH Großhandel	17/113
Dyson GmbH	4.1/204
Fakir-Hausgeräte GmbH	6.1/103
Segula GmbH	10.1/108
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	4.1/207

Zubehör

DGH Großhandel	17/113
Riensch & Held GmbH & Co. KG	7.1b/105
Stein & Co. GmbH	6.1/109

ENTDECKEN SIE UNSERE NEUHEITEN!



LATTISSIMA+ EXZELLENTER MILCHSCHAUUM



PANGOURMET VIEL MEHR ALS EIN OFEN



VVX 1880 IMMER UNTER DAMPF



BESUCHEN SIE UNS AUF DER IFA IN BERLIN HALLE 6.1, STAND 101



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Die wichtigsten Aussteller von A-Z

A



Acer Computer GmbH 12/101
Kornkamp 4 • 22926 Ahrensburg
Tel: 04102/488-140
Fax: 04102/488-527
presse@acer-euro.com

AEG Hausgeräte 4.1/101

Aiptek International GmbH 2.2/122

Amica International GmbH 7.1b/101

Ansmann AG 17/107
Industriestr. 10
97959 Assamstadt
Tel: 06294/4204-0
Fax: 06294/4204-44
www.ansmann.de

Apollo Bell International
Deutschland GmbH 9/201

Archos
Deutschland GmbH 17/125

Artwizz GmbH 15.1/122

Audioline GmbH 9/101

Audiovox
German Holdings GmbH 1.2/132

Avid Technology GmbH 12/107

AVM GmbH 9/100

Axdia International GmbH 25/140

B

Beem
Blitz-Elektro-Erzeugnisse
Manufaktur-Handels
GmbH 8.1/102

Beyerdynamic
GmbH & Co. KG 1.2/115

Blaupunkt Audio Vision
GmbH & Co. KG 3.2/114

Bosch Hausgeräte GmbH 3.1/101

Brother International
GmbH 12/106

C/D

Camelion Batterien GmbH 9/320



**Canon Deutschland
GmbH FG-SOM/100**
Europark Fichtenhain A 10
47807 Krefeld
Tel: 02151-345-0
Fax: 02151-345-102
www.canon.de

Canton Elektronik
GmbH & Co. KG 1.2/102



Cewe Color AG & Co. OHG 17/112
Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg
Tel. 0441-404-0 • Fax 0441-404-421
www.cewecolor.de

Changhong Electric Co., Ltd. 25/141

Chips & More GmbH 9/103

Crown Technics GmbH 8.1/112

CTC Clatronc
International GmbH 25/137



**De'Longhi
Deutschland GmbH 6.1/101**
Am Reitpfad 20
63500 Seligenstadt
Tel: 06182/9206-0
Fax: 06182/9206-111
www.delonghi.de

Dell GmbH 13/100

DeTeWe 9/107

Deutsche Telekom AG 6.2/101

devolo AG 3.2/130

DGH Großhandel
Alfred-Nobel-Str. 6
97080 Würzburg
Tel: 0931/9708-444
Fax: 0931/9708-422
www.DGH.de

Dicota GmbH 12/110

Dometic Group 5.1/102

Doro 9/107



Dyson GmbH 4.1/204
Lichtstr. 43b • 50825 Köln
Tel: 0180/53397-00
Fax: 0180-53397-33
www.dyson.de

E/F

EK/servicegroup eG 3.1/106

Elac Electroacoustic GmbH 1.2/123

Electrolux Hausgeräte
Vertriebs GmbH 4.1/101

ElectronicPartner
International 2.2/126

ENO telecom GmbH 9/101-2

EPSON Deutschland GmbH 21/103



EURONICS Deutschland eG 23A
expert AG 1.2/109

Fackelmann
GmbH & Co. KG 7.1c/108

Fakir-Hausgeräte GmbH 6.1/103

Freecom Technologies GmbH X19

Fujifilm X19/213



**Funai Europe GmbH
(Germany) 3.2/132**
Boschstraße 23 a
22761 Hamburg
Tel: 040/386037-0
Fax: 040/386037-23
www.funai.de

G/H

G & BL 3.2/118

Garmin Deutschland GmbH 9/210

Gastroback GmbH 6.1/107

Gebr. Graef GmbH & Co. KG 4.1/211



**General Imaging
Deutschland GmbH X19/219**
Hansaallee 201 • 40549 Düsseldorf
Tel: 0211/159836-11
Fax: 0211/159836-29
www.general-imaging.de.com

Gorenje Vertriebs GmbH 1.1/201

Grundig

Intermedia GmbH 23b/101

Haier Deutschland GmbH
Weiße Ware 3.1/103

Braune Ware 3.2/134



Hama GmbH & Co KG 10.2/101
Dresdner Straße 9
86653 Monheim
Tel: 09091/502-0
Fax: 09091/502-278
www.hama.de

Harman: AKG, Harman
Kardon, Infinity, JBL Messeturm
Heco Audio
Produkte GmbH 1.2/132

I/J/K/L



imaging+foto-contact 9/101-14c
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel: 02102/2027-0
Fax: 02102/2027-90
Aktuelle News:
www.worldofphoto.de

• imaging+foto-contact ist die
Fachzeitschrift für die deutsche
Foto- und Imagingbranche mit
den meisten bezahlten Abonnemen-
ts. Sie richtet sich sowohl
an den Fotohandel und Groß-
handel als auch an Bilddienst-
leister, Fotostudios, Berufsfoto-
grafen sowie Distributoren und
Hersteller.

in-akustik GmbH & Co. KG 25/176

InfoTip Service GmbH –
Pluralmedia 11.1/TecWatch

Intenso GmbH 17/115



INTERNATIONAL CONTACT 9/101-14c
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel: 02102/2027-0

Fax: 02102/2027-90
Aktuelle News:
www.worldofphoto.com

• **INTERNATIONAL CONTACT** ist
das globale Magazin für den
Foto- und Imagingmarkt. Es
erreicht Top-Manager in den
Bereichen Einzelhandel, Bild-
dienstleistung, Import und
Export sowie der Fotoindustrie
in mehr als 100 Ländern.

IVS GmbH 9/107

Jobo International GmbH X19/210

Jupiter
Küchenmaschinen GmbH 8.1/113

JURA Elektrogeräte
Vertriebs-GmbH 2.1/202

JVC Deutschland GmbH 5.2/103

AlfredKärcher
GmbH & Co. KG 2.1/101

Kenwood Deutschland 6.1/101

Klein Robotics GmbH 5.1/106

Laurastar
Deutschland GmbH 4.1/209

Leifheit AG 6.1/105

Lenco-STL
Deutschland GmbH 25/143

Lenovo
(Deutschland) GmbH 17/118



LG Deutschland GmbH
Braune Ware 11.2
Weiße Ware 1.1
Jakob-Kaiser-Straße 12
47877 Willich
Tel: 02154/492-0
Fax: 02154/492-122
www.lg.com

Liebherr-Hausgeräte
GmbH 2.1/201

LOEWE.

Loewe AG 6.2/201
Industriestraße 11
96317 Kronach
Tel: 09261/99-0
Fax: 09261/99-500
www.loewe.de

Logitech GmbH 3.2/104

M/N

MacroSystem
Digital Video AG 9/328

Magnat
Audio Produkte GmbH 1.2/132

Meade Instruments
Europe GmbH & Co. KG 17/104

Media-Saturn
Deutschland GmbH 1.2/126

Medion AG 8.2/103

Melitta Haushalt-Produkte
GmbH & Co. KG 4.1/208

MemoryStar 14.1/216



**Metz Werke GmbH
& Co KG 21b/102**
Ohmstr. 55 • 90513 Zirndorf
Tel: 0911/9706-0
Fax: 0911/9706-340
www.metz.de

Miele & Cie. KG 2.1/101

Mitsubishi Electric
Europe B.V. 7.2b/101

Motorola 9/107

Navigon AG 9/203

Nespresso Deutschland
GmbH 1.1/102

Netgear Deutschland
GmbH 12/102

Nikon GmbH X19/200

Nivona Apparate GmbH 6.1/104

Nokia GmbH 9/212

O/P

Oehlbach Kabel GmbH 1.2/132

Onkyo Europe Electronics 1.2/125

Optoma Deutschland 7.2a/102



**Panasonic Marketing
Europe GmbH 5.2**
Winsbergring 15
22525 Hamburg
Tel: 040-8549-0
Fax: 040-8549-500
www.panasonic.de

PHILIPS

Philips GmbH 22
Lübeckertordamm 5
20099 Hamburg
Tel: 040-2899-0
Fax: 040-2899-2971
www.philips.de

Pioneer Electronics
Deutschland GmbH 1.2/144

plawa Feinwerktechnik
GmbH & Co. KG X19/221



PoS-MAIL 9/101-14c
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen • www.pos-mail.de
Tel: 02102/2027-0
Fax: 02102/2027-90

• Das erfolgreiche Medium für
den High-Tech-Markt. Jeden
Monat informiert PoS-MAIL
über die Innovationen in den
Bereichen Unterhaltungselek-
tronik, Foto, IT, Telekommuni-
kation und Weiße Ware –
ergänzt durch digitale Medien
im Internet unter www.pos-
mail.de und einen E-Mail-News-
Service.

Pure 1.2/121

Q/R/S

Quadral GmbH & Co. KG 1.2/134

RaidSonic Technology
GmbH 15.1/131

Rollei/RCP-Technik
GmbH & Co. KG 17/123

Riensch & Held
GmbH & Co. KG 7.1b/105

ritterwerk GmbH 4.1/206

Rommelsbacher
ElektroHausgeräte GmbH 4.1/203

Royal Appliance
International GmbH 5.1/101

S+M Rehberg GmbH 7.2a/102

Heidlohstr. 10 • 22459 Hamburg
Tel: 040/559-2008/09
Fax: 040/559-2000
info@sundm.net



Samsung Electronics GmbH:
Samsung CE 20
Samsung Weiße Ware 5.1
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach
Tel: 06196-66-0
www.samsung.de

SanDisk GmbH 10.2/101

Schnepel GmbH &
Co. KG 25/164

Segula GmbH 10.1/108

Sennheiser Electronic
GmbH & Co. KG 3.2/135

SEVERIN Elektrogeräte
GmbH 4.1/103

Röhre 27 • 59846 Sundern
Tel: 02399/982-0
Fax: 02933/982-325
www.severin.de

Sigma (Deutschland) GmbH
FG/F75

SHARP

**Sharp Electronics
(Europe) GmbH 18/102**
Sonninstraße 3 • 20097 Hamburg
Tel: 040-2376-0
Fax: 040-2376-2510
www.sharp.de

Siemens-Elektrogeräte
GmbH 1.1/101

Sonoro Audio GmbH 15.1/160



Sony 4.2
Kemperplatz 1 • 10785 Berlin
Tel: 030-2575-500
Fax: 030-2575-5269
www.sonybiz.net

Steba Elektrogeräte
GmbH & Co. KG 4.1/207

Stein & Co. GmbH 6.1/109

Swissvoice 9/107

Fortsetzung nächste Seite



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

T

Teac Europe GmbH	1.2/129
Telefunken Holding AG	8.2/102
teling Marketing GmbH & Co. KG	3.2/110
TerraTec Electronic GmbH	17/117
Tiptel.com GmbH	9/113
Tridality AG	25/112

TomTom International B.V.	9/209
Topcom	9/107

TOSHIBA

Leading Innovation >>>

Toshiba Europe GmbH	21/101
Hammfelddamm 8	
41460 Neuss	
Tel: 02131/158-01	
www.toshiba.de	

Trust Deutschland GmbH	3.2/121
------------------------	---------

U/V/W/Z

UNITED NAVIGATION

United Navigation GmbH	9/200
Marco-Polo-Str. 7	
73760 Ostfildern	
Tel: 0711-4502-0	
www.united-navigation.com	
Unold AG	6.1/110

Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KG	3.1/104
--	---------

VANGUARD

www.vanguardworld.com

Vanguard Deutschland	X19/210
Kölner Str. 58a	
51645 Gummersbach	
Tel: 02261/545-1 • Fax: 02261/545-22	
www.vanguardworld.com	

Verbatim GmbH	X19/218
VideoWeb GmbH	11.1/
Vivanco Gruppe AG	3.2/138
Vodafone D2	18/101
Wentronic GmbH	3.2/131
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	5.1/201
WMF Consumer Electronic GmbH	6.1/102

Wörlein GmbH	25/157
--------------	--------

YAMAHA

Yamaha Music Europe GmbH	1.2/148
Zanussi	4.1/101

Die wichtigsten Aussteller nach Hallen

Halle 1

Audiovox German Holdings GmbH	2/132
Beyerdynamic GmbH & Co. KG	2/115
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	2/102
Elac Electroacoustic GmbH	2/123
Gorenje Vertriebs GmbH	1/201
Heco Audio Produkte GmbH	2/132
LG Deutschland GmbH	
Weißer Ware	1
Magnat Audio Produkte GmbH	2/132
Media-Saturn Deutschland GmbH	2/126
Nespresso Deutschland GmbH	1/102
Oehlbach Kabel GmbH	2/132
Onkyo Europe Electronics GmbH	2/125
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	2/144
Pure	2/121
Quadral GmbH & Co. KG	2/134
Siemens -Elektrogeräte GmbH	101
Teac Europe GmbH	129
Yamaha Music Europe GmbH	2/148

Halle 2

Aiptek International GmbH	2/122
ElectronicPartner International	2/126
JURA Elektrogeräte Vertriebs-GmbH	1/202
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG	1/101
Liebherr-Hausgeräte GmbH	1/201
Miele & Cie. KG	1/101

Halle 3

Blaupunkt Audio Vision GmbH & Co. KG	2/114
Bosch Hausgeräte GmbH	1/101
devolo AG	2/130
EK/servicegroup eG	1/106
Funai Europe GmbH (Germany)	2/132
G & BL	2/118
Haier Deutschland GmbH	
Braune Ware	2/134
Weißer Ware	1/103
Logitech GmbH	2/104
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG	2/135
teling Marketing GmbH & Co. KG	2/110
Trust Deutschland GmbH	2/121
Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KG	1/104
Vivanco Gruppe AG	2/138
Wentronic GmbH	2/131

Halle 4

AEG Hausgeräte	1/101
Dyson GmbH	1/204
Electrolux Hausgeräte Vertriebs GmbH	1/101
Gebr. Graef GmbH & Co. KG	1/211
Laurastar Deutschland GmbH	1/209
Melitta Haushalt-Produkte GmbH & Co. KG	1/208
ritterwerk GmbH	1/206
Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH	1/203

SEVERIN Elektrogeräte GmbH	103
Sony	2
Steba Elektrogeräte GmbH & Co. KG	
Zanussi	1/101

Halle 5

Dometic Group	1/102
JVC Deutschland GmbH	2/103
Klein Robotics GmbH	1/106
Panasonic Marketing Europe GmbH	5.2
Royal Appliance International GmbH	1/101
Samsung Electronics GmbH	
Weißer Ware	1
WIK Elektro Hausgeräte Vertriebs GmbH & Co. KG	5.1/201

Halle 6

De'Longhi Deutschland GmbH	1/101
Deutsche Telekom AG	2/101
Fakir-Hausgeräte GmbH	1/103
Gastroback GmbH	1/107
Kenwood Deutschland	1/101
Leifheit AG	1/105
Loewe AG	2/201
Nivona Apparate GmbH	1/104
Stein & Co. GmbH	1/109
Unold AG	1/110
WMF Consumer Electronic GmbH	1/102

Halle 7

Amica International GmbH	1b/101
Fackelmann GmbH & Co. KG	1c/108
Mitsubishi Electric Europe B.V.	2b/101
Optoma Deutschland GmbH	2a/102
Riensch & Held GmbH & Co. KG	1b/105
S+M Rehberg GmbH	2a/102

Halle 8

Aisin Europe S.A.	1/112
Beem Blitz-Elektro-Erzeugnisse	
Manufaktur-Handels GmbH	1/102
Crown Technics GmbH	1/112
GL Internatioonal GmbH	1/107
Jupiter Küchenmaschinen GmbH	1/113
Medion AG	2/103
Telefunken Holding AG	2/102

Halle 9

Apollo Bell International Deutschland GmbH	201
Audioline GmbH	101
AVM GmbH	100
Camelion Batterien GmbH	320
Chips & More GmbH	103
DeTeWe	107
Doro	107

ENO telecom GmbH	101-2
Garmin Deutschland GmbH	210
imaging+foto-contact	101-14c
INTERNATIONAL CONTACT	101-14c
IVS GmbH	107
MacroSystem Digital Video AG	328
Motorola	107
Navigon AG	203
Nokia GmbH	212
POS-MAIL	101/14c
Swissvoice	107
Tiptel.com GmbH	113
Tomtom International B.V.	209
Topcom	107
United Navigation GmbH	200

Halle 10

Hama GmbH & Co KG	2/101
SanDisk GmbH	2/101
Segula GmbH	1/108

Halle 11

InfoTip Service GmbH - Pluralmedia	1/TecWatch
LG Deutschland GmbH	2
Braune Ware	
VideoWeb GmbH	1/12

Halle 12

Acer Computer GmbH	101
Brother International GmbH	106
Dicota GmbH	110
Netgear Deutschland GmbH	102

Halle 13

Dell GmbH	100
-----------	-----

Halle 14

MemoryStar	216
------------	-----

Halle 15

Artwizz GmbH	1/122
Avid Technology GmbH	1/107
RaidSonic Technology GmbH	1/131
Sonoro Audio GmbH	1/160

Halle 17

Ansmann AG	107
Archos Deutschland GmbH	125
Cewe Color AG & Co. OHG	112
DGH Großhandel	113
ednet gmbh	110
Intenso GmbH	115
Lenovo (Deutschland) GmbH	118

Meade Instruments Europe GmbH & Co. KG	104
Rollei/RCP-Technik GmbH & Co. KG	123
TerraTec Electronic GmbH	117

Halle 18

Sharp Electronics (Europe) GmbH	102
Vodafone D2	101

Halle 20

Samsung Electronics GmbH	
CE	

Halle 21

Epson Deutschland GmbH	103
Metz Werke GmbH & Co KG	b/102
Toshiba Europe GmbH	101

Halle 22

Philips GmbH	
---------------------	--

Halle 23

Euronics Deutschland eG	a
Grundig Intermedia GmbH	b/101

Halle 25

Axdia International GmbH	140
Changhong Electric Co., Ltd.	14
CTC Clatronic International GmbH	137
in-akustik GmbH & Co. KG	176
Lenco-STL Deutschland GmbH	143
Tridality AG	112
Schnepel GmbH & Co. KG	164
Wörlein GmbH	157

Halle X19

Freecom Technologies GmbH	218
Fujifilm	213
General Imaging Deutschland GmbH	219
Nikon GmbH	200
plawa Feinwerktechnik GmbH & Co. KG	221
Vanguard Deutschland GmbH	210
Verbatim	218

Freigelände/Sommergarten

Canon Deutschland GmbH	100
Sigma (Deutschland) GmbH	F75

Messturm

Harman: AKG, Harman Kardon, Infinity, JBL	
---	--



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

Die App zur IFA!



Apple iOS ✓

Android ✓

Blackberry ✓

Der PoS-MAIL IFA Guide 2011 als Applikation für aktuelle Smartphones und Tablets. Informationen über tagesaktuelle Branchen-News, IFA Trends, Technologien und Produkte sowie Veranstaltungen rund um die größte internationale CE und ITK Messe. Ab Mitte August in Ihrem App-Store!

PoS-MAIL Partner



IFA Geländeplan



Highlights



Ausstellungsbereiche



Aussteller

IFA 2011 räumt den Haushaltsgeräten viel Platz ein Topthemen bei Weißer Ware sind erneut Design und Energiesparen

Seit sich die Messe Berlin entschieden hatte, das Angebot der IFA ab dem Jahr 2008 um Haushaltsklein- und -großgeräte zu erweitern, gehören die Hersteller und Anbieter der sogenannten Weißen Ware oder neudeutsch Home Appliances zu den Publikumsmagneten der internationalen Leitmesse. In diesem Jahr finden sich entsprechende Produkte gleich in

acht Hallen. Und obwohl auch in diesem Bereich die technische Entwicklung rasant fortschreitet, heißen die Topthemen seit vier Jahren unverändert Design und Energiesparen/Energieeffizienz. Einen ersten Blick auf die zu erwartenden Neuheiten gab es für Fachjournalisten im Rahmen der IFA-Preview-Events in München und Hamburg.

Aus dem üppigen Sortiment, das die Hersteller dort vorstellten, können wir an dieser Stelle nur einen kleinen, beispielhaften Ausschnitt zeigen.

Siemens

Roland Hagenbucher, Geschäftsführer der Siemens Elektrogeräte GmbH, stellte neue Produkte aus verschiedenen „Erlebniswelten“ vor. So kommen zum Beispiel in der „Erlebniswelt Waschen“ mit der iQ800 Master Class Waschmaschine und Trockner zwei Frontlader auf den Markt, deren Zwillingdesign durch die breit in Chrom abgesetzten Bullaugen bestimmt wird. Auch das Bedienkonzept hat der Hersteller überarbeitet. Zentrale Steuereinheit ist der LED-beleuchtete Programmwähler in der Mitte. Daneben ist

ein gut lesbares TFT-Display angebracht. Die bekannte i-DOS Dosierautomatik bei der Waschmaschine und die blueTherm Wärmepumpentechnik beim Trockner sorgen für gute Leistung und Energieeffizienz. Für geringen Stromverbrauch steht die vario-

Perfect-Einstellung. Beide Geräte bieten außerdem eine Auto Power Off-Funktion: Sie schalten sich am Programmende von selbst aus und haben so keinen Stromverbrauch im Stand-By-Modus. In der „Erlebniswelt Backen“ wartet Siemens mit neuen Conve-



Roland Hagenbucher, Geschäftsführer der Siemens Elektrogeräte GmbH, präsentiert den Stopp-Mechanismus der Blech-Teleskop-Schienen des Convenience-Backofens.



Die Siemens Elektrogeräte GmbH ist auf der IFA mit einer Vielzahl an Neuheiten vertreten.

mit einem Handgriff sogar in voll beladenem Zustand einfach einstellen.

Leistungsstark sind die kleinen Geschirrspüler der Serie speedMatic 45 mit nur 45 Zentimetern Breite. Die beiden duoPower-Doppel-Sprüharme säubern das Geschirr des Oberkorbs bis in die hinterste Ecke und schonen empfindliche Gläser durch die präzise Wasserverteilung. Dadurch konnte der Oberkorb auch vier Zentimeter länger hergestellt werden. Der speedMatic 45-Spüler ist mit einem iQDrive-Motor ausgestattet und erreicht somit die Energieeffizienzklasse A++. Dabei hat er die gleichen Funktionen wie die 60-Zentimeter-Spüler: varioSpeed, dosierAssistent, intensivZone und vario-Schublade. Durch Letztere passen bis zu 110 Geschirteile samt Besteck und Kleinteile in den speedMatic.

www.siemens-home.de

Haier

Haier Europe stellt auf der IFA 2011 das neue ABT-Verfahren für Waschmaschinen vor. Es hemmt langfristig Bakterienbildung und trägt dazu bei, unangenehme Gerüche zu vermeiden. Selbst entwickelt wurden auch die IC-Motoren der Frontlader-Maschinen der Serien 01 und 86, auf die Haier zehn Jahre Garantie gibt. Die Maschinen haben ein Fassungsvermögen von sechs, sieben oder acht Kilogramm Wäsche. Das Wasserschutzprogramm Aqua-Protect-Plus vermeidet Wasserschäden durch Bodenwanne, doppelwandigen Wasseranschluss-Schlauch sowie elektromagnetisches Sicherheitsventil.

Zu den üblichen Wasch- und Pflegeleicht-Programmen kommen das Mixprogramm für das Waschen unterschiedlichster Wäschearten zusammen, das Expressprogramm für bis zu zwei Kilo leicht verschmutzte Wäsche, das Kurzprogramm mit nur 40 Minuten bei halber Beladung und schließlich das Intensivprogramm gegen hartnäckige Flecken. Darüber hinaus bietet Haier unter den elf verschiedenen Programmen der 86er-Reihe das BabyCare-Programm, damit garantiert keine Waschmittel-Rückstände die anfällige Haut von Babys und Allergikern irritieren.



Mit einem neuen Verfahren wirkt Haier bei seinen Waschmaschinen Bakterienbildung und unangenehmen Gerüchen entgegen.

Neues gibt es auch bei den Kühl-Gefrierkombinationen. Hier bietet beispielsweise MyZone ein flexibles Fach in der Mitte, das sich je nach Bedürfnis oder Jahreszeit zum Kühlen oder Gefrieren nutzen lässt. Die Temperatur lässt sich individuell zwischen +5 und -18 Grad Celsius regulieren. Die stilvolle Kühl-Gefrierkombination mit pflegeleichten und eleganten Hochglanz-Fronten aus Sicher-

Kaffeevollautomat Caffeo Gourmet von Melitta

Mit dem neuen Kaffeevollautomaten Caffeo Gourmet von Melitta lässt sich eine Vielzahl von Kaffeespezialitäten auf einfache Weise zubereiten. Als einziges Gerät seiner Klasse ist er mit dem Zwei-Kammern-Behälter „Bean Select“ für starke und milde Bohnensorten ausgestattet. So können die Nutzer ihren Lieblingskaffee per Kippschalter wählen, ohne die Bohnen vorher umfüllen zu müssen. Durch die Aroma-Safe-Dichtung am Deckel des Behälters wird das Aroma der Bohnen effektiv geschützt. Zu den zwei Kammern für milde oder starke Kaffeebohnen kann der Nutzer zwischen fünf verschiedenen Kaffee Stärken auswählen. Die neue Funktion Aroma Adjust stellt neben den Standardeinstellungen mild, normal und stark auch noch extra mild und extra stark bereit. Außerdem bietet der Caffeo Gourmet eine

Vorbrühfunktion. Mit dem patentierten Milchaufschäumsystem Perfect Cappuccino lässt sich die Milch direkt in der Tasse aufschäumen und erhitzen. Zudem hat Melitta den neuen Kaffeevollautomaten mit einem hochwertigen Edelstahl-Mahlwerk ausgestattet, das äußerst geräuscharm und präzise arbeitet. Der Caffeo Gourmet hat einen sensorüberwachten Wassertank von 1,8 Litern und einen bis 13 Zentimeter höhenverstellbaren Kaffeeauslauf. Durch den Drehschalter Rotary Switch und das übersichtliche Text-Display ist die Bedienung einfach. Ein automatisches Reinigungs- und Entkalkungssystem rundet das Ausstattungsportfolio ab.

www.melitta.de

heitsglas in Rot, Schwarz oder Weiß oder mit Edelstahl-Front zeigt sich in zeitgenössischem Design. Mit einer Breite von 60 Zentimetern (63 Zentimeter im Türbereich) lässt sie sich in jede moderne Küche integrieren. Das Gerät besitzt die Energieeffizienzklasse A+ (25 Prozent weniger Energieverbrauch als in der Klasse A). www.haieurope.com/de

Samsung

Energieeffiziente Hausgeräte, die Qualität und Komfort vereinen: Diesem Anspruch will Samsung ab sofort auch mit seinen neuen Einbaugeräten gerecht werden. Energieeffizientes und komfortables Reinigen des Geschirrs sind die Stärken des Samsung Geschirrspülers DW-SG720T. Er verbraucht nur zehn Liter Wasser und reinigt Geschirr mit der innovativen EcoDry-Technologie besonders gründlich: Geneigte Korbstreben im oberen Korb las-



Samsungs neuer Geschirrspüler DW-SG720T verbraucht nur zehn Liter Wasser und reinigt Geschirr mit der innovativen EcoDry-Technologie.

sen das Wasser besser vom Geschirr abtropfen, und mittels eines Gebläses zirkuliert die Luft zwischen dem Innenraum und einem kühleren Seitenkanal, in dem die feuchte Luft aus dem Inneren auskondensieren kann. Der Geschirrspüler erreicht Energieeffizienzklasse A++. Dabei können im DW-SG720T bis zu 14 Gedecke mit nur einem Waschgang gereinigt werden, und sogar bis zu 36 Zentimeter hohe Pizzateller oder Backbleche passen in den Innenraum. Weitere Geschirrspüler mit erweiterter EcoDry-Technologie und Energieeffizienzklasse A+++ folgen bis Ende des Jahres.

265 Liter Stauraum fasst der erste Einbaukühlschrank RL27TDSW1 von Samsung. Für konstante Frische sowohl im Gemüsefach als auch bei der Getränkeablage sorgt das Multi-Flow-System: Mit Hilfe eines Ventilators wird die Kaltluft in alle Winkel des Kühlschranks transportiert. Die energiesparende LED-Beleuchtung sorgt für Einblicke ins Frischedepot, das im Kühlschrankzentrum platzierte

digitale LED-Display verschafft eine bequem ablesbare Übersicht über alle relevanten Kühlschrank-Daten.

Mit der Erweiterung des Einbausegments erschließt Samsung neue Absatzmärkte und wird die Zusammenarbeit mit neuen Handelspartnern kontinuierlich ausbauen. Zur Einführung der neuen Geräte unterstützt Samsung den Fachhandel mit umfangreichen Materialien, die zum Beispiel die wegweisende EcoDry-Technologie des Geschirrspülers veranschaulichen. www.samsung.de

LG

Mit bis zu zwölf Kilogramm Fassungsvermögen bietet die neue Waschmaschine F1495BD von LG die größte Kapazität, die jemals bei einem LG-Gerät mit Standardmaßen geboten wurde. Trotz dieser großen Kapazität erreicht das Modell die Energieeffizienzklasse A+++.

Dafür ist unter anderem die intelligente Beladungserkennung für flexible Teilbeladung verantwortlich. Die 6 Motion Direct Drive Technologie garantiert beste Waschergebnisse für unterschiedliche Textilien und Kleidungsstücke. Diese Technologie macht einen Keilriemen überflüssig. Durch den eingesparten Raum und ein neues, platzsparendes Aufhängungs- und Dämpfungssystem konnte die extra große Trom-



Die neue Waschmaschine F1495BD von LG nimmt bis zu zwölf Kilogramm Kleidungsstücke pro Waschgang auf.

mel realisiert werden. Diese lässt sich dank der besonders breiten Tür auch mit großen Wäschestücken einfach beladen.

Mit sechs unterschiedlichen Trommelbewegungen bietet die Waschmaschine mit der 6 Motion Direct Drive-Technologie Waschprogramme für die unterschiedlichsten Kleidungsstücke. Aufgrund der präzisen Positions- und Geschwindigkeitssteuerung des Motors bietet die Waschmaschine eine deutlich bessere Waschleistung im Vergleich zu herkömmlichen Geräten. Spezieller Wert wurde auf Nutzen und Flexibilität gelegt: Ob es also um den Schutz von feinen Geweben gegen

Beschädigungen geht, um besonderen Knitterschutz oder die effizientere Entfernung von Waschmittelrückständen – die verschiedenen Einstellungen der 6 Motion-Technologie passen den Waschvorgang an die jeweiligen Erfordernisse optimal an.

Ein weiteres Kennzeichen der Neuheit ist Smart Diagnosis. Damit können Kunden eventuell auftretende Probleme mit ihrer Waschmaschine schnell und effizient per Telefon lösen: Wenn der Servicetechniker am Apparat ist, drückt der Kunde die Smart Diagnosis-Tastenkombination an der Waschmaschine und löst damit die Wiedergabe einer Tonfolge aus, anhand derer der Techniker das Problem über das Telefon identifizieren kann.

Der neue Staubsaugerroboter Hom-Bot 2.0 von LG sorgt vollautomatisch für saubere Böden. Mit Hilfe einer einzigartigen Kombination von Kamera-, Ultraschall- und Infrarotsensoren kann sich der Hom-Bot 2.0 im dreidimen-



sionalen Raum orientieren. Ein Dual-Kamera-System registriert Punkte an der Decke und speichert diese bis zu 30mal pro Sekunde. Insgesamt fünf Ultraschall- und zwei Infrarotsensoren registrieren Gegenstände, so dass der Roboter den besten Weg berechnen kann, um die Flächen schnell und effektiv zu reinigen. Eine Beschleunigungsregelung verhindert das Anstoßen des Gerätes. Ein optischer Sensor speichert den bereits abgefahrenen Weg. Optische Infrarot-Sensoren stoppen das Gerät vor Treppen und Absätzen. Für die optimale Reinigung kann der Nutzer per Fernbedienung zwischen drei vollautomatischen Programmen oder manueller Steuerung wählen. Rotierende Bürsten sorgen dafür, dass das Gerät auch an Kanten sauber arbeitet. Dank mitgeliefertem Wischmopp-Aufsatz lässt sich auch feinsten Staub auf Flächen entfernen. Der Staubbehälter kann bequem mit einem Griff von oben entfernt werden. Die Energie bezieht der Roboter aus einer leistungsstarken Li-Ion Polymer-Batterie ohne Memory-Effekt, die eine Reinigung von 75 Minuten am Stück ermöglicht. Der mit einem roten Gehäuse ausgestattete Hom-Bot 2.0 wurde für sein modernes Design mit einem red dot Design Award 2011 ausgezeichnet. www.lge.de



Helmut Geltner, Geschäftsführer DeLonghi Deutschland GmbH, freute sich über das erfolgreiche Geschäftsjahr 2010.

Neues von Kenwood und DeLonghi

Mit einer ganzen Reihe neuer Haushaltshelfer werden sich die Marken Kenwood und DeLonghi auf der IFA 2011 präsentieren. Das Spektrum der Neuheiten reicht von Brot backen und bügeln über Wasser kochen, mixen und Kaffee bereiten bis zu entsaften und toasten. Auch hier stehen dabei die Themen Energiesparen und Design im Vordergrund.

Der Backbrotautomat Pangourmet EOB 2071 von DeLonghi ist mit 20 automatischen und elf halbautomatischen Programmen ein Allrounder für Brot, Brötchen, Baguettes, Ciabatta und unterschiedliche Kuchensorten. Auf dem mitgelieferten Blech backt er außerdem Pizza, die bei Ober- und Unterhitze knusprig wird. Zudem eignet er sich mit sechs Garfunktionen auch zum Auftauen und Aufbacken von Tiefkühlkost, zum Grillen und zum Warmhalten. Er verbraucht weniger Strom als ein herkömmlicher Einbaufen und zeichnet sich durch einfache Bedienung aus.

Die neue Dampfbügelstation Stirella VVX 1880 Dual Vap von DeLonghi arbeitet mit einem Dampfdruck von fünf bar und ist mit Dual Vap-Funktion ausgestattet. Im Standardmodus tritt der Dampf mit einer konstanten Menge von 120 Gramm pro Minute an der Sohle aus. Die Dual Vap-Funktion gibt auf Knopfdruck einen Dampfstoß von 200 Gramm pro Minute von der Spitze der Bügelsohle ab. Bekannt aus der Stirella-Serie ist die Gemini-Bügelsohle mit ihrem äußeren Rahmen mit Keramikbeschichtung und der Innenseite der Lauffläche aus robustem Edelstahl. Die Eco-Zone-Einstellung führt neben einer Anleitung für die exakte Dampfdosierung bei verschiedensten Stoffen zu einer Einsparung von bis zu 30 Prozent Energie und 15 Prozent Wasser.

Die Schwestermarke Kenwood wartet mit zwei neuen Kleingeräte-Serien auf. Von Rise gibt es einen Wasserkocher mit zwei Temperatureinstellungen von 65 und 85 Grad und einen Toaster, der über einen elektrischen Lift für zwei oder einen Toast verfügt. Die Geräte der Blanc-Serie sind weiß. Auch hier gibt es einen Wasserkocher und einen Toaster. Dieser hat vier Heizelemente und bietet ansonsten die gleichen Funktionen wie der aus der Rise-Serie. Die Blanc-Filterkaffeemaschine hat zwei Heizelemente: Zum Aufbrühen mit ThermoGen erreicht die Wassertemperatur 94 Grad. Nach dem Durchlaufen hält OptiTemp den Kaffee mit 80 bis 84 Grad warm. Der Edelstahlpresskegel der Blanc-Zitruspresse ist spülmaschinenfest.

Der BL 710 hat als erster Standmixer von Kenwood einen hitzebeständigen Mixaufsatz. Er eignet sich zur Zubereitung von Cocktails, Smoothies, Pürees oder Soßen und zum Zerkleinern. In den Glasbehälter passen 1,6 Liter.

Der neue Profi-Entsafter JE 730 von Kenwood bietet eine große Einfüllöffnung, die sogar ganze Birnen, Orangen oder geviertelte Ananas-Stücke aufnimmt, einen 1.000 Watt starken Motor, einen Saftbehälter mit einem Fassungsvermögen von 1,5 Litern und einen Trestartank, der mit drei Litern Volumen großzügig bemessen wurde.



Martin Thielmann, Marketing Director DeLonghi Deutschland GmbH, präsentierte im Rahmen des Preview-Events die Produkte der Marke Kenwood.

AB DEM 15. AUGUST TRAGEN DIE BESTEN PRODUKTE IHRER BRANCHE DIESE



Die offiziellen Partner des Plus X Award:



PRODUKTE SIEGEL!



Teilnahme unter
www.plusxaward.de



AMI, Amicom und Amitec finden 2012 wieder im Verbund statt

Die Amicom, Leitmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation, findet vom 2. bis 6. Juni 2012 wieder im europaweit einzigartigen Verbund mit der Auto Mobil International (AMI), der einzigen internationalen PKW-Messe in Deutschland in den geraden Jahren, und der Amitec-Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service statt. Die Entscheidung für den Messetermin wurde im Arbeitskreis Amicom getroffen, dem die Mehrheit der marktführenden Unternehmen der In-Car-Elektronik-Branche und der Branchenverband European Mobile Media Association (EMMA) angehören. Mit der Umbenennung in „Branchenmesse für mobile Unterhaltung, Kommunikation und Navigation“ (bislang: Branchenmesse für Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik im Fahrzeug) wurde gleichzeitig eine Erweiterung des Angebotsspektrums der Amicom beschlossen. Die Abbildung der viel-

fältigen Komfort- und Unterhaltungsfunktionen modernen Infotainments im Fahrzeug und das Zukunftsthema „Vernetztes Auto“ bleiben zentrale Inhalte der Messe. Die zunehmenden Einsatzmöglichkeiten und Integrationslösungen von mobiler Unterhaltungs-, Kommunikations- und Navigationstechnik über das Auto hinaus werden zu einem neuen Bestandteil der Amicom. Damit soll die Attraktivität der Messe für die europäische Fachwelt und private Anwender weiter erhöht werden.

www.amicom-leipzig.de

TomTom ermittelte Top 50 der stauanfälligsten europäischen Städte

TomTom hat die Ergebnisse der diesjährigen Verkehrsstudie zu den stauanfälligsten europäischen Städten vorgestellt: Brüssel ist auch in diesem Jahr Stau-Hauptstadt Europas. Der Verkehr in Belgiens Hauptstadt hat im Vergleich zum Vorjahr sogar noch einmal um 1,2 Prozent zugenommen. Viel Verkehr gibt es auch auf der britischen Insel: London steht

trotz einer Abnahme des Verkehrs um 0,2 Prozent nun auf dem dritten Platz der stauanfälligsten europäischen Städte, und auch Edinburgh und Manchester sind unter den ersten Zehn. Insgesamt sind 16 Städte aus Großbritannien in den Top 50 vertreten. Damit ist das Vereinigte Königreich im Jahr 2011 zweifellos das am meisten vom Stau geplagte Land Europas.

Weit weniger müssen die Bewohner in deutschen Städten im Stau stehen. Zwar sind insgesamt sechs Städte (München, Hamburg, Bonn, Stuttgart, Essen, Köln) in den Top 50 vertreten, doch mit München ist Deutschlands Stau-Stadt Nummer 1 erst auf Rang 25 notiert. Negativ fällt auf, dass mit Stuttgart (plus 2,2 Prozent), Hamburg (plus 2,2 Prozent) und München (Plus 1,6 Prozent) drei deutsche Städte aus den Top 50 das Ranking der europäischen Städte, in denen die Verkehrsbelastung im letzten Jahr am stärksten zugenommen hat, anführen. Im innerdeutschen Ranking steht Frankfurt mit einer Stauzunahme von 3,4 Prozent an der Spitze. Ein erfreuliches Ausrufezeichen setzte hingegen Essen, das im gleichen Zeitraum die Verkehrsbelastung um 2,1 Prozent reduzieren konnte.

Die Untersuchung basiert auf den Messungen von TomTom, wie schnell Autos im städtischen Straßenverkehr tatsächlich fahren können. Diese Datenbank wurde aus anonymen Geschwindigkeitsprofilen erstellt, die tagtäglich von Millionen von Autofahrern weltweit ermittelt werden, die Navigationsgeräte von TomTom nutzen.

www.tomtom.com

Garmin stellt die neue Generation des GPS-Hunde-Ortungssystems vor

Mit dem Astro 320 bringt Garmin die nächste Generation seines GPS-Hunde-Ortungssystems heraus. Der neue Astro 320 bietet eine größere Reichweite, neue Funktionen und eine einfachere Menüführung. Das neue System besteht aus zwei Komponenten, der Empfängereinheit Astro 320 und der Sendeeinheit DC 40. Letztere ist ein Hundehalsband mit einem integrierten GPS-Empfänger sowie einem VHF-Funksender zur Übertragung der Positionsdaten an die Empfängereinheit. Das Halsband ist wasserdicht bis zu einer Tiefe von einem Meter. Der integrierte Akku des Halsbandes sendet bei voller Leistung bis zu 48 Stunden und übermittelt die Positionsdaten über eine Distanz von bis zu 14 Kilometern an die Empfängereinheit.

Diese ist ein kartenfähiges GPS-Handgerät mit zusätzlicher Funkantenne, das die Signale des Hundehalsbandes empfängt. Es zeigt dem Halter die Position seines Hundes in Echtzeit auf wenige Meter genau. Dabei ist der Astro 320 nicht auf ein Mobilfunknetz angewiesen, das möglicherweise zusätzliche Kosten verursacht oder eine unzureichende Netzabdeckung aufweist. Die Übertragung der Positionsdaten von der Sende-

Neue DAB/DAB+ USB/CD-Receiver von JVC

JVC hat die neuen, für den Digitalradioempfang im Auto geeigneten USB/CD-Receiver KD-DB52EC1 und KD-DB42EC1 vorgestellt. Beide werden bereits mit einer passenden DAB-Folienscheibenantenne ausgeliefert. Der als 1-DIN-Gerät ausgelegte DAB/USB/CD-Receiver KD-DB52EC1 bringt alle Funktionen und Ausstattungsmerkmale sowohl für den Empfang des etablierten DAB- als auch des neuen DABplus-Standards mit. Die Empfangsqualität gleicht der von CDs und ist dank des OFDM-Verfahrens rauschfrei. Außerdem werden zusätzliche Daten wie Texte, Bilder etc. sowie Dienste wie TMC, TPEG (Verkehrsinformationen), EPG, Nachrichten, Alarmer usw. übertragen. Durch einen Druck auf die DAB-Taste wird auf Digitalradio umgeschaltet und die Liste der verfügbaren DAB-Sender alphabetisch angezeigt.



Für die Handy-Kommunikation über den Receiver genügt der Anschluss des (optionalen) Bluetooth-Adapters KS-BTA100. Der kleine Adapter beinhaltet ein hochempfindliches Mikro, eine großflächige und beleuchtete Bedientastatur sowie Audio Streaming-Tasten zur Steuerung eines MP3-Players.

Der neue DAB/USB/CD-Receiver KD-DB52EC1 bietet einen frontseitigen iPod/iPhone-kompatiblen USB-Anschluss, der die Bedienung wahlweise direkt am iPod/iPhone oder über das Steuergerät (2-Wege-Steuerung) zulässt. Dabei sorgt External Mode dafür, dass auch die Apps im Fahrzeug wiedergegeben werden. Dank der beiden AUX-Eingänge (Front- & Rückseite) können noch weitere Musikquellen genutzt werden. Zur Ausstattung des DAB/USB/CD-Receivers gehören ein 4 x 50 Watt MOS-FET-Leistungsverstärker, 2,5-V-Line-Ausgänge, HS-IVI-Tuner mit RDS, ein hochwertiger 24-Bit-D/A-Wandler sowie ein parametrischer 3-Band iEQ. Der CD-Player kann CDs, CD-Rs und CD-RWs lesen und auch MP3-, AAC-, WAV- und WMA-Dateien wiedergeben.



Mit der „Super Vario Colour“-Funktion kann die Optik des KD-DB52EC1 ganz individuell verändert werden. Damit die Beleuchtungsfarben von Display und Bedientasten genau zum Fahrzeuginterieur passen, lassen sich diese in sehr feinen Nuancen mit jeweils 30.000 Farbvarianten einstellen. Ferner sind verschiedene Farbeinstellungen für Tag und Nacht in Abhängigkeit der Fahrlichtschaltung möglich. Per Tastendruck und Drehregler lässt sich die Helligkeit des neuen kontrastreichen Displays in 32 Stufen einstellen und so der aktuellen Lichtsituation anpassen.

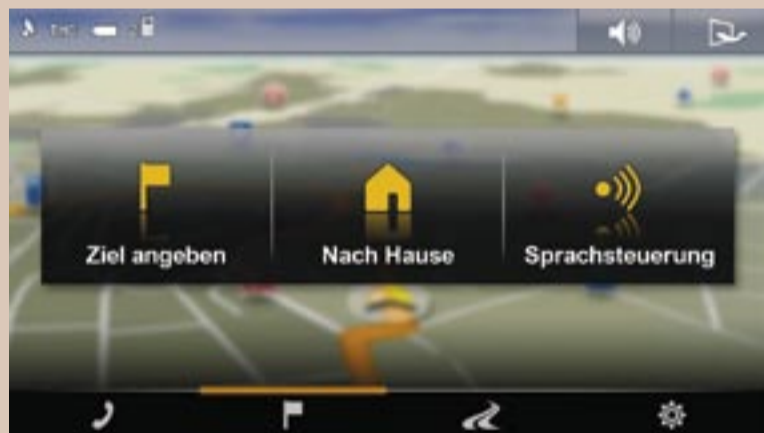
Das etwas günstigere Modell KD-DB42EC1 verzichtet auf die iPod/iPhone-Steuerung, den Line Ausgang für Front, die „Super Vario Colour“-Funktion und die optionale Fernbedienung.

Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen für die ab sofort lieferbaren DAB/USB/CD-Receiver betragen: KD-DB52EC1: 199,95 Euro, KD-DB42EC1: 179,95 Euro.

www.jvc.de

Neue Navigations-Software Navigon Flow

Navigon hat die neue Navigationssoftware Navigon Flow vorgestellt. In deren Mittelpunkt steht die übersichtliche Struktur des User-Interfaces. Es gibt drei zentrale Menüansichten, die alle Standardfunktionen enthalten und nebeneinander angeordnet sind. Der Wechsel zwischen der „Zieleingabe“, der „Kartenansicht“ und den „Navigationsoptionen“ gleicht dem Blättern in einem Buch. Anwender können so jederzeit das angrenzende Menü einblenden, ohne dass die Navigation unterbrochen wird. Die unter den Menüansichten liegende Funktionsleiste sorgt mit leicht verständlichen Icons für zusätzliche Orientierung – die jeweils aktive



Ansicht ist orange unterlegt. Navigon Flow bietet direkten Zugang zu den Funktionen und Einstellungen, die am häufigsten gebraucht werden. Weitergehende Informationen finden Anwender in einem „More Menü“, das auch spezielle Funktionen sowie weniger häufig verwendete Einstellungen enthält.

Durch animierte Bildschirmübergänge wissen Nutzer jederzeit, an welcher Stelle innerhalb der Anwendung sie sich gerade befinden. Wechseln sie in einen angrenzenden Funktionsbereich, „dockt“ die neue Übersicht an den Ausgangsbildschirm an. Weiterhin können Nutzer aus der Zieleingabe heraus beispielsweise verschiedene Optionen einfach ansteuern. Durch Klicken auf das „More Menü“ Symbol „rotiert“ die aktuelle Zielansicht aus dem Bild, und das Optionsmenü wird eingeblendet. Im Anschluss lässt sich übersichtlich die Auswahl treffen zwischen „Landesinfo“, „Umkreissuche“ oder „Heimatadresse setzen“.

Die Neustrukturierung soll die Bedienung des Navis intuitiver machen. Deshalb können einzelne Features per Knopfdruck oder durch intuitive Gesten eingeblendet werden. Zudem erleichtern größere Schaltflächen und Schriften die Eingabe. Ein weiteres Plus sind Menüs, die kontextabhängige Eingabeoptionen bieten: Wechseln Anwender etwa bei laufender Navigation in die Menüansicht Zieleingabe, erkennt das System die aktive Routenführung – und fragt daher ab, ob der Nutzer ein Zwischenziel einfügen oder ein neues Reiseziel eingeben möchte.

Die ersten Geräte mit Navigon Flow werden Anfang September auf der IFA in Berlin vorgestellt.

www.navigon.de

die Empfängereinheit erfolgt nahezu störungssicher per VHF-Funk auf 154,45 MHz.

Der Astro 320 ist außerdem ein vollwertiges GPS-Handgerät mit Kartendarstellung. Alle zurückgelegten

Tastenbedienung und das reflektive Display bieten hohe Zuverlässigkeit und ausgezeichnete Ablesbarkeit auch bei sehr hellem Sonnenlicht. Neben dem hochempfindlichen GPS-Empfänger und der Funkantenne bietet das Gerät einen elektronischen Drei-Achsen-Kompass sowie einen barometrischen Höhenmesser. Der Astro 320 zeigt alle gängigen Kartenformate an, Raster- wie auch Vektorkarten.

Damit in der Praxis – zum Beispiel bei Sucheinsätzen – mehrere Hunde überwacht werden können, kann ein Astro-Empfänger bis zu zehn Hundesignale gleichzeitig empfangen und auch auf der Karte darstellen. Über den Steckplatz für Micro-SD-Speicherkarten lässt sich das Gerät außerdem beliebig mit Kartenmaterial bestücken.

Der Astro 320 mit Sendeeinheit DC 40 kommt voraussichtlich ab August zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 729 Euro auf den Markt.

www.garmin.de



Wege von Hund und Mensch werden angezeigt und dokumentiert. Grundlage des Astro 320 ist die Hardware der GPSmap 62 Serie. Die schnelle

Neue Lifestyle-Kopfhörer von Bose

Mit den AE2i Audio Headphones präsentiert Bose neue Lifestyle-Kopfhörer, die beeindruckenden Klang und Tragekomfort mit einer Inline-Fernbedienung und einem Inline-Mikrofon zur Bedienung ausgewählter Apple Produkte kombinieren – einschließlich des neuesten iPhone, iPod, iPad und MacBook Pro. Ebenfalls für ausgewählte Apple Produkte konzipiert sind jetzt auch die Bose QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones.

Die Bose AE2i Audio Headphones sind Around-Ear Kopfhörer (ohne lärmreduzierende Funktion) mit einem weiterentwickelten Akustik-Design, das unter anderem die US-patentierte Bose TriPort Acoustic Headphone Structure nutzt und dafür sorgt, dass die Musik in allen Teilen des Frequenzspektrums unverzerrt und realistisch wiedergegeben wird. Höhen und Gesangsstimmen klingen dadurch natürlich und unverfälscht. Mit dem Inline-Mikrofon kann der

Nutzer bequem auf seine Sprachanwendungen zugreifen – vom Freisprechen mit dem iPhone bis zur FaceTime Sitzung auf dem MacBook Pro. Die unkomplizierte Fernbedienung steuert mit nur drei Tasten die wichtigsten Funktionen: Lautstärkeregelung, Titelwahl und nahtloses Umschalten zwischen Anrufen und Musik. Für den hohen und vielfach ausgezeichneten Tragekomfort sorgen die speziell entwickelten Ohrpolster und eine ergonomische Kon-

struktion. Das Gewicht wird gleichmäßig über den Kopf des Hörers verteilt, und auch nach stundenlangem Tragen entstehen keine Druckstellen. Konstruktion und Verarbeitung der Bose AE2i Headphones ermöglichen ein hohes Maß an Strapazierfähigkeit – von den klappbaren Ohrmuscheln bis hin zum einseitig geführten, abnehmbaren Kabel. Für den bequemen Transport der Kopfhörer

wird ein praktischer Tragebeutel mitgeliefert.

Bose AE2i Headphones sind ab sofort in Schwarz mit silbernen Hörmuscheln zum Preis von 179 Euro inklusive MwSt. erhältlich. Um allen Besitzern von AE2 Headphones die gleichen Bedienungsmöglichkeiten für ihre Apple Produkte zu bieten, hat Bose als Zubehör für die AE2 Headphones ein Kabel mit Inline-Fernbedienung und Mikrofon ins Sortiment aufgenommen, das nur bei Bose zum Preis von 29,95 Euro inklusive MwSt. erhältlich ist.

Die QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones sind jetzt mit ausgewählten Apple Produkten kompatibel.

und Kunden vielfach gelobt. Sie sind das Ergebnis von über 30 Jahren kontinuierlicher Bose Forschung und gelten weltweit als Branchenmaßstab, weil sie eine einzigartige Kombination von Lärmreduzierung, Klangwiedergabe und Tragekomfort bieten. Die QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones sind für 349 Euro inkl. MwSt. in Silber verfügbar.

Bose präsentiert Companion 20 Multimedia Speaker System

Bose bietet mit dem neuen Companion 20 Multimedia Speaker System Klangqualität für ein zweiteiliges Computerlautsprecher-System. Ab sofort genießen Computernutzer damit eine realistische, natürliche Klangwiedergabe nicht nur direkt am Computer, sondern überall im Raum – ohne zusätzliches Bassmodul. Das Companion 20 System ist schlank und unaufdringlich, doch die Größe beeinträchtigt die Klangqualität nicht. Es ist ideal für alle, die mit ihrem Computer ihren Lieblingsradiosender über das Internet hören oder damit Videospiele, Filme oder iTunes-Playlisten genießen möchten. Das neuartige Lautsprecher-Chassis und das fortschrittliche Port Design bieten beim Companion 20 System eine beeindruckende Klangwiedergabe über den gesamten Frequenzbereich. Im Zusammenspiel mit US-patentierter Elektronik und Verstärkertechnologie erlebt der Nutzer die tiefen Bässe und die Lautstärke



eines deutlich größeren Systems aus einem Gehäuse, das nur 8,9 cm breit und 11,1 cm tief ist. Die Lautsprecher passen sehr harmonisch links und rechts neben einen Monitor oder Laptop, dank des Bose TrueSpace Stereo Digital Signal Processing breitet sich das Klangbild jedoch deutlich darüber hinaus aus. Es entsteht eine weite, räumliche Klangbühne, selbst wenn die Lautsprecher sehr dicht nebeneinander platziert sind.

Zusätzlich sorgen US-patentiertes Digital Signal Processing und Active Electronic Equalization für eine exakte Klangwiedergabe. Selbst bei größter Lautstärke entstehen keine Verzerrungen, und auch bei sehr leisen Tönen wird Musik ebenso detailreich und realistisch wiedergegeben. Das neue Companion 20 System ist über ein kleines, rundes Control Pod leicht zu bedienen. Es enthält die Lautstärkeregelung sowie One-Touch-Stummschaltung. Darüber hinaus bietet es einen Kopfhörerausgang sowie eine Anschlussmöglichkeit für eine weitere Audioquelle wie iPhone, iPod oder andere tragbare Geräte.

Das Companion 20 System erweitert die bestehende Produktfamilie der Bose Computerlautsprecher: das Companion 2 System, eine einfache und zugleich hochwertige zweiteilige Erweiterung für Computer oder tragbare Geräte; das Companion 3 System, das überzeugenden Stereospitzenklang mit drei Lautsprechern bietet; das Companion 5 System, das mit zwei Satelliten-Lautsprechern und einem Acoustimass Modul an die Wiedergabequalität eines vollständigen, fünfteiligen Systems heranreicht; und Computer MusicMonitor, das kleinste und kompakteste zweiteilige System von Bose. Das Companion 20 Multimedia Speaker System ist in Silber zum Preis von 249 Euro inklusive MwSt. lieferbar.

Klassiker mit neuen Funktionen

Die Bose QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones – die leisesten Bose Kopfhörer aller Zeiten – sind jetzt mit einem Kabel mit Inline-Fernbedienung und Inline-Mikrofon mit praktischen Bedienfunktionen für ausgewählte Apple Produkte ausgestattet.

Ob unterwegs, bei der Arbeit oder in der Freizeit – die QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling Headphones bieten dem Nutzer einfach mehr. Das neue Inline-Mikrofon erlaubt jetzt einen bequemen Zugriff auf verschiedene Sprachanwendungen – von der FaceTime Sitzung auf dem iPad oder MacBook Pro bis zum Freisprechen mit dem iPhone. Die unkomplizierte Fernbedienung steuert mit nur drei Tasten die wichtigsten Funktionen: Lautstärkeregelung, Titelwahl und Umschalten zwischen Anrufen und Musik. Damit die Headphones im Flugzeug oder in anderen geräuschintensiven Umgebungen einfach nur zur Lärmreduzierung genutzt werden können, ist das neue Kabel ganz einfach abnehmbar. Die QuietComfort 15 Headphones wurden bei ihrer Markteinführung 2009 von Kritikern

red dot design award für Bose VideoWave System

In einem Festakt vor über 1.000 Gästen aus Design, Industrie, Gesellschaft und Medien wurden am 4. Juli im Essener Aalto Theater die herausragenden Produkte des Jahres bei der Gala des red dot award: product design 2011 geehrt. Auf der Bühne übergab Professor Dr. Peter Zec, Initiator und CEO des red dot, die seltene Auszeichnung „best of the best“ für höchste Designqualität an das Bose Corporate Design Team für das VideoWave Entertainment System. Die internationale Auszeichnung für das Bose VideoWave System setzt die Serie von red dot awards für eine ganze Reihe von Bose Produkten in den



vergangenen Jahren fort. Und sie bestätigt erneut den „red dot award: design team of the year 2008“, der als höchste Auszeichnung in der Welt des Designs gilt. Neben VideoWave erhielten außerdem drei weitere Bose Produkte einen red dot design award: winner 2011 für hohe Designqualität: das Lifestyle 235 Home Entertainment System, das Bose Bluetooth Headset und die Bose AE2 Audio Headphones.

CXC 700 In-Ear-Hörer neu in Sennheisers Travel-Line

Mit dem CXC 700 hat Audio-spezialist Sennheiser seine erfolgreiche Travel Linie um einen In-Ear-Hörer mit aktiver Lärmreduzierung erweitert. Auffälligstes Ausstattungsmerkmal ist hier das innovative NoiseGard/digital. Es bietet Reisenden die Auswahl zwischen drei Antischall-Profilen – optimiert für unterschiedlichste Umgebungsgläusche unterwegs.



Mit dieser wegweisenden digitalen Technologie können Vielflieger und Reisebegeisterte ebenso wie Menschen, die nur gelegentlich öffentliche Verkehrsmittel benutzen, sich nun noch besser auf den bewährten Sennheiser-Sound konzentrieren. Während einer Reise ist man von verschiedensten Geräuschkulissen umgeben: Schienen-, Turbinen- oder Propellerlärm, Motorendröhnen und Lautsprecherdurchsagen können ebenso nerven wie der grölende Kegelclub oder der wichtiguerische Geschäftsmann beim Dauer-telefonat: Der neue Sennheiser

CXC 700 ist auf diese Situationen vorbereitet und passt sich auf Knopfdruck an die jeweilige Umgebung an; ganz gleich, wo sich der Nutzer gerade befindet.

Drei Antischall-Profile

Insgesamt stehen drei Antischall-Profile zur Auswahl, um NoiseGard an die aktuelle Umgebungssituation anzupassen. Profil 1 absorbiert insbesondere tieffrequenten Lärm (100 bis 400 Hertz), wie beispielsweise Motorengläusche von Zügen, Bussen oder kleineren Passagierflugzeugen.

Profil 2 fokussiert den Lärmausgleich auf Geräusche im mittleren Frequenzbereich (400 bis 3.000 Hertz), die vor allem durch Klimaanlagen in großen Passagierflugzeugen oder Bürogebäuden entstehen. Über einen besonders breiten Frequenzbereich (100 bis 3.000 Hertz) wirkt Profil 3, das die Antischall-Leistung im mittleren



Der neue CXC 700 ist eines der Produkte, mit denen Sennheiser auf der IFA 2011 vertreten ist.

und tieffrequenten Bereich kombiniert. So können Geräuschkulissen mit verschiedenen Lärmkomponenten, wie sie zum Beispiel auf Flughäfen, Bahnhöfen oder U-Bahnstationen auftreten, ausgeglichen werden, – wenn auch mit etwas geringerer Leistung als bei den beiden ersten Modi.

„NoiseGard/digital ist die konsequente Weiterentwicklung der analogen Sennheiser NoiseGard-Technologie“, erklärt Daniel Chee, Produktmanager der Sennheiser Travel Linie. „Die Auswahlmöglichkeit aus drei unterschiedlichen Modi, die für verschiedene Umgebungssituationen optimiert sind, verbessert die Antischallerzeugung erheblich. Präzise Filter generieren dabei ein um bis zu fünfmal besseres Ergebnis als das analoge System.“

Damit auf Reisen die Hörfreude jederzeit garantiert ist – selbst bei ausgeschalteter NoiseGard-Funktion – sorgt bewährte Sennheiser-Akustik für ein detailreiches, ausgeglichenes Klangbild mit einem Übertragungsbereich von 20 bis 21.000 Hertz. Der Hörer ist perfekt auf die Verwendung mit portablen Audio- und Videogeräten abgestimmt und zugleich für den Anschluss an Inflight-Entertainment-Systeme optimiert.

Handliche Größe

Seine handliche Größe und das ergonomische Design sorgen dafür, dass sich der CXC 700 beim Nichtgebrauch auf Reisen problemlos verstauen lässt. Auch wenn er beim Dösen oder Schlafen getragen wird, stört er den Nutzer dank seiner kompakten Abmessungen nicht.

Bedient wird der neue Sennheiser CXC 700 über eine ins Kabel integrierte Kontrolleinheit: Hier lassen sich nicht nur die drei NoiseGard-Profile einstellen und die Lautstärke regulieren, sondern auch die Sennheiser TalkThrough-Funktion aktivieren. Diese ermöglicht Gespräche mit dem Sitznachbarn oder dem Flugpersonal, ohne den In-Ear-Hörer herausnehmen zu müssen. Der Wechsel zwischen den NoiseGard-Profilen und die TalkThrough-Aktivierung werden sowohl durch ein akustisches als auch ein optisches Signal angezeigt.

Viele Extras

Auch sonst ist der High-End-Ohrkanalhörer mit allen Extras für eine entspannte und sorgenfreie Reise ausgestattet. Für perfekten Sitz und eine optimale passive Lärmdämpfung verfügt der CXC 700 über Ohr-Adapter in drei unterschiedlichen Größen. Dank des mitgelieferten Inflight-Adapters und eines 6,35-mm-Klinkenadapters kann der Hörer sowohl an portable Abspielgeräte als auch an Inflight-Entertainment-Systeme angeschlossen werden. Mitgeliefert wird außerdem ein 1,6 Meter langes Kabel, das in jeder Situation ausreichend Bewegungsfreiheit bietet.

Neben einem kleinen Transport-Case gehören auch ein Membranschutz, ein Reinigungswerkzeug sowie eine AAA-Batterie mit zum Lieferumfang.

www.sennheiser.de

Kabellose Headsets der DW-Serie von Sennheiser sind jetzt für Microsoft Lync 2010 optimiert

Die kabellosen Headsets der DW-Serie von Sennheiser Communications sind jetzt mit Microsoft Lync 2010 kompatibel. Microsoft Lync bietet seinen Nutzern eine umfassende integrierte Unified Communications (UC) Anwendung, mit deren Unterstützung Kommunikation zu einer Interaktion wird, die die Zusammenarbeit fördert. Zudem ist sie von nahezu überall und zu fast jeder Zeit zugänglich. Mit Hilfe der kabellosen Head-



sets der DW-Serie können Unternehmen ihre Effizienz verbessern und eine komfortable Arbeitsumgebung schaffen. Die Headsets wurden erfolgreich mit Microsoft Lync getestet. Das Logo „Optimiert für Microsoft Lync“ bedeutet, dass sie sich als für Microsoft Lync ausgelegte Kommunikationsgeräte qualifiziert haben. Mit Features wie Plug-and-Play profitieren Microsoft Lync User von hohem Komfort und erweiterter Flexibilität beim Einsatz der kabellosen Headsets. Zudem unterstützen die Headsets die DECT-Konnektivität und bieten eine herausragende Tonqualität mit optimierter Rauschunterdrückung. www.sennheiser.de

POS-Neuheiten

Gear4 zeigt neues Zubehör für Apple auf der IFA 2011



Gear4, einer der führenden Anbieter für iPhone, iPod und iPad Zubehör, wird auf der IFA 2011 eine ganze Reihe von neuen Produkten zeigen. So hat das Unternehmen beispielsweise eine Vereinbarung mit Rovio, dem Entwickler des preisgekrönten Spiels Angry Birds, unterzeichnet und prä-



sentiert weltweit exklusiv Lautsprecher im Design der Angry Birds Charaktere. Mit den Angry Birds Lautsprechern möchte Gear4 an den großen Erfolg der Angry Birds Cases für iPod touch, iPhone und iPad anknüpfen. Drei Angry Birds Lautsprecher werden angeboten: „roter Vogel“, „schwarzer Vogel“ und das „Helmschwein“. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen liegen bei 69,99 und 89,99 Euro. Im Lieferumfang ist eine Dockingstation für iPod, iPhone oder iPad enthalten.



Außerdem erweitert Gear4 sein Portfolio und stellt eine eigene Range an Kopfhörern vor. 20 Produkte umfasst das neue Apple-zertifizierte Kopfhörer-Sortiment für iPod, iPhone und iPad. Dank der jahrelangen Erfahrung in der Entwicklung qualitativ hochwertiger und modischer Produkte, trifft die Gear4 Kopfhörer Kollektion unterschiedliche Geschmäcker und Preispunkte und deckt die häufigsten Kopfhörer-Designs,



In-Ear, On-Ear und Over-Ear, auf dem Markt ab.



Neu ist schließlich auch das Pocket-loops Keyboard für iPhone oder iPod touch. Es erlaubt dem Benutzer, jederzeit und überall eigene Musiktracks zu erstellen und mit der Pocket-loops App zu bearbeiten, die kostenlos über den App Store heruntergeladen werden kann.

www.gear4.com



TK

Telefónica Germany gliedert das Geschäft mit Hosting-Diensten aus

Telefónica Germany hat sein Hosting-Geschäft in eine eigene Gesellschaft ausgegliedert und sein Angebot um Managed Cloud Services sowie Application Management Solutions für komplexe Online-Portale erweitert. Das neue Tochterunternehmen firmiert als Telefónica Germany Online Services GmbH. Es fasst die bestehenden Hosting-Teams aus den Bereichen Business und Network Technology zusammen. Zum Geschäftsführer des neuen Unternehmens wurde der bisherige Vice President Large Enterprises von Telefónica Germany, Kai Stemick, ernannt. Den Vertrieb und die Technik des Hosting-Unternehmens leiten Christian Krischke und Ulrich Mühlhoff. Alle Mitarbeiter der Hosting-Teams wechselten zum 1. Juli in die neue 100prozentige Tochtergesellschaft der Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, die über ein bundesweites Vertriebsnetz und Standorte in München und Gütersloh verfügt. www.o2online.de

Incentive-Gewinner von Motorola und ENO feiern auf der Wies'n

Gemeinsam laden Motorola und ENO die bayrischen Händler zu einem Tag auf den Wies'n ein: Am 23. September erwartet der ENO-Außendienstler Burhan Narkiz seine besten Kunden in München, um auf dem Oktoberfest mit Haxe und Maßbier zu feiern. Um bei dem Incentive mitmachen zu können, muss der Fachhändler Motorola Produkte über ENO beziehen und/oder Telekom Laufzeitverträge schalten. Das für die Aktion geschnürte Startpaket beinhaltet drei Motorola Defy und ein Motorola Xoom inkl.

Tasche zu einem Sonderpreis, der neben der Ersparnis von über 90 Euro auch Sonder-WKZ bei Freischaltung bietet. In die Bewertung fließen nach dem Kauf des Startpaketes alle weiteren Motorola-Geräte und Telekom Verträge mit ein. Der Aktionszeitraum ist der 1. Juli bis 31. August, eine Anmeldung ist erforderlich. „O'zapft is“ heißt es für die beiden besten Motorola-Verkäufer, die beiden besten Telekom-Schalter sowie zwei durch Losglück ausgewählte Händler. Alle weiteren Informationen sind direkt vom persönlichen Ansprechpartner erhältlich. www.eno.de

Brodos, O2 und HTC schicken die besten Verkäufer nach Südafrika

Brodos, O2 und HTC haben das Incentive „Mit Brodos, O2 und HTC ab nach Südafrika“ gestartet. Die Sieger des Incentives fliegen im November mit dem neuen A380 der Luftansa in das afrikanische Land. Das derzeit größte zivile Verkehrsflugzeug der Welt bietet besonderen Komfort und gewährleistet, dass die Gewinner entspannt am Ziel ankommen. Erstes Ziel der Siegergruppe ist das Wildreservat Pilanesberg. Dort haben sie unter anderem die Chance, die Big Five (Löwe, Elefant, Leopard, Büffel, Nashorn) in freier Wildbahn zu beobachten. Danach geht es weiter nach Kapstadt. Von der Stadt am Fuße des weltberühmten Tafelbergs erkunden die Sieger neben der Umgebung auch das Kap der guten Hoffnung – zu Luft, zu Land und auch zu Wasser. Aktionszeitraum ist der 1. Juli bis 30. September. Die fünf besten O2-Vermarkter, die zwei besten O2-Steigerer und der beste O2-Newcomer werden mit der Reise nach Südafrika belohnt. Vergleichszeitraum für die besten Steigerer ist das zweite Quar-

tal 2011. Berücksichtigt werden alle O2 Neuverträge mit 24 Monaten Laufzeit. Zusätzlich werden in den nächsten Wochen viele Überraschungsgewinne unter allen Händlern verlost. Dabei zählt jeder O2 Neuvertrag mit 24 Monaten Laufzeit als ein Los. Je mehr Freischaltungen der Händler tätigt, desto höher ist dementsprechend dessen Gewinnchance. Alle bei Brodos gelisteten Fachhändler sind teilnahmeberechtigt. Gewertet wird je Kundennummer bzw. Betreiber und nicht je Shop. Für die Aktion ist keine Anmeldung erforderlich, die Teilnahme erfolgt automatisch. Die Gewinner werden im Oktober bekanntgegeben. www.brodos.de

mobilcom-debitel startet neues Programm für Fachhandelspartner

mobilcom-debitel hat das neue Leistungs-Partnerprogramm für seine Fachhandelspartner gestartet. Das Programm wurde weiter optimiert, ohne dabei komplexer zu werden. Übersichtlichkeit und Einfachheit beschreiben das neue Programm ebenso wie die attraktiven Leistungen, die der Partner bequem abrufen und abrechnen kann. So sind Promotions am PoS und regionale Sonderwerbemittel bis zu 100 Prozent ohne Eigeninvestitionen refinanzierbar. Das neue Leistungspartnerprogramm bietet in diesem Jahr zusätzlich neue Vorteile. Beim neuen Programm gilt die Faustregel: Je höher der Kundenbestand und der monatliche Umsatz der Kunden, desto höher fällt die monatliche Umsatzbeteiligung aus. Zusätzlich wurden die Einstiegsstufen in die verschiedenen Leistungspartnerstufen gesenkt. Durch dieses Herabsetzen innerhalb der Leistungspartnerstufen sowie durch zusätzliche

HTC Smartphones erhalten Auszeichnungen von IDEA, red dot und IDA

HTC ist in diesem Jahr zum wiederholten Mal für seine Design-Spitzenleistungen ausgezeichnet worden und hat für ausgewählte Smartphones den IDEA Award, den red dot Award und den IDA Award erhalten. Neben dem Top-Smartphone in den USA, HTC Evo 4G, haben sich hier insbesondere das HTC Legend und das HTC Gratia gegen die Konkurrenten durchgesetzt. Die internationalen Auszeichnungen bestätigen HTC's Bestreben, intuitive User Experiences zu schaffen, die die alltägliche Nutzung von Smartphones leichter gestalten. Und sie reflektieren die Philosophie von HTC, mobile Endgeräte zu schaffen, die auf die individuellen Vorlieben und Wünsche der Endkonsumenten ausgerichtet sind. Bei den International Design Excellence Awards (IDEA) 2011 – bekannt als der Oscar unter den Designauszeichnungen – erhielt HTC drei Top Awards in der Kategorie Kommunikationsgeräte. Das HTC Droid Incredible wurde dabei mit dem Gold Award, das HTC Evo 4G mit dem Silver Award und das HTC Legend mit dem Bronze Award ausgezeichnet. Zudem schaffte es das HTC Gratia unter die Finalisten in der gleichen Kategorie. Die IDEA Awards werden von dem US-Magazin Fast Company und der Industrial Designers Society of America gesponsert. Darüber hinaus gewann HTC im März dieses Jahres drei Preise bei dem internationalen Designwettbewerb von red dot. Dabei erhielt das HTC Evo 4G für sein bahnbrechendes Design die höchste Auszeichnung, den red dot : best of the best-Award. Auch das HTC Legend und HTC Gratia wurden mit dem weltweit anerkannten Qualitätssiegel für ausgezeichnetes Design bedacht. Bei den International Design Awards (IDA) im Mai 2011, die den Fokus auf smartes und nachhaltiges Design setzen, wurde HTC's Pionierarbeit bei Design ebenfalls gewürdigt – das HTC Legend erhielt Gold bei den IDA Awards 2010. Das HTC Evo 4G und das HTC Droid Incredible sind ausschließlich auf dem US-Markt erhältlich. Das HTC Legend ist in der gesamten DACH-Region verfügbar. www.htc.de

Produkte – neben Neuverträgen und Vertragsverlängerungen kann aktuell auch mit Stromvermarktung oder DSL gepunktet werden – werden Fachhändler jetzt noch schneller aufsteigen und so von den Vorteilen der jeweiligen Leistungsstufe profitieren. www.mobilcom-debitel.de

Vodafone bietet ab sofort Cloud-Office für Geschäftskunden an

Vodafone Deutschland stellt seinen Geschäftskunden ab sofort Microsoft Office 365 als Cloud-basiertes Angebot zur Verfügung. Die Anwendung kombiniert die Datenanbindungen von Vodafone mit den Microsoft-Büro-Standardanwendungen aus der Microsoft Cloud. Office 365 ermöglicht Benutzern den Zugriff auf E-Mails, Dokumente, Kontakte und Kalender mit PC, Mac, Smartphone oder einem Webbrowser. Firmenkunden des Düsseldorfer Konzerns können mit unterschiedlichsten Endgeräten auf die aktuellen Versionen von Exchange Online, Sharepoint Online und Lync-Online – dem Nachfolgeprodukt von Microsoft Communicator und LiveMeeting – zugreifen. Darüber hinaus können sie die Office Web Apps nutzen: Dabei handelt es sich um spezielle Versionen von Word, Excel, Powerpoint und OneNote. Das Angebot ist für jede Unternehmensgröße ausgelegt – insbesondere für kleine und mittelgroße Unternehmen ohne eigene IT-Abteilung. Für Großunternehmen mit einer gewachsenen IT-Infrastruktur ist auch der Einsatz von Office 365 als Hybrid-Modell möglich. Mit dem Bereitstellen von Microsoft Office

365 durch Vodafone benötigen Firmenkunden keine aufwendige und teure Server-Infrastruktur. Die Anwender erhalten eine nutzerbasierte Abrechnung (Pay-As-You-Use Prinzip) und profitieren damit von monatlich kalkulierbaren Kosten. Microsoft Office 365 von Vodafone gibt es in diversen Preismodellen und in unterschiedlicher Zusammensetzung. www.vodafone.de

Für O2 Prepaid Kunden gibt es jetzt auch die Express-Aufladung

Telefónica Germany bietet seinen Prepaid Kunden ab sofort die Möglichkeit zur Express-Aufladung. Über den neuen Service können die Kunden künftig zu jeder Zeit, von überall per Lastschrift oder Kreditkarte ihr Guthaben aufladen. Mit der neuen Express-Aufladung kommt das Guthaben schnell und einfach auf das Konto. Voraussetzung für die Nutzung ist die Registrierung unter www.o2.de/aufladen oder über die Prepaid-Kundenbetreuung. Danach stehen dem Kunden vier Möglichkeiten zur Verfügung, den gewünschten Betrag aufzubuchen: online unter www.o2.de/aufladen, das Sprachmenü unter 73737, die Prepaid-Kundenbetreuung oder eine SMS mit dem Kennwort „Aufladen“ an die Nummer 73737. Als zusätzliche Option steht eine wiederkehrende automatische Aufladung zur Verfügung, bei der der Kunde an einem festen Tag in der Woche oder im Monat einen wählbaren Betrag auf das Prepaid-Konto bucht. Zusätzlich lassen sich jederzeit weitere Beträge aufladen. www.o2online.de

mobilcom-debitel eröffnet wegweisendes Schulungszentrum in Erfurt

Mit dem Campus Erfurt hat mobilcom-debitel eines der innovativsten und leistungsfähigsten Schulungszentren der gesamten Telekommunikationsbranche in Deutschland eröffnet. In Zusammenarbeit von Vertrieb und Kundenbetreuung ist mit Unterstützung großer Hardwarehersteller wie RIM, LG, Nokia oder Sony Ericsson eines der Top-Schulungszentren entstanden. Mit diesem Schritt unterstreicht Deutschlands größter netzunabhängiger Telekommunikationsanbieter die Bedeutung kompetenter Beratung am PoS.

Das neue Schulungszentrum verbindet auf insgesamt 600 m² modernste Präsentationsflächen in Kombination mit einer leistungsfähigen Infrastruktur. So bietet das neue Areal dank Umbau und neuer Ausstattung Platz für 50 bis 70 Teilnehmer täglich – eine notwendige Kapazitätserweiterung, die sowohl auf die Quantität als auch auf eine hohe Schulungsqualität einzahlt. In unterschiedlichen Camps, die sich je nach Thema an alle Mitarbeiter in den Shops oder aber auch an unterschiedliche Zielgruppen wie PoS-Mitarbeiter der verschiedenen Vertriebslinien, Call Center-Agenten oder Azubis richten, werden in insgesamt 170 Veranstaltungen in ein- bis viertägigen Workshops Produkte und Verkaufsmethoden, aber auch Inhalte wie Personalmanagement und -führung vermittelt. Auch die Vorbereitung auf die TÜV-Prüfung zum zertifizierten „Mobile Multimedia Spezialisten“ gehört zu den Angeboten. Dieses Gütesiegel wurde von Teamleiter Training Max

Reulein entwickelt. Es genießt laut mobilcom-debitel hohes Ansehen und ist einzigartig in der Telekommunikationsbranche.

„Die systematische Weiterentwicklung unserer Beratungs- und Verkaufsqualität, insbesondere in der Vermarktung im hochwertigen Smartphone-Segment, erforderten die Neuausrichtung des Schulungszentrums“, so Christoph Preuß, Geschäftsführer der mobilcom-debitel Shop GmbH. „So stärken wir nicht



nur unsere Position als kompetenter Berater im gesamten Markt, sondern auch die langjährige gute Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Kundenbetreuung.“ Man sei auf die Entscheidung zum Ausbau des Schulungszentrums und der damit verbundenen Stärkung des Standorts Erfurt sehr stolz und freue sich auf die Arbeit im neuen und hochmodernen Campus“, sagte Birgit Geffke, Leiterin Kundenbetreuung und Standortverantwortliche in Erfurt. www.mobilcom-debitel.de

TK



Funkwerk erweitert ITK-System elmeg hybrid um VoiceMail Funktion

Funkwerk Enterprise Communications (FEC) erweitert die ITK-Systeme elmeg hybrid 300/600 um ein zentrales integriertes VoiceMail System. Mit dem aktuellen Release stehen die persönlichen VoiceMail Boxen jedem Teilnehmer der elmeg hybrid Systeme ab sofort zur Verfügung. Die Einstellungen der VoiceMail Box lassen sich, auch per Fernabfrage, vom jeweiligen Benutzer individuell über ein eigenes User-Portal administrieren. Das neue VoiceMail System der elmeg hybrid führt die Anrufer bei Abwesenheit oder im Besetztfall zur persönlichen VoiceBox des angerufenen Teilnehmers. Die Administration der VoiceMail Box erfolgt sprachgeführt, via Ansagen derzeit in den Landessprachen Deutsch, Englisch und Italienisch.



den Anrufe per Alarm-/Meldeton, per MWI (Message Waiting Indication) oder per Voice to Mail – hier kann die Sprachnachricht als .wav-Datei per E-Mail weitergeleitet werden. Darüber hinaus bietet das auf der elmeg hybrid integrierte VoiceMail System einen eigenen Kalendertyp zur zeitlichen Steuerung der persönlichen Begrüßungsansagen – während oder außerhalb der Geschäftszeiten. Über das User Web Portal kann jede persönliche VoiceBox individuell eingestellt werden. Dort kann man sich auch über den aktuellen Status der Sprachnachrichten informieren. Von extern kann der Teilnehmer ebenfalls auf das VoiceMail System zugreifen und somit jederzeit eingegangene Nachrichten abhören und aktiv reagieren wie Rückruf tätigen, löschen, speichern oder weiterleiten als E-Mail.



Zwei VoiceBoxen sind im Lieferumfang jeder elmeg hybrid 300/600 enthalten. Weitere Lizenzen sind gegen Gebühr erhältlich: Die Lizenz für fünf VoiceBoxen kostet 119 Euro EVP netto. Die Lizenz für zehn VoiceBoxen kostet 189 Euro EVP netto.

www.funkwerk.com

nisch. Es können zwei Ansagen je VoiceBox geschaltet werden – mit oder ohne Aufzeichnung einer Nachricht. Anstelle der Standardansagen können vom Teilnehmer individuelle Ansagen per Telefon aufgesprochen werden. Bei Abwesenheit informiert das VoiceMail System über alle eingehenden

Das erste Doro Handy mit Kamera



Doro hat sein erstes Handy mit integrierter Kamera vorgestellt. Mit dem neuen Klappgerät ist das Fotografieren und Versenden von MMS selbst für technisch Ungeübte ganz einfach möglich.

Ausgestattet ist das neue Doro PhoneEasy 615 mit einer 3,2-Megapixel Kamera mit achtfacher Zoomfunktion und integriertem Blitzlicht. Besonderer Wert bei der Entwicklung wurde wie immer auf die einfache Bedienung gelegt. So kann die Kamerafunktion über eine eigens dafür geschaffene Taste aufgerufen werden. Ebenso einfach gestaltet sich das Abrufen und das Versenden einer MMS. Für alle, denen das Schreiben einer SMS schwerfällt, wurde jetzt auch die Möglichkeit geschaffen, eine Sprachnachricht aufzunehmen und zu versenden. Entwickelt wurde das Doro PhoneEasy 615 in Partnerschaft mit der schwedischen Design-Agentur Ergonomi-design. Die voneinander getrennten, konkaven Tasten lassen sich leicht bedienen, das große beleuchtete Farbdisplay ist gut ablesbar, und die Rufonlautstärke (über 85 dB) ist wesentlich höher als bei Standard-Handys. Mit der SMS Direktwahltaste kann mit nur einem Tastendruck die SMS-Funktion aufgerufen werden. Die intelligente Notruflösung sorgt für höhere Sicherheit. Wird die Notruftaste gedrückt, werden automatisch SMS-Textnachrichten an eine individuell definierte Notfall-Kontaktliste abgesetzt. Danach werden die Kontakte automatisch angerufen – neu dabei ist, dass der abgesetzte Notruf vom Gesprächspartner bestätigt werden muss. Dadurch wird verhindert, dass ein Notruf zum Beispiel von einem Anrufbeantworter oder einer automatischen Ansage im Netz angenommen wird. Über die OTA Programmierung („Over-The-Air“) ist es möglich, dass Funktionen wie etwa die Notrufeinstellungen oder die Kontaktliste von einem zweiten dafür autorisierten Mobiltelefon aus der Ferne programmiert werden können. Das Doro PhoneEasy 615 ist ab sofort zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 179,99 Euro erhältlich.



www.ivsgmbh.de

Gigaset erweitert pro-Linie für kleine und mittelgroße Unternehmen



Gigaset hat sein Portfolio an professionellen Telefonen für kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) ausgebaut: Mit der Einführung der neuen Modelle Gigaset DE310 IP Pro und DE410 IP Pro vergrößert der Telefonhersteller die Auswahl an Endgeräten, die mit den Telefonanlagen der modularen Gigaset pro-Reihe harmonisieren. Das Gigaset DE310 IP Pro für zwei SIP-Accounts bietet alle Basisfunktionen für die professionelle Sprachkommunikation und außerdem ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis in der Einstiegsklasse. Das Gigaset DE410 IP PRO kann bis zu sechs SIP-Konten verwalten, ist mit einem großen fünfzeiligen Display ausgestattet und kann mit zusätzlichen Tastenmodulen erweitert werden. Hoher Bedienkomfort, schnelle Konfiguration und effizientes Kontakt- und Rufmanagement, das auch Dreierkonferenzen unterstützt, gehören zum Leistungsumfang der beiden Gigaset pro-Telefone DE310 IP Pro und DE410 IP Pro. Sie überzeugen laut Hersteller mit einem kristallklaren Klang, der auch höchsten professionellen Ansprüchen gerecht wird. Basis für diese breitbandige Sprachqualität ist die High Definition Sound Performance-Technik HDSP, die in allen Gigaset pro-Geräten zum Einsatz kommt.



Beide Modelle ermöglichen eine Synchronisation des internen Kontaktdaten-Verzeichnisses mit den Einträgen in Microsoft Outlook. Im Zusammenspiel mit Gigaset Quicksync kann man Anrufe mit einem Mausclick direkt aus Outlook initiieren (CTI, Computer Telephony Integration). Quicksync steht den Anwendern der Gigaset pro-Telefone kostenfrei zur Verfügung. Der Navi-Key mit Fünf-Wege-Funktion macht das Scrollen durch Listen und die Navigation in Menüs komfortabel. Häufig benötigte Funktionen können über spezielle Tasten aufgerufen werden. Das DE410 IP Pro bietet außerdem sieben Speichertasten, die entweder mit weiteren Funktionen oder als Direktwahltasten belegt werden können. Wem das nicht ausreicht, der kann bis zu zwei optional erhältliche Erweiterungsmodule mit je 14 zusätzlichen Speichertasten an das DE410 IP Pro anschließen. Beide Geräte werden ab August in einem zweistufigen Vertriebskonzept über Komsa und Allnet an qualifizierte Wiederverkäufer, Systemhäuser und Telekommunikationsanbieter vertrieben.

www.gigaset.com/pro

Neue Ledercases von bugatti mobilecases für iPad und Tablet PCs



bugatti mobilecases hat die neue Schutzhülle Basic für Geräte wie das Apple iPad 2, das Samsung Galaxy Tab 10.1 oder das Motorola Xoom vorgestellt. Basic wird aus hochwertigem Leder hergestellt und ist mit einem Haltemagneten versehen, der das Aus- und Einpacken des Tablets vereinfacht. Das Tablet-Case ist in Handarbeit gefertigt. Ein weiches Lederfutter bietet optimalen Schutz für empfindliche Displays. Eine elegante Prägung auf beiden Seiten, die Integration der Lederlasche mit Haltemagneten und unterschiedliche Haptik bei den Modellen sollen die Basic auch zu einem Modeaccessoire machen. bugatti Basic gibt es in Schwarz aus glänzendem Leder und in Braun mit Streifenstruktur. Die Verschlusslasche hält den Tablet PC rutschfest am Platz, die Griffmulde darunter sorgt für eine schnelle Entnahme. bugatti Basic ist ab sofort für 49,95 Euro (unverbindliche Verkaufspreisempfehlung) erhältlich.

www.bugatti-mobilecases.de

Firmware-Upgrade für die Fritz!Boxen Fon WLAN 7390, 7270 und 7240



Nach der Integration vieler zusätzlicher Funktionen im Fritz! Labor steht jetzt bei AVM die offizielle und kostenlose Firmware für die Fritz!Box Modelle Fon WLAN 7390, 7270 und 7240 zur Verfügung. Von der erweiterten Kindersicherung, der DECT-Repeater-Funktion bis zur vollständigen Unterstützung von IPv6 wird die Funktionsvielfalt durch das kostenlose Upgrade erweitert. Der schnellste Weg zum Upgrade ist die automatische Update-Suche über die Fritz! Box-Benutzeroberfläche. Einfach im Browser fritz.box eingeben und dann über Einstellungen und System nach neuer Firmware suchen, anschließend auf „Firmware-Update jetzt starten“ klicken. Tips und Tricks zu den neuen Funktionen stehen im Service-Portal zur Verfügung. Aufgrund der technologischen Weiterentwicklung und der produktabhängigen Ausstattung können die neuen Leistungsmerkmale je nach Geräteversion variieren.

www.avm.de

Buffalo Technology steigt in den Markt für ADSL2+ Modem Router ein



Buffalo Technology steigt mit dem Buffalo Technology AirStation WBMH-HP-GNV2 N-Technology HighPower ADSL2+ Modem Router in den Markt für Modem Router ein. Das Gerät sendet und empfängt mit bis zu 150 Mbps über WLAN-n-Standard und sorgt dank HighPower-Technologie für gleichmäßigen Datendurchsatz ohne tote Punkte. Bei der Einrichtung empfiehlt die AirStation automatisch den noch am wenigsten belegten WLAN-Kanal. Das AirStation One-

Touch Secure System (AOSS) verschlüsselt das Signal mit nur einem Knopfdruck. Weitere Sicherheit in SoHos oder KMUs bieten die integrierte NAT und SPI Firewall sowie die Möglichkeit, mehrere Wireless Security Level gleichzeitig zu nutzen. Vier 10/100 Auto-Sensing LAN-Anschlüsse sorgen zusätzlich dafür, dass auch kabelgebundene PCs verbunden werden können. Ein integrierter DHCP Server sowie die Möglichkeit, das Modem manuell zu konfigurieren, vereinfachen die Integration in Netzwerke. Für den Einsatz an oder mit älteren Routern ist der Modem Router kompatibel zu den WLAN-Standards 802.11b und g. Die AirStation WBMH-HP-GNV2-EU ist für einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 52,99 Euro erhältlich. Sie unterstützt Annex B ADSL2+ mit bis zu 24 Mbps Downstream und bis zu 3 Mbps Upstream.

www.buffalo-technology.com

iPad Hülle mit integrierter Bluetooth Tastatur neu im Hama Sortiment



Hama bietet jetzt eine Hülle mit integrierter Bluetooth-Tastatur an, die spezielle iPad-Funktionen unterstützt und sich bei Bedarf auch aus der Tasche nehmen lässt. Zum Beispiel dann, wenn man die Stand-Funktion der Hülle für das iPad nutzt, aber in einigem Abstand tippen möchte. Dank vier integrierter Magnete lässt sich die Tastatur schnell wieder passgenau und sicher einsetzen. Alle Bedienelemente beider iPad-Versionen sind dank Aussparungen an der Tasche gut erreichbar. Das strapazierfähige PU-Obermaterial und die weiche Innenseite der flachen Tasche schützen das empfindliche Gerät. Im Handel ist das Cover inklusive Tastatur für ungefähr 100 Euro erhältlich.

www.hama.de





TK

Herweck lädt Händler auch im August und September zu Schulungen

Die Herweck AG setzt auch im August und September ihr Weiterbildungsangebot fort. Alle hier aufgeführten Seminare finden, wenn nicht anders angegeben, im Schulungscenter des Unternehmens in Kirkel statt. Im einzelnen werden folgende Schulungen angeboten:

- Meetings mit Erfolg leiten, 10.8. und 7.9., 225 Euro
- Agfeo: Level 1 (Bronze), 11.8., 139,00 Euro
- Effizienter Umgang mit Mail, 11.8. und 8.9., 225 Euro
- TOP Verkäufe, 17./18.8., 549 Euro
- Basisseminar Q1 – Auerswald-Produkte, 23.8., 119 Euro
- Aufbau-seminar Q2 – Auerswald-Produkte, 1.9., 190 Euro
- BTR Strukturierte Gebäudeverkabelung, 24.8., 89 Euro
- Siemens HiPath 3000 Basis-seminar, 6.–8.9., 1.199 Euro

Den stets aktuellen Schulungskalender finden Interessenten im Internet unter www.herweck.de/Schulungen. Zu jeder Schulung gibt es dort eine detaillierte Agenda. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und beinhalten die Verpflegung im Herweck Casino (Frühstück, Mittagessen und Kaffeepausen). Anmeldung und weitere Auskünfte zu den Inhalten der

Seminare gibt es bei Lisa Hirschmann, Telefon 06849/9009-357, E-Mail lhirschmann@herweck.de oder im Internet unter www.herweck.de/Schulungen.

Bei O2 Prepaid gibt's jetzt Gratis-Flatrates mit jeder Aufladung

Telefónica Germany hat mit O2 O Prepaid S/M/L einen neuen Tarif eingeführt und schenkt Prepaid-Kunden ab sofort Sprach- und SMS-Flatrates: Bei jeder Aufladung des Guthabens mit mindestens 15 Euro gibt es mindestens eine einmonatige Flatrate zusätzlich zum Guthaben kostenlos dazu. Die Prämien werden bei jeder weiteren Aufladung erneut gewährt. Abhängig vom aufgeladenen Betrag stehen unterschiedliche Flatrate-Pakete bereit: Bei 15 Euro neuem Guthaben telefonieren Kunden einen Monat lang im O2 Mobilfunknetz kostenfrei. Für eine Aufladung mit 20 Euro gibt es als Prämie zusätzlich zur netzinternen eine Festnetz-Flatrate gratis dazu. Wer sein Guthabenskonto mit 30 Euro auflädt, bekommt neben den beiden Sprach-Flatrates einen Monat lang beliebig viele kostenlose SMS ins O2 Mobilfunknetz. Die Flatrates werden automatisch aktiviert, sobald der entsprechende Betrag gutgeschrieben wurde, und gelten jeweils einen Monat. Nach Ablauf der 30 Tage erhält der Kunde

Die GSMA ernennt Barcelona zur „Mobile World Capital“

Nach einer 18monatigen Suche hat die GSM Association (GSMA), die 1987 gegründete weltweite Industrievereinigung der Mobilfunkanbieter, Barcelona zur „Mobile World Capital“ ernannt. Eine der Aufgaben der „Hauptstadt der Mobilkommunikation“ wird es sein, von 2013 bis 2018 den Mobile World Congress auszurichten, die wichtigste Messe der Mobilfunkindustrie. Diese findet bereits seit 2006 auf dem alten Messegelände, der Fira de Barcelona, in Barcelona statt. Dort wird sich die Branche vom 27.2. bis zum 1.3.2012 zum letzten Mal versammeln, bevor die Messe ab 2013 am neuen Standort an der Gran Via ausgerichtet wird.

Barcelona setzte sich gegen etwa 30 Städte durch, die sich im Laufe des Auswahlverfahrens um den Titel der „Mobile World Capital“ beworben hatten. Aus Deutschland waren zunächst München und Köln unter den Bewerbern. Nachdem Köln es aber nicht in die Endrunde geschafft hatte, trat schließlich nur noch München gegen Barcelona, Mailand und Paris an.

Konzentrierte sich die Mobilfunkbranche in Barcelona bislang ausschließlich auf den Mobile World Congress, so geht die Funktion als „Hauptstadt der Mobilkommunikation“ ab 2013 deutlich über die Veranstaltung der Messe hinaus. Zwar bleibt dieser Event der Eckpfeiler, aber darüber hinaus sind als weitere Elemente die Schaffung eines Mobile World Centres und eines Mobile World Festivals geplant. Das Mobile World Centre soll als Museum fungieren, in dem permanente und

temporäre Ausstellungen zu sehen sind und das Kultur und technologische Innovationen, Einrichtungen für die Entwicklung und Integration von mobilen Lösungen, Einzelhandel und Gastgewerbe miteinander verbindet. Das Mobile World Festival richtet sich mit umfangreichen Aktivitäten an die breite Öffentlichkeit.



Noch einmal, vom 27.2. bis zum 1.3.2012, wird sich die Mobilfunkbranche zum Mobile World Congress auf dem alten Messegelände Fira de Barcelona treffen, danach zieht die Messe zum neuen Messegelände an der Gran Via um.

Es fasst Sportveranstaltungen, Musik- und Kunstfestivals, Filmpreise, Technologie-Messen und vieles mehr zusammen.

Von diesen Aktivitäten werden Barcelona und die Provinz Katalonien profitieren. So schätzte die Stadt Barcelona bei ihrer Bewerbung die zusätzlichen Einnahmen auf rund 300 Millionen Euro. Gleichzeitig ging man von vielen tausend neuen Teilzeitstellen aus.

www.mobileworldcapital.com

die Flatrates erneut, sobald er seine Prepaid-Karte entsprechend auflädt. Neukunden von O2 O Prepaid profitieren von der ersten Prämie doppelt so lange: Nach der Erstaufladung gelten die jeweiligen Flatrates zwei Monate. www.o2online.de

Vodafone Deutschland meldet guten Start ins Geschäftsjahr 2011/2012

Vodafone Deutschland ist positiv in das Geschäftsjahr 2011/2012 gestartet. Vor allem die Firmenkundensparte und der Zuwachs bei mobilen Datendiensten haben nach eigenen Angaben des Unternehmens zum dynamischen Wachstum der im internationalen Konzernverbund nach Umsatz größten Vodafone-Gesellschaft beigetragen.

Bereinigt um den Regulierungseffekt bei den Mobilfunk-Terminierungsentgelten erreicht Vodafone Deutschland im 1. Quartal des Geschäftsjahres 2011/2012 Umsatzsteigerungen in allen Segmenten. Auch unter Berücksichtigung der Effekte durch die Regulierungsentscheidung der Bundesnetzagentur im November 2010 verzeichnen nahezu alle Segmente ein Wachstum: Im Berichtszeitraum April bis Juni 2011 betrug der Service-Umsatz über alle Sparten 2,172 Milliarden Euro. Eine außerordentliche Entwicklung verzeichnet das Geschäftskundensegment. Nach den positiven Vorquartalen konnte der Bereich im ersten Berichtsquartal mit BMW Group und Metro Group zwei

weitere Unternehmen aus dem DAX gewinnen. Rund 70 Prozent der DAX 30 Konzerne nutzen mittlerweile die Dienste von Vodafone. Der Bereich war ein wichtiger Wachstumstreiber mit einem Umsatzplus von 4,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die mobilen Datendienste verbuchten im Berichtsquartal erneut ein Plus und erzielten mit einem Umsatzplus von 21,4 Prozent auf 411 Millionen Euro das bislang beste Quartal. Ein Wachstum verzeichnete auch der Mobilfunk. Der Service-Umsatz stieg im Berichtsquartal um 0,2 Prozent. Bereinigt um die Kürzung der Terminierungsentgelte legte der Mobilfunk Service-Umsatz deutlich um 4,6 Prozent zu. Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) lag zwar mit 15,30 Euro unter dem Wert des Vorjahres, konnte aber gegenüber dem Vorquartal (14,70 Euro) deutlich zulegen. Dazu beigetragen haben neben den Datendiensten auch die Nachrichtendienste (SMS, MMS), die mit 9,0 Prozent ebenfalls ein starkes Umsatzplus verzeichneten. Die Zahl der Mobilfunkkunden lag mit insgesamt 36 Millionen Kunden deutlich über dem Vorjahresquartal.

Vor dem Hintergrund eines starken Wettbewerbs blieb der Bereich DSL im ersten Quartal 2011/2012 stabil. Die Zahl der Kunden lag am Ende des Quartals bei 3,449 Millionen. Der Service-Umsatz der DSL-Sparte erreichte trotz des sehr intensiven Preiswettbewerbs mit 526 Millionen Euro das Vorjahresniveau (526 Millionen Euro). www.vodafone.de

The Phone House sucht neuen Partner für Sylvie van der Vaart

Seit Mai ist Sylvie van der Vaart als Kampagnen-Stimme in verschiedenen Radio-Spots für The Phone House zu hören. Jetzt sucht das Unternehmen einen Partner für einen neuen Radio-Spot mit der Moderatorin und Casting-Expertin. In einem Online-Casting können sich die Kandidaten in die Herzen des Publikums und Sylvie van der Vaarts singen. Die Bewerber laden ein Video hoch, in dem sie ihren Lieblingssong singen. Das Publikum entscheidet anschließend bei dem Online-Voting selbst, welcher Kandidat den Wettbewerb gewinnt und im neuen The Phone House Radio-Spot singt.

Auf www.phonehouse-casting.de erklärt van der Vaart, was sie von ihrem Radio-Star erwartet. Mitmachen können alle ab 18 Jahren, die ein Video mit maximal 50 MB auf die Website hochladen. Für die besten Performances winken neben dem Auftritt im Radio-Spot noch weitere attraktive Preise. Der Gewinner trifft Sylvie van der Vaart persönlich in einem exklusiven Meet & Greet. Die vier Sängerinnen und Sänger mit den meisten Stimmen beim Voting erhalten zudem das Nokia N8 in Pink.

Das The Phone House Casting läuft bis zum 4. September. Passend zum Wettbewerb kooperiert The Phone House bei der Kampagne mit dem Radiosender Radio BigFM.

www.phonehouse.de



Käufer eines HTC ChaCha und HTC Salsa können gratis in eine europäische Stadt fliegen

Wer bis zum 30. September ein HTC ChaCha oder HTC Salsa kauft, kann gratis in eine europäische Stadt seiner Wahl fliegen. Amsterdam, Barcelona, Dublin, Lissabon, London, Paris, Rom und viele weitere Destinationen stehen auf der Liste der Sommer-Flugaktion. Das Angebot ist personenbezogen und begrenzt auf eine Teilnahme pro Haushalt (derselbe Name, dieselbe Adresse). Es ist nur gültig für volljährige Konsumenten, die wohnhaft in Deutschland sind und ein HTC ChaCha oder HTC Salsa im Zeitraum vom 18.7. bis 30.9. im teilnehmenden Handel käuflich erworben haben. Die vollständigen Nutzungsbedingungen für die Fluggutschein-Aktion können nachgelesen werden unter www.flugaktion.de. Um den Gutschein für die Flugaktion zu erhalten, füllen die Käufer des HTC ChaCha oder HTC Salsa das Aktionsformular aus, das bei den teilnehmenden Partnern Vodafone, O2 und Base sowie dem freien Fachhandel ausliegt oder online unter www.htcflugaktion.de abrufbar ist. Sie senden das Formular dann einfach zusammen mit einer Kopie des Kaufbelegs und dem original EAN-Code-Aufkleber von der Verpackung in einem ausreichend frankierten Umschlag innerhalb von 15 Tagen nach Kauf an nachfolgende Adresse – und schon kann der Flug gebucht werden: TLC Marketing, Promotion und Incentive GmbH, Postfach 103205, 60102 Frankfurt am Main. www.htc.de

TK



SAT



Thomas Regge neues Mitglied im Aufsichtsrat der HFO Telecom AG

In der ordentlichen Hauptversammlung der HFO Telecom AG am 21. Juli hat sich der langjährige Aufsichtsratsvorsitzende Klaus Hackenberg plangemäß aus Altersgründen nicht mehr zur turnusgemäß anstehenden Neuwahl zum Aufsichtsrat gestellt. Hauptberuflich war Hackenberg bis vor kurzem Geschäftsführer in Beteiligungsunternehmen des zum Süddeutschen Verlag gehörenden Frankenpost Verlages, den er ebenfalls aus altersbedingten Gründen nach vielen Jahren verlassen hat. Als Nachfolger für die nächsten fünf Jahre wurde für Hackenberg der Alleingeschäftsführer der ebenfalls zum Süddeutschen Verlag gehörenden gesamten Regionalzeitungsgruppe HCS, Thomas Regge, in den Aufsichtsrat gewählt. Die übrigen bisherigen Mitglieder des Aufsichtsrates haben sich wieder zur Wahl gestellt und wurden, ebenso wie Regge, einstimmig gewählt. www.hfo-telecom.de

AVM präsentiert sich auf der IFA 2011 erstmals im Reseller Park

Auch AVM wird auf der diesjährigen IFA vertreten sein. Der Berliner Fritz!Box Hersteller präsentiert sich und seine Produkte dort vom 2. bis 7. September im Reseller Park. Im Mittelpunkt des Messeauftritts steht das Thema „Heimnetz mit Fritz!“. Die Fritz!Box als zentrales Multitalent bringt Vernetzung, Kommunikation und Unterhaltung zusammen. AVM präsentiert den Händlern auf der IFA 2011 die vielfältigen Heimnetz-Funk-

tionen für jeden Breitbandanschluss bei gleichzeitig einfacher Anwendung. Die optimal auf die Fritz!Box abgestimmten Peripherie-Geräte aus den Bereichen WLAN, Powerline und Telefonie bieten den Anwendern die Möglichkeit, das Heimnetz nach ihren individuellen Ansprüchen einzurichten. So sind den Anwendungen kaum Grenzen gesetzt, und mit den kostenlosen Firmware-Updates profitieren die Kunden auch in Zukunft von der stetigen Weiterentwicklung. Händler haben die Möglichkeit, im AVM-Partnerportal persönliche Gesprächstermine für die IFA zu vereinbaren. Dafür können sie sich unter www.avm-partner.de mit ihrem vorhandenen Zugang anmelden oder neu registrieren.

www.avm.de

Telefónica Germany startet neues „Freunde werben“-Programm

Mit dem neuen „Freunde werben“-Programm von Telefónica Germany telefonieren Kunden ab sofort kostenlos untereinander: Wer andere von den Vorteilen bei O2 überzeugt, kann sich künftig für Gratisgespräche mit dem geworbenen Freund entscheiden. Über das Online-Formular unter www.o2empfehlen.de können Kunden ihren Familien, Freunden und Bekannten eine Produktempfehlung aussprechen. Als Prämie für einen Vertragsabschluss telefonieren beide beim Tarif O2 O ein halbes Jahr lang kostenlos miteinander, bei einem neu vermittelten O2 Inklusivpaket volle zwei Jahre. Alternativ zu den kostenlosen Gesprächen erhalten Kunden weiterhin eine einmalige Bargeldprämie in Höhe von zehn bis 50 Euro, je nach Produkt. www.o2online.de

E-Plus wächst auch im zweiten Quartal 2011

Die E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG hat im zweiten Quartal 2011 die Wachstumserfolge der vergangenen Quartale fortgesetzt. Obwohl regulatorische Eingriffe einen deutlichen Einfluss auf Serviceumsatz und EBITDA hatten, weist die E-Plus Gruppe eine starke wirtschaftliche Leistung aus. Bei einem anhaltenden Wachstum der Kundenbasis und mitten im größten Netzausbau der Unternehmensgeschichte erzielte E-Plus erneut eine hohe Ergebnismarge. Bereits heute versorgt die E-Plus Gruppe 75 Prozent ihrer Kundenbasis mit Highspeed-Datenverbindungen. Im ersten Halbjahr 2011 ist die E-Plus Gruppe damit bei den wichtigsten Erfolgskennziffern voraussichtlich erneut dynamischer als der Marktdurchschnitt gewachsen. Der Gesamtumsatz lag im zweiten Quartal bei 802 Millionen Euro. Die Umsätze aus Mobilfunkleistungen blieben bei einem Wert von 768 Millionen Euro weitgehend stabil im Vergleich zum Vorjahreswert. Ohne die spürbaren Regulierungseffekte erzielte die E-Plus Gruppe im Serviceumsatz ein zugrundeliegendes Wachstum von 7,5 Prozent. Trotz der Eingriffe von außen erreichte das EBITDA 335 Millionen Euro. Die EBITDA-Marge liegt weiterhin bei 41,8 Prozent und schaffte gegenüber den beiden Vorquartalen wieder deutlich den Sprung über die 40-Prozent-Marke.

Die Nachfrage nach mobilen Datenangeboten erwies sich als ein zentraler Treiber der Entwicklung. Inzwischen erzielt das Geschäft abseits der Telefonie 35 Prozent der Kundenumsätze im Quartal. Im Vorjahresquartal waren es noch 28 Prozent. Das steigende Interesse der Kunden an diesen Services zeigt sich unmittelbar in der Kundengewinnung. Im wichtigsten Vertragskundenprodukt „Mein Base“ wählen inzwischen über 40 Prozent der Neukunden auch einen Datentarif. Auch im Prepaid-Segment ist das Dateninteresse dank günsti-

ger Einstiegspreise mehr und mehr spürbar. „Die Erfolge im Datengeschäft haben zwei wesentliche Ursachen: Zum einen haben wir die attraktivsten Datenangebote im Markt und mit der Kombination von



Smartphone und eingebauter Datenflatrate bei BASE ein einzigartig einfaches und kundenorientiertes Erfolgsprodukt. Andererseits tragen unsere massiven Investitionen in den Ausbau des Datennetzes seit Ende vergangenen Jahres jetzt Früchte. Unsere Kunden- und speziell die Datenwachse sind ein klarer Beweis dafür“, erklärt E-Plus CEO Thorsten Dirks.

Zum 30. Juni zählte das Unternehmen 21,5 Millionen Kunden. In den vergangenen zwölf Monaten hat die E-Plus Gruppe 1,9 Millionen zusätzliche Nutzer für die eigenen Marken und über Kooperationspartner hinzugewonnen – 558.000 davon im abgelaufenen zweiten Quartal. www.eplus.de

TechniSat Receiver erhalten beim Leser-Award die Spitzennote

Der diesjährige Leser-Award wurde vom Screen DVD Magazin in Kooperation mit dem Nachrichtensender n-tv veranstaltet. In der Produktkategorie „TV-Receiver“ wurde TechniSat von den Lesern und Zuschauern mit einer herausragenden Note (1,68) auf den Spitzenplatz gewählt. Insgesamt hatten ca. 10.000 Leser und Zuschauer teilgenommen. Sie konnten aus insgesamt elf Kategorien ihre Lieblings-Markenprodukte wählen. www.technisat.de

TechniSat schließt Content-Partnerschaft mit Cloud7movies

TechniSat und Cloud7movies haben eine langfristige Content-Partnerschaft abgeschlossen. Mit Cloud7movies als Partner können auf den neuen internetfähigen TechniSat Digitalfernsehern der MultyVision ISIO-Geräteserie sowie den neuen Digitalreceivern Digit Isio und DigiCorder Isio Film-

angebote in HD abgerufen werden. Alle neuen internetfähigen Geräte der Isio-Serie ermöglichen neben dem Empfang digitaler TV- und Radioprogramme in SD- und HD-Qualität auch den Zugriff auf IP-basierte interaktive Dienste, wie zum Beispiel Mediatheken. Freies Browsen im Internet und das Abrufen von Video-on-Demand Angeboten sowie HbbTV sind ebenfalls möglich. Cloud7movies stellt für diese internetfähigen Geräte ein breites Filmangebot bereit und bringt Kino, Blockbuster und Dokumentationen in DVD- oder HD-Qualität auf den Bildschirm. www.technisat.de

Neue Digitalreceiver im Sortiment von TechnoTrend Görler

Für den einfachen Einstieg in die digitale Zukunft bietet TechnoTrend Görler jetzt zwei neue Receiver: Der TT-micro S825 HD+ PVR, das Nachfolgemodell des HD+-Einstiegs-Receiver TT-micro S825 HD+, ist unter anderem mit einer Aufnahme-funktion via USB-Schnittstelle ausgestattet und speichert damit schnell jede Lieblingssendung. Ebenfalls für den HDTV-Einstieg wurde der TT-

micro S800 HDTV mit seiner bedienerfreundlichen Benutzeroberfläche konzipiert. Mit beiden Geräten lassen sich Das Erste HD, ZDF HD und weitere freie SD- und HD-Sender via Satellit empfangen. Darüber hinaus sind beide Geräte Stromsparer mit geringem Stand-by-Verbrauch beziehungsweise Ein-/Ausschalter.



Die einfache Bedienung der beiden neuen Receiver soll den Umstieg vom analogen zum digitalen Satellitenempfang auch für Einsteigerkunden besonders einfach machen: Beide verfügen über einen automatischen und manuellen Sendersuchlauf sowie eine automatische Formatumschaltung von 4:3 auf 16:9 und bieten mit der Perfect-Upscale-Technologie bis 1.080i bei standardaufgelösten Fernsehprogrammen eine ausgezeichnete Bildqualität. Wo eine Benutzereingabe erforderlich ist, wird eine mehrsprachige Unterstützung angeboten. Die

Programmführung über die elektronische Programmzeitschrift (EPG) und die Timer-Steuerung vereinfachen die Auswahl von Sendungen aus digitalen HD- und SD-Fernsehprogrammen. Zur Ausstattung beider Digital Receiver gehört darüber hinaus DiSeqC 1.2. zur Einstellung der Satelliten-Empfangsanlage.

Mit dem TT-micro S825 HD+ PVR empfangen Anwender HDTV- und HD+-Sender und damit eine exklusive Programmauswahl in brillanter Qualität. Dazu gehören die Sender RTL HD, Sat-1 HD, ProSieben HD, VOX HD, kabel eins HD, RTL II HD, N24 HD, Sport-1 HD, Nickelodeon HD, Comedy Central HD und sixx HD – ein Angebot, das kontinuierlich erweitert wird. Zur Ausstattung des TT-micro S825 HD+ PVR gehört darüber hinaus eine für zwölf Monate freigeschaltete HD+ Karte. Das kompakte Gehäuse ist mit einem Kartenleser an

der Vorderseite ausgestattet. Über den integrierten Bildbetrachter können JPG-Fotos auf dem Fernsehbildschirm angesehen werden. Die Programmierung von Aufnahmen erfolgt über das EPG-Menü, die Aufnahmesteuerung ist dank 1-Klick-Aufnahmefunktion sehr bedienerfreundlich. Im Sinne des Anwenders arbeitet auch die Time-Shift-Funktion für zeitversetztes Fernsehen. Damit verfügt der TT-micro S825 HD+ PVR über ein umfangreiches Leistungspaket, das er effizient umsetzt: Mit einem Ein-/Ausschalter und einem



niedrigen Stromverbrauch von 0,5 Watt im Standby ist er ausgesprochen stromsparend. Der TT-micro S825 HD+ PVR ist ab sofort für 149 Euro zu haben, der TT-micro S800 HDTV kommt im September zu einem Preis von 89 Euro in den Handel (jeweils unverbindliche Preisempfehlung). www.ttgoerler.de

Der PoS-MAIL Händler-Roundtable im WWW



Am 26. Juli 2011 fand der erste PoS-MAIL Händler-Roundtable in Hamburg statt. Gemeinsam mit Henrik Köhler, Geschäftsführer Philips Consumer Lifestyle DACH, und Jens-Christoph Bidlingmaier, Vertriebsleiter Philips Consumer Lifestyle DACH, haben PoS-MAIL und 13 Händlervetreter aus Deutschland über die Zukunft der TV-Sparte des niederländischen Elektronikonzerns diskutiert. Das PoS-MAIL TV-Team von Inspiria hat die Veranstaltung aufgezeichnet und einen informativen Film mit den wichtig-

sten Details und Aussagen zusammengestellt. Sehen Sie sich diesen Film direkt auf unserer Website unter www.pos-mail.de an.

Dieser Film ist übrigens der Auftakt von PoS-MAIL TV. Weitere Filme sehen Sie im Bereich News/Videos in unserem PoS-MAIL IFA Guide ab Mitte August auf Ihrem Smartphone oder Ihrem Tablet PC. Zur IFA stellen wir Ihnen hier die wichtigsten Neuigkeiten der CE-Industrie live von der Messe in Bewegtbild und Ton vor.

WAGNERS WELT



Ein Rentner beobachtet die High-Tech-Branche

Bild-Störungen

Für einen Rentner wie mich ist der Fernseher bekanntlich lebensnotwendig. Aus alter Gewohnheit schaue ich aber nicht nur auf den (hochauflösenden) Bildschirm, sondern auch auf den Markt. Und da weiß ich nicht, ob ich lachen oder weinen soll. Mit 9,4 Millionen Fernsehgeräten hat Deutschland im letzten Jahr ja eine neue Höchstmarke erreicht. In diesem Jahr geht es bekanntlich nicht so gut, ich möchte aber nicht spekulieren, ob es daran liegt, dass bei der Fußball-WM 2011 nur Frauen spielten oder Franz Wagner im Ruhestand ist.

Wenn die Nachfrage zurückgeht, braucht man Innovationen. 3D hat noch nicht für einen Absatzschub gesorgt, aber die Zahlen beim Smart TV sind bei einigen Herstellern ermutigend. Samsung, zum Beispiel, hat weltweit innerhalb von drei Monaten zwei Millionen seiner Smart TVs verkauft – Respekt! Bei der Einführung von LED-TV brauchten die Koreaner acht Monate, um diese Marke zu erreichen. Sorge macht mir dagegen ausgerechnet eine „Jubelmeldung“ des ZVEI. Unter der Überschrift „Fernseher der neuen Generation auf dem Vormarsch“ zitiert der Verband eine Marktstudie, nach der 50% der Befragten innerhalb der nächsten fünf Jahre den Kauf eines Fernsehers der neuen Generation planen. Dass 20% der Befragten dies bereits innerhalb der nächsten zwei Jahre tun wollen, passt genau in den vorgegebenen Takt. Nach diesem Takt aber wird es zehn Jahre dauern, bis die neue Technik in allen Haushalten angekommen ist. Als alter Haudegen weiß ich: Schon zu analogen Zeiten kaufte jeder deutsche Haushalt alle zehn Jahre einen Fernseher – also 50% der Kunden jeweils in den nächsten fünf Jahren. HDTV sei Dank hat sich dieser Takt in den letzten Jahren beschleunigt, und deshalb wollen wir hoffen, dass die vom ZVEI und der gfu durchgeführte Marktstudie nicht repräsentativ ist. Wenn sich die Verkäufe von Smart TVs dagegen mit der von Samsung vorgegebenen Schlagzahl entwickeln, braucht sich der High-Tech-Fachhandel wenig Sorgen ums TV-Geschäft zu machen. Und ich kann weiter in Ruhe (smart) fernsehen.

Herzlichst Ihr 

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: <http://www.pos-mail.de>

Bankverbindung:
Postbank Essen, Kto. 164 565 438,
BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Sebastian Lindemann

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
Sebastian Lindemann; Dr. Herbert Päge;
Dipl. rer. pol. Karla Schulze;
Franz Wagner; Lidija Zimmek M. A.

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 12
v. 1. Januar 2011



PLUS X AWARD

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Namentlich gekennzeichnete Berichte

geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.
Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



Die Home Entertainment Zukunft ist da!



Was Ihre Kunden für die Zukunft wünschen.

Das Leben ist schon kompliziert genug. Deshalb sollte das Unterhaltungsangebot zu Hause ganz und gar unkompliziert sein. Gerade heute und in Zukunft, wenn immer mehr Musik, immer mehr Filme und immer mehr Spiele aus immer mehr Quellen verfügbar sind.

Damit in dieser neuen Angebotsvielfalt die Technik nicht zum Spaßverderber wird, wollen Ihre Kunden mitreißenden Spitzenklang, diskrete Eleganz und einfachste Bedienung in einer neuen Dimension – immer und unabhängig von der Wahl der jeweiligen Audio- und Video-Quelle.

Und weil Ihre Kunden zukunftsicher investieren wollen, ist ihre erste Wahl die Technologie, die auch morgen und übermorgen bereit ist für alle neuen Quellen – am besten ganz einfach auf Knopfdruck.



Wie Bose schon heute diese Wünsche erfüllt.

Jetzt machen es die **Bose Partner 2000 Händler** ihren Kunden ganz einfach, sich zu entscheiden! Die Lifestyle® V- und T-Class Home Entertainment Systems geben allen Kunden heute und in Zukunft die freie Wahl der Audio-/Video-Quellen – wie z. B. Blu-ray Player, Spielekonsolen, Kabel-TV oder iPod.

Nur von Bose: Die Unify® Technology integriert automatisch bis zu 6 HD Audio-/Video-Quellen. Bose Kunden kontrollieren alle Quellen und Funktionen über einfache Navigationsmenüs „on-screen“ und eine einzige, logische Fernbedienung. Schon nach wenigen Minuten steuert jeder Nutzer zu Hause sicher durch die neuen Home Entertainment Welten.



BOSE
Better sound through research®

Patentrechte in den USA und anderen Ländern verliehen und/oder beantragt. iPhone/iPod nicht im Lieferumfang.