

POS-MAIL

April 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612



INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

SHARP

AQUOS

Japanische Perfektion

Eine neue Dimension der LCD-Technologie. Unsere aktuellen AQUOS Modelle.

AQUOS



CAR+SOUND ERSTMALS IN KÖLN

Die Umsätze mit mobiler Navigation und Car-Entertainment werden sich in diesem Jahr vermutlich sowohl nach Stück als auch nach Wert nach unten entwickeln, dennoch gehören entsprechende Geräte immer noch zu den attraktivsten Produkten des High-Tech-Marktes. Auf den einschlägigen Messen, hier eine Aufnahme von der CeBIT 2009, stoßen die Angebote der verschiedenen Hersteller jedenfalls nach wie vor auf hohes Besucherinteresse.

Auf zahlreiche Neuheiten für In-Car-Multimedia und Navigation können sich die Besucher der internationalen Leitmesse Car+Sound freuen, die nach 15 Jahren ihrem bisherigen Standort Sinsheim den Rücken kehrt und vom 16. bis 19. April in die Kölner Messehallen zieht. Besonders spannend dürften dabei die Lösungen sein, die von den verschiedenen Herstellern in Sachen World Wide Web im Pkw vorgestellt werden. Flatrates, breitbandige Mobilfunkverbindungen und das problemlose Handover der Nutzer von einer Mobilfunkzelle zur nächsten ermöglichen dem In-Car-Entertainment einen weiteren Schritt nach vorn.

Mit dem Umzug zum viertgrößten Messegelände der Welt haben der Messebeirat der Car+Sound, in dessen Reihen führende Industrievertreter und Hersteller wie beispielsweise Alpine, Blaupunkt,

Harman Becker, Kenwood, Pioneer und andere sitzen, und die Messe Sinsheim, die nach wie vor Veranstalter der Messe bleibt, gemeinsam die Weichen für eine erfolgreiche Weiterentwicklung

der Car+Sound gestellt. Ab diesem Jahr will sich die Messe noch stärker als bislang als Fach- und Ordermesse positionieren und der Branche wichtige Impulse verlei-

und Handel zu stärken“, erklärte Andreas Wittur, Prokurist der Messe Sinsheim, im Vorfeld der Veranstaltung. „Wir sind sicher, dass der neue Standort in der



hen. „Das neue Konzept und die Inhalte sind darauf ausgerichtet, die Car+Sound als die jährliche Branchenplattform für Innovation

Messe- und Medienmetropole Köln dazu beitragen wird, der Messe mehr Aufmerksamkeit im In- und Ausland zu verschaffen,

010 56 mobile
vom Handy billiger telefonieren

vom Handy weltweit zu Festnetzpreisen telefonieren

- einfach
- sicher
- sparen

www.01056mobile.de

FERNSEHEN ERSTKLASSIG ERLEBEN

Genießen Sie das beeindruckende Metz SIRIUS Fernseherlebnis.

Metz - immer erstklassig.

tecxus

tecxus Rebel Light:
→ brandneue Technologie
→ spektakulär verpackt!

Küche und Keller

In Zeiten, in denen kein High-Tech-Händler auch nur auf einen Euro Umsatz oder einen Cent Rendite verzichten kann, lohnt sich der Blick auf wachstumsträchtige Sortimentsbereiche jenseits des HDTV-Äquators. Denn die High-Tech-Branche besteht nicht nur aus Unterhaltungselektronik; mit gutem Grund hat die IFA im vergangenen Jahr auch die Weiße Ware ins Programm genommen.



Die Umsätze mit Groß- und Kleingeräten für Küche und (Wasch-) Keller haben sich in den letzten Jahren sehr erfreulich entwickelt – besonders in den Segmenten, in denen die Industrie aus mehr oder weniger gesichtsloser Weißer Ware schicke Lifestyle-Geräte machte. Kühlschränke und Kaffeemaschinen waren und sind dabei die Vorzeigeprodukte – allein der Umsatz mit Espresso-Automaten hat sich seit 2001 mehr als verdoppelt.

Haushaltsgeräte standen 2008 in Deutschland insgesamt für ein Umsatzvolumen von 7 Milliarden Euro – das war trotz des schwächeren vierten Quartals ein Plus von drei Prozent. Für das Jahr 2009 verbreitet der ZVEI gedämpften Optimismus und geht von einer „schwarzen Null“ in der Wachstumskurve aus.

Wertschöpfungsstarke Segmente gibt es hier nicht nur im Lifestyle-Bereich, der besonders von der Kochwut der Bundesbürger profitiert. Dazu kommt der rasant wachsende Trend zu „grünen“ Geräten – Energiesparen ist in, und das kann sich nicht nur für die Kunden, sondern auch für den High-Tech-Fachhandel lohnen. Bereits im letzten Jahr legte der Umsatz mit Waschmaschinen in Deutschland um 3,4 Prozent auf 1,35 Milliarden Euro zu. Der Segen für den High-Tech-Fachhandel liegt also nicht nur in der lifestyle-getriebenen Küche, sondern auch im Keller, wo Millionen energiefressender Waschmaschinen, Wäschetrockner und Gefriertruhen auf sparsamen Ersatz warten. Dabei sagen von der EU entwickelte Energieeffizienz-Klassen heute nicht mehr sehr viel aus. Die Grundlagen der Einteilung stammen aus dem Jahr 1994 und wurden nur im Jahr 2003 durch die Klassifizierung A+ und A++ für besonders stromsparende Kühl- und Gefriergeräte ergänzt. Geräte der Klassen A und A+ sind heute sozusagen Standard, und deshalb können die Kunden besonders sparsame Geräte nicht unbedingt selbst erkennen. Gerade qualifizierte Vertriebsformen haben deshalb den Vorteil, durch persönliche Beratung den Kunden vorrechnen zu können, für welches Gerät es sich besonders lohnt, Geld auszugeben.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

als dies in Sinsheim möglich war.“ Optisches Kennzeichen der Neukonzeptionierung ist das neue Messelogo, das modernisiert wurde und jetzt nach Meinung der Veranstalter „mehr Drive“ hat.

Car+Sound beginnt mit zwei Fachbesuchertagen

Mit einem ebenfalls neuen Konzept für die beiden Fachbesuchertage, mit denen die Messe traditionell beginnt, will die Car+Sound ihren Anspruch als Fach- und Ordermesse unterstreichen. So sollen Kongresse und Workshops den Mehrwert für die Fachbesucher erhöhen. Am Samstag und Sonntag schließen sich dann Publikumstage mit mehr Entertainment an.

An den beiden Fachbesuchertagen werden den Messegästen Konzepte, Wege und Lösungen für ihren Erfolg und mehr Umsatz



Auch diejenigen Autofahrer, die ihre Umwelt bevorzugt im Sommer mit fröhlicher Musik erfreuen, kommen auf der Car+Sound auf ihre Kosten.

aufgezeigt. Das Programm ist abgestimmt auf die unterschiedlichen Bedürfnisse, vom Newcomer bis zum etablierten Geschäftsführer der Branche. Auf die Fachbesucher warten Expertentips und Top-Trainer aus den Bereichen Marketing und Kommunikation, Vertrieb, Persönlichkeitsentwicklung und Zukunftsmanagement. Mit ihren Vorträgen und Workshops wollen Referenten wie Alexander Christiani (einer der derzeit gefragtesten Sprecher und Berater im Themenfeld Marketing, Vertrieb und Kaufpsychologie), Klaus-J. Fink (Motivationsredner und Erfolgstrainer für Telefonakquise und Empfehlungsmarketing), Dr. Pero Micic (international führender Experte für Zukunftsmanagement) und der Eröffnungsredner Dirk Waasen, Chefredakteur der Publikumszeitschrift Connect, sowie weitere Branchenexperten die Zuhörer und Teilnehmer begeistern. Zukunftsweisende Workshops zum Thema Car+Sound



Alpine wird, wie hier im Jahr 2008 in Sinsheim, auch auf der Car+Sound in den Kölner Messehallen zu einem der Publikumsmagneten werden. 2009 nicht mehr dabei ist dagegen Panasonic.

zeigen in Kurzform die Branchentrends auf und informieren über Entwicklungen im täglichen Umgang mit dem Kunden. Die Moderation der Fachbesuchertage übernimmt Jens Gleisberg, der als freier Journalist für Hörfunk und Fernsehen arbeitet. Die Fachbesuchertage finden am Donnerstag und Freitag, jeweils von 9–18 Uhr, statt. Im Eintrittspreis von 25 Euro ist die „Car+Sound ExpoBag“ enthalten, die Informationen zum Messebesuch, zum Seminar- und Workshopangebot sowie zu Ausstellern und Produkten enthält.

Treffpunkt am Abend: Car+Sound Gala 2009

„Mit der Car+Sound Gala am Donnerstag bieten wir ein gehobenes

Get-together für unsere internationalen Aussteller sowie deren Kunden und Geschäftspartner. Nach Messeschluss soll die Veranstaltung im Kristallsaal der Koelnmesse dazu dienen, Kontakte zu knüpfen, aufzufrischen oder zu intensivieren, sich in angemessener Ambiente wohlfühlen oder einfach nur zu feiern“, meinte Wittur. Highlight des Abends, der exklusiv für Messeaussteller und geladene Gäste reserviert ist, ist die mit dem Showaward in Las Vegas ausgezeichnete Doppelgängershow „Stars in Concert“. Begleitet werden die Künstler von einer Live-Band. Die Moderation des Gala-Abends obliegt der von ProSieben und N24 bekannten TV-Moderatorin Verena Wriedt.

Blaupunkt bringt Webradio ins Auto

Mit den neuen Blaupunkt Autoradios Hamburg 600i und New Jersey 600i, die Blaupunkt in Kooperation mit dem Unternehmen miRoamer entwickelt hat, kann man auch Tausende von Radiosendern aus aller Welt im Auto empfangen. Möglich wird der Empfang durch eine Internet-Verbindung, die mit einem 3G- und internetfähigen Handy über Bluetooth aufgebaut wird. Die Auswahl der Webradio-Stationen erfolgt intuitiv über eine eindeutige Menüführung ohne umständliche URL-Eingabe.



Mit seinen neuen Internetradios stieß Blaupunkt schon auf der CeBIT 2009 auf reges Besucherinteresse.

Über das miRoamer-WebPortal lassen sich zudem weitere Einstellungen wie zum Beispiel Musikstil oder Lieblingssender konfigurieren. Neben den neuen Autoradios ermöglicht auch das mobile Navigationsgerät TravelPilot 600i von Blaupunkt den Empfang von Webradio. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für das Hamburg 600i für den konventionellen DIN-Schacht lauten 299 Euro, für das New Jersey 600i als 2-DIN-Gerät 399 Euro im Laufe der zweiten Jahreshälfte. Alle drei Geräte kommen im zweiten Halbjahr auf den Markt. Der UVP für den TravelPilot 600i stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest. www.blaupunkt.de

Navigon stattet das aktuelle Portfolio mit einer Menge neuer Features aus

Ein digitaler Lotse, der frei formulierte Sätze versteht. Navigationsgeräte, die bei ihrer Routenplanung den individuellen Fahrstil des Nutzers berücksichtigen und ihm zu seinem Fahrstil passende Empfehlungen geben. Informationen, die den Fahrer am Zielort gezielt in die nächstgelegene und zugleich günstigste Parkmöglichkeit lotsen. Das sind nur einige der Highlights der neuen Geräteserie, mit denen Navigon auf der Car+Sound vertreten sein wird. Einen Meilenstein bei der Individualisierung der Navigation stellt Navigon MyRoutes dar, das in allen neuen Geräten serienmäßig enthalten ist. Die neue Funktion berücksichtigt bei der Routenempfehlung den individuellen Fahrertyp, den Wochentag und die Tageszeit. MyRoutes empfiehlt dem Fahrer immer eine für ihn ideale Route, die sich nach seinem Fahrverhalten richtet und mit dem Hinweis „MyRoute“ optisch hervorgehoben wird. Neben dieser Route werden bis zu zwei weitere Alternativrouten angezeigt. Alle neuen Geräte bieten zudem das neue Feature MyReport, mit dem Navigon-Nutzer zu Reportern werden: Wer eine neue Straße, ein neues Tempolimit oder einen neuen Kreisverkehr ent-



deckt, kann die Abweichung vom Kartenmaterial direkt auf dem Gerät speichern und per Computer und über das Service-Portal Navigon Fresh an Navigon weiterleiten. Clever Parking ist ein weiteres Serviceangebot an die Nutzer, das die Parkplatzsuche am Zielort erleichtert: Durch die Kooperation von Navigon und dem ADAC, der das Datenmaterial stellt, zeigt das Gerät die Parkplätze in der Umgebung an, sobald man sich dem Ziel nähert – inklusive Öffnungszeiten, Telefonnummern und Preisen. Damit ist auch das direkte Ansteuern des preisgünstigsten Parkplatzes möglich. Clever Parking ist in Deutschland ebenfalls serienmäßig in allen neuen Geräten integriert. Die neue Sprachsteuerung Professional Voice Command findet sich dagegen derzeit nur im Top-Modell Navigon 7310. Mit ihr lässt sich nicht nur die Zieleingabe bequem und sicher per Sprache steuern. Auch Menübedienung, Lautstärkeregelung oder Anrufannahme sind per Sprache möglich. Das Navigationsgerät versteht dabei auch vollständige, frei formulierte Sätze und nicht nur eine Anzahl vorgegebener Befehle.

www.navigon.de

EMMA – neues Programm

Im Zuge des geänderten Messekonzepts und des neuen Messestandortes der Car+Sound präsentiert sich auch die EMMA (European Mobile Media Association) mit geändertem Programm in Köln. Man verabschiedete sich vom traditionellen Kick Off, der künftig in einem anderen Rahmen stattfinden wird. Zur Car+Sound 2009 reisen stattdessen die zehn spektakulärsten EMMA Europameisterfahrzeuge an. Die beim EMMA Eurofinale 2008 in Wels preisgekrönten klangstarken Fahr-

zeuge präsentieren auf dem Bühnensaal in Halle 1 Show, Shine und vor allem Sound vom Feinsten und auf Weltklasseniveau. Außerdem bietet die European Mobile Media Association einen umfassenden Blick hinter die Kulissen des EMMA-Eventmotors und gibt Informationen organisatorischer und technischer Art rund um das Lieblingsthema der Messebesucher: Mobile Media.

Spektakuläres Programm während der Public Days

Die Besucher der Public Days am 18. und 19. April erwartet neben

den zahlreichen Neuheiten der Aussteller ein Bühnenprogramm mit vielen Highlights. Moderator Daniel Hartwich (RTL) präsentiert unter anderem die Pussycat Babes aus England, Mentalist Farid (ProSieben), Showhypnotiseur Aaron, die lautesten Car-Hifi-Anlagen Deutschlands sowie die Top Ten der besten Soundanlagen Europas.

Auf der Aktionsfläche im Freige-lände will Drifthero und Stuntman Terry Grant aus England mit waghalsigen Showeinlagen für Nervenkitzel sorgen, die Toby von West Coast Customs (USA) für das Publikum moderiert. Beim Wettbewerb der Organisation dBDrag werden darüber hinaus auf der Car+Sound die lautesten Autos Deutschlands und die besten Car-Hifi-Anlagen Europas exklusiv zu sehen und zu hören sein. Mit bis zu 150 Dezibel und mehr spricht dieser Programmteil vor allem die besonders hartgesottenen Besucher an.

Navigationsgeräte bleiben auf hohem Niveau

Die Produktbereiche, die auf der Car+Sound gezeigt werden, haben sich mit der Ausnahme der mobilen Navigation im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2007 negativ entwickelt. So mussten beispielsweise Autoradios laut Consumer Electronics Marktindex Deutschland (Cemix) ein Minus von 14,4/18,8 Prozent* (*alle Angaben beziehen sich jeweils auf Stück/Wert) hinnehmen, sonstige Auto-Multimediasgeräte verbuchten ein Minus von 9,2/8,9 Prozent*, und die Verkäufe von Auto-Lautsprechern gingen um 14,0/22,0 Prozent* zurück. Positiv entwickelten sich lediglich die

Anzahl der verkauften Navigationsgeräte (Einbau und Portables). Hier wurde für 2008 eine Summe von 4,327 Millionen Stück ermittelt. Das entspricht einem Plus von 16,1 Prozent (2007: 3,726 Millionen Stück). Allerdings mussten diese Geräte hinsichtlich des Wertes ebenfalls starke Abstriche hinnehmen: Mit 883 Millionen Euro im Jahr 2008 ging der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 16,8 Prozent zurück (2007: 1,062 Milliarden).

Auch in diesem Jahr wird sich diese Entwicklung vermutlich fortsetzen. So prognostiziert die



gfu für 2009 mit circa 4,3 Millionen Navigationsgeräten zwar eine gleichbleibende Stückzahl, mit vorhergesagten 750 Millionen Euro wird sich allerdings der Wertverlust in diesem Bereich weiter fortsetzen.

POS-MAIL INHALT

- Aktuell ... 4
- Garmin EcoRoute hilft beim Kraftstoffsparen ... 6
- Becker zeigt Neuheiten auf der Car+Sound 2009 ... 7
- Car Media ... 7
- TV 2.0: Web goes TV ... 8



- Sony: In 2010 profitable Marktführerschaft erreichen ... 10
- Unterhaltungselektronik ... 11
- Panasonic: Internationale Handelstage in Amsterdam ... 12
- MP3 ... 13
- Satellitentechnik ... 13
- Tecxus: Mehr Umsatz durch klares Profil und Handelsnähe ... 14



- Vogels: Markt für Wandhalterungen zweistellig gewachsen ... 14



- Panasonic „Weiße Ware“ Großgeräte – Arnt Faulstich im Interview ... 18



- Displays ... 19
- Frühjahrsbörse bei Electronic Partner ... 20
- Sony Ericsson: Mehr Möglichkeiten für den Handel ... 22



- Informationstechnologie ... 22
- Samsung stellt vier weitere Kompaktkameras vor ... 23
- Micro Four Thirds Kamera mit Videofunktion ... 23



- Samsung: Neue TV-Generation bringt Bewegung in den Markt ... 24
- Umfrage bestätigt Trend zu mobilen Daten ... 25
- Sechs neue Multimedia-Modelle von Sennheiser ... 25
- CeBIT 2009: Mut zur Lücke ... 26



- The Phone House eröffnet Notebook-Stores ... 28
- Games ... 29
- Samsung Q320: Leichtes, supermodernes 13,4“ Notebook mit 16:9-HD-Display ... 30



- Kleinanzeigen ... 31
- No(?)sense ... 31
- Impressum ... 31

Die Merian scout Navigator Software steht jetzt auch für TomTom, Garmin und Apple bereit

Die innovative Reiseführer-Software des elektronischen Reisebegleiters Merian scout Navigator steht ab sofort auch für die mobilen Navigationssysteme von TomTom und Garmin sowie für iPhone und iPod touch bereit. Die Reiseführer für Berlin und Wien und der ThemenGuide Der Feinschmecker mit Empfehlungen zu den besten Hotels und Restaurants in Deutschland für TomTom und Garmin sind bereits erhältlich. In den kommenden Monaten bringt Merian scout Schritt für Schritt digitale Reise- und ThemenGuides für ganz Europa auf den Markt. Alle ReiseGuides kosten 19,99 Euro*, die ThemenGuides 29,99 Euro*. Die Besitzer eines Apple iPhone oder eines iPod touch können sich die neue Merian scout Software aus dem Apple iTunes App Store auf ihr Gerät herunterladen. Geplant sind zunächst 75 ReiseGuides für ganz Europa. Die ersten Reise- und ThemenGuides sind für Regionen und Metropolen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zum Preis von 4,99 Euro* zu haben. Für das Original-Gerät kommen die neuen ReiseGuides London, Sevilla und Andalusien, Südtirol, Venedig und seine Strände, Straßburg und das Elsass, Brüssel, Madrid, Mailand und Umgebung, Gardasee sowie Côte d'Azur auf den Markt. Sie stehen als SD-Karte für 29,90 Euro* oder als Internet-Download für 14,90 Euro* zur Verfügung. Darüber hinaus bietet der Merian scout Navigator ab sofort neue Funktionen: Das integrierte Navigationssystem ist mit neuem Kartenmaterial und einem Fahrspurassistenten ausgestattet, der mittels Pfeilnavigation anzeigt, welche Fahrbahn zu wählen ist. Darüber hinaus kann die letzte Navigationsansage auf Wunsch wiederholt werden, und ein Routenplaner gibt eine Übersicht über geplante Strecken. Neben einem übersichtlichen GPS-Informationen-dialog zur Ansicht der genutzten und zur Verfügung stehenden Satelliten werden eine Routensimulation sowie Zieleingabe und Umgebungssuche per Klick in die Kartenansicht präsentiert. (* unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen) www.merianscout.de

Pos Aktuell

Leidenbach neuer Vertriebsleiter bei Toshiba

Mit Bernd Leidenbach (36) hat Toshiba seit dem 1. März einen neuen Vertriebsleiter für die Unterhaltungselektronik in Deutschland. Damit erweitert Toshiba sein Vertriebsteam, um die Marktposition im Consumer-Geschäft weiter auszubauen. Als Vertriebsleiter verantwortet Bernd Leidenbach den Gesamtvertrieb Unterhaltungselektronik von Toshiba in Deutschland und ist damit für die Sortimente LCD-TV, DVD-Recorder und -Player zuständig. Seine Hauptaufgabe besteht in der Stärkung des Unternehmens als einer der Top-5-Anbieter im Markt und im weiteren Ausbau des LCD-TV-Segments.



Bernd Leidenbach

www.toshiba.de

Samsung Electronics mit neuem Präsidenten

Sunny Lee ist seit Anfang Februar der neue Präsident der Samsung Electronics GmbH in Deutschland. Der 49-jährige tritt damit die Nachfolge von Präsident Seung-Kak Kang an. Kang stand fast fünf Jahre lang erfolgreich an der Spitze des Unternehmens.



Sunny Lee

Lee ist bereits seit 1984 für Samsung Electronics tätig, absolvierte vor und während seiner Samsung-Zeit drei Studiengänge: seinen Bachelor of Arts (BA) in Germanistik, seinen Master of Business Administration (MBA) an der Universität in Bradford und seinen Master of Science (MSc) in Informationstechnologie an der Universität in Warwick.

www.samsung.de

Neuer Produktmanager bei Tecxus

Der Batterie- und Akkuhersteller Tecxus verstärkt sein Team in Deutschland mit René Reif (48) um einen neuen Produktmanager. Der Kanadier Reif, der fließend Englisch, Französisch und Deutsch spricht, sattelte auf sein technisches Studium noch ein betriebswirtschaftliches oben auf. Er hat bereits in mehreren international operierenden Firmen projektverantwortlich gearbeitet, zuletzt bei dem bekannten Helmhersteller Schubert Werke. René Reif: „Ich freue mich auf die neue Herausforderung!“



René Reif

www.tecxus.de

Horst Nikolaus zurück bei Grundig

Nach einem knappen Jahr kehrt Horst Nikolaus von Polaroid zu Grundig zurück, um wieder die Verantwortung für den Vertrieb im für Grundig wichtigsten Markt zu übernehmen. Nikolaus folgt seinem eigenen Nachfolger Erik Böhme, der das Unternehmen verlässt, um sich beruflich neu zu orientieren. „Mein Ziel ist es, unsere Position im deutschen Markt weiter zu verbessern“, so Horst Nikolaus. „Dies wird uns mit der jetzt eingeschlagenen konsequenten Produkt-, Vertriebs- und Marketingstrategie und durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern gelingen. Ich bin überzeugt davon, dass der Handel uns dabei auch künftig unterstützen und diesen Weg gemeinsam mit uns gehen wird.“



Horst Nikolaus

www.grundig.de

Wente wird Nachfolger von Kamp bei Philips

Hans-Joachim Kamp (61) wird zum 31. Mai 2009 sein Amt als Sprecher der Geschäftsführung der Philips Deutschland GmbH und Vorsitzender der Geschäftsführung der Philips GmbH abgeben und in den Ruhestand gehen. Seine Nachfolge übernimmt Andreas Wente (53), aktuell als Chief Executive Officer (CEO) zuständig für das weltweite Geschäft mit professionellen Lampen innerhalb der Sparte Lighting von Philips mit Sitz in Eindhoven/Niederlande. Mit Hans-Joachim Kamp verlässt eine Persönlichkeit das Unternehmen, die entscheidend zum Erfolg von Philips beigetragen hat.



Hans-Joachim Kamp



Andreas Wente

www.philips.de

Warner Music kooperiert mit MyVideo.de

Warner Music Central Europe Music-Videos sowie Live- und Interviewaufnahmen nationaler und internationaler Warner Music-Künstler können künftig über die Video-Community MyVideo.de geladen werden. Darüber hinaus wird MyVideo von Warner als Marketing-Plattform für weitreichende Aktivitäten wie Video-Premieren und exklusive Postings sowie Künstlerseiten und eingebettete „Direct-to-consumer“ Online-Shops genutzt. Außerdem können die registrierten Benutzer Musik aus Warner Musics Back-Katalog in ihre eigenen Websites integrieren.

www.myvideo.de

WLC-Schulungen zur Displaykalibrierung

White Light Consultations (WLC) hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Handel sowie Hersteller in die Lage zu versetzen, Filme so wieder zu geben, wie sie im Studio erschaffen wurden und wie es sich Regisseur und Produzent gedacht haben. Die JKP-Schulungen gliedern sich in das

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

iPod Controller mit Bluetooth – Für jedes Audiosystem in jedem Fahrzeug!

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

labor statt: 16.4., 7.5., 18.6., 16.7., 6.8., 24.9., 15.10., 12.11. und 10.12.2009.

www.wlc-trainings.de

Plus X Award mit neuem Jurymitglied

Die Juryriege des Plus x Award bekommt fachkompetente Verstärkung durch Stefan Goedecke, geschäftsführender Gesellschafter des auf Unterhaltungselektronik und Entertainment spezialisierten Auerbach-Verlags aus Leipzig. Goedecke, der in der Unterhaltungselektronik-Branche ein großes Ansehen genießt, hat bereits im März, zusammen



Stefan Goedecke

mit seinen Jury-Kollegen, über die Auszeichnungswürdigkeit der eingereichten Unterhaltungselektronik-Produkte beraten und entschieden.

www.plusaward.de

Norbert Loskill führt den Loewe Handelssenat

Der Loewe Handelssenat besteht seit fast 20 Jahren. Alle Loewe Fachhandelspartner wählen aus ihrem Kreis sieben Senatoren für vier Jahre. Das Gremium berät Loewe in vielen Fragen der Marketing- und Vertriebspolitik – von der Direct-Mailing-Aktion bis zur Preisempfehlung. Die Erfahrungen und Ideen der Fachhandelspartner prägen so die Loewe Entscheidungen wesentlich mit. In einer konstituierenden Sitzung wählten die Senatoren Norbert Loskill zu ihrem

Vorsitzenden sowie Jacqueline Posner zu seiner Stellvertreterin.

www.loewe.de

Partnerprogramm von Devolo

Devolo startet ein neues Partnerprogramm, das den klassischen IT-Handel, aber auch Systemintegratoren und Lösungsanbieter besser unterstützt. Für Unternehmen im B2C-Geschäft wurde das Consumer-Partnerprogramm mit den Partnerstufen „Sales Partner“ und „Premium Partner“ entwickelt. Das Business-Partnerprogramm unterteilt sich in „Professional Partner“, spezialisierte Fachhändler und Systemhäuser, sowie „Solution Partner“, die ein Höchstmaß an technischen Möglichkeiten zur Realisierung von Projekten besitzen.

www.devolo.de

Good Design Award für Grundig LCD TV

Das Chicago Athenaeum, Museum für Architektur und Design, hat den Grundig LCD-TV Chameleon 2 mit dem „Good Design“ Award ausgezeichnet. Das TV-Display mit seinem 19 Zoll LCD-Bildschirm ist in vielen Farben erhältlich. Die Perfect Picture Plus Bildtechnologie sorgt für ein exzellentes Bild, der optionale USB-Anschluss ermöglicht die Bild- und Film-Wiedergabe von Kameras, DVD-Playern oder externen Speichermedien. Geplante Markteinführung in Deutschland ist das 4. Quartal 2009.

www.grundig.de



Consumer Electronics-Markt wächst 2008

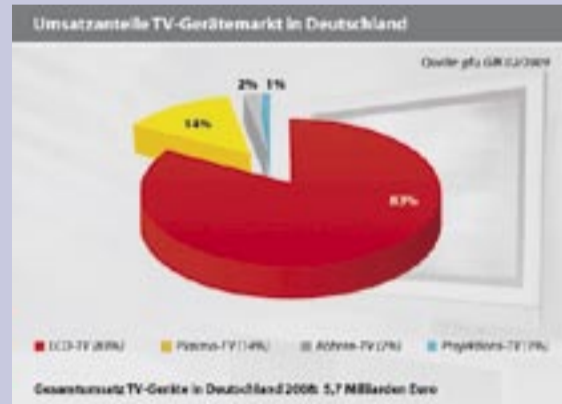
Seit fünf Jahren in Folge weist der Markt für Consumer Electronics-Produkte (CE) in Deutschland ein Wachstum auf. Für das Gesamtjahr wurde ein Umsatzzuwachs um 1,7 Prozent auf 23,673 Milliarden Euro (2007: 23,266 Mrd. Euro) erreicht. Damit konnte die außergewöhnlich positive Entwicklung der Vorjahre fortgeschrieben werden. Größten Anteil am Erfolg hatten 2008 TV-Geräte mit LC- und Plasma-Display, die den Markt dominieren. Mobile Geräte für portable Navigation, digitale Audio- und Videoplayer, digitale Kameras, Notebooks und Spielekonsolen verzeichneten Absatz- und vielfach auch Umsatzsteigerungen, zum Teil im zweistelligen Bereich.

Beim Absatz von Fernsehgeräten entfielen 2008 in Deutschland bereits 83 Prozent (5,9 Millionen Stück) auf LCD-TVs und 14 Prozent (0,7 Millionen Stück) auf Plasma-TVs. Insgesamt wurden 2008 in Deutschland knapp 7,5 Millionen Fernsehgeräte (+25 %) verkauft (inklusive Projektions-TV, mobile TV-Empfänger und Röhrengeräte), 1,5 Millionen mehr als im Vorjahr. Diese Stückzahlen stellen einen neuen Absatzrekord in Deutschland auf. Auch der Umsatz mit TV-Geräten ist 2008 mit 5,7 Milliarden Euro (+21 %) auf bislang höchstem Niveau. Geräte mit Bildschirmen von 37 Zoll (94 cm) und größer steuern das größte Stückzahl- und Umsatzwachstum bei. Bei den LCD-TVs zeigt sich der Trend deutlich in der Umsatzverteilung: 88 Prozent des Umsatzes bei LCD-TV entfällt 2008 auf Geräte mit Bildschirmdiagonalen größer 31 Zoll. 50 Prozent des LCD-Umsatzes kommen bereits von Geräten mit Bildern, die 37 Zoll und größer sind.

Auch die mobile Mediennutzung setzt sich mehr und mehr durch. Mehr als vier Millionen MP3-Player und mehr als 3,6 Millionen portable Videoplayer (Umsatz 425 Mio. Euro; + 56 %) wurden 2008 gekauft. Bei Mobiltelefonen ist die Nachfrage nach Smartphones mit integrierten Office-Funktionen, Megapixel-Kameras, MP3-Playern, Navigationsfunktion und großer Speicherkapazität ungebrochen (1,2 Mio. Stück, + 34 %), obgleich der Umsatz mit privat genutzten Telekommunikationsprodukten im Jahr 2008 um knapp 15 Prozent zurückging.

Der Markt für Consumer Electronics hat sich in Deutschland dynamisch entwickelt. Die Marktforscher von GfK, gfu und ZVEI sehen den Gesamtmarkt Consumer Electronics in Deutschland für 2009 verhalten optimistisch. Die Prognose für 2009 liegt bei einem Rückgang von vier Prozent und bewegt sich somit weiterhin auf einem hohen Niveau von über 22 Milliarden Euro. Allerdings stellen sich die Prognosen aufgrund der allgemeinen unsicheren Wirtschaftslage als äußerst schwierig dar.

www.gfu.de



„BASE 2 Classic, der Star unter den Handy-Flatrates.“

Jetzt unbeschwert und kostenlos für sensationelle 15,- € zu BASE, zu E-Plus und ins deutsche Festnetz telefonieren!



* Angebot gilt nur bei Abschluss eines Mobilfunkvertrages im Tarif BASE 2 Classic, 24 Monate Mindestlaufzeit und einmaliger Anschlusspreis 35,-€. Monatlicher Paketpreis im 1. Jahr 15,-€, gilt in dieser Höhe bei Buchung des Treue-Vorteils auch für weitere 2 Jahre, sonst 20,-€ pro Monat. Inlandsgespräche zur eigenen Mailbox sowie zu BASE, E-Plus, simyo, AY YILDIZ und ins deutsche Festnetz sind inklusive, sonst innerdeutsche Gespräche in andere Handy-Netze: 0,29€/Min., Minutentakt. Innerdeutsche SMS in Handy-Netze: 0,29€/SMS. Hotline: 1,49€/Anruf. Für Sondernummern und (Mehrwert-)Dienste gelten jeweils andere als die hier angegebenen Preise. Bei Buchung des Treue-Vorteils verlängert sich die Mindestlaufzeit um weitere 24 Monate im Anschluss an die ursprüngliche Mindestlaufzeit von 24 Monaten. Der Treue-Vorteil kann frühestens 12 Monate nach Vertragsabschluss gebucht werden; ab dem 36. Monat kann er erneut gebucht werden.



Die neue Redefreiheit

Garmin EcoRoute hilft beim Kraftstoffsparen

Fundiertes Argument für den PoS

Garmin war auf der CeBIT mit einem gewohnt attraktiven Stand vertreten – und wird sich so auch auf der Car+Sound in Köln präsentieren. Neben den neuen nüvi-Einsteigerserien 12xx und 13xx mit Fußgängernavigation stand vor allem das Thema EcoNavigation bzw. EcoRoute im Mittelpunkt des Besucherinteresses. Fachhandelspartner interessierten sich darüber hinaus für die neuen Präsentationslösungen am PoS. Besonders erwähnenswert ist hier das Umbauset zur Monitorintegration im Shopaufsteller, das einen integrierten 10,2"-Monitor mit Videoplayer bietet. PoS-MAIL sprach auf der Messe mit Garmin Geschäftsführerin Susanne Crefeld über das Thema EcoNavigation.

PoS-MAIL: Frau Crefeld, Green-IT ist neben der Finanz- und Wirtschaftskrise derzeit das am meisten diskutierte Thema in der High-Tech-Branche. Auch auf der CeBIT 2009 war es nicht zu übersehen. Da bringt sich Garmin mit EcoNavigation und EcoRoute genau zum richtigen Zeitpunkt ins Gespräch.

Susanne Crefeld: Tatsächlich nimmt der Umweltschutz derzeit im Bewusstsein von Herstellern, Handel und Verbrauchern eine große Rolle ein, denn neben einer gesünderen Umwelt bietet das

Engagement zu diesem Thema große Einsparpotentiale, vor allem hinsichtlich des Energieverbrauchs und den damit zusammenhängenden Kosten.

Mit der EcoNavigation wollen wir uns nicht nur als führendes und zukunftsweisendes Unternehmen



Susanne Crefeld

hinsichtlich Kosteneffizienz und Umweltschutz positionieren, sondern wir liefern dem Handel auch ein fundiertes Argument für das Verkaufsgespräch am PoS.

PoS-MAIL: Auf welchen Überlegungen basiert das neue Ausstattungsmerkmal?

Susanne Crefeld: Wer wirklich Kraftstoff sparen will, darf sich nicht darauf beschränken, theoretisch eine ökonomisch und ökologisch sinnvolle Route zu berechnen, sondern er muss auch seine

individuelle Fahrweise optimieren. Dabei unterstützt ihn das Garmin nüvi mit EcoRoute.

Das funktioniert so: Auf Wunsch kann der Fahrer bei Beginn einer Fahrt die EcoChallenge aktivieren. Basierend auf seinem Beschleunigungs- und Abbremsverhalten sowie der gefahrenen Geschwindigkeit wird dann der EcoChallenge-Wert berechnet und im Navigationsbildschirm eingeblendet. Damit hat der Fahrer immer einen Hinweis darauf, wie sparsam er gerade unterwegs ist, denn während der Fahrt gibt die EcoChallenge kontinuierlich Feedback zu dem jeweiligen Fahrverhalten.

PoS-MAIL: Das klingt recht einfach.

Susanne Crefeld: Ist es auch: Der Fahrer hinterlegt im Fahrzeugprofil einfach den durchschnittlichen Spritverbrauch in der Stadt, auf Bundesstraßen und Autobahnen sowie den aktuellen Spritpreis. Diese Daten werden als Grundlage zur Berechnung der Ersparnisse genutzt.

Will der Fahrer Sprit sparen, kann er jetzt neben den bekannten Berechnungsoptionen „Schnellste Zeit“ und „Kürzeste Strecke“ auch noch die Routenoption „Weniger Kraftstoff“ wählen, die vollkommen andere Ergebnisse bringen kann als die beiden anderen Berechnungsvarianten.

Um dabei immer bessere Ergebnisse zu erzielen, kann der Autofahrer seine Fahrweise in der Eco-Challenge durch angepasste Geschwindigkeit, moderates Beschleunigen und Bremsen trainieren.

PoS-MAIL: Wie hat Garmin das neue Angebot in die nüvis integriert?



Im Programm der Garmin PoS-Präsentationsmöbel befindet sich jetzt auch ein Umbauset mit integriertem Monitor und Videoplayer.



Mit regelmäßigen Vorführungen informierte Garmin die CeBIT-Besucher über das Thema EcoNavigation.

Susanne Crefeld: EcoRoute nutzt die bereits in den nüvis eingebaute Intelligenz, die vorliegende Fahrweise auszuwerten. Zusätzlich bietet die Software die Möglichkeit, Strecken zu berechnen, auf denen unter Berücksichtigung des individuellen Fahrverhaltens und des eingegebenen Fahrzeugprofils spritsparend gefahren wird. Bevor die Routenführung mit „Los“ gestartet wird, werden Streckenlänge, Fahrdauer und die voraussichtlichen Kraftstoffkosten ausgegeben. EcoRoute ist zudem „lernfähig“, da es auf detaillierte

Berichte über Strecken und Fahrwerte zugreift und so den Trainingsfortschritt hinsichtlich Kraftstoffsparen überprüft. Die besten Ergebnisse erzielt der Nutzer dabei, wenn er auch die Sprit-Spar-Tips berücksichtigt, die in jedem Gerät hinterlegt sind. EcoRoute steht für alle Geräte der Serie nüvi 7x5 und nüvi 2x5 kostenlos als Download zur Verfügung und wird in zukünftige nüvi Modelle integriert.

PoS-MAIL: Frau Crefeld, vielen Dank für das Gespräch.

www.garmin.de

4.200 neue Max CityGuide-Tipps

Nach dem erfolgreichen Testlauf mit Max CityGuide-Tipps für Berlin anlässlich der IFA 2008 haben Max Online und Garmin ihre Kooperation weiter ausgebaut: Mehr als 4.200 redaktionell recherchierte Max CityGuide-Tipps für die Metropolen in Deutschland und Europa können ab April als Point-of-Interest (POI) in das eigene Garmin Navigationsgerät geladen werden. Neben den reinen POI-Daten sind auch detaillierte redaktionelle Inhalte und Bilder zu den Zielen im Navigations-System eingebunden. Sie enthalten neben einer Beschreibung der Location alle relevanten Angaben wie Adresse, Öffnungszeiten und Preise. Die Max CityGuide-Tipps aus 20 deutschen und weiteren 24 europäischen Städten sind in den Rubriken Restaurants, Hotels, Kultur, Nightlife und Shops abrufbar. Der Max CityGuide Deutschland mit POIs in 20 Städten und Orten kommt mit einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 24,90 Euro auf den Markt, der Max CityGuide Europa mit POIs in 24 Städten und Orten soll für 39,90 Euro verkauft werden.

Einsteiger-nüvis mit Fußgängernavigation

Garmin hat auf der CeBIT die beiden neuen Navigations-Einsteigerserien nüvi 12xx und nüvi 13xx vorgestellt. Die Modelle der beiden Serien richten sich an Kunden, die vielfältige Navigationsfunktionen zum günstigen Preis wünschen. Zusätzlich zu den üblichen Funktionen für die Straßennavigation sind die neuen MultiMode-Navigationsgeräte mit einem optionalen Modus für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel ausgestattet. Mit den in ausgewählten Städten verfügbaren City Xplorer-Karten kann sich der Nutzer die Fahrzeiten von Bussen, Zügen und U-Bahnen sowie die Entfernungen der jeweiligen Strecken anzeigen lassen. Außerdem lassen sich mit den City Xplorer-Karten Park- und Radwege nutzen sowie Sehenswürdigkeiten (Points of Interest) in der Umgebung anzeigen. Für die Navigation im Auto sind beide Modelle dazu standardmäßig mit der neuen Software EcoRoute ausgestattet. Beide Geräte-Serien beherrschen außerdem die „Text-to-Speech“-Funktionalität, mit der Straßennamen per Sprachausgabe angekündigt werden. Verschiedene Modelle der nüvi 12xx- und 13xx-Produktfamilien bieten darüber hinaus wichtige Funktionen wie kostenfreie TMC-Verkehrsfunkempfänger zur dynamischen Stauumfahrung und einen Fahrspurassistenten, der etwa beim Überqueren komplizierter Kreuzungen hilft. Die einzelnen nüvi 12xx- und 13xx-Modelle werden voraussichtlich im zweiten Quartal zu unverbindlichen Preisempfehlungen ab 139 Euro erhältlich sein. Die City Xplorer-Karten für die Fußgängernavigation sind für ausgewählte touristische Ziele in Europa und Nordamerika erhältlich und können einfach auf das nüvi geladen werden. Die über City Xplorer heruntergeladenen Inhalte kosten je nach Stadt zwischen 9,99 Euro und 14,99 Euro. Eine Liste mit Städten, für die der Dienst in Europa verfügbar ist, wird voraussichtlich im zweiten Quartal unter www.garmin.de verfügbar sein.



Becker zeigt Neuheiten auf der Car+Sound 2009

Die Neuheiten des Jahres 2009, das komplette Geräteprogramm und, für Fachbesucher besonders interessant, Informationen zum neuen Shopsystem stehen im Mittelpunkt des Auftritts von Becker, eine Marke der Harman/Becker Automotive Systems, auf der Car+Sound 2009 in Köln. Topmodell unter den Neuheiten ist das Z204 aus der Becker Traffic Assist-Serie, das ebenso wie das kleinere Schwestermodell Z203 auf dem Becker Stand (6203) in Halle 6 des Kölner Messegeländes zu begutachten sein wird.

Neben Navigationsdaten für 42 europäische Länder, die im 4 GB-Flash Memory Speicher abgelegt sind, bietet das neue Becker Z204 auch Text-to-Speech und Telefonieren über Bluetooth mit Handsfree-Profilen. Eine weiterentwickelte Sprachsteuerung bringt das Z204 mit der Funktion „SDS-one-shot“. Mit dieser wird es möglich, die Zieleingabe in einem Satz zu sprechen, etwa: „Waldmünchen Krankenhausstraße 3“. Eine weitere Innovation ist bei allen Geräten die verbesserte Stauumfahrung mit Navteq Traffic Patterns.

Somit berücksichtigen die Becker Geräte neben TMC-Verkehrsmeldungen zusätzlich historische Verkehrsflussdaten bei der dynamischen Routenführung. Die Routenplanung kann so noch genauer erfolgen, und die Ankunftszeit lässt sich noch exakter



Das neue Becker Z204 (l.) wird auf der Car+Sound sicherlich auf ebenso großes Interesse stoßen wie das Becker Z250 im Ferrari Design, das Anfang des Jahres vorgestellt wurde.

Straßenkilometer sowie über 80 Prozent der meist befahrenen Straßen der wichtigsten Ballungszentren in Deutschland und Groß-

vorausberechnen. Ein weiteres Vorteil für den Nutzer bietet Traffic Pattern dadurch, dass es auch staugefährdete Strecken zur „rush hour“ in Wohngebieten und auf Landstraßen einkalkuliert. Pendler, Flottenfahrzeuge oder Notdienste können so kritische Streckenabschnitte mit hohem Verkehrsaufkommen optimal umfahren. Die Traffic Pattern sind mit den Navigationsdaten gespeichert und umfassen über 300.000



Fachhandelspartner können sich auf der Kölner Car+Sound umfassend über die Möglichkeiten des neuen Shopsystems von Becker informieren.

britannien. Ein weiterer Service für Becker Kunden ist die „45 day map update guarantee“. Damit erhalten die Käufer eines Becker Gerätes die Möglichkeit, Navigationsdaten gegen eine geringe Gebühr zu tauschen, sollte innerhalb von 45 Tagen nach dem Kauf ein neues Update erscheinen.

Weitere Ausstattungsmerkmale der neuen Becker Gerätegeneration sind unter anderem ein Sirf III/Instant Fix II-GPS-Empfänger für sicheren Satellitenempfang, Split-Screen, 3D-Landmarks, 3D-City-Models und 3D-Terrain-View. „Lane-Info“ erleichtert dem Fahrer die Orientierung beim Spurwechsel, „Real sign posts“ mit

fast 4.000 wirklichkeitsnahen Richtungsanzeigen auf europäischen Autobahnen kündigen Autobahnabzweigungen rechtzeitig an. Außerdem bieten die Geräte mit der Wiedergabe von MP3- und WMA-Musik, von MPEG-Videoclips und der Anzeige von JPEG-Bildern eine umfangreiche Multimedia-Ausstattung.

Handelspartner können sich am Becker Stand außerdem über das neue Shop-System informieren. Dieses wurde Ende 2008 eingeführt und trägt laut Marko Opitano, Trade-Marketing Manager bei Becker, bislang in über 50 Flächenmärkten und Fachgeschäften zur Steigerung des Abverkaufs bei. www.becker.de



CAR MEDIA

Neuheiten für den 2-DIN-Schacht von Blaupunkt

Mehr als die Hälfte aller Mittelklasse-Pkw sind aktuell mit einem 2-DIN-Radioschacht ausgestattet – und der Anteil steigt weiter deutlich. Analog zu dieser Entwicklung präsentiert Blaupunkt neue automobile Kommunikationszentralen in doppelter als der herkömmlichen Größe. Mit den neuen Modellen Rome 600

NAV und New Jersey MP68 bietet Blaupunkt jetzt zwei erstklassige Nachrüstgeräte für den 2-DIN-Schacht an. Diese Multimedia-Center überzeugen laut Hersteller mit einem – im Vergleich zur Ausrüstung beim Autohersteller – sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis. Die Geräte lassen sich problemlos per Plug'n'Play

in das Fahrzeug integrieren. Für alle Besitzer eines Pkw mit 2-DIN-Schacht, die eine Alternative zum mobilen Navigationsgerät mit Saugnapf an der Scheibe und Kabelsalat im Fahrzeug suchen, ist das Rome 600 NAV eine solche. Das hochwer-



tige Gerät bietet einen bedienerfreundlichen 4,3" TFT Touchscreen und navigiert sehr schnell und zuverlässig in 21 Ländern Westeuropas. Ein weiteres Fahrerassistenz-Feature bietet die eingebaute Bluetooth-Schnittstelle, über die der Fahrer einfach und sicher am Steuer telefonieren kann. Auch in Sachen Soundkompetenz und Unterhaltungswert wollen die 2-DIN-Geräte von Blaupunkt neue Maßstäbe setzen. Direkt über die integrierte USB-Schnittstelle oder via Kopfhörerausgang finden Musikdateien vom MP3-/WMA-Player den Weg ins Autoradio. Selbst der Anschluss eines iPods ist über ein optionales C'n'C-Interface problemlos möglich. Das komfortable Bedienmenü macht das MP3-Browsing auch beim Anschluss einer mobilen Festplatte mit umfangreichem Musikarchiv einfach. Der Rome

600 NAV ist ab August verfügbar. Das New Jersey MP68 ist ab sofort erhältlich. Seine unverbindliche Verkaufpreisempfehlung lautet 399 Euro. www.blaupunkt.de

Navigon 7310 ist das neue Topmodell

Navigon hat das neue Modell Navigon 7310 an die Spitze seines Portfolios gesetzt. Sein Display zeigt die Strecke, also Landschaften und Sehenswürdigkeiten entlang der Route, sowie Gebäude im Zentrum einiger europäischer Großstädte in drei Dimensionen, damit sich der Fahrer leichter orientieren kann. So lassen sich beispielsweise Brücken und Tunnel durch die 3D-Darstellung frühzeitig erkennen. Panorama View3D, Landmark View3D und City View3D sorgen selbst auf unbekanntem Terrain für sichere Navigation, denn die realistische Anzeige auf dem Bildschirm spart Zeit und Aufmerksamkeit, die der Fahrer ansonsten für den Abgleich zwischen dem angezeigten virtuellen Bild und der tatsächlichen Umgebung benötigt. Die Darstellung in drei Dimensionen kommt aber nicht nur der Sicherheit zugute – sie erhöht auch den Spaß am Navigieren, insbesondere auf landschaftlich abwechslungsreichen Strecken. Die wichtigsten Funktionen lassen sich mit dem neuen Feature Professional Voice Command per Sprache steuern – das Gerät versteht nicht nur

einzelne Stichworte, sondern kann aus ganzen Sätzen Kommandos, beispielsweise für eine niedrigere oder höhere Lautstärke, sowie Wünsche zur Anzeige der Route filtern und sofort ausführen. Damit werden Klicks auf dem Display weitgehend überflüssig. Dank Spoken TMC informiert das Gerät akustisch über Staus und liefert Zusatzinformationen.

Die Text-to-Speech-Funktion sagt Entfernungen und Namen von Straßen und Ausfahrten an, während das neue Feature Clever Parking den Fahrer dabei unterstützt, am Zielort schnell Parkplätze zu finden – mit



Angaben zu Ort, Öffnungszeiten und in Deutschland auch zu Durchschnittspreisen. Der POI-Click ermöglicht die Auswahl von auf der Karte angezeigten Sonderzielen, die man gezielt ansteuern kann. Mehr Orientierung und Sicherheit, nicht nur im Stadtverkehr, schafft Real Roadsign Pro, die realistische Anzeige der für den jeweiligen Streckenabschnitt wichtigsten Verkehrsschilder. www.navigon.de

All-inclusive Multimediasysteme von Clarion

Clarion hat zwei neue All-inclusive Multimediasysteme vorgestellt: das VZ709E mit ausfahrbarem Monitor im 1-DIN-Format und das VX709E für den 2-DIN-Schacht. Beide Modelle sind mit einem 7"-Touchscreen im 16:9-Format ausgestattet. Ein hochwertiges DVD-Laufwerk mit offizieller DivX-Zertifizierung spielt Filme im DivX-Format inkl. DivX 6 ab. Des Weiteren werden alle gängigen CD- und DVD-Formate unterstützt. Ein RDS-Tuner mit 24 Senderspeichern informiert den Fahrer über das aktuelle Geschehen. Eine weitere Möglichkeit der Musikeinspeisung ist die direkte iPod-Kontrolle über das original iPod USB Kabel. Die Steuerung erfolgt dabei über den Touchscreen in



der gewohnten iPod-Handhabung. Andere MP3-Player lassen sich ebenfalls über den USB-Port anschließen. Ein eingebauter Bluetooth-Empfänger ermöglicht außerdem das Einspeisen von Musikdateien beispielsweise über Handys. Freisprechen mittels Bluetooth ist selbstverständlich ebenfalls möglich, neben dem integrierten Mikrofon in der Frontblende wird zusätzlich ein externes Mikrofon mitgeliefert. Mittels Ce-NET Control lassen sich die Systeme um einen CD-Wechsler oder die Festplatten-Navigationssysteme NAX983HD/NAX973HD/NAX963HD erweitern. Die neue Blackbox Navigation NP509E kann über die optionale Schnittstelle CCB509 per Touchscreen gesteuert werden. www.clarion.de

TV 2.0: WEB GOES TV

Laut zwei aktuellen Studien nehmen die Nutzung des Internets mit dem Fernsehgerät und die Anzahl der Abonnenten von IPTV-Diensten in Deutschland zu. Der Marktforscher Gartner beziffert das jährliche Wachstum 2008 in Deutschland mit 64,1 Prozent. Weltweit stiegen die IPTV-Umsätze sogar um 94 Prozent. Bis 2012 prognostiziert Gartner eine Verachtfachung der heutigen Umsätze. Die Unternehmensberatung Roland Berger hält bis zum Jahr 2010 ein Wachstum von 500 Prozent für möglich, wenn Industrie und Dienst-Anbieter günstige Voraussetzungen für IPTV schaffen. Laut einer Bitkom-Umfrage nutzten Ende 2008 bereits 500.000 deutsche Haushalte Internet-TV und können sich 40 Prozent der deutschen Konsumenten vorstellen, über das Internet fernzusehen.

IPTV und Internet-TV

Unter dem Begriff „IPTV“ (Internet Protocol Television) wird die digitale Übertragung von Multimedia-Anwendungen wie Fernsehprogramm-Inhalte und Spielfilme über ein breitbandiges digitales Daten-Netzwerk auf Basis des Internet Protokolls (IP) zusammengefasst. Typisch sind die Unterstützung von Next Generation Networks, bidirektionalen Netzen, Real-time- und Non-real-time-Diensten. Der DVB-Standard für IPTV heißt „DVB-IPTV“. Differenziert wird zwischen „IPTV“ und „Internet-TV“: Mit „IPTV“ wird Abonnenten eine vertraglich vereinbarte Auswahl an TV-Programmen in definierter Qualität von einem Dienste-Anbieter per Breitbandnetz zur Verfügung gestellt. Mit „Internet-TV“ können im Internet kostenlos verfügbare Anwendungen und Programm-Inhalte zu beliebigen Zeiten von jedermann genutzt, betrachtet und heruntergeladen werden. Die technische Qualität der empfangenen Inhalte wird durch die Ausgangsqualität der Inhalte und die nutzbare Übertragungsbandbreite bestimmt. Marktforscher von Isuppli prognostizieren für IPTV und Internet-TV bis zum Jahr 2011 jährliche Wachstumsraten von mehr als 90 Prozent. Starke Wachstumsimpulse für Internet-Anwendungen auf TV-Geräten werden von der Markteinführung für die Internet-Nutzung ausgerüsteter TV-Geräte erwartet.

Neue Samsung HDTV-Geräte mit Medi@2.0 Internet-TV

Mit der neuentwickelten Medi@2.0 Technik, Internet-TV-Zugang, IPTV-Funktionen und Content-Service mit hochwertigen Anwendungen stattet Samsung die Mehrheit seiner neuen Flach-TV-Serien aus: Die Samsung LCD-TV-Serien 8090, 7090, 7000, 750, 670 und 650 sowie die Plasma-TV-Reihen 850, 680, 670 und 650 bringen mit Medi@2.0 per Knopf-



Um dem Endkunden die Handhabung der Viera Cast Anwendungen zu erleichtern, hat Panasonic hierfür eine spezielle Fernbedienung mit selbst-erklärenden Bezeichnungen entwickelt.

druck das Beste aus dem Internet auf das Fernsehgerät. Die Verbindung mit dem Internet erfolgt durch Einstecken eines LAN/Ethernet Kabels oder WLAN USB-



Samsung UE-55B7090: Die LCD-TV-Serien 8090, 7090, 7000, 750, 670, 650 und die Plasma-TV-Reihen 850, 680, 670, 650 bringen das Internet auf das Fernsehgerät.

Plugs. Eine Settop-Box oder ein Service-Abonnement ist bei Medi@2.0 nicht erforderlich. Durch Tastendruck auf der Fernbedienung kann der Anwender jederzeit vom normalen Fernsehbetrieb auf das Internet umschalten und mit Widgets auf beliebige Internetdienste wie Yahoo!, Flickr oder YouTube zugreifen.

Samsung Medi@2.0 mit Echtzeit-Information und Widget Galerie

Die Features von Medi@2.0 machen beliebte Internet-Dienste

ohne PC im Wohnzimmer auf dem Flach-TV-Gerät und von der bequemen Couch aus zugänglich. Auf einer leicht zu bedienenden On Screen Benutzer-Oberfläche wird der direkte Zugang zu ausgewählten Internet-Inhalten per Fernbedienung hergestellt. Durch Hinzufügen von Widgets oder Löschen von nicht benutzten Anwendungen kann sich der Nutzer seine individuelle Widget-Galerie zusammenstellen. Ein „Web-Widget“ ist ein kleines Software-Programm, das in den Code einer Webseite integriert wird und dem Anwender erweiterte Funktionen und Dienstprogramme zur Verfügung stellt. Mit Medi@2.0 können zum Beispiel Camcorder-Videos und Filme auf YouTube hochgeladen und betrachtet werden oder lassen sich Fotos auf Flickr einstellen und Foto-Alben anschauen. Man kann mit Freunden über VOIP telefonieren, chatten oder Musik aus dem Internet anhören. Die bereits umfangrei-

che Anzahl der verfügbaren Medi@2.0 Internet-Angebote wird sich mit der steigenden Verbreitung Internet-TV-tauglicher Fernsehgeräte weiter erhöhen.

Panasonic Viera Cast bringt Internet-Inhalte auf den Flachbildschirm

Die IPTV-Anwendung Viera Cast ermöglicht den direkten Zugriff auf zahlreiche attraktive Internet-Dienste und bringt das Internet ins Wohnzimmer und auf den Flachbild-TV: Nach Anschluss des



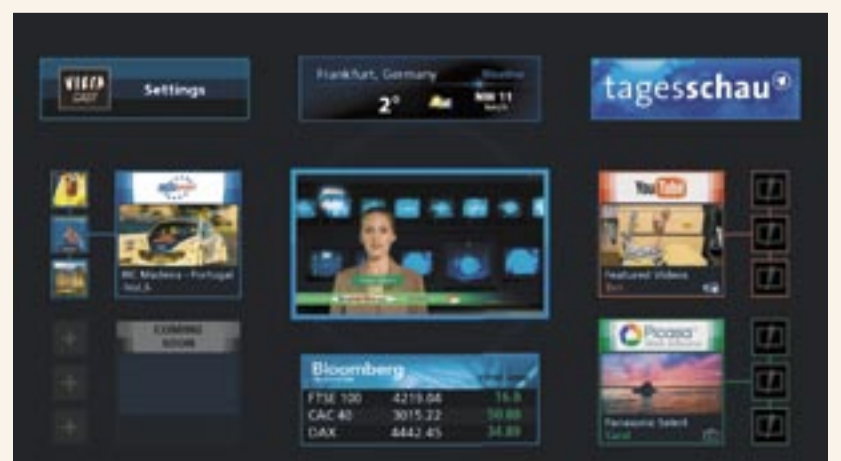
Mit Medi@2.0 macht Samsung Internet-Dienste ohne PC auf dem Flach-TV-Gerät von der bequemen Couch aus zugänglich.

TV-Geräts an eine DSL- oder Breitband-Internetverbindung kann der Anwender per Fernbedienung Internet-Inhalte auswählen und auf dem Bildschirm seines Flach-TV-Geräts nutzen oder betrachten. Das ab Juni lieferbare TV-Modell TX-P54Z1E und das im Juli auf den Markt kommende Modell TX-P46Z1E der Plasma-TV-Serie Z1 sowie die ab Mai lieferbaren Plasma-TV-Modelle TX-P50V10E, TX-P42V10 und die LCD-TV-Geräte TX-L37V10E und TX-L32V10 der V10-Serie sind mit DLNA und Viera Cast ausgestattet. Mit einem Tastendruck kann der Benutzer auf ausgewählte Internet-Inhalte der Panasonic Partner ARD-Tageschau, Bloomberg TV, YouTube, Eurosport, Google Picasa und andere Anbieter umschalten.

Viera Cast funktioniert ohne Registrierung und Settop-Box

„Das Besondere an Viera Cast ist, dass der Nutzer einfach und bequem über eine Fernbedienung, wann immer und so oft er will, attraktive ausgewählte Online-Inhalte wie die Tagesschau, versäumte Sportsendungen, aber auch Online-Videos und Urlaubsfotos auf dem Viera Flachbild-

schirm abspielen kann“, erklärt Armando Romagnolo, General Manager und Head of Product Marketing TV & Training CE bei Panasonic Deutschland. Das Umschalten zwischen dem normalen Fernsehprogramm und dem Online-Modus erfolgt mit der Fernbedienung. Die intuitiv zu bedienende übersichtliche Benutzeroberfläche führt den Nutzer durch die Webinhalte und Online-Dienste der Kooperationspartner. Panasonic hat Partnerschaften mit deutschen und internationalen Top-Anbietern von attraktiven Inhalten geschlossen. Die ARD-Tagesschau bietet Panasonic Kunden über Viera Cast aktuellste Nachrichten auf Abruf, die ohne Bindung an feste Sendezeiten unmittelbar nach Ausstrahlung im normalen Fernsehen jederzeit abgespielt werden können. Informative Nachrichtensendungen zu aktuellen Themen werden an 365 Tagen rund um die Uhr aktualisiert. Der Nachrichtenkanal Bloomberg TV stellt über Viera Cast aktuelle Nachrichten aus Wirtschaft und Finanzen zur Verfügung. Bei Eurosport können Nutzer auf Interviews und Pressekonferenzen zugreifen oder sich Zusammenfassungen von Sportereignissen anschauen. Über Viera Cast können bei YouTube einge-



Panasonic Viera Cast bringt das Internet ins Wohnzimmer und auf den Flachbild-TV.

stellte Videos abgespielt werden. YouTube und Viera Cast ermöglichen den Zugang zur Video-Plattform, die Wiedergabe der Videos als Vollbild auf dem Fernsehgerät und stellen Such- und Lesezeichen-Funktionen zur Verfügung. Digitalfotos können in kostenlosen Google Picasa Internet-Fotoalben archiviert und verwaltet werden. Anwender können sich per Schlüsselwort und Suchfunktion aufgerufene Bilder der Picasa Datenbank ansehen. Die Eingabe von Zeichen erfolgt per Fernbedienung auf der eingeblendeten Tastatur. Erstmals können Bilder und Filmsequenzen per Knopf-



Ab April 2009 verbindet Sony neue Bravia-TVs per AppliCast mit der Online-Welt des Internets.

Bravia-TVs mit der Online-Welt des Internets.

Umständliche Zusatz-Tastaturen und komplizierte Bedienungsschritte sind nicht mehr erforderlich. Mit einem Tastendruck auf der Fernbedienung ins Internet zu wechseln, entspricht dem Wunsch der meisten Konsumenten. AppliCast ist auf 14 Modellen des neuen Bravia Line-ups vorinstalliert: Die neuen Modelle der V5-, W5-, E5- und WE5-Serie können neben Online-Widgets auch RSS-Feeds darstellen und über „Picture Frame Online“ auf eine Internet-Foto-

Datenbank zugreifen. In sein AppliCast-Angebot hat Sony auch praktische Services integriert, sogenannte „Widgets“: eine analoge Uhr, eine Kalenderansicht, einen Rechner, einen Wecker und ein hilfreiches Erklärungs-Widget „Wie funktioniert AppliCast?“. Erste Sony Fernseher mit AppliCast sind im April ab UVPs von 899,- Euro lieferbar.

Flexibler RSS-Reader

RSS (Really Simple Syndication) ist eine in Webseiten integrierte Funktion zur Generierung von Kurznachrichten, die aus der Überschrift einer im Internet eingestellten Information, einem kurzen Textauszug und einem Link zu der Webseite mit dem Dokument bestehen. Der Versand wird als „RSS-Feed“ bezeichnet. RSS können vom Besucher abonniert werden. Wenn das Dokument aktualisiert wird oder eine neue Nachricht eingestellt wird, bekommen Abonnenten ein RSS-Feed zugesandt. „Viele Nutzer wissen bereits, was RSS-Feeds sind und verstehen deshalb sofort, welchen Mehrwert



ihnen unser neuer Service bietet“, erklärt Martin Winkler, Marketing Director der Sony Deutschland GmbH. „Uns geht es darum, die Konsumenten mit einfachen Anwendungen an die neuen Möglichkeiten heranzuführen und sie nicht gleich zu überfordern.“

Sony „Picture Frame Online“: Die private Kunstgalerie

Mit der Funktion „Picture Frame“ und der perfekten Darstellung von Bildern lassen sich Sony Flach-TV-Geräte in eindrucksvolle Bild-Kunstwerke verwandeln. Wer neben den bereits vorhandenen Bildern weitere Kunstwerke oder Architektur-, Landschafts- und Naturfotografien auf seinem Bravia Fernseher genießen will, kann mit „Picture Frame Online“ auf dem Server bereitgestellte Bildmotive aus verschiedenen Rubriken auf den eigenen Bildschirm importieren. Besonders gut passt das edle Bilderrahmen-Design der neuen E-Serie zu „Picture Frame Online“.

Philips Net TV: Internet einfach und unkompliziert auf dem Fernseher

Mit „Net TV“ startet Philips die Initialzündung für eine völlig neue Generation von Multimedia-Fernsehern mit einem direkten und problemlosen Zugang zu den Informations- und Unterhaltungsangeboten im Internet. Ein Tastendruck auf der Fernbedienung



Ab dem Frühjahr gehört Net TV zur serienmäßigen Ausstattung der Philips TV-Reihen 8000 und 9000 und des Cinema 21:9 TV-Geräts.

genügt, um die Startseite mit direkt anwählbaren Logos zahlreicher Net TV Partner-Unternehmen zu öffnen und seine bevorzugten Webseiten aufsuchen zu können. Ab Frühjahr dieses Jahres gehört Net TV zu den serienmäßigen Ausstattungsmerkmalen aller Philips TV-Geräte der neuen Reihen 8000

und 9000 und des Cinema 21:9 TV-Geräts.

Net TV mit CE-HTML-optimiertem Opera-Browser der Version 9.5

Mit Kundenbefragungen und umfangreichen Studien zu diesem Thema hat Philips die Vorlieben potentieller Käufer von IPTV-Fernsehgeräten erforscht: Auch bei der entspannten Nutzung des Internets auf dem Bildschirm des Fernsehgerätes und vom Sofa aus, erwartet der Kunde, eine Browser-Oberfläche und die gleichen Möglichkeiten vorzufinden wie beim Internet-Surfen mit einem Computer und Monitor. Miniatur-Versionen von Webseiten mit eingeschränkten Navigationsmöglichkeiten, wie bei der Internet-Nutzung mit Mobiltelefonen üblich, erwecken beim Benutzer den Eindruck einer Einschränkung und sind unpopulär. Die Möglichkeit, auch normale Webseiten nutzen zu können, trägt wesentlich zum Erfolg des iPhones und anderer Handys mit diesen Fähigkeiten bei.

Um Webseiten auf aktuellen Flach-TVs mit speziellen für TV-Displays in einem Betrachtungsabstand von 3 bis 4 Metern optimierten Texten und Bildern darzustellen, basiert Net TV auf CE-HTML, einer Variante der Webseiten-Programmiersprache HTML. Grundlage sind offene IPTV OIF Standards wie CE-HTML, CEA-2014 und Web4CE, für die sich auch das

Open IPTV Forum ausspricht. Auch Philips-Mitbewerber wie Samsung, Sony, Sharp und Panasonic gehören der Digital Living Network Alliance (DLNA) an, die CE-HTML unterstützt.

Schon mehr als 200 Net TV-Partner für hochkarätige Web-Inhalte

Philips hat für die Präsentation von Net TV Internet-Inhalten in optimierter Form bereits rund 2.000 deutschsprachige und europäische Partner gewonnen: Zum Beispiel YouTube, BILD.de, Tagesschau.de, eBay.de, Spox.com, Kicker.de, sevenload.de, Kino.de, MIKESTAR.com, boersen-

zeitung.de, motorsport-total.com, golfdigital.tv, wetter.net, TomTom, MeteoGroup, Funspot, MyAlbum, Netlog und nicht zuletzt: Kino.de. Die Navigation und Bedienung der Partner-Internetseiten und Angebote erfolgen intuitiv per Fernbedienung auf einem Onscreen-Menü mit eingeblendeter Adressleiste und Tastatur. Die Eingabe kompletter Internet-Adressen (Url) wird durch anwählbare Bausteine erleichtert. Ein Scrollbar mit zuvor besuchten Internet-Adressen steht zum Anklicken bereit. Ein umfangreiches Content-Archiv mit aktuellen Sendungen bieten „ZDF mediathek“ und „Das Erste Mediathek“ an. Unterstützt wird der Abruf von gestreamten Online-Videos. Je nach Bandbreite der DSL-Verbindung lässt sich die Fenstergröße bis auf Vollformat des TV-Displays skalieren. Voraussetzung ist nur ein DSL-Internet-Breitband-Anschluss über Kabel oder WLAN. Eine weitere Settop-Box oder ein Dienstabonnement entfällt.

Eee Keyboard PC: Auf dem TV-Gerät wie auf einem Computer websurfen

Mit einer ultraschlanken Tastatur, in die ein vollwertiger PC integriert ist, stellt Asus mit dem „Eee Key-

Mit kabellosem Ultra Wideband HDMI und einem Flach-TV wird der Eee Keyboard PC zum Multimedia Center mit Internet-TV.



board PC“ eine völlig neue Geräte-kategorie vor. Der sehr flache, elegante Eee Keyboard PC wiegt weniger als ein Kilogramm und ist für den Einsatz im Wohnzimmer konzipiert. Mit der kabellosen Ultra Wideband HDMI-Schnittstelle wird der Eee Keyboard PC in der Kombination mit einem LCD- oder Plasma-Fernsehgerät zum Desktop-PC oder Multimedia Center mit Internet-TV und hoher Bedienerfreundlichkeit: Auf einem rechts in die Tastatur integrierten 5 Zoll Touchscreen-Display lassen sich die Anwendungen und das Surfen im Internet per Fingerbewegung vom Sofa aus steuern. Der Eee Keyboard PC wurde auf der CeBIT 2009 als „innovativstes Produkt mit herausragendem Design“ mit dem ersten Platz der CeBIT-PreView Awards prämiert.



Die Panasonic Plasma-TV-Modelle TX-P54Z1E, TX-P46Z1E, TX-P50V10E, TX-P42V10 und die LCD-TV-Geräte TX-L37V10E und TX-L32V10 sind mit DLNA und Viera Cast ausgestattet.

druck jederzeit abgespielt werden. Zur Verfügung steht ein DLNA-zertifizierter Streaming-Client zum Abspielen der im Netzwerk verfügbaren Media-Dateien. Alle Modelle der neuen Viera Z1, V10 und G15 Plasma-TV-Serien sind DivX-zertifiziert und können DivX-Videos direkt abspielen

Panasonic Blu-ray-Player bringen Viera Cast auf ältere TV-Geräte

Mit den neuen Modellen DMP-BD60 und DMP-BD80 bringt Panasonic zwei neue Stand-Alone Blu-ray Disc-Player auf den Markt, die neben den Funktionen ihrer Vorgängermodelle mit Viera Cast auch den Besitzern älterer Fernsehgeräte den direkten Zugriff auf das Internet-Angebot ermöglichen.

Sony „AppliCast“: Mit dem Fernseher ins World Wide Web

Ab April 2009 stattet Sony seine LCD-Fernsehgeräte mit AppliCast aus und verbindet die neuen



Mit den neuen Panasonic Blu-ray Disc-Playern DMP-BD60 und DMP-BD80 mit Viera Cast kommen auch ältere Fernsehgeräte ins Internet.

“ N.1 WELTWEIT LANGLEBIGKEIT ”
Alkali-AA-Batterie

Offiziell ausgezeichnet von **GUINNESS WORLD RECORDS™**

GUINNESS WORLD RECORDS ist eine registrierte Marke von Guinness World Records Limited

EVOIA

AA Alkaline
durchschnittlicher Entladungsvorgang nach ANSI- und IEC Test vom 15. Januar 2008

Sony: In 2010 profitable Marktführerschaft erreichen

Partnerschafts-Programm

Nachdem Sony im letzten Jahr bereits erfolgreiche Umstrukturierungen vorgenommen hat, installieren die Berliner in diesem Jahr ein durch Sony autorisiertes Händlernetzwerk. Auf diese Weise will das Unternehmen seine Handelspartner stützen, wobei attraktive Produkte für die nötige Kundenfrequenz sorgen sollen.

Ende letzten Jahres hatte Sony mit seinen Bravia-Displays einen Marktanteil in Deutschland von rund 12 Prozent. Damit konnte das Unternehmen erstmals in der Sony TV-Geschichte den Rekordstand der alten Trinitron-Geräte übertreffen. Auch in 2009 möchte Sony ähnliche Erfolge feiern und geht dabei konsequent den Weg über den Fachhandel.

„Wir führen ein komplett neues, autorisiertes Händlernetzwerk ein, welches autorisierte und nicht-autorisierte Händler differenziert. Zusätzlich werden unterschiedliche Stufen einer autorisierten Partnerschaft eingeführt“, erklärte Jeffry van Ede, Geschäftsführer Sony Deutschland anlässlich der Sony-Roadshow im Februar dieses Jahres in Dortmund.

Im ersten Schritt werden dazu Händler nach verschiedenen Kriterien untersucht und als autorisierter und nicht-autorisierte Händler eingestuft. Dies ist unabhängig davon, ob eine direkte

Geschäftsbeziehung mit Sony besteht. Nichtautorisierte Händler sind unter anderem nicht in der Lage, Sony Garantiebedingungen und Konditionen an den Kunden weiterzugeben.

Als Konsequenz ergibt sich also für nichtautorisierte Händler, dass sie ihren Kunden nur die minimal gesetzliche Gewährleistung auf die Sony-Produkte geben können. Käufer dieser Händler haben keinen (unbezahlten) Anspruch auf einen Sony-Service, der über den gesetzlichen Rahmenbedingungen liegt.

„Wir wollen in die investieren, die auch in uns investieren“, bezieht van Ede eine klare Position. Das Handelsnetzwerk gliedert sich in Plus-Partner- und autorisierte Händler. Autorisierte Händler erhalten den elementaren Service, um ihre Rolle als autorisierter Händler gegenüber dem Konsumenten zu erfüllen. Plus-Partner erhalten zusätzliche Front- und Back End Services und bringen dafür im Gegenzug den



Jeffry van Ede: „Wir werden künftig vornehmlich in die Handelspartner investieren, die auch etwas in uns investieren.“



Die neuen S5-, V5-, W5- und E5-Serien sind mit einem umfangreichen Eco-Paket ausgestattet. So können die Fernseher so programmiert werden, dass sie nach einer frei wählbaren Zeitspanne in den Stand-by-Modus wechseln, wenn in dieser Zeit niemand das Programm oder die Lautstärke ändert.

Extrawert für Sony. Mitte des Jahres soll auch der After-sales Service zunächst im TV-Segment umgestellt werden. Eigens von Sony hierfür zertifizierte Händler sollen dann den Service übernehmen, so dass dieser nicht mehr, wie bisher, direkt über Sony läuft. „Wir wollen damit erreichen, dass der Endverbraucher direkt mit dem Fachhändler kommuniziert und so für eine größere Kundenbindung sorgen“, erklärt Martin Winkler, Head of Marketing bei Sony.

Umfangreiche Marketingkampagnen

Mit zahlreichen Marketingaktivitäten wird Sony die Produkteinführungen der verschiedenen Bereiche unterstützen. Als Markenbotschafter wird der beim AC Mailand spielende Brasilianer Ricardo Kaka zunächst vor allem die Markteinführungen der neuen Bravia-Displays begleiten. Um dem Endkunden die Entscheidung hin zu einem Sony-Display zu erleichtern, sind alle Geräte der V5-, W5-, E5- und WE5-Serien mit der neuen Bravia-Engine 3 ausgestattet. Das Herzstück für jede Bildverbesserung sorgt für mehr Details, höheren Kontrast und natürlichere Farben. Darüber hinaus nutzen die neuen W5-, E5- und WE5-Serien die Motionflow 100-Hz-Technologie. In Sekundenbruchteilen werden die Bilder nachgeschärft und zusätzliche Zwischenbilder berechnet, so dass 100 Bilder pro Sekunde auf dem Bildschirm dargestellt werden können. Hinsichtlich der immer rascher voranschreitenden Home-Entertainment-Fähigkeiten aller Geräte



Mit einer umfangreichen Werbekampagne und dem Mittelstürmer des AC Mailand, Ricardo Kaka, als Markenbotschafter begleitet Sony die Markteinführung der neuen Bravia-Fernseher in der ersten Jahreshälfte. Der Bezug zum Thema Fußball soll hierbei für eine noch höhere Breitenwirkung sorgen.



Die neuen TV-Design-Möbel haben es in sich. Der RHT-G550 verbirgt ein 3.1 Kanal Heimkinosystem mit einem S-Master Digital Amplifier und 330 Watt Leistung plus drei HDMI-Eingänge. Der RHT-G950 und 1550 bieten ein 5.1 Kanal Heimkinosystem mit 470 beziehungsweise 550 Watt.

hat Sony seine neuen TV-Displays der V5-, W5-, E5- und WE5-Serie mit DLNA-Fähigkeiten ausgestattet. Per Ethernet greifen die Geräte auf Musik, Digitalfotos oder Filme im MPEG2 oder AVC-HD zu. HD-Filme können so über das Netzwerk auf den Fernsehern abgespielt werden. In der Benutzeroberfläche der von der PS 3 her bekannten Xross Media Bar werden USB-Stick, Netzwerkfestplatte oder jedes andere DLNA-fähige Gerät als Symbole auf dem Bildschirm dargestellt und können mit der Fernbedienung ausgewählt werden. Trotz aller technischen Neuerungen hat Sony den Stromverbrauch drastisch gesenkt. In der Regel begnügen sich die neuen Displays mit bis zu 30 Prozent weniger Strom als ihre jeweiligen Vorgängermodelle.

www.sony.de

KERNEFAKTEN

- Alle Serien außer S5**
- DVB-T/DVB-C (CI+) MPEG 4 HD Tuner
 - Bravia Engine 3, Motionflow 100 Hz

- WE5-Serie (40/46 Zoll):**
- Sony Eco-Serie
 - Preis: ab 1.499,00 Euro

- W5-Serie (32/37/40/46/52 Zoll):**
- DLNA, AppliCast-Service
 - USB Media Player
 - Preis: ab 1.099,00 Euro

- E5-Serie (32/40 Zoll):**
- Schwarz, Aluminium, Walnuss
 - DLNA und USB Media Player
 - Preis: wird noch bekanntgegeben

- V5-Serie (32/37/40/46/52 Zoll):**
- Preis: ab 899,00 Euro

- S5-Serie (22/32/37/40 Zoll):**
- Full-HD-fähig
 - 3 HDMI-Schnittstellen, 1 x USB
 - Preis: ab 599,00 Euro



UE

Stereo-Duo PMA- und DCD-510AE von Denon

Der PMA-510AE bietet eine HC (High-Current) Single-Push-Pull-Schaltung, die sowohl dynamische als auch filigrane Musikwiedergabe garantiert. Denon hat bei der Entwicklung auf bewährte Audiotechnologien gesetzt und einen Vollverstärker geschaffen, der seinen Vorgänger klanglich nochmals übertrifft. So sorgen etwa die gasgefüllten Relais der Phono- und CD-Eingänge für eine verlustfreie Signalübertragung. Nach klanglichen Gesichtspunkten



selektierte Bauteile wie die Elektrolyt-Kondensatoren im Netzteil, die Karbon-Widerstände und die hochwertigen Kondensatoren in der Vorstufe sorgen für beste Wiedergabequalität. Der PMA-510AE und der DCD-510AE sind aufeinander abgestimmte HiFi-Komponenten, die preisbewussten Musikliebhabern faszinierende Klangqualität für den Preis von jeweils 249,- Euro bieten.

www.denon.de

Blu-ray-Player BD370 von LG

Durch die Unterstützung von BD Live auf LGs neuem Blu-ray-Player BD370 können Anwender über das Internet Film-Trailer, Untertitel und interaktive Onlinespiele sowie andere BDLive-Streaming-Services nutzen oder direkt auf zahlreiche Videoinhalte bei YouTube zugreifen. Dank HDMI 1.3-Unterstützung kann der Player 1.080p-Bilder wiedergeben. Für ein gutes Sounderlebnis sorgen Dolby True HD und DTS HD, die hohe Audio-Bitraten unterstützen. Mit dem Express Reaction Mode dauert es nur 18 Sekunden, um das Gerät aus dem Standby-Modus zu starten. Da sofort nach dem Einschalten eine Disc ein-



gelegt werden kann, entfallen lästige Ladezeiten. Über die integrierte SIMPLINK-Technologie können Benutzer sämtliche Funktionen mit nur einer Fernbedienung im Heimkinosystem steuern. Der Player kann unterschiedlichste Formate wie Divx, MPEG4 Video, JPEG, MP3 und WMA abspielen. Ein nettes optisches Highlight: Die Beleuchtung des Bedienfelds in der Mitte ändert ihre Farbe je nachdem, welches Format gerade genutzt wird. Bei Blu-ray-Titeln leuchtet das Gerät Blau und wechselt zu Rot bei DVD-Wiedergabe beziehungsweise zu Violett beim Abspielen von CDs. Der Blu-ray-Player BD370 ist ab sofort zum Preis von 279,- Euro verfügbar.

www.lge.de

Neue Kabel für Display-Port von Gefen

Für die Übertragung von DisplayPort Bild- und Tonsignalen bietet Gefen ab sofort eine Reihe an neuen Kabeln an. DisplayPort-Kabel stellen eine benutzerfreundliche Lösung zur Übertragung



des neuen Verbindungsstandards dar und verfügen über einen integrierten Verriegelungsmechanismus. Die Spezifikationen ähneln denen des aktuellen HDMI-Standards 1.3. Anwendungsbereiche sind im wesentlichen der Anschluss von Bildschirmen und Fernsehgeräten an Computer, Laptops, DVD-Spieler und ähnliche Geräte. Die aktuellen Kabel unterstützen Farbtiefen von 6, 8, 10, 12 und 16 Bit pro Farbkanal. Zusätzliche Kanäle können für Datenverbindungen mit Touch Screen Anwendungen, USB oder Kameras genutzt werden. Sie sind abwärtskompatibel zu DVI Single und Dual Link sowie HDMI und unterstützen Videoauflösungen bis 2.560 x 1.600 bei 60 Hz und eine Bandbreite von 10,8 GBit/s. Die neuen DisplayPort-Kabel sind ab dem 2. Quartal erhältlich. Die empfohlenen Netto-Verkaufspreise liegen bei 49 Euro für die 2-Meter-Variante, 59 Euro für die 3-Meter-Variante und 69 Euro für das 5-Meter-Kabel.

www.gefen.de

Metz LC-Display Primus 42 FHDTV 100 R

Mit seiner klaren Formensprache erfüllt der Primus 42 FHDTV 100 R höchste ästhetische Ansprüche. Unterhalb des Displays ist bei der Standversion das Tonmodul angebracht, wobei sich beide Elemente gegeneinander verdrehen lassen. Das Display selber ist mit einer doppelseitig entspiegelten Kontrastfilterscheibe versehen. Der Metz Primus 42 FHDTV 100 R liefert Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) und ist mit einem Kabeltuner



für HDTV-Empfang ausgerüstet. Ein DVB-S2 Twin-Modul für Satelliten-Empfang ist nachrüstbar. Das Tonmodul liefert satten Klang und klare Sprachwiedergabe, wobei das SRS WOW Sound System für eine rauschfreie Wiedergabe von Höhen und Tiefen sorgt. Beim Anschluss einer Surround-Anlage lassen sich die hochwertigen Lautsprecher des Primus als Center-Lautsprecher verwenden. Das Gerät ist mit zwei Einschub-Schächten für CA-Module ausgestattet. Drei HDMI-Buchsen stehen für die digitale Bildübertragung zur Verfügung. Hinzu kommt eine DVI-I-Schnittstelle, über die man einen Computer an den Metz Primus anschließen kann. Für die Sound- und Bild-Peripherie stehen Audio- und YUV-Eingänge sowie drei Euro/AV-Buchsen zur Verfügung. Über seitlich angebrachte Buchsen lassen sich Camcorder oder Kopfhörer anschließen. www.metz.de

Exklusive A/V-Möbelserien von Spectra

Ein Jahr nach der Neueinführung der hochpreisigen Kastenmöbel-Serie Catena lässt der schwäbische Medienmöbel-Spezialist drei weitere Neuerungen folgen: Brick, Compact und Levita. Das Programm „Brick“ ist mit Fronten und Oberflächen aus Glas, Kästen von bis zu zwei Metern Breite und eleganten Fuß- und Zwischensockeln



erhältlich. Bei den Kästen haben Kunden die Wahl zwischen Schublade, Klappe und Tür, während 1.950 NCS-Glasfarben zur Auswahl stehen. TV-Halterungen gibt es auf Wunsch in Aluminium und Schwarz eloxiert. „Compact“ ist eine Weiterentwicklung der Serie Closed Mini. Als TV-Ständer mit Stauraum konzipiert, besteht das System aus einem auf Rollen gelagerten Kasten und einer aufgesetzten Säule mit Flatscreen-Halterung. Die breiten Modelle gibt es auch mit einem Glasaufsatz zur Platzierung eines Centers. „Levita“ ist das Exklusiv-

möbel für den Aquos XS1 von Sharp. Das Möbelstück gibt es mit Kästen in Aluminium, Schwarz Hochglanz und Tineo-Holz, die grifflose Möbelklappe öffnet sich bei sanftem Druck auf die Front. www.spectra.eu

Philips bringt das Internet aufs Display

Net TV von Philips ermöglicht einen einfachen und schnellen Zugang zu einer Vielzahl von Unterhaltungs- und Informationsangeboten des Internets direkt von der Online-Startseite des TVs, die per Tastendruck auf der Fernbedienung angewählt werden kann. Net TV wird ab Frühjahr 2009 als Ausstattungsmerkmal in allen Philips TVs der neuen Reihen 8000 und 9000 sowie im Cinema 21:9 integriert sein. Bei Net TV sind Internetinhalte für die Darstellung auf dem Fernseher optimiert, so dass die



Navigation sehr komfortabel über die Fernbedienung möglich ist. Grundlage dafür sind nach der offenen IPTV Form OIF Standards wie CE-HTML. Benötigt wird nur ein DSL-Internet-Breitband-Anschluss per Kabel oder WLAN. Eine weitere Set Top Box oder der Abschluss eines Service-Vertrages sind nicht notwendig. Bei Net-TV ist der Anwender nicht auf die Partnerseiten beschränkt, sondern hat hier auch über einen Opera-basierenden Web-Browser Zugriff auf sämtliche Internetinhalte. www.philips.de

HDTV OHNE UMWEGE!
FULL-HD DIGITALFERNSEHER VON TECHNISAT!
MADE IN GERMANY!



TechniSat HDTV 40
ab € 2.599,99 UVP
(=unverbindliche Preisempfehlung)

Top-Features:

- Full-HD-Panel
- Dual-HDTV-Multituner
- Ethernet- und USB-Schnittstelle
- 250 GB Festplatte inklusive integriertem digitalen Videorekorder

Audio Video Foto Test-Sieger * Note 2,13

schärfer DIGITAL

TechniSat MADE IN GERMANY Arbeitsplatz sichernd

Besser ist einfach besser: TechniSat

Weitere Informationen und Modelle unter: www.technisat.de

„Hallo Digital TV“: TechniSat startet Digitalisierungskampagne

TechniSat, der Marktführer im Bereich digitale Empfangstechnik, plant die breit angelegte Digitalisierungskampagne „Hallo Digital TV“. Zusammen mit dem Fachhandel möchte das Unternehmen ab April 2009 Aufklärungsarbeit in Sachen Digitalisierung leisten und die Umstellung auf digitale Empfangsgeräte beim Endkunden vorantreiben. Mit vereinter Werkkraft und attraktiven Produkten sollen Umsatz- und Ertragsmöglichkeiten in 2009 auf beiden Seiten gesichert werden. Dabei ist der beratende Fachhandel eine der wichtigsten Säulen in dieser Kampagne. Potential sieht TechniSat vor allem in den 18 Millionen deutschen Haushalten, die noch analogen Fernsehempfang nutzen.



Udo Knauf

Die Umstellung auf Digitalbetrieb soll in 2010 erfolgen und birgt für den Handel ein großes Umsatzpotential, auch wenn es noch immer keine klaren Aussagen seitens der Rundfunkanstalten gibt. „Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben signalisiert, dass ab 2010 über eine Abschaltung von analogen Programmen nachgedacht werden soll. Leider gibt es hierzu keine harten Fakten und keine Garantien. Der Fachhandel sollte davon ausgehen, dass ab 2010 Bewegung in dieses Thema kommt“, bekräftigt Udo Knauf, Vertriebsleiter der TechniSat Digital GmbH. „Aktuell nutzen immer noch 18 Millionen deutsche Haushalte analogen Fernsehempfang, davon mehr als 6 Millionen den analogen Sat-Empfang. Hier gilt es, bereits jetzt mit der Umstellung zu beginnen, um einen sonst vorhersehbaren Installationsstau und Verfügbarkeitsengpässe zu vermeiden“, so Knauf weiter. Um den Endanwender für das Thema zu sensibilisieren, startet TechniSat jetzt eine weitreichende Kampagne, in die der Fachhandel eingebunden wird. „Unter dem Motto ‚Hallo Digital TV‘ informieren wir Verbraucher über eine eigene Website und andere Online-Mittel, Anzeigenstrecken, Beileger in prominenten Publikationen, Prospekte und Flyer sowie in TV-Werbung über die aktuelle Situation. Durch einen angebotenen Digital-Check und eine Cash-Back-Aktion für Endverbraucher soll das Interesse noch verstärkt werden“, erläutert Udo Knauf. „Der Fachhandel ist ein zentraler Bestandteil der Kampagne, da dieser beratende Tätigkeiten direkt beim Endkunden leistet. Alle teilnehmenden Partner erhalten ausreichend Verkaufunterstützung in Form von PoS-Materialien. Darüber hinaus bieten wir auch attraktive Starter-Pakete an. Begleitet wird unsere Digitalisierungskampagne mit einer Road-Show, die im Mai und Juni 2009 in 10 bis 15 Großstädten durchgeführt wird.“

www.technisat.de



Panasonic: Internationale Handelstage in Amsterdam

Startschuss ist gefallen

Im Februar lud Panasonic seine Handelspartner nach Amsterdam ein und präsentierte die neuen Produktlinien für das Jahr 2009. Darunter befanden sich vier neue Display-Serien, Blu-ray-Player und DVD/HD-Multiformat-Rekorder sowie Camcorder und Digitalkameras. Großen Wert legt das Unternehmen darüber hinaus auf niedrigen Stromverbrauch und eine umweltschonende Produktion.

Eine aktuelle Studie von Panasonic bestätigt, dass mehr als ein Drittel der europäischen Verbraucher einen bewussten Beitrag zum Umweltschutz leistet. Einer von acht Befragten gab an, immer die umweltfreundliche Marke zu wählen, wenn er die Wahl habe. Darüber hinaus sind 36 Prozent der Befragten bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen. Entsprechend hat es sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, bis zum Frühjahr 2010 auf dem europäischen Markt 20 Produkte einzuführen, deren Umwelteigenschaften industrieweit führend sind.

V10-Serie – High-End-Displays

Mit der neuen High-End-Serie V10 liefert Panasonic die ersten TV-Geräte mit dem bleifreien Neo-PDP G12 Full-HD-Plasma-Toughpanel mit 1.920 x 1.080 Pixeln, das über einen Natural Vision Filter Pro verfügt. Mit einer Lebenszeit von bis zu 100.000 Stunden, reduziertem Stromverbrauch und integriertem Eco-Modus trägt die neue Plasma-Generation den ökologischen Grundsätzen von Panasonic Rechnung. Über die 600 Hz Intelligent Frame Creation Pro werden die Bewegungen in jeder einzelnen Filmszene berechnet und optimiert. Unterstützt wird 600 Hz Intelligent Frame Creation Pro durch die Signalverarbeitungstechnologie V-Real Pro 4, die ein sattes Schwarz und 6.144 Graustufen erzeugt. Eine Besonderheit der V10-Serie ist der integrierte Multituner mit DVB-S (Satellit), DVB-T und analogem Kabeltuner, womit der Anwender für alle gän-

gigen Signalzuspielungen keinen weiteren Receiver benötigt. Hilfreich sind auch die neuen energieeffizienten Viera Link Funktionen Intelligent Auto Stand-by und Stand-by Power Save. Sie schalten ungenutzte Geräte, die mit dem Fernseher verbunden sind, automatisch ab, sobald eine Einstellung verlassen wird oder der Fernseher ausgeschaltet wird. Doch die V10-Serie wird es nicht nur als Plasma, sondern auch als LC-Displays geben. Die Modelle TX-L37V10E und TX-L32V10E verfügen über das neue Full-HD IPS-Alpha-Fine-Black-Panel. Die übrige Ausstattung entspricht der der Plasma-Geräte. Beide Gerätetypen sind ab Mai 2009 verfügbar.



Mit der 12. Generation an Plasma-Displays hat Panasonic nicht nur die Qualität, sondern vor allem die Bautiefe der Displays erheblich verringert. Damit lassen sich nicht nur flache Fernsehgeräte konstruieren, sondern gleichzeitig der Stromverbrauch senken.

X10 HD – die Volumen-Serie

Die gesamte Erfahrung der letzten Jahre im Bau von Plasma-Displays hat Panasonic in die Entwicklung der neuen X10 HD-Serie einfließen lassen. Schließlich beherbergt der klavierlack-schwarze Rahmen die zwölfte Panelgeneration von Panasonic, die ein dynamisches Kontrastverhältnis von 2.000.000:1 besitzt. Zusätzlich zur V-Real 4 Signalver-



arbeitung minimiert 100 Hz Double Scan das Großflächenflimmern. Gleichzeitig sind die 37 Zoll beziehungsweise 42 Zoll großen Geräte auch gegen äußere Einflüsse geschützt, denn das verwendete G12 HD Toughpanel weist gegenüber normalen Panels eine erhöhte Schlagresistenz auf. Außerdem verfügen die Geräte über eine Lebensdauer von bis zu 100.000 Stunden. Bei einer täglichen Sehdauer von acht Stunden

die VieraTV-Fernbedienung und ein spezielles Bildschirmmenü direkt ansteuern. Die AV-Geräte können so bei Bedarf hinter Schranktüren verstaut werden. Der integrierte DVB-Tuner, der Gemstar EPG für DVB-T, Ausschalt-Timer und Kindersicherung runden den Bedienkomfort ab.

In Amsterdam zeigte Panasonic seinen Partnern aus dem In- und Ausland, was der Handel und Endkunden in diesem Jahr zu erwarten haben. Aus allen Bereichen präsentierten die Japaner ihre Neuerungen. Vor allem die neuen Display-Serien sowie die neuen Blu-ray-Player und Multi-format-Rekorder versprechen gute Umsätze.

GW10-Serie – die All-rounder

Die Plasma-Fernseher der GW10-Serie sind mit dem neuen NeoPDP G12 Full-HD-Toughpanel mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln ausgestattet. Die Bildverarbeitungstechnologie 600 Hz Intelligent Frame Creation Pro wird auch bei dieser Serie durch die Signalverarbeitungstechnologie V-Real Pro 4 unterstützt. So erreichen die TV-Displays eine hohe Brillanz und außergewöhnliche Detailgenauigkeit. 232 Milliarden darstellbare Farben sorgen für ein lebendiges Bild. Ebenfalls kommt der Multituner mit DVB-S, DVB-T und analogem Kabeltuner zum Einsatz, während die Viera Link Technologie für erhöhten Bedienkomfort sorgt. Die Panasonic Plasma Fernseher TX-P50GW10, TX-P46GW10 und TX-P42GW10 sind Anfang April erhältlich. Ebenso wie bei der V 10-Reihe sind auch bei der GW 10-Serie die



Das Resultat der flachen Panels sind extrem flache Displays, welche nur noch etwa ein Drittel so tief sind wie eine Zigarettenschachtel. Damit kommen die Geräte der Idee vom „Bild an der Wand“ sehr nahe.

LCD-Pendants verfügbar, wobei der TX-L37GW10 und der TX-L32GW10 bereits verfügbar sind. Die Versionen in Weiß (TX-L37GW10W und TX-L32GW10W) folgen voraussichtlich im Juni. Die LCD-Fernseher zeichnen sich insbesondere durch das Full-HD IPS-Alpha-Fine-Black-Panel, die V-Real Pro 4 Signalverarbeitung und 100 Hz Intelligent Frame Creation mit Motion Focus aus. Besten Empfang gewährleistet der Multituner für DVB-S, DVB-T und Kabel. Für die Umweltfreundlichkeit der LCD-TVs sorgen Eco Mode und Eco Link sowie die Langlebigkeit. Sie sind zudem über Viera Link, Game-Mode, 3xHDMI und PC optimal vernetzt.

Die neue V10-Serie ist ein Synonym für echtes Heimkino-Erlebnis. Die High-End-Serie ist mit der neuen Plasma-Panelgeneration NeoPDP und einer neu entwickelten Signalverarbeitung ausgestattet. Zusätzlich enthält sie LCD-High-Definition-TVs, die mit verbesserter Klang- und Bildqualität sowie besonders flacher, kompakter Bauweise ausgestattet sind. Die gesamte V10-Serie zeichnet sich durch brillante und klare Bilder, satten Sound, optimale Vernetzung und attraktives Design aus. Mit Hilfe der Viera Link-Technologie HDAVI 4 hat der Anwender die Technik im Griff.





MP3

In-Ear Headphones von Logitech

Ultimate Ears, ein Produktbereich von Logitech, ist führender Anbieter von maßgefertigten In-Ear-Monitoren für professionelle Musiker. Im Endverbraucher-Bereich bietet der Soundspezialist Headphones und Headsets der Premium-Klasse in Studio-Soundqualität an. Jetzt bringt



Ultimate Ears seine In-Ear Headphones für Konsumenten in den Markt. Die Linie für Endverbraucher besteht aus einer Reihe von Produkten, die nicht nur klanglich überzeugen, sondern auch höchsten Ansprüchen an Stil und Design gerecht werden. Vom SuperFi 4 bis hin zum TripleFi 10vi Pro – bei Ultimate Ears findet jeder die passenden Headphones für ein individuelles Sounderlebnis. Die Headphones der Serien SuperFi und TripleFi von Ultimate Ears sind ab sofort zu empfohlenen Einzelhandelspreisen ab 99,99 Euro verfügbar. www.logitech.de

Wentronic bringt mobile Soundbar

Die goobay Soundbar ist ein AktivMini-Stereolautsprecher für mobile Anwendungen. Damit auch unterwegs der Spaß nicht zu kurz kommt, steckt in der Soundbar ein integrierter High-Quality-Verstärker, der aus jedem Song den optimalen Sound herausholt.

Betrieben wird die goobay Soundbar über Batterien (4 x AAA) oder alternativ über das beiliegende USB-Stromkabel. Hiermit ist eine Stromversorgung über den USB-Port am PC/Notebook oder ein optionales USB-Netzteil möglich. Zum Lieferumfang gehören weiterhin ein Adapter zum Anschluss an Mobiltelefone der



Marken Sony Ericsson und Nokia sowie ein Adapterkabel mit 3.5 mm Buchse und 2.5 mm Stecker. www.wentronic.com

Stereo-PC-Headset von Plantronics

Plantronics hat mit dem .Audio 655 USB das weltweit erste PC-Headset mit einer Zertifizierung für Skype 4.0 vorgestellt. Mit diesem Headset können Skype-Nutzer das volle Spektrum

des neuen Standards „Superbreitband Audio“ (24 kHz) nutzen. Die 40-mm-Lautsprecher des Plantronics .Audio 655 liefern einen tiefen Bass und einen klaren Stereosound. Das Noise Cancelling-Mikrofon sorgt für klare Gesprächsqualität ohne Hintergrundgeräusche und eine optimale Sprachübertragung. Dreht der Nutzer den Mikrofonarm zum Kopfbügel hoch, wird das Mikrofon stumm



geschaltet. Die großen, gepolsterten Kunstleder-Ohrkissen und das leichte Design des .Audio 655 sorgen für hohen Tragekomfort auch nach mehreren Stunden. Das .Audio 655 USB-Stereo-Headset ist ab April

2009 für 49,99 Euro erhältlich. www.plantronics.de

Jabra-Headset GN2000 USB

Ab sofort ist das Jabra GN2000 USB auch in einer einohrigen Variante erhältlich. Das schnurgebundene Headset ist speziell für den Microsoft Office Communicator 2007 optimiert. Es bietet Plug&Play-Kompatibilität und integriert ein geräuschunterdrückendes Mikrofon. Mit einer Frequenzbandbreite von 150 Hz bis 6,8 kHz bietet es Anwendern eine klare Sprachübertragung. So passt es sich perfekt in Unified Communications (UC)-Anwendungen und VoIP-Umgebungen ein. Das Headset wird über die USB-Schnittstelle des PCs via Plug&Play angeschlossen. Dadurch entfällt die Installation von Software, auch ein Treiber ist nicht nötig. Über integrierte Tasten am Headset können Anrufe angenommen und beendet sowie die Lautstärke geregelt werden. www.jabra.com



LIVE SOUND. TO GO.

BIETEN SIE IHREN KUNDEN INTENSIVE LIVE SOUND ERLEBNISSE. Shure ist seit über 80 Jahren auf den Konzertbühnen der Welt zuhause. Diese Leidenschaft für professionelle Mikrofon- und Audiotechnik steckt auch in den Shure Sound Isolating™ Ohrhörern. www.livesoundtogo.de

SHURE
LEGENDARY PERFORMANCE™

PLUS X AWARD™
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort



SAT

TechnoTrend jetzt bei Kathrein

Die Grassauer Görler-Telekom GmbH aus der Kathrein-Firmengruppe übernimmt die TechnoTrend GmbH mit ihren Standorten in Erfurt und Unterföhring bei München. Geschäftsführer der TechnoTrend Görler GmbH ist unter anderem Thomas Gerlach, vormaliger CEO der TechnoTrend GmbH. Die Entwicklung und der Vertrieb von digitalen Set-Top-Boxen erfolgen weiterhin an den bestehenden TechnoTrend-Standorten Erfurt und Unterföhring bei München. Görler Telekom hat große Teile des Anlagevermögens der TechnoTrend GmbH und insbesondere alle relevanten Patentrechte übernommen und wird unter der neuen Firmierung TechnoTrend Görler GmbH und mit einigen Mitarbeitern aus der TechnoTrend GmbH unverzüglich auf den Markt gehen. www.kathrein.de

Humax legt Schwerpunkt auf Digital Receiver

Humax konzentriert sein Kerngeschäft ab 2009 auf die Entwicklung und den Vertrieb von Digital Receivern. Die LCD-TV-Sparte mit integrierten Receiver-Lösungen wird in den Bereichen Entwicklung und OEM fortgeführt. „In schwierigen Zeiten muss man sich seiner Stärken neu

besinnen und auch kleinste Risiken weiter minimieren“, so Franz Simais, Geschäftsführer Humax Deutschland. „Im Bereich Digital Receiver besitzen wir unsere größte Kompetenz und haben mit iCord die Basis für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung geschaffen.“ Für das Jahr 2009 plant Humax zahlreiche neue Receiver. Dabei spielen IPTV, die Weiterentwicklung des EPG, HDTV via DVB-C und Multimedia-Funktionen eine tragende Rolle. www.humax-digital.de

DVB-S-Empfangsmodul von Polytron

Das Polytron SPM-PSTI ist ein Twin-DVB-S-Empfangsmodul zur Umsetzung von zwei unabhängigen Programmen in AV-Signale. Es verfügt über einen CI-Slot (Common Interface) zur Aufnahme eines Conditional Access-Moduls (CAM) zur Entschlüsselung codierter Pay TV-Programme. Damit können aus einem Datenstrom gleichzeitig beide vom Modul empfangenen Programme mit nur einem



CI entschlüsselt werden. Mit den beiden unabhängigen Tunern des Moduls können zwei Programme unterschiedlicher Transponder empfangen werden. Die PolyCompact-Serie ist für den Einsatz in 19-Zoll-Schränken oder alternativ zur Wandbefestigung geeignet. Die Varianten SPM 100 mit einem Steckplatz und SPM 200 mit zwei Steckplätzen dienen zur bedarfsgerechten Erweiterung von Empfangsanlagen. www.polytron.de

Universelles Antennenmessgerät MSK 125

Kathrein bietet ab sofort mit dem MSK 125 ein Antennenmessgerät sowohl für den Einsteiger als auch für den Profi an. Das MSK 125 ist als tragbares Kombi-Messgerät für analoges TV, SAT und FM-Radio sowie für DVB-C, DVB-S(2) und DVB-T/-H konzipiert. Das Gerät verfügt über einen hochwertigen, transflektiven 5,7“-TFT-Farbbildschirm in VGA-Auflösung und ein zweizeiliges, 22stelliges LC-Display zur Anzeige der Messwerte. Die kalibrierte Spektrumdarstellung erfolgt mit einer Wiederholrate von ca. zwei Sekunden. Durch die integrierte CI-Schnittstelle ist es möglich, auch verschlüsselte Sender darzustellen. Der Messgeräte-Speicher erlaubt das Speichern von bis zu 100 Messgeräte-Einstellungen.



Ebenfalls können im Gerät 100 Messergebnisse gespeichert werden. www.kathrein.de

AlphaCrypt-Feldtest bei Kabel Deutschland

Der Modul-Hersteller Mascom hat mehrere Exemplare seines AlphaCrypt-Moduls an Europas größten Kabelnetzbetreiber, Kabel Deutschland, zum Feldtest übergeben. „Die KDG erhält von uns diverse AlphaCrypt-Module. Je nach eingesteckter Smartcard gewährleistet das intelligente Modul einen bestimmten Level beim Jugendschutz. In allen Varianten erfüllen wir dabei die Auflagen der Landesmedienanstalten“, so Macom-Geschäftsführer Heinz Gruber. „Die Zuschauer wollen möglichst einfach fernsehen und lehnen eine zusätzliche Set-Top-Box zu ihrem neuen Flachbildfernseher ab“, so Gruber weiter. Und immer mehr LCD-TVs haben bereits einen digita-

len Kabeltuner (DVB-C) samt CI-Schacht (Version 1.0) eingebaut. „Mit der offiziellen Freigabe von herkömmlichen CI-Modulen könnte die Digitalisierungsquote im Kabel sehr schnell wachsen.“ www.mascom.de

HDTV-Sat-Receiver im Mini-Format

Der deutsche Set-Top-Boxenhersteller SL c&t bringt mit dem HD-100S einen kompakten Satellitenreceiver auf den Markt. Aufgrund der geringen Abmessungen und der Möglichkeit, einen externen Infrarot-Empfänger einzusetzen, eignet sich die Box besonders für den versteckten Einbau. Der hochwertige Upscaler rechnet Standard-Sendungen auf HDTV-Format hoch. Neben dem schon



erwähnten HDMI-Ausgang stehen ein digitaler Audio-Ausgang (optisch), ein Scart-Anschluss mit FBAS, RGB und YUV sowie eine RJ11-Buchse (für die Verbindung zum externen Infrarot-Empfänger oder zum PC) zur Verfügung. Das DiSEqC-Steuersignal 1.0 zur Umschaltung zwischen mehreren Satelliten ist ebenfalls implementiert. www.sl-ct.de

Tecxus: Mehr Umsatz durch klares Profil und Handelsnähe

Qualität, Design und Mehrwert

Als Spezialist für mobile Energien hat sich Tecxus in den letzten Jahren mehr und mehr Marktanteile erarbeitet. In diesem Jahr wollen die Braunschweiger den Trend der letzten Jahre fortsetzen. Das Rezept hierzu sind noch mehr Handelsnähe, Qualität sowie neue, selbsterklärende Produktverpackungen und eine partnerschaftliche Beziehung zum Fachhandel.

Zubehör ist zwar eines der marginträchtigsten Segmente im Handelsgeschäft, wird aber dennoch meistens viel zu wenig beachtet. Dies gilt in besonderem Maße für Batterien, Akkus, Ladegeräte und damit verbundenes Zubehör. Für Michael Wendt, Geschäftsführer Tecxus, ein großer Fehler: „Der Handel denkt noch immer viel zu wenig an das Thema Zubehör. Ein Grund hierfür ist sicherlich, dass der Handel historisch bedingt die größeren Margen in Geräten sieht, was heute nicht mehr unbedingt richtig ist. Dies zeigt sich beson-



Michael Wendt: „Mobile Energie ist ein zeitloses Thema, den Bedarf gibt es immer, und es ist ein sicheres Geschäft.“

ders deutlich bei mobilen Energiequellen. Akkus oder Batterien sind für den Betrieb zahlreicher Geräte unentbehrlich.“

Eine Tatsache, die der Verbraucher gelernt hat, der diese Produkte als Mitnahmekaufartikel ohne großen Beratungsbedarf ansieht. Doch gerade deshalb ist ein großes Verkaufspotential vorhanden. „Für den Kunden stehen diese Produkte nicht unmittelbar im Fokus, weshalb ihm in der Regel die Vergleichsmöglichkeiten mit anderen Akkus und Batterien fehlen“, erläutert Wendt. „So lassen sich deutlich höhere

Preise für Markenartikel erzielen. Darüber hinaus werden beispielsweise Akkus immer wieder angeschafft, sobald diese in einem Gerät den Dienst versagen. Die Preisfrage stellt sich dann in den seltensten Fällen. So kann der Fachhändler meistens bereits alleine durch eine gute Warenpräsentation mehr Erträge erzielen.“

Auffälliges Produktdesign

Um seine Handelspartner bestmöglich zu unterstützen, hat Tecxus ein aufmerksamkeitsstarkes Produktdesign entwickelt und stellt zusätzlich entsprechende Displays zur Verfügung. „Wir intensivieren den Vertrieb und entwickeln uns im Bereich Produktmanagement weiter“, verdeutlicht Michael Wendt. „Da sich der Markt nur langsam entwickelt, müssen wir unser eigenes Profil schärfen, um mehr Marktanteile zu gewinnen. Das geht nur über gute Qualität, ein attraktives Design, klare Vermittlung der



Der Händler kann die neuen Displays unbestückt erhalten oder mit 12 Blistern à 2 x Lithium Mignon (AA) und 14 Blistern à 2 x Lithium Micro (AAA) Batterien sowie wahlweise mit 10 Blistern mit je 2 Ready to use Akkus Mignon (AA) und Micro (AAA) inklusive einem Gratis-USB-Ladegerät pro Bliester.

Mehrwerte für den Verbraucher und eine partnerschaftliche Beziehung zum Fachhandel.“ Die neuen Thekendisplays aus glanzbeschichtetem Karton sind für eine Tresenplatzierung und das normale Regal geeignet. Die Investition

bleibt dabei vergleichsweise niedrig, denn für den gewünschten Effekt ist nur ein kleiner Wareneinsatz nötig; das Display gibt es gratis von Tecxus dazu. Besonders gut lassen sich AA und AAA-Typen verkaufen. www.tecxus.de

Vogels: Markt für Wandhalterungen zweistellig gewachsen

Systemlösungen für Displays

Mit der Serie 8000 will Vogels die Verkaufs- und Befestigungsrate für Flachbildschirme in Europa steigern. Dabei verfolgt das Unternehmen mit der neuen Serie an Wandhalterungen und Zubehör das Ziel, für jeden Endkunden die perfekte Komplettlösung anbieten zu können. Für den Handel erschließt sich so ein enormes Verkaufspotential.

Die neue 8000er-Serie von Vogels bietet dem Verbraucher gegenüber den bisherigen Modellen eine Reihe von Verbesserungen. Wesentliche Neuerungen sind unter anderem eine deutliche Verringerung des Wandabstands, was vor allem bei den kommenden Displays mit Bautiefen von weniger als vier Zentimetern wichtig ist, sowie eine größere Flexibilität bei der Positionierung des Displays durch einen größeren Drehwinkel.

Die Serien Motion+ und Motion bieten ein Maximum an Flexibilität und verschaffen dem Anwender die Möglichkeit, immer die ideale Betrachtungsposition seines Fernsehers einzustellen. Motion+ dreht den Flachbildschirm bis zu 75 Grad zu jeder

Seite und vermeidet Blendeffekte durch Sonneneinstrahlung oder andere Reflektionen von draußen. Motion+ kann sogar in einem 90-Grad-Winkel zur Wand platziert werden. Das Vogels Patent Screen Protection System verhindert dabei, dass TVs beim Drehen an die Wand stoßen. Motion ist für denjenigen konzipiert, der flexibel sein möchte, das Display



Die neuen Halterungen sind mit einer integrierten Wasserwaage zur einfachen Installation, einem Kabelkanal, der bis zu 10 Kabel führen kann, oder separaten Neige- und Zubehörmodulen erhältlich.

jedoch nur in einem begrenzten Maße bewegen kann oder möchte. Die Produktreihe ermöglicht es, den Bildschirm um 45 Grad zu jeder Seite zu drehen.

Mit dem System Superflat lässt sich der Bildschirm platzsparend wie ein Bild flach an die Wand hängen. Die Halterung hat nur noch einen Wandabstand von zwei Zentimetern, lässt dabei aber noch genug Platz für die notwendige Luftzirkulation hinter dem Gerät sowie die Zuleitungen. Dieses Halterungssystem eignet sich für denjenigen, der direkt vor dem Fernseher sitzen möchte.

Lebenslange Garantie

Die 8000er-Serie umfasst elf verschiedene Artikel in den vier Größen S, M, L und XL. Die neuen Funktionen wie die integrierte Wasserwaage zur einfachen Handhabung und Installation, der bis zu zehn Kabel fassende Kabelkanal oder die separaten Neige- und Zubehörmodule erleichtern



Wesentliche Neuerungen in der 8000er-Serie von Vogels sind eine deutliche Verringerung des Wandabstands und eine größere Flexibilität durch einen größeren Drehwinkel. Zusätzlich bietet die 8000er-Serie in der Höhe verstellbare Standfüße mit verbesserten Halterungen für Zubehörgeräte oder größere Kabelkanäle.

die Installation und die Handhabung. „Bei der Produktentwicklung haben wir uns auf die Eigenschaften konzentriert, die wichtig sind“, so Jan-Hendrik Martens, Area Sales Manager bei Vogels. Features wie das Neigemodul gibt es nun als Zubehör, was vorher fest installiert war: „Zahlen Sie nur, was Sie wirklich brauchen“, lautet die Philosophie. Zudem bietet die Produktfamilie mit lebenslanger Garantie 100 Prozent Kompatibilität auf alle Flat-TVs sowie Aufwärtskompatibilität für die nächste Generation der Displays. Größten Wert legen Schnepel, der

deutsche Vertriebspartner, und Vogels auf die Präsentation im Handel und den gemeinsamen Markenauftritt. Angefangen beim Design der Verpackung bis hin zu verkaufsunterstützenden Maßnahmen auf der Fläche sehen sich die beiden Unternehmen in der Pflicht. Martin Schnepel, Sprecher der Geschäftsführung: „Der Handel soll mit uns Geld verdienen, und dazu sind Innovationen, neue Konzepte, entscheidende Verbesserungen im Detail und eine permanente Arbeit an der eigenen Performance wichtig.“

www.schnepel.com

Panasonic
ideas for life



INNOVATIVE TECHNOLOGIEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Wäre es nicht schön, wenn es ein Kühlgerät gäbe, das 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr Energie spart? Kühlgeräte von Panasonic erreichen diese unglaubliche Energieeffizienz. Sie verfügen über die einzigartige U-Vacua Technologie mit einem innovativen Isolationsmaterial.

Ähnlich einer Technologie aus der Raumfahrt bieten die U-Vacua Elemente höchste Isolierwerte bei geringer Dicke. Die Kälte wird optimal im Gerät bewahrt und dadurch der Energieverbrauch dramatisch gesenkt. Für den Erhalt der Umwelt – und der Frische unserer Lebensmittel. Eine weitere innovative „eco ideas“ von Panasonic. Panasonic: Wenn es um die Umwelt geht.

JEDES DETAIL ZÄHLT.



eco
ideas

www.panasonic.de



Panasonic

Waschmaschinen und Kühl-Gefrier- kombinationen mit Zukunftstechnologien

Ab April wird der japanische Elektronik-Konzern Panasonic zum ersten Mal seine Kühlgeräte und Waschmaschinen auf dem deutschen Markt anbieten. In Japan verkauft Panasonic schon seit 1951 Waschmaschinen und seit 1953 auch Kühlgeräte und ist dort mit jeweils 25% Marktanteil in beiden Marktsegmenten führender Anbieter und Technologie-Führer. In Deutschland startet Panasonic seine Weiße-Ware-Offensive mit zwei Kühl-Gefrierkombinationen und drei Waschmaschinen-Modellen, die mit neuen Technologien und Funktionen zur Steigerung des Nutzwerts, Erhöhung des Bedienkomforts und Reduzierung des Energieverbrauchs ausgestattet sind.

brauch automatisch der Intensität der aktuellen Nutzung anpassen. Nachts oder im Holiday-Mode, wenn die Türe über längere Zeiträume geschlossen bleibt, läuft der Motor mit geringerer Leistung und verbraucht weniger Energie. Auch im normalen oder intensiven Betriebszustand steuern Temperatur-Sensoren und Mikroprozessoren den Inverter jeweils so, dass der Kompressor exakt die erforderliche Kühlleistung erbringt, nicht zu viel und nicht zu wenig. Herkömmliche Geräte verfügen nur über eine einzige festeingestellte Leistungsstufe und pendeln zwischen den zwei Zuständen „An“ oder „Aus“. Die außergewöhnliche Energieeffizienz des Deluxe-Modells NR-B30FX1 wird durch Einsatz eines neuartigen Isolationsmaterials erreicht, der Vakuum-Isolierplatte „U-Vacua“. Dazu werden Glasfasern unter Vakuumbedingungen zu ultradünnen Platten verarbeitet, die um das 20fache verbesserte Isolationswerte im Vergleich zu herkömmlichem Isoliermaterial erreichen. Trotz der besseren Isolation hat der Innenraum des NR-B30FX1 durch eine dünnere Wandung ein um 20 Liter größeres Fassungsvermögen als sein Schwestermodell.

Vitamin-Safe, Luftfeuchtigkeits-Regler und „Hygiene Active“-System

Auch für den optimierten Vitaminschutz aufbewahrter Lebensmittel hat

Panasonic neue Technologien entwickelt: Obst und Gemüse verlieren in dunklen Kühlschränken schnell ihren Vitamingehalt. Deshalb hat Panasonic zwei blinkende LEDs in das Vitamin-Schutzfach integriert, die das grüne und blaue Spektrum des Sonnenlichts simulieren und auch bei geschlossener Kühlschranktüre leuchten. Sie aktivieren die natürlichen Schutzmechanismen von Obst und Gemüse und stoppen den Vitaminabbau. Die vitaminschützende Wirkung der LEDs wurde von dem anerkannten unabhängigen Testlabor „SLG“ geprüft und zertifiziert.

Den Vitaminerhalt optimiert Panasonic zusätzlich durch den neuentwickelten „Vitamin-Safe“, ein komplett separiertes Obst- und Gemüseabteil mit konstant auf 95% geregelter Luftfeuchtigkeit und variabler Temperatureinstellung von 0 bis 5° Celsius. Alle Panasonic Kühl-Gefrierkombinationen sind mit „Hygiene Active“ ausgestattet, einem antibakteriellen System, das Gerüche und schädliche Bakterien mit Silberionen bekämpft und durch Wassernebel und blaues LED-Licht antibakterielle Reinigungspartikel erzeugt, sogenannte „Hydroxylradikale“, die in der Troposphäre auch in natürlicher Form vorkommen und 99,9999% aller schädlichen Bakterien eliminieren. Ein Ventilator lässt kalte Luft aus dem Hauptbereich durch den aktiven Hygiene- und Geruchsfilter zirkulieren und dort reinigen. Mit dem flüsterleisen Betriebs-



Durch Neigung der Waschtrommel um 10% verringert Panasonic die Höhe des erforderlichen Wasserstands in der Maschine und reduziert den Wasserverbrauch pro Waschvorgang.

geräusch von 37 dB gehören die Panasonic Kühl-Gefrierkombinationen zu den leisesten Systemen ihrer Art. Das Modell Deluxe NR-B30FX1 ist zum UVP von 1.199,- Euro, das Modell Premium NR-B30FG1 zum UVP von 999,- Euro lieferbar.

Perfektes Waschen bei minimalem Energie- und Wasserverbrauch

„20% geringerer Energieverbrauch, nur 44 Liter Wasserverbrauch, Inverter-Technologie, 3D-Sensortechnik, großes Doppelsicht-Fenster für bessere Wärme-Isolierung, um 10% geneigte Waschtrommel für einfaches, rückschonendes Be- und Entladen, 7 kg Fassungsvermögen, 15 Minuten Rapid-Programm, extrem geringes Betriebsgeräusch“, so liest sich die Ausstattungliste der drei neuentwickelten Waschmaschinen, die Panasonic nun auch in Deutschland auf den Markt bringt. Die Modelle Premium NA-16VX1, Deluxe NA-16VG1 und Standard NA-14VA1 überzeugen durch Spitzenwerte bei der Energieeffizienz. Alle drei Geräte sind um 20% energiesparender als die höchste Einstufung „A“ und begeistern den Anwender durch technische Innovationen und verbesserte Bedienerfreundlichkeit.

Durch modernste Inverter-Technik, geneigte Trommel und 3D-Sensortechnik wird trotz optimierter Waschleistung weniger Wasser verbraucht: Ein 3D-Sensor erkennt und analysiert die je nach Belastung durch die Waschlagerung veränderte Drehbewegung der Trommel und passt die Leistung und Rotations-Geschwindigkeit des Inverter-Motors entsprechend

an. Die automatische Regelung bewirkt optimierte Bewegungen der Wäsche in der Trommel. Verschlingungen der Wäsche durch ungleichmäßig verteilte Waschlagerungen werden verhindert und die Wäsche wird schonender gewaschen. Dadurch wird weniger Energie verbraucht und das Betriebsgeräusch reduziert.

Geneigte Waschtrommel und Weitwinkelbrause

Durch Neigung der Waschtrommel um 10% verringert Panasonic die Höhe des erforderlichen Wasserstands in der Maschine und macht die Befüllung bequemer. Durch die Neigung wird weniger Wasser für den Waschvorgang benötigt. Zusätzlich wird der Wasserverbrauch durch die Weitwinkelbrause reduziert: Bei den meisten Waschmaschinen wird der Trommel das Wasser einfach von unten zugeführt. Bei Panasonic Waschmaschinen bewirkt das von oben über eine Weitwinkelbrause einströmende Wasser eine schnellere Durchfeuchtung der Wäsche. Das Waschmittel kann schneller in den Stoff eindringen und bessere Waschergebnisse erzielen. Auch beim Spülgang befreit die Weitwinkelbrause das Waschgut gründlicher von Waschmittelrückständen. Die Waschmaschinen von Panasonic verbrauchen nur 44 Liter pro Waschgang. Der Energieverbrauch im Stand-by-Modus ist auf 0,18 W reduziert. Das Premiummodell NA-16VX1 ist zum UVP von 899,- Euro, das Deluxe Modell NA-16VG1 zum UVP von 799,- Euro und das Standard-Modell NA-14VA1 zum UVP von 699,- Euro lieferbar.

Die drei Panasonic Waschmaschinen Premium NA-16VX1, Deluxe NA-16VG1 und Standard NA-14VA1 überzeugen durch Spitzenwerte bei der Energieeffizienz und sind um 20% energiesparender als die höchste Einstufung „A“.

Das antibakterielle System Hygiene Active bekämpft schädliche Bakterien durch Silberionen und erzeugt antibakterielle „Hydroxylradikale“, die 99,9999% aller schädlichen Bakterien eliminieren.

Kühl-Gefrierkombinationen mit höchster Energieeffizienz

Panasonics neue Kühl-Gefrierkombinationen begeistern durch fortschrittliche, lebensmittelgerechte Kühltechnik, verbunden mit elegantem Design. Die Liste der perfekt umgesetzten Innovationen ist beeindruckend: Inverter-Technologie, neuartige Isolation, Vitamin-Safe-Fach, Hygiene-Active-Filter, antibakterielles System, größerer Innenraum, Ventilator, extrem leises Betriebsgeräusch, Frische-Zone für Obst und Gemüse und Holiday-Mode. Zur Auswahl stehen zwei Varianten der neuen Kühl-Gefrierkombinationen mit 309 Liter Gesamt-Netto-Volumen: das Premium-Modell NR-B30FX1 und das weitgehend baugleiche Deluxe-Modell NR-B30FG1, das sich durch eine andere Oberfläche, ein um 20 Liter reduziertes Volumen und die Energieklasse unterscheidet.

Premium-Modell NR-B30FX1 mit Energieklasse A++

Mit seinem Spitzenmodell bietet Panasonic die erste abtaufreie No Frost Kühl-Gefrierkombination der Energieklasse A++ an. Die außergewöhnliche Energieeffizienz hat Panasonic durch Einsatz von zwei technologischen Neuerungen erzielt: Inverter-Technik und Vakuum-Isolierplatte „U-Vacua“. Inverter-Technologie ermöglicht eine kontinuierliche Leistungsanpassung in fünf Stufen. Dadurch kann sich der Energiever-

Panasonic
ideas for life



MIT INNOVATIVEN TECHNOLOGIEN UNSERE WASSERVORRÄTE SCHONEN

Wasser ist der kostbarste Rohstoff der Welt. Deshalb verbraucht die neue Panasonic Waschmaschine nur 44 Liter* davon. Die geneigte Stellung der Waschtrommel und die Weitwinkelbrause stellen sicher, dass das Wasser so effizient wie möglich genutzt wird. Dank der neuen 3D Sensor Waschtechnologie, die den Waschvorgang ständig überwacht, freuen Sie sich nicht nur über kürzere Programmlaufzeiten, sondern sparen bei jedem Waschgang Wasser und Energie. Minimaler Verbrauch für maximale Waschergebnisse.

Warum sollten Sie sich mit weniger zufrieden geben? Eine weitere innovative „eco ideas“ von Panasonic. Panasonic: Wenn es um die Umwelt geht.

JEDES DETAIL ZÄHLT.

* Standard-Waschprogramm:
Baumwolle-eco 60° + intensiv



eco
ideas

www.panasonic.de

Panasonic erweitert sein Produktangebot:

„Weiße Ware Großgeräte“

Zum Auftakt der neuen Aktivitäten bringt Panasonic Deutschland im April je eine Modellreihe Kühl-Gefrierkombinationen und Waschmaschinen der oberen Leistungs-kategorie auf den Markt. In Japan stellt Panasonic schon seit Anfang der 50er Jahre Waschmaschinen und Kühlgeräte her und ist mit rund 25 Prozent Marktanteil in beiden Bereichen unangefochten die Nummer eins. Basierend auf jahrzehntelanger Erfahrung und dem hohen Potential seiner Forschungs- und Konstruktions-Abteilungen, lässt Panasonic bei der Entwicklung hochwertiger Produkte für den europäischen Markt neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und modernste Technologien einfließen. PoS-MAIL führte mit Arnt Faulstich, Vertriebsleiter Special Products, Panasonic, ein informatives Gespräch über Vertriebswege, potentielle Partner im Einzelhandel und die geplanten flankierenden Maßnahmen bei der Markteinführung der neuen Produkte.

PoS-MAIL: Panasonic hat bereits seit mehreren Jahrzehnten Elektro-Kleingeräte und Mikrowellen-Geräte in seinem Vertriebsprogramm. Wie ist dieser Vertrieb bisher personell strukturiert?

Arnt Faulstich: Bisher arbeiten wir mit neun Gebiets-Verkaufsleitern, zwei Key Accounts und einem Vertriebsleiter. Mittels dieser Personalstruktur können wir die Bedürfnisse unserer Kunden sehr gut abdecken.

PoS-MAIL: Werden die Kollegen für Braune Ware auch mit Weißer Ware in die Akquise gehen?

Arnt Faulstich: Nein. Weil dies ein sehr komplizierter Vorgang ist, erwartet der Handel, dass ihm Spezialisten als kompetente Ansprechpartner gegenüber treten. Der UE-Außendienst verfügt nicht über das von unseren Handelspartnern erwartete Produkt-Know-how und die erforderlichen Marktkenntnisse über E-Großgeräte. Die sehr hohe Akzeptanz von Panasonic UE im Markt lässt ihm dafür auch keine Zeit.

PoS-MAIL: Welche Absatzkanäle werden Sie mit Weißer Ware Großgeräten bedienen?

Arnt Faulstich: Vor allem die bisher von uns bedienten Kanäle, und hier insbesondere diejenigen Kunden, die mit uns schon im Bereich Mikrowelle und Rasierer sehr eng zusammenarbeiten. Somit kennen wir unsere Kunden bereits. Durch die engen Kontakte können wir eine sehr fachhandelsorientierte Vermarktung gewährleisten.

PoS-MAIL: Welche Anzahl von Händlern planen Sie bereits vor der IFA zu autorisieren?

Arnt Faulstich: Die Anzahl der Kunden ist in der ersten Phase

dieses Vorhabens nicht so bedeutend. Entscheidend ist, dass wir dabei mit Kunden zusammenarbeiten können, die unseren Angang verstehen und ihn unterstützen. Dies sind bisher EP., Expert und MSH.

PoS-MAIL: Wie groß soll das Vertriebsnetz ausgebaut werden?

Arnt Faulstich: Wegen der mit der Einführung der neuen Produkte wachsenden Aufgaben haben wir den Außendienst durch drei Personen verstärkt. Dadurch können wir Gebiete kleiner gestalten. Dann steht jedem GVL mehr Zeit zur Verfügung, um sich noch besser um die Bedürfnisse des Handels kümmern zu können. Außerdem wurde auch der Key Account-Bereich verstärkt und

eine deutlich intensivere Bearbeitung der Zentralen realisiert.

PoS-MAIL: Haben Sie bei Elektro-Großgeräten (Waschen + Gefrieren) die gleichen Ansprechpartner im Handel?

Arnt Faulstich: In den meisten Fällen ja. Doch wir möchten ein breites Interesse für unsere energiesparenden Großgeräte mit ihrer innovativen Technik wecken und wenden uns dabei an alle interessierten Fachhändler.

PoS-MAIL: Welche Innovationen unterscheiden Panasonic-Produkte von bekannten und guten Produkten der Mitbewerber?

Arnt Faulstich: Unsere Produkte erzielen durch den Einsatz modernster Inverter-Technik bei

Technische Daten Kühl-Gefrierkombinationen		
Modell-Nr.	deluxe NR-B30FX1	Premium NR-B30FG1
Farbe	Edelstahlfront, Anti-Fingerprint	Arktisweiß
Gesamt Netto-Volumen	309 Liter	309 Liter
Kühlbereich	227 Liter	227 Liter
Gefrierbereich	82 Liter	82 Liter
Maße B x T x H	60 x 64 x 187 cm	60 x 64 x 187 cm
Bedienfeld der Tür	LCD	LCD
No-Frost im Gefrierbereich	Ja	Ja
Energieeffizienzklasse	A++	A+
Energieverbrauch	228 kWh/Jahr	270 kWh/Jahr
Obst- und Gemüsefach	Vitaminsafe, 0-5 °, grünes und blaues LED Licht	
Antibakterielles System	Hygiene Active	Hygiene Active
Super Gefrieren		
Kapazität	15 kg / 24 h	15 kg / 24 h
Innenbeleuchtung	LED oben	LED oben
Innovative Isolierung	U-Vacua	-
Urlaubsschaltung	Ja	Ja
Kindersicherung	Ja	Ja
Türanschlag umbaubar	Ja	Ja
Stand 02/2009		



Arnt Faulstich, Vertriebsleiter Special Products, Panasonic

der Reduzierung des Energie- und Wasserverbrauchs überragende Resultate und sind extrem leise. Mit unserer Kühl-Gefrierkombination NR-B30FX1 präsentieren wir eine bisher noch nie realisierte Kombination der Energie Effizienzklasse A++ in Verbindung mit No Frost. Beim Kühlen setzen wir mit Hygiene Active System, Vitaminsafe und U-Vacua Isolierung bisher unbekannt, wegweisende Innovationen ein. Beim Waschen setzen wir mit 3D Sensor Waschtechnik, einem Autoclean Programm zur Reinigung der Trommel, 10° Trommelneigung und um 20 Prozent höherer Wassersparnis als Energieklasse A durch Invertertechnik neue Maßstäbe für alle Hersteller derartiger Produkte.

PoS-MAIL: Wie stellen Sie sich als Newcomer preislich auf?

Arnt Faulstich: Im Bereich Kühlen zwischen Bosch/Siemens und Liebherr, im Bereich Waschen zwischen BSH und Miele.

PoS-MAIL: Welche flankierenden Maßnahmen sind zur Einführung der Produkte geplant?

Arnt Faulstich: Ein hochwertiges Shop-in-Shop-System und umfangreiche Promotioneinsätze sowie ein stimmiges Servicekonzept runden unser diesbezüglich-

ches Fachhandelskonzept ab. Dieses besteht darin, dass der Service im ersten Schritt über unsere 21 Service-Center, die sieben Tage in der Woche 24 Stunden lang erreichbar sind, und über unser Ersatzteillager in Hamburg abgewickelt wird. Für einen späteren Zeitpunkt ist auch die Autorisierung einzelner Händler angedacht. Zum Service gehört auch die Gewährleistung einer Garantie von zwei Jahren.

PoS-MAIL: Welche Spanne hat der Handel bei diesen Geräten zu erwarten?

Arnt Faulstich: Mit unseren Spannen passen wir uns den in diesen Segmenten üblichen Handelsspannen an. Alle kaufenden Kunden attestieren uns, dass wir mit unseren Spannen auf Augenhöhe mit großen, bekannten Wettbewerbern liegen.

PoS-MAIL: Wie wird sich in 2009 der Gesamtmarkt entwickeln?

Arnt Faulstich: Der GfK Report zeigt: Der Trend geht zu energiesparenden Produkten. Der Kunde ist bereit, für energiesparende Geräte auch mehr Geld auszugeben, und damit liegen wir bei Panasonic mit den neuen Geräten optimal.

PoS-MAIL: Herr Faulstich, wir danken Ihnen für das Gespräch.



BenQ bringt zwei Full-HD 1.080p-Monitore im 16:9-Format

BenQ stellt zwei neue Monitore im Seitenformat 16:9 und mit 1.080p Auflösung vor, die vor allem Kinoliebhaber erfreuen werden: Die beiden Full-HD-Displays der G-Reihe arbeiten mit der nativen Auflösung von 1.920 x 1.080p und dem hohen dynamischen Kontrastverhältnis von 40.000:1. Die kurze Gray-to-Gray Reaktionszeit von nur 2 ms garantiert auch bei sehr schnell bewegten Bildinhalten eine scharfe und detailreiche Darstellung ohne Bewegungsunschärfen. Das 21,5-Zoll-Modell G2220HD und das 24-Zoll Schwestermodell G2411HD sprechen die Zielgruppe der Home- und Office-Anwender an, die hohe Ansprüche an die Bildqualität, Leistungsdaten und Ausstattung eines Displays stellen und gleichzeitig großen Wert auf außergewöhnlich attraktives Design legen. Die Full-HD-Displays im 16:9 Widescreen-Format unterstützen echte 1:1-Bildwiedergabe von Full-HD-Material mit 1.080 Linien und progressivem Bildwechsel-Modus. Bildinhalte werden mit ihrer höchsten nativen Auflösung und ohne Qualitätsverluste wiedergegeben. Weil das 16:9-Seitenverhältnis für Blu-ray, HD-ready und Full-HD Videoprogramm-Inhalte das Standardformat ist, lassen sich



diese Inhalte nur auf einem 16:9-Display als echtes Vollbild ohne Proportionsverzerrungen und störende schwarze Balken am oberen und unteren Bildschirmrand genießen. Der 21,5 Zoll große BenQ G2220HD verfügt über eine DVI-Schnittstelle mit HDCP-Unterstützung, das 24-Zoll-Modell BenQ G2411HD ist zusätzlich auch mit einer HDMI-1.3-Schnittstelle ausgestattet. Das spezielle Design der G-Serie mit dem elegant geformten runden Standfuß und den im rechten Rahmen angeordneten Bedienelementen macht die Displays in jeder Arbeits- oder Wohnumgebung zum Lifestyle-Element und Blickfang. Das Widescreen-Format bietet dem Anwender viel Platz und hohe Flexibilität bei Dokumenten-Management, CAD-, Grafik- und Design-Anwendungen. Beide Monitore unterstützen die Darstellung von 16,7 Millionen Farben. Die brillante Bildqualität wird durch die weiterentwickelte Senseye+Photo-Technologie von BenQ mit einem zusätzlichen sRGB-Farbmodus ermöglicht, der Farbtemperatur und Gammawert aufeinander abstimmt. Die beiden 16:9-Monitore BenQ G2220HD und G2411HD sind ab April zu UVPs von 199,- Euro bzw. 329,- Euro erhältlich.

Panasonic Flach-TV-Serie Z1

Das Highlight der von Panasonic vorgestellten 13 neuen Fernseh-Geräte



sind die Plasma-Fernseher der Z1-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 54 und 46 Zoll und neuentwickelter 600 Hz „Intelligent Frame Creation Pro“ Bildwechsel-Technologie: Zur optimalen Aufbereitung der Bildsignale wird das Eingangssignal analysiert, um die in jeder Szene erfolgenden Bewegungen berechnen und optimieren zu können. Für hohe Schwarzsättigung und 6.144 darstellbare Graustufen ist die Signalverarbeitungstechnik „V-Real Pro 4“ zuständig. Durch „100 Hz Double Scan-Technik“ werden eventuelle Konstellationen für Großflächenflimmern vorbeugend minimiert. Die neuen Panasonic Full-HD Plasma-TVs benötigen zu ihrer Inbetriebnahme nur ein Netzkabel. Die zugehörige externe Empfangseinheit stellt die Signal- und Steuerungsverbindung mit dem Display über Wireless-HD her und überträgt Full-HD-Inhalte kabellos ohne Qualitätsverluste der Ton- und Bildsignale. Mit der IPTV-Funktion Viera Cast kann der Anwender ausgewählte Internet-Inhalte direkt auf dem Fernsehgerät abrufen und nutzen.

Ein DLNA-zertifizierter Streaming-Client mit DivX-Unterstützung spielt im Netzwerk verfügbare Programminhalte und Videofilme ab. Über einen integrierten SD/SDHC Memory Card Steckplatz lassen sich DivX-Videos direkt auf dem TV-Gerät abspielen. Der TX-P54Z1E und der TX-P42X10 sollen ab Juni in Deutschland lieferbar sein. UVPs sind noch nicht bekannt.

Displaybank Report: 26,3 Prozent mehr Großformat-LCD-Panels

Die Produktion großformatiger TFT/LCD-Panels ist im Februar dieses Jahres im Vergleich zum Vormonat um 26,3 Prozent nach Stückzahl und 21,4 Prozent nach Umsatz angestiegen, berichtet der Marktbeobachter Displaybank. Das ist das erste Mal seit September 2008, dass die Stückzahlen und Umsätze von LCD-Panels wieder zugenommen haben. Verantwortlich für die Nachfragebelebung seien geleerte Lagerbestände, gesunkene Panelpreise und eine Zunahme der Aufträge von TV-Herstellern, so Displaybank. Im Jahresvergleich zeichnet sich jedoch die als Folge der weltweiten Finanzkrise weiterhin schwache Nachfrage ab: Im Vergleich zum Februar 2008 lag die Anzahl der im Februar dieses Jahres verkauften Großformat-LCD-Panels um 14,8

Prozent niedriger. Der Umsatz ging im gleichen Zeitraum um 53,7 Prozent zurück. Der erfolgreichste LCD-Panel-Hersteller im Februar 2009 war Samsung Electronics mit 26,6 Prozent Marktanteil nach Stückzahl und 26,2 Prozent nach Wert. Auf dem zweiten Platz im internationalen Ranking liegt LG Display mit 25,8% nach Stückzahl und 25,8% nach Wert. Die weiteren Plätze teilen sich AUO mit 14% und Chi Mei Optoelectronics (CMO) with 13.9%.

Kosteneffizienz, Energieersparnis und 16:9-Format

Kosteneffizientes Design bei der Herstellung, Energieersparnis im Betrieb, umweltverträgliche Materialien bei Herstellung und Entsorgung sowie Bildflächen im Seitenformat 16:9 Format, werden laut Einschätzungen von DisplaySearch im laufenden Jahr die marktbestimmenden Trends im LCD-Panel-

Geschäft für Notebook-PCs und PC-Monitore bleiben. Laut DisplaySearch werden die genannten Eigenschaften bereits in vielen neuen Notebooks und LCD-Monitoren miteinander kombiniert. Bei Panels für die Herstellung von LCD-TVs stehen höhere Bildqualität, Bildwechselfrequenzen von 120 Hz oder 240 Hz und Energiespar-Funktionen im Vordergrund. Die koreanischen Panelhersteller kombinieren verdoppelte Bildwechselfrequenzen (100/120 Hz) mit LED-Hintergrundbeleuchtungen, um so in einem Zug verbesserte Bildqualität und höhere Energieeinsparungen zu geringeren Kosten zu realisieren.

Typische Vertreter des aktuellen Konzepts sind Samsungs Widescreen LCD-Panels in 40, 46, 52 und 55 Zoll, wie auch die Panels von LG Display (LGD) mit 32, 37, 42, 47 und 55 Zoll. Die taiwanischen Panel-Hersteller AU Optronics (AUO) und Chi Mei Optoelectronics (CMO) folgen dem Vorbild der koreanischen Mitbewerber. Alle Panel-Hersteller rechnen bei Panels für Monitore mit einem schnellen Umstieg auf das Seitenverhältnis 16:9 mit Bild diagonalen von 15,0, 15,6, 18,4, 21,6, 24 und 27 Zoll und Full-HD-Auflösung.

LCD-Panel Fabriken der 6. Generation (6G) und höher sind konzeptionell für die Produktion von LCD-TV Panels im 16:9-Format optimiert und bieten deshalb wegen der Abmessungen der verarbeiteten Glas-substrate bei Teilung in 16:9-Panels jeder

Größe Vorteile bei der Produktion und dem Prozentsatz der Ausbeute.

Panasonic: „600 Hz Intelligent Frame Creation Pro“

Ein großer Teil der auf Flachbild-TV-Geräten besonders gern angeschauten Sendungen besteht aus Bildinhalten mit schnell bewegten Bildmotiven, Objekten und Personen. Das gilt vor allem für Sport-Reportagen, Action-Filme, Bildschirmspiele und Simulationen. Bei einer normalen Bildwechselfrequenz von 50 Hz ist der zeitliche Abstand zwischen den jeweils aktualisierten Einzelbildern zu lang, um schnelle Bewegungen und Veränderungen der Bildinformationen scharf und detailliert auf dem Bildschirm darstellen zu können. Es treten sogenannte „Bewegungsunschärfen“ auf (Fachausdruck: motion blur).

Durch eine einfache Verdopplung der Bildwechselfrequenz auf 100 Hz lassen sich Bewegungsunschärfen nicht beseitigen, denn es wird lediglich die gleiche Bildinformation zweimal hintereinander dargestellt. Erzielt wird ein ruhigeres, flimmerfreies Bild. Bewegungseignisse, die zwischen zwei aktualisierten Einzelbildern stattfinden, werden nicht abgebildet. Die Bewegungsunschärfen bleiben bestehen, und die erwünschten realistischen Bildeindrücke bleiben aus. Abhilfe kann durch die Berechnung und Darstellung von Zwischenbildern erzielt werden, was jedoch eine hohe Rechnerkapazität voraussetzt.

Panasonic hat dieses Problem durch die Entwicklung und den Einsatz mehrerer miteinander kombinierter Technologien gelöst und erreicht auf seinen Plasma-TV-Geräten mit „NeoPDP“ und 1.080 Zeilen (ADPC-Messmethode) bei der Darstellung bewegter Bilder die höchstmögliche Auflösung.

Resolution+
HD-Feeling jetzt erleben

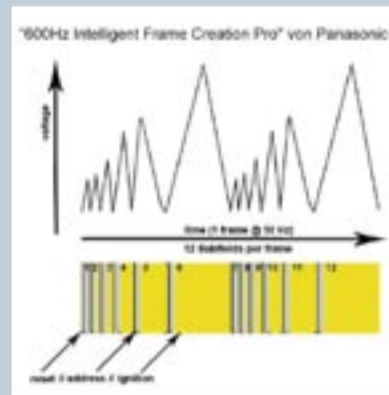
Die Technologie „Resolution+“ verbessert in einem dreistufigen Prozess die Bildqualität von Standardsignalen. Damit erreicht „Resolution+“ ein mit HD vergleichbares Bild.

www.toshiba.de/consumer

REGZA

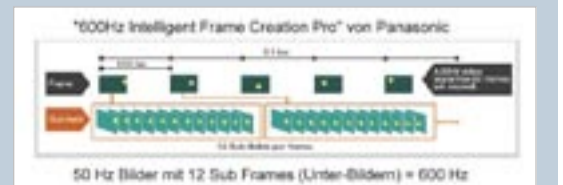
TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Panasonic „V-Real Pro 4 Prozessor und 600 Hz Sub-field Drive“



Die Voraussetzungen für eine überragend realistische Darstellung von Bewegtbildern werden durch einen Panasonic V-Real Pro 4 Prozessor in Verbindung mit 600 Hz Sub-field Drive Intelligent Frame Creation Pro Technologie geschaffen: Das auf einem Panasonic Plasma-TV dargestellte Bild besteht aus mehreren, in schneller Abfolge erzeugten „Unter-Bildern“ (Sub Frames). Jeder zu einem Bild gehörende Sub Frame wird in den Plasma-Kammern der Bildpunkte mit unterschiedlicher Stromstärke gezündet. Die Stromstärke der einzelnen Plasma-Entladungen bestimmt den jeweils erzielten unterschiedlichen Helligkeitswert. Auf diese Weise wird die Darstellung von Graustufen (Abstufungen der Helligkeit) ermöglicht. Bei Plasma-Panels für NeoPDP haben die Panasonic Entwicklungsingenieure die Anzahl der Sub Frames auf 8 (in 2008) und auf 12 Sub Frames (in 2009) gesteigert. Durch die höhere Anzahl der Unter-Bilder lässt sich eine genauere und weichere Helligkeits-

abstufung erzielen. Die sehr kurzen Standzeiten der einzelnen Sub Frames bieten sich für die Optimierung der Darstellung von Bewegungsereignissen an. Bisher konnte „Intelligent Frame Creation“ die verfügbaren Sub Frames jedoch nicht für die Optimierung der Bewegungsdarstellung nutzen, weil dafür eine extrem hohe Rechnerleistung erforderlich ist. Jetzt ist es Panasonic erstmals gelungen, zeitlich korrekte Zwischen-Phasen von Bewegungsvorgängen in Sub Frames einzufügen. Dieser Entwicklungsschritt ist als eines der wichtigsten Ereignisse der Plasma-Historie einzustufen. Zu diesem Zweck werden jeweils mehrere aufeinanderfolgende Originalbilder des Videosignals analysiert, um Bewegungsvorgänge, deren Geschwindigkeit, Verlauf und Richtung zu ermitteln. Mit diesen Werten lassen sich die nicht im Videosignal vorliegenden Stationen eines Bewegungsablaufs rechnerisch ermitteln (interpolieren). Berücksichtigt werden drei mögliche Bewegungsrichtungen auf der zweidimensionalen x/y-Achse und der perspektivischen Entfernung. Aus dem errechneten Bewegungsablauf innerhalb der Zeitdauer eines 50-Hz-Bildes (0,02s) werden durch „600 Hz Sub-field Drive“ 12 Bewegungsphasen (Bildphasen) generiert, die als 12 Sub Frames von je 1,66 ms Dauer auf dem Display dargestellt werden. Sämtliche Verfahrensschritte erfolgen nahezu in Realtime. Bei der Standard-Bildwechselfrequenz von 50 Hz ergeben sich 50 Bilder pro Sekunde mit jeweils 12 Sub Frames. 50 x 12 ergeben 600 unterschiedliche Bilder pro Sekunde, was einer Bildwechselfrequenz von 600 Hz entspricht. Der hohe Aufwand wird durch den hohen Grad der Optimierung der Bewegungsdarstellung mehr als gerechtfertigt.



Frühjahrsbörse bei ElectronicPartner Branchentreff

Trotz der anhaltend schwierigen Wirtschaftslage konnte ElectronicPartner ein Umsatzplus von 1,4 Prozent verbuchen. Damit steigt der zentrale Deutschland-Umsatz von 1,464 Milliarden Euro auf 1,485 Milliarden Euro. Auf der diesjährigen Frühjahrsbörse zeigten sich denn auch die Unternehmen weiterhin optimistisch und präsentierten den Handelspartnern die Produkte für die kommenden Monate. Dreh- und Angelpunkt ist nach wie vor das TV-Geschäft, weshalb in diesem Segment auch die meisten Exponate zu verzeichnen waren. Ebenfalls an Bedeutung gewinnt die Weiße Ware über alle Segmente, wovon sich der Handel überzeugen und sich zahlreiche Anregungen für das eigene Portfolio holen konnte.

Um auch seine Mitglieder marktkonform unterstützen zu können, führt ElectronicPartner in diesem Jahr ein neues Warenwirtschaftssystem auf SAP-Basis ein und leistet die größte Einzelinvestition in der Geschichte des Unternehmens. Das neue Warenwirtschaftssystem garantiert einen deutlich verbesserten Service für die Mitglieder und Geschäftspartner. ElectronicPartner fördert innovative Konditionsmodelle mit Lieferanten, die den Mitgliedsunternehmen mehr Liquidität sichern. Zudem versichert EP: seine Mitglieder ohne Rückgriff auf einen branchenfremden Finanzdienstleister aus eigener Kraft. Aufgrund der angespannten Situation bei den Kreditversicherern haben einige Hersteller und Lieferanten Limitprobleme in Richtung ihrer Handelspartner bekommen. Daher unterstützt die Verbundgruppe hier ihre Mitglieder und sorgt mit dieser Maßnahme für zuverlässige Geschäftspartnerschaften.

„Selbstverständlich haben wir grundsätzlich höhere Ansprüche an unser Wachstum“, so Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner. Dennoch steht EP: auf einem soliden Fundament. Wir investieren in allen Bereichen, um unsere angeschlossenen Mitgliedsunternehmen zukunftssicher aufzustellen.“ www.electronicpartner.de



Martin Winkler (links), Marketing Director, Jeffrey van Ede (Mitte), Geschäftsführer Deutschland, und Florian Rosenkranz, Direktor Verkauf. Das Top Team der Berliner Sony Deutschland GmbH gab dem Sony-Auftritt den gewichtigen Hintergrund für die Präsentation der neuen Produktgenerationen, allen voran die neuen TV-Displays der Bravia-Serien.



Bernd Koschminski, Bereichsleitung Einkauf UE + WW der EP: ElectronicPartner Handel AG, und Hans Wienands, Business Director CE der Samsung Electronics GmbH. Koschminski: „Unsere Frühjahrsveranstaltung, obwohl unter den Anzeichen eines schwierigen Jahres, war erfolgreich. Unsere Partner hatten die Läger in den Monaten zuvor gut räumen können.“



Kai Hillebrandt, Senior Director Businessmanagement B2C Philips GmbH Consumer Lifestyle, und Annelie Kehl, National Account Manager VB PACD: „Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung des Marktes und unserer Position im Markt. Auf der Messe haben wir eine sehr positive Resonanz auf unsere Produkte bekommen, insbesondere mit dem hervorstechenden Highlight, dem Cinema 21:9 TV-Gerät.“



Arnt Faulstich, Vertriebsleiter Weiße Ware bei Panasonic Deutschland GmbH: „Wir sind sehr optimistisch bezüglich der Neueinführung unserer Großgeräte (s. auch Seite 15-18), denn die technischen Werte in Verbindung mit unserer Preisstellung werden vom Handel voll akzeptiert.“ Entsprechend zuversichtlich zeigte sich Faulstich dann auch bei der Vorstellung der neuen Geräte.



Christian Gerwens, Leiter Vertrieb der Miele Vertriebs & Cie. KG: „Wir freuen uns, dass die Nachfrage bei hochwertigen Großgeräten nach wie vor ungebrochen ist. Die Resonanz auf unsere neuen Geräte ist erfreulich gut, und wir gehen davon aus, auch für dieses Jahr gut aufgestellt zu sein.“



Die Toshiba Europe GmbH war vertreten durch Hiroshi Nishimura, Vice President Consumer Products, Klaus D. Dahl (Mitte), scheidender General Manager Consumer Products, und Gerd M. Holl, General Manager für die Bereiche Projection & Display und Nachfolger von Klaus Dieter Dahl. Mit dem neuen Geräte-Line-up will das Unternehmen in diesem Jahr seinen Weg nach oben weiter fortsetzen.



Peter Körsgen, Director Sales & Marketing, LG Electronics Deutschland GmbH, mit der Product Managerin Sylke Wendt: „Wenn auch noch auf niedrigem Niveau, haben wir die Marktanteile bei Waschmaschinen im letzten Jahr verdoppeln können. Maßgeblich durch unsere ‚Value up strategie‘, das heißt den DirectDrive Antrieb.“



Metz Werke GmbH & Co. KG – Dr. Norbert Kotzbauer (links), Geschäftsführer, und Robert Trapp, Vertrieb CE, fühlten sich wie immer bei den EPlern gut aufgehoben und zeigten dem Fachhandel, womit er in diesem Jahr mit Metz-Produkten Geld verdienen kann.



In voller Mannschaftsstärke angetreten: LG Electronics Deutschland GmbH. Von links: Peter Booth, European Account Director CP, und J.E. Kim, President & CEO (beide LG Europe, UK), William U. Jung und Ulrich Kemp, beide Geschäftsführer der LG Electronics Deutschland GmbH.



Hans Wienands (links), Business Director CE, und Ricky L. Stewart, General Manager DSC Division der Samsung Electronics GmbH, zeigten die volle Bandbreite der Samsung Produkte. Aufgrund seiner Kernkompetenzen in zahlreichen Entwicklungsbereichen sieht sich Samsung von den IT-Produkten über TV-Displays, MP3/Video-Playern, Audio- oder Surroundsystemen bis hin zu Camcordern und Digitalkameras gut aufgestellt.



Jürgen Wilkin (links), General Manager Marketing & Communication bei JVC, und Vertriebsleiter Robert Staudenmayer konnten bereits Teile des neuen Produkt-Line-ups für das Jahr 2009 vorstellen. Man darf gespannt sein, wie das Unternehmen die einzelnen Bereiche weiter mit neuen Geräten aufwertet.



Spaß bei der Arbeit im Hamamobil: Christoph Hundhausen (links) von Hama und Willy Fischel vom BVT bei Lockerungsübungen mit Videospiele. Da gerade der Videospielemarkt ein wachstumsstarker Bereich mit attraktiven Margen ist, hat Hama diesen auf der EP--Börse entsprechend aufmerksamkeitsstark präsentiert.



Frank Bolten, Geschäftsführer der Sharp Deutschland GmbH: „Mit der neuen Serie DH 77, Full-HD, 100 Hz in den Bildschirmgrößen 32“, 42“, 46“ und 52“ ist unsere Positionierung im oberen Segment vom Handel bestens aufgenommen worden. Besonders honoriert wird unsere Marktpflege, denn der Sharp-Anteil bei den E-tailern ist auf einem bemerkenswert niedrigen Niveau.“



Ebenfalls mit dem gesamten Top-Management vor Ort war die Panasonic Deutschland GmbH. Von links: Werner Graf, Director Consumer Electronics, Junichiro Kitagawa, Managing Director und Uwe Paul, Vertriebsleiter Home Products. Das Engagement unterstreicht das Bestreben Panasonics, Handelsnähe nicht nur zu propagieren, sondern auch zu leben.



Werner Schilz, Vertriebsdirektor Pioneer Electronics Deutschland GmbH: „Natürlich ist es nicht erfreulich für den deutschen Vertrieb, dass wir im nächsten Jahr die Produktion von TV einstellen, aber wir haben natürlich noch andere Stärken.“



Peter Biok, Leiter Vertrieb der Loewe AG, ist sichtlich gut gelaunt. Das vorläufige Ergebnis des Geschäftsjahres 2008 ist ausgezeichnet, und die Marke wurde von knapp 40.000 Lesern der Zeitschriften Video/Heimkino, Audio und Stereoplay zu den besten der Branche gewählt.



Der neue Vertriebsleiter der Toshiba Europe GmbH, Bernd Leidenbach – seit dem 1. März in neuer Verantwortung. Leidenbach fühlte sich bei seiner neuen Aufgabe sichtlich wohl und nutzte die Gelegenheit zum intensiven Austausch mit seinen Fachhändlern.



Schulterschluss zwischen Weißer Ware und der Messe Berlin. Dirk Koslowski, Senior Project Manager der Messe Berlin (links), Ditmar Krusenbaum, Geschäftsleitung der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH (Mitte) und Jens Heithecker, Direktor IFA der Messe Berlin: „Die erfolgreichste Ausstellergruppe der IFA 2008 war die Weiße Ware. Ihr Messeerfolg lag weit über Durchschnitt, und damit haben wir einen guten Grundstein für das Wachstum zur IFA 2009 gelegt.“



Frank McDowell (links), Business Manager Deutschland der Funai GmbH, im Gespräch mit Gerhard Tammen, Geschäftsführer der Sennheiser Vertriebs GmbH.



Andreas Schur, Senior Manager Buying Groups bei der LG Electronics Deutschland GmbH: „Wir sind zufrieden mit dem Ergebnis der ersten beiden Monate, und die Zahlen für den März sind nach Plan.“



Horst Nikolaus, Deutschland-Vertriebsleiter der Grundig Intermedia GmbH und seit Mitte Februar wieder an Bord: „Wir werden unseren Fokus in 2009 wieder stärker auf den Fachhandel legen. Edelprodukte wie der Vision 9 mit integriertem Soundprojektor haben ein besonderes Potential für den Fachhandel.“

Sony Ericsson: Mehr Möglichkeiten für den Handel

Shop-in-Shop-Konzept

Sony Ericsson weitet seine Aktivitäten für den Fachhandel aus und unterstützt ausgewählte Händler mit einem Shop-in-Shop-System. Mit Hilfe des hochwertigen Systems können die neuen Sony Ericsson-Produkte ansprechend präsentiert werden. Gleichzeitig erhält der Kunde die Möglichkeit, die Geräte in ansprechendem Ambiente auszuprobieren.

Mit vertraglich fixierten Shop-in-Shop-Systemen hat Sony Ericsson in diesem Jahr seine Integration in den freien Fachhandel mit großem Erfolg intensiviert. Das modulare System ermöglicht ausgewählten Händlern eine aufmerksamkeitsstarke Vermarktung der Produkte und Sony Ericsson einen markengerechten Auftritt am Point of Sale.

„Wir schaffen mit den Shop-in-Shop-Systemen eine Win-Win-Situation für den Handel und für Sony Ericsson“, freut sich Udo Sekulla, Vertriebsleiter Sony Ericsson Deutschland. Sony Ericsson



Udo Sekulla: „Wir ermöglichen den Händlern mit der Bereitstellung von Modulen, die Produkte einzigartig zu präsentieren.“

bietet den Händlern dafür ein System aus verschiedenen, flexiblen Modulen zur individuellen Anpassung.

Modulsystem

So gibt es für die Produktgruppen der Cyber-shot-Handys und der Walkman-Handys sogenannte Experience-Module, an denen man Bilder direkt ausdrucken kann oder die Walkman-Funktionen eines Handys ausprobieren kann. Dies erlaubt dem Kunden ein echtes Produkt-Erlebnis und den Händlern eine bessere Präsentation von Produkten und damit

einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern.

Integriert werden die Systeme in ausgewählten Stores. Diese müssen eine ausreichende Fläche für die Präsentation bieten und die Produkte über die jeweiligen Vertriebspartner beziehen. Neben den Modulen unterstützt Sony Ericsson die Shop-in-Shop-Händler quartalsweise mit zugeschnittenen Kommunikationsmitteln zu den aktuellen Schwerpunkten des Unternehmens und bietet Schulungen zu neuen Technologien und Produkten.

„Wir ermöglichen den Händlern mit der Bereitstellung von Modulen, aber vor allem auch durch PoS-Material und Schulungen, die Produkte einzigartig und aktuell zu präsentieren. Dies verschafft den Händlern einen Wettbewerbsvorteil und uns eine hohe und vor allem wiedererkennbare Präsenz am PoS“, führt Sekulla aus.



Mit dem neuen Shop-in-Shop-System stellt Sony Ericsson seinen Händlern eine ansprechende, modular aufgebaute Präsentationswelt für alle Produkte zur Verfügung. Die Kunden können die Geräte ausprobieren und der Fachhändler gleichzeitig neue Services erklären.

Besonders interessant werden die Präsentationsmöglichkeiten in Verbindung mit dem jetzt auch in Deutschland gestarteten Musik-Onlineservice PlayNow arena.

PlayNow arena

Sony Ericsson-Nutzern stehen Millionen an Songs über das Handy oder den PC zum Download bereit. Direkt im Laden hat der Händler nun die Chance, seine Kunden mit den neuen Möglichkeiten vertraut zu machen. Das Musikangebot umfasst aktuell über drei Millionen Songs und wird laufend erweitert. Auf der Plattform sind neben Musik auch

noch Klingeltöne, Hintergrundbilder, Designs und Handy-Spiele erhältlich. Sämtliche Titel sind nicht kopiergeschützt, können also frei verwendet werden. Die Dateien werden einzeln bezahlt, so kostet zum Beispiel ein Song einmalig 99 Cent. Durch den „Dual Music Download“ wird die Datei automatisch parallel auf dem Handy bzw. auf dem PC im jeweils passenden Format heruntergeladen. www.sonyericsson.de

IT



Acer Ferrari 1200: Sub-Notebook in Rennstalloptik

Mit dem Modell „Ferrari 1200“ bringt Acer ein neues Notebook auf den Markt, das in Zusammenarbeit mit dem Autohersteller Ferrari aus Maranello entwickelt wurde.

In das Design des Laptops wurden diverse Materialien aus dem Rennsport integriert. Der Display-Deckel des Ferrari 1200 ist aus Carbon-Fiber gefertigt, einem Werkstoff, der vor allem in der Formel 1 Verwendung findet. Auch zur Herstellung des Notebook-Gehäuses wird Kohlefaser-Gewebe verwendet. In den Deckel ist ein 12,1-Zoll-Display mit LED-Hintergrundbeleuchtung und der Auflösung von 1.280 x 800 Bildpunkten eingebaut. Die maximale Helligkeit beträgt 200 Candela pro Quadratmeter. Im Inneren des „Ferrari 1200“ dominiert AMD-Technik: Die CPU AMD Turion X2 Ultra ZM80 CPU und der M780G-Chipsatz werden von dem Intel-Konkurrenten geliefert. Auch die Grafikkarte ATI Mobility Radeon HD3200 mit 256 MByte dediziertem Speicher stammt von AMD. Der Arbeitsspeicher lässt sich von 2 GByte-DDR2-RAM auf maximal 4 GByte aufrüsten. Die Festplatte fasst 500 GByte und ist mit einer Anti-Shock-Protection Einrichtung ausgerüstet. Als Sub-Notebook verfügt der Laptop auch über einen DVD-Bren-



ner. Zur Ausstattung des Modells gehören ein integrierter DVD-Brenner, ein 5-in-1-Kartenleser, eine eingebaute VGA-Webcam, Gigabit-LAN/Ethernet, WLAN (802.11 a/b/g/n(Draft)), Bluetooth 2.0 mit EDR und ein Fingerabdrucksensor. Außerdem stehen drei USB-Schnittstellen und ein Firewire-Anschluss bereit.

Eine HDMI-Schnittstelle und eSata-Ports sind nicht verfügbar. Als Betriebssystem ist Windows Vista Home Premium vorinstalliert. Die Laufzeit des 5800-mAh-Akkus gibt Acer mit bis zu 3,5 Stunden an. Die Garantiezeit beträgt zwei Jahre. Das Acer Ferrari 1200 ist ab April zum UVP von 1.199,- Euro erhältlich.

Samsung SyncMaster P2270 und P2370: ultraschlanke 16:9-Displays

Die neuen Samsung SyncMaster Modelle P2270 und P2370 im modernen 16:9-Format vereinen ein schlankes „Touch of Color“-Design mit niedrigem Energieverbrauch, umweltfreundlicher Herstellung und recyclingfreundlicher Konstruktion und setzen neue, hohe Maßstäbe im Umweltschutz. So verbraucht z. B. der SyncMaster P2370 30 Prozent weniger Energie als ein herkömmlicher Monitor gleicher Größe. Beide Modelle überzeugen mit ihrer hervorragenden Darstellungsqualität. Schaltzeiten von nur 2 Millisekunden (Grau zu Grau) ermögli-



chen auch bei schnell bewegten Bildinhalten eine scharfe, detaillierte Darstellung. Das dynamische Kontrastverhältnis von 50.000:1 sorgt für scharfe und brillante Bilder. Mit Full-HD-Auflösung und dem Kinofilm-gerechten 16:9-Seitenformat des Display-Panels kommen auch Filmfreunde voll auf ihre Kosten. Der P2270 verfügt über eine Bildschirmdiagonale von 21,5 Zoll. Der P2370 ist mit einem 23-Zoll-Panel ausgestattet. Bei der Entwicklung der neuen Displays standen neben hoher Anwenderfreundlichkeit vor allem Umweltaspekte im Pflichtenheft der Entwicklungsingenieure. Deshalb verwendet Samsung ein spezielles Kunststoff-Injektionsverfahren, um die hochglänzenden Oberflächen mit changierenden Farbverläufen im Touch of Color Design herzustellen, bei dem herkömmliche Lacke und flüchtige organische Substanzen, die Mensch und Umwelt schaden, nicht mehr eingesetzt werden. Weil die Displays rund 50 Prozent dünner als vergleichbare Modelle sind, können kleinere Verpackungen verwendet werden. Dadurch passen mehr Geräte auf eine Palette oder in einen Container, was Transportkosten und CO₂-Emissionen zusätzlich reduziert.

Der SyncMaster P2370 verbraucht im Betrieb nur 30 Watt. Herkömmliche Monitore verbrauchen im Mittel 45 Watt. Der niedrige Verbrauch wird durch die Optimierung der Hintergrundbeleuchtung erreicht. Trotzdem braucht der Anwender bei der Helligkeit keine Abstriche zu machen: Beide Modelle bieten mit jeweils 250 cd/m² ein helles, leuchtstarkes Bild. Mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten stellen beide Displays hochauflösendes Bild- und Filmmaterial in voller HD-Darstellung als klare, dynamische Bilder mit sehr hoher Detailschärfe dar. Der Samsung SyncMaster P2270 ist ab April zum UVP von 279,- Euro lieferbar, der SyncMaster 2370 zum UVP von 299,- Euro.

Asus Eee PC T91: Digitale Mediennutzung und Arbeit per Fingertip

Bei dem neuen Eee PC T91 hat Asus die Werkzeuge für Vergnügen, Arbeit und Kreativität in einem 8,9-Zoll Touchscreen-PC in einer attraktiven Farbkombination aus Schwarz und Weiß verpackt, der mit einem drehbaren Monitor ausgestattet ist. Die Display-Einheit lässt sich im Handumdrehen um bis zu 180 Grad um ihre vertikale Achse drehen, so dass auch das „Gegenüber“ im Bilde ist, wenn dies gewünscht ist. Wird das nach hinten gedrehte Display umgeklappt, steht dem Anwender ein digitaler Schreibblock zur Verfügung (Tablet). Um den Einstieg in die Bedienung eines PCs mit Touchscreen zu ver-

einfachen, verfügt der Eee PC T91 mit der vorinstallierten Touch-Suite bereits über eine Reihe Touch-optimierter Programme: Die IE (Internet Explorer)

„ToolBar“ ermöglicht eine effiziente Web-Navigation, so dass Webseiten aus dem Internet Explorer einfach mit den Fingern aufgezogen bzw. vergrößert oder verkleinert werden können. Außerdem kann der Nutzer deutlich leichter und schneller zwischen den geöffneten Webseiten wechseln. Mit „FotoFun“ lassen sich Fotos mittels Fingertip ansehen, verwalten, hinzufügen und versenden. „Memos“ klebt handschriftliche, elektronische Notizzettel einfach auf den Desktop oder versendet sie an andere Eee PCs. „3Doorway“ ermöglicht den schnellen und interaktiven Wechsel zwischen verschiedenen Anwenderoberflächen. Der Anwender kann jederzeit vom XP-Modus auf Widget- oder Touch-Modus umstellen. Der neue 960 Gramm leichte Asus Eee PC T91 kann mit einer Akkulaufzeit von bis zu fünf Stunden als mobiler Dauerläufer eingestuft werden. Für die universelle Kommunikation und Verbindung mit dem Internet ist das „Netconvertible“ mit WLAN 802.11b/g/n(Draft) und Bluetooth ausgestattet. Die weiteren optional möglichen Konfiguration-Optionen beinhalten HSUPA (High Speed Uplink Packet Access), eine integrierte GPS Lösung und einen TV-Tuner.



Samsung stellt vier weitere Kompaktkameras vor

Neue Intelligenz, neue LCDs



Die Samsung Neuheiten von links: Die PL10 und ST10 sind mit einem Multimedia-Player und intelligentem Personengedächtnis ausgestattet. Die WB100 ist die weltweit erste Ultraweitwinkel-Kamera mit einem 3,0-Zoll-AMOLED-Display. Die WB550 zeichnet HD-Videos mit Stereoton auf und verfügt über eine Mini-HDMI-Schnittstelle.

Zu den bereits am Anfang des Jahres vorgestellten neuen Kameras kommt Samsung jetzt mit vier weiteren Kompaktmodellen und stockt sein Produktportfolio für 2009 auf insgesamt 11 Modelle auf.

Alle Neuheiten heben sich mit herausstechenden Ausstattungsmerkmalen aus dem Gros der Wettbewerber hervor. Besondere Schwerpunkte legte das Unternehmen dabei auf die LCD-Größe nebst Auflösung, die 24-mm-Weitwinkelbrennweite (WB-Serie) sowie auf die Verbesserung intelligenter Kamerafunktionen. Mit einem intelligenten Personengedächtnis kommen die neuen Modelle ST10 und PL10 auf den Markt. Beide 9-Megapixel-Kameras bieten Dreifach-Zoom, integrierten Multimedia-Player für

PMP-, MP3- und Text-Dateien und kommen in vier bzw. fünf attraktiven Farben auf den Markt. Während die ST10 ein 3,0-Zoll-Touchscreen-Display (460.000 Pixel) mit Bestätigung durch Vibration bietet, hat die PL10 ein 2,7-Zoll-LCD mit 230.000 Pixeln.

Das intelligente Personengedächtnis („Smart Face Recognition“) ist eine Weiterentwicklung der Gesichtserkennung. Sie registriert automatisch häufig fotografierte Personen und setzt bei zukünftigen Belichtungen den Schwerpunkt auf diese Porträts. Die bevorzugten Porträts lassen sich in einer kamerainternen Datenbank speichern. Durch zusätzliche Informationen, etwa über Zeitpunkt der Aufnahme oder über Inhalte und Farben, wird ein komfortables Foto-Management möglich.

Die WB-Serie wird um zwei

Modelle erweitert. Die WB100 ist die erste Ultraweitwinkel-Kamera mit einem 3,0-Zoll-Amoled-Display, das ohne Hintergrundbeleuchtung auskommt und einen geringen Stromverbrauch hat.

Ihre Stärken sollen diese Displays bei der Bildbetrachtung ausspielen. Die hohen Kontraste und saten Farben stellen die Bilder schärfer dar und verfügen über eine schnellere Ansprechzeit. Das kommt natürlich auch bewegten Bildern zugute. Ferner soll die Amoled-Technologie gerade unter Sonnenlicht eine deutlich bessere Bildwiedergabe bieten als herkömmliche TFT-LCDs.

Die WB100 zeichnet HD-Videos (720p) mit Stereoton auf, die über eine HDMI-Schnittstelle (über optionale Docking-Station) verlustfrei auf entsprechenden Fernsehgeräten betrachtet wer-

den können. Weitere Merkmale der 12,2-Megapixel-Kamera sind: Fünffach-Zoom (24–120 mm) von Schneider-Kreuznach, duale Bildstabilisation (optisch und digital), drei Belichtungseinstellungen (Blenden- und Zeitautomatik sowie manuell) und das Retro-Design mit klassischen Zeigerinstrumenten.

Zweite Neuvorstellung in der WB-Reihe ist die WB550. Die 12-Megapixel-Kamera ist mit einem 3,0-Zoll-TFT-LCD (460.000 Pixel), Zehnfach-Zoom (24–240 mm) von Schneider-Kreuznach sowie dualer Bildstabilisierung ausgestattet. Auch die WB550 zeichnet HD-Videos mit Stereoton auf, verfügt allerdings über eine integrierte Mini-HDMI-Schnittstelle.

Neben den bereits erwähnten kameraspezifischen Ausstattungsmerkmalen bieten die Kamera-Neuheiten zahlreiche gemeinsame

Funktionen. Dazu gehören die automatische Motivprogrammwahl „Smart Auto“, „Smart Album“, das die Bild- und Filmdateien direkt in der Kamera nach Zeit, Inhalt, Farbe oder Thema ordnet, der „Beauty Shot Modus“, der auf Wunsch die Gesichtshaut retuschiert und Unreinheiten kaschiert, sowie die „Frame Guide Funktion“ (Blickwinkelfestlegung), mit der sich auf dem Display ein gewünschter Bildausschnitt festlegen lässt.

Dieser gewünschte Ausschnitt wird bei der nächsten Aufnahme halbtransparent auf dem Bildschirm angezeigt. Der Fotograf muss bei der nächsten Aufnahme nur die beiden Bilder in Übereinstimmung bringen und kann das Foto in dem gewünschten Blickwinkel machen; so kommt auch der Kamerabesitzer bequem mit aufs Bild.

Micro Four Thirds Kamera mit Videofunktion

Panasonic baut das Micro Four Thirds System weiter aus und nimmt die Wechselobjektivkamera DMC-GH1 ins Programm. Das neue Modell bietet nicht nur die Fotoqualität und Funktionalität einer Spiegelreflexkamera, sondern gleichzeitig auch die Möglichkeit, Videos in Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) aufzunehmen.

Mit der Integration des Videofeatures hat Panasonic die Erwartungen erfüllt, die bereits bei der Einführung des neuen Kamerasystems auf der photokina 2008 geäußert worden waren. Das mitgelieferte, ebenfalls neue Zehnfach-Superzoom Lumix G Vario HD 4,0–5,8/14–140 mm ASPH./O.I.S. ergänzt durch seine kontinuierliche und besonders geräuscharme Fokussierung die Full-HD-Videoaufnahme. Zusätz-

lich zu Motion-JPEG-Videos kann die Lumix DMC-GH1 hochauflösende Full-HD-Videos (mit 1.920 x 1.080 Pixeln bei einer Bildwiederholrate von 25 Bildern pro Sekunde) oder HD-Videos (mit 1.280 x 720 Pixeln bei einer Bildwiederholrate von 50 Bildern pro Sekunde) im AVCHD-Format (MPEG-4/H.264) aufzeichnen.

Die Videoaufnahme kann mit Autofokus-Schärfenachführung erfolgen. Die besondere Systemkamera-Architektur der DMC-GH1 befähigt sie beim Filmen dazu, durch die Verwendung unterschiedlicher Objektive für spezifische Aufnahmesituationen und Motive von denselben kreativen Ausdrucksmöglichkeiten zu profitieren wie bisher beim Fotografieren. Die Stereotonaufnahme in hoher Qualität (dank Dolby Digital Stereo

Creator) und eine Vielzahl kreativer Funktionen (einschließlich manueller Einstellmöglichkeiten) verleihen der DMC-GH1 große Vielseitigkeit.



Das Mikrofon ist nur eines der zahlreichen Zubehörprodukte, die für die neue Lumix DMC-GH1 zu haben sind.

Unterstützt wird die leistungsstarke Full-HD-Videofunktion der neuen Lumix DMC-GH1 durch einen neu entwickelten Highspeed-LiveMOS-Sensor mit 12,1 Megapixeln und dem Venus Engine HD Bildprozessor.

Der neu entwickelte Sensor erzeugt Bilder mit minimalem Bildrauschen selbst bei Verwendung hoher ISO-Empfindlichkeitseinstellungen. Als Multiformat-Sensor erlaubt er zudem einen gleichbleibenden Bildwinkel, unabhängig vom 4:3-, 3:2- oder 16:9-Bildformat. Die Kamera bietet einen ultrahochoflösenden elektronischen Sucher, der den traditionell in Spiegelreflexkameras eingesetzten Spiegelkasten ersetzt. Zudem erleichtert der dreh- und schwenkbare drei Zoll große Monitor sowohl Aufnahmen mit hohen als auch mit tiefen Kamerastandpunkten. Für optimale Bildergebnisse sorgen Funktionen, die Panasonic auch in anderen

Kameramodellen einsetzt. Dazu gehören beispielsweise die intelligente Automatik (iA) und die Gesichtserkennung.

Fotos und Video werden auf einer SD-Karte gespeichert und können auf Panasonic Fernsehgeräten der Viera-Serie problemlos in Full-HD-Qualität gezeigt werden. Zum Betrachten der Aufnahmen steckt der Nutzer die Speicherkarte bei höherwertigen Panasonic Viera-TV-Geräten in das SDHC/SD-Kartenlaufwerk, an alle anderen HDTV-Fernseher kann die DMC-GH1 direkt über ein optionales mini-HDMI-Kabel an den HDMI-Eingang angeschlossen werden; bei Viera-Geräten sogar besonders komfortabel dank Viera-Link. Damit lassen sich dann die Wiedergabefunktionen der Kamera (inklusive der Diaschau-Funktion mit fortlaufender Wiedergabe von Fotos und Videos, der Kalender-Ansicht usw.) mit der TV-Fernbedienung steuern.

Samsung: Neue TV-Generation bringt Bewegung in den Markt

Auf der Überholspur

Produkte zu entwickeln, die dem Konsumenten das tägliche Leben erleichtern und verschönern, ist die Direktive, mit der Samsung am Markt angetreten ist. Unter dem Motto „Lichtblicke 2009“ präsentierte das Unternehmen auf seiner Roadshow Produkte, die den Verbraucher faszinieren.

Das vorgestellte Sortiment umfasst damit neben IT-Lösungen auch die neue Samsung Fernseh-Kategorie der LED-LEDs sowie Blu-ray-Player, Heimkino-Anlagen, Camcorder, Kameras und das Weiße Ware Line-up. Das Veranstaltungskonzept dient als Plattform, um die Technologien und Produktwelten von Samsung für die Handelspartner erlebbar zu machen.

Nach wie vor hat das TV-Geschäft in Deutschland für die Consumer Electronics-Branche eine große Bedeutung und ist der größte Umsatzträger. Mittlerweile bestimmen Plasma- und LC-Displays das Geschäft. Um hier eine führende Rolle zu spielen, müssen sich die

Deutschland. „In der LED TV-Kategorie verbinden wir einzigartige Bildqualität, Internet TV, Vernetzung und Energieeffizienz in einem bisher nicht gezeigten, sehr schlanken Design. Die Samsung LED-Technik ermöglicht eine Bautiefe von weniger als 30 mm bei Bild diagonalen von 32 bis 58 Zoll. Es sind exklusive Produkte, die es derzeit nur von Samsung gibt.“ Da diese Produkte beratungsintensiv sind, werden sie nur über das AV-Select-Programm in Verbindung mit entsprechenden Schulungen vertrieben. Bereits während der Roadshow hatten die Händler Gelegenheit, in verschiedenen Schulungseinheiten alles Notwendige für den Ver-



Unter dem Motto „Lichtblicke 2009“ präsentierte Samsung im März in sieben deutschen Städten neue Produkt-Highlights erstmals aus allen Kategorien wie IT, Telekommunikation, Consumer Electronics, Imaging sowie Weiße Ware gemeinsam seinen Handelspartnern.

überzeugende Verkaufsargumente und bieten darüber auch den Endkunden einen erstklassigen Service“, so Wienands zu der neuen Trainingsoffensive.

Die Dauer der „Vor-Ort-Trainings“ beim Händler liegt bei ungefähr drei Stunden. Im Fokus stehen eine Vertiefung des neuen LED-LCD-, Plasma- und Audio-/Video-Sortiments sowie die Vorstellung der zahlreichen Nutzungsmöglichkeiten von Medi@2.0. Für eine erfolgreiche Präsentation des Sortiments am PoS geben die Trainer den Händlern individuelle Tips.

Home-Entertainment inklusive

Die neuen Displays lassen sich ohne Probleme in Home-Entertainment-Umgebungen integrieren. Über die neue USB 2.0 Movie-Funktion lassen sich MP3-Player, Kamera, Camcorder oder externe Festplatten mit dem LED-Fernseher verbinden und alle gängigen Film- und Musikformate in HD-Qualität wiedergeben.

Darüber hinaus sind die Crystal LED-TV-Geräte mit Wireless DLNA ausgestattet. So können Dateien zwischen anderen Multimedia-Geräten in HD-Qualität wie einem PC, Handy oder Festplatten ausgetauscht werden. Natürlich steht auch ein Ethernet-Port zur Netzwerkverkabelung zur Verfügung. Per Knopfdruck auf die Fernbedienung hat der Endanwender Zugriff auf alle seine Multimedia-dateien, die im Haus auf PC, Multimediafestplatte oder Spielekonsole verteilt sind. Mit Internet TV kann der Verbraucher zahlreiche Internetdienste wie Yahoo!, Flickr oder YouTube nutzen.



Mit Crystal LED-TV in den Serien 6000, 7000 und 8000 bringt Samsung Displays auf den Markt, die weniger als 30 Millimeter tief sind. Darüber hinaus lassen sich die Geräte dank DLNA-Fähigkeit, Netzwerkschnittstellen und USB 2.0-Ports in Home-Entertainment-Umgebungen einbinden.



Hans Wienands, Business Director CE, freut sich über die neuen LED-Displays und sieht hier große Chancen für den Fachhandel: „Ich bin davon überzeugt, dass mit dem Samsung LED-TV ein neues TV-Zeitalter anbricht und die gute Nachfrage für TV-Geräte noch einmal deutlich beschleunigt wird.“

Geräte von denen der Mitbewerber unterscheiden. Samsung hat dies in den letzten zwei Jahren durch excellentes Design und neue Verarbeitungstechnologien erreicht. In diesem Jahr gehen die Koreaner jedoch noch einen Schritt weiter und bringen mit LED-TV eine vollkommen neue Produktgeneration auf den Markt.

Exklusiv im AV-Select-Programm

„Die neuen Serien sind aus dem Gedanken heraus entstanden, den Handelspartnern Produkte an die Hand zu geben, mit denen sie werthaltige Umsätze generieren können“, erklärte Hans Wienands, Business Director CE Samsung

trieb der neuen Geräte zu erfahren.

Trainingsoffensive

Doch die Trainingsoffensive geht weiter. Bereits für den Zeitraum April/Mai können Händler separate Trainings in den eigenen Märkten vereinbaren. Im Rahmen der neuen Trainingsoffensive hat Samsung daher auch die Traineranzahl auf insgesamt elf Personen verdoppelt und ermöglicht damit eine besonders intensive Betreuung. „Wir sehen die intensive Schulung der Handelspartner als entscheidenden Erfolgsfaktor in diesem Jahr: In maßgeschneiderten produktspezifischen Trainings liefern wir den Handelspartnern



Auch im Handy-Segment ist Samsung gut aufgestellt. Mario Winter, Channel Marketing Manager Telecom Business, sieht sich für die nächsten Monate gut aufgestellt. Das S8300 UltraTouch ist das Lifestyle-Produkt im Premium-Sektor mit 2,8" AMOLED-Display und TouchWiz-Oberfläche.

Das neue TV Premium-Segment wird durch ein breites Sortiment von Zuspelern aus den Kategorien Blu-ray und Home Theater – darunter die HT-BD8200 als erste Blu-ray Home Theater Sound Bar

sowie der BD-P4610, der flachste Blu-ray-Player der Welt, ergänzt. Der Bluetooth Video MP3-Player P3 mit intuitiver Bedienoberfläche macht Musik und Film mobil.

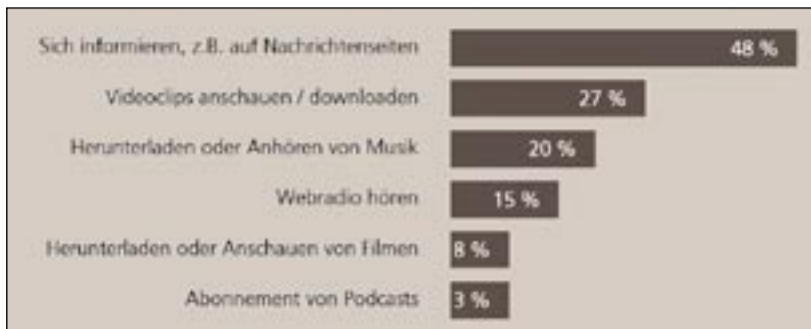
www.samsung.de

Umfrage bestätigt Trend zu mobilen Daten

Rein statistisch betrachtet besitzt jeder Deutsche durchschnittlich mehr als ein Mobiltelefon. Die meisten davon versauern nicht in einer Schublade, sondern werden eifrig genutzt: Die Sprach- und insbesondere die Datennutzung steigen stetig. Dies ergab eine deutschlandweit repräsentative TNS Infratest Studie im Auftrag der E-Plus Gruppe.

Es wurden rund 2.000 Personen befragt, die Auskunft über ihr aktuelles Nutzungsverhalten und die künftigen Nutzungsabsichten gaben. Die E-Plus Gruppe führt eine entsprechende Studie bereits seit 2006 jeweils zum Jahresbeginn durch.

Wermutstropfen in der für Netzbetreiber und Tk-Händler positiven Statistik: Im Discount-Land Deutschland telefonieren die Verbraucher immer häufiger preisbewusst mobil. Um Geld zu sparen, ist in den vergangenen zwei Jahren fast jeder Vierte (24 Prozent) zu einem günstigeren Anbieter gewechselt; oft genug greift man dabei auf Online-Angebote oder Angebote des Lebensmittel-Discounts zurück. Aus Sicht der Nutzer liegt dabei ein fairer Preis für Handygespräche in fremde Netze bei durchschnittlich zwölf Cent.



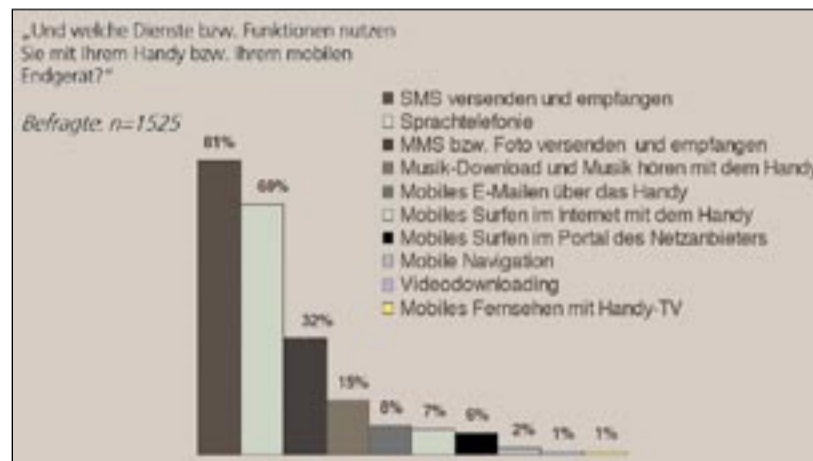
Obwohl das (mobile) Internet vielfache Unterhaltungsmöglichkeiten bietet, wird es überwiegend verwendet, um aktuelle Informationen und Nachrichten abzurufen. Quelle: TNS Convergence Monitor 2008.

Auf der Beliebtheitsskala bei neuen Angeboten stehen Flatrates ganz oben. 56 Prozent der Befragten bevorzugen Tarife mit unbegrenzter Telefonzeit. Bei Datentarifen ziehen sogar zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) Flatrates einer Abrechnung nach Zeit oder Volumen vor.

Mehr Breitbandnutzung

Der Trend zum mobilen Datenaustausch setzt sich trotz weiterhin vieler Nichtnutzer fort. 14 Prozent der Befragten nutzen mittlerweile mit Breitband-Geschwindigkeit einen mobilen Zugangsweg – ein Plus von fünf Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Dabei zeichnet sich immer deutlicher ab: Die Menschen greifen vor allem auf Basis-Anwendungen zurück. Bei den Notebook-Nutzern stehen das Senden und Empfangen von E-Mails (88 Prozent) sowie das einfache Surfen (81 Prozent) im Vordergrund. Lediglich 23 Prozent von ihnen greifen

mobil auf großvolumige Dateien wie Filme oder Musikalben zu. Auch zukünftig werden sich Mobilfunkkunden, die bisher mobile Services abseits von Telefonie und SMS nicht nutzen, eher für kleinvolumige Services mit handfestem Alltagsnutzen interessieren. 25 Prozent möchten zukünftig auf mobile Navigation zurückgreifen, 13 Prozent wollen über das Handy E-Mails. Datenintensive Anwendungen wie



Kurzmitteilungen und Telefonanrufe sind mit Abstand immer noch die beliebtesten Mobilfunk-Services in Deutschland. Foto/MMS und Musikdownloads landen mit Abstand auf den Plätzen drei und vier der Anwendungen. Quelle: TNS Infratest, E-Plus Gruppe, Q1 2009

Musik- oder Videodownloads stehen dagegen weit unten auf der Wunschliste.

Ausnahmslos allen Netzbetreibern ist es in den vergangenen Jahren offenbar gelungen, ihre Datenetze genau auf diese Bedürfnisse abzustimmen. Mehr als die Hälfte aller Mobilfunknutzer (58 Prozent) ist mit der Übertragungsgeschwindigkeit des jeweiligen Anbieters zufrieden. Nicht einmal jeder Zehnte empfindet sie als deutlich zu langsam.

Die liebsten Funktionen der Deutschen bleiben die SMS und der Telefonanruf. 81 Prozent SMSen mit ihrem Mobiltelefon, 69 Prozent nutzen es zum Telefonieren. Foto/MMS (32 Prozent) und Musikdownloads (15 Prozent) landen mit bereits weitem Abstand auf den Plätzen drei und vier. Verluste verzeichnet nach der

Umfrage die Festnetz-Telefonie: Bereits jeder Dritte kann sich vorstellen, nur noch mobil zu telefonieren bzw. online zu gehen – ein Plus von 16 Prozentpunkten im Vergleich zu 2007.

E-Plus Gruppe schafft größeren Spielraum für Handelspartner

Die E-Plus Partnershops und der Fachhandel haben ab sofort mehr Flexibilität in Verkaufsgesprächen mit Kunden. Händler können jetzt je nach Verkaufssituation selbst entscheiden, ob sie Neukunden ein besonderes Promotion-Angebot machen. Diese Initiative ist ein weiterer Schritt in der Strategie des Unternehmens, die Handelskanäle gezielt zu stärken. Für Händler, die einen der flexiblen Rabatte als Startguthaben für Sprach- oder Datentarife an Neukunden vergeben, wird dies monatlich mit der Prämienabrechnung automatisch verbucht. Die E-Plus Gruppe stellt die Rabatte den Handelskanälen stark subventioniert zur Verfügung. Das Unternehmen setzt mit dieser Maßnahme voll auf eine größere Flexibilität für den Fachhandel: Die Händler erhalten die Möglichkeit, sich eigene Verkaufschancen zu verschaffen und individueller zu reagieren.

Sechs neue Multimedia-Modelle von Sennheiser

Die CeBIT 2009 stand bei Sennheiser im Zeichen von mobilem Entertainment und Voice over IP (VoIP). Highlights waren unter anderem die neuen Kopfhörer MM50 und MM60 sowie die Computer-Headsets PC 21, PC 26 USB, PC 31 und PC 36 USB aus der Reihe VoIP/Internet-Telefonie.

Die Neuheiten stellen maßgeschneiderte Audiolösungen für iPhone, iPod und Musikhandys sowie Headsets mit integrierter Soundkarte für den klassischen Einsatz am PC dar. „Im Zeitalter der multifunktionalen Handys, ultraleichten Notebooks und extrem kompakten MP3-Player läuft mobiles Entertainment zur Höchstleistung auf. Die multimedialen Endgeräte werden immer leichter und ausdauernder, damit wachsen auch die Ansprüche an das Zubehör“, meinte

Stefan Grewe, Sales Director Telecommunications der Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG. „Mit den neuen Headsets sprechen wir vor allem die Benutzer von iPhones, MacBooks und Nokia Handys sowie Gamer an. Sie alle erhalten beste Soundqualität für ihr neuestes Kommunikationsgerät.“

- MM 50: Die In-Ohr-Kopfhörer der MM 50-Serie für Musikhandys richten sich an Musikfans mit Vorliebe für komfortable mobile Kommunikationslösungen. Ein

dreiteiliges Ohradapterset sorgt für perfekte Passform. Dadurch werden Außengeräusche abgeschirmt, und das Tragen bleibt auch über Stunden angenehm. Die professionelle Stereoqualität vermittelt beim Musikhören und Telefonieren einen natürlichen und dynamischen Klang. Bedienelement und Mikrofon sind zudem im Kabel integriert, so dass Gespräche schnell und einfach angenommen und beendet werden können. Es stehen zwei Modellvarianten bereit: MM 50

Nokia passt zu den neuesten Nokia-Musikhandys und MM 50 iPhone wurde für iPhones und iPods entwickelt.

• MM 60: Ein besonders weites Klangbild mit ausgezeichneter Basswiedergabe zeichnet laut Hersteller die Hifi-Headsets der MM 60-Serie für Musikhandys aus. Weich gepolsterte Kopfbügel lassen sich angenehm tragen und dank innovativer Faltechnik auch besonders platzsparend verstauen. Das preisgekrönte Gerät kann somit zum Begleiter für alle werden, die viel unterwegs sind. Erhältlich sind ebenfalls zwei Modellvarianten für Nokia und iPhone. Beide haben ein Inline-Mikrofon und werden per 3,5 mm Klinkestecker mit den Geräten verbunden.

Die vier neuen Modelle der Reihe VoIP/Internet-Telefonie kommen mit einer umfangreichen Ausstattung auf den Markt und erfüllen damit hohe Audio-Ansprüche an Internetkommunikation und Musik bei gleichzeitig optimalem

Preis-/Leistungsverhältnis. Alle Headsets sind komfortabel mit einem Kopfbügel und einem beweglichen Mikrofonarm ausgestattet.

Die Modelle PC 21 und PC 26 USB haben nur einen Ohrhörer auf der linken Seite, so dass der Träger auch Außengeräusche gut wahrnehmen kann. Die hohe Sprachqualität bleibt gesichert, da das Mikrofon dank Noise Cancelling die Umgebungsgläusche zuverlässig herausfiltert. Mehr Komfort und Klangqualität bieten die Headsets PC 31 und PC 36 USB mit beidseitigen Ohrhörern. Sie liefern laut Sennheiser bereits in dieser Klasse besten Stereosound und sind daher auch für gelegentliche PC-Gaming-Sessions interessant. Die Highlights der neuen PC-Headset-Reihe sind die beiden USB-Modelle. Im abnehmbaren Mini-USB-Adapter steckt eine integrierte Soundkarte. Der gewohnte Sennheiser-Sound erklingt somit ganz unabhängig vom Computer.





Die Halle 26, in den vergangenen Jahren stets die Hully-Gully-Halle der Mobilfunker, zeigte sich mit einem neuen, allerdings nicht ganz verständlichen Konzept. So fand man hier neben den beiden großen Ständen der Deutschen Telekom und von Asus ein Sammelsurium an Themen und Ausstellern, zu dem auch Digitalfotografie und der iF Design Award gehörten,

CeBIT Mut zu

„Die CeBIT 2009 hat Zuversicht verbreitet, viele Aussteller und Besucher verlassen Hannover mit neuer Hoffnung, die Erwartungen vieler Unternehmen wurden klar übertroffen.“ Ein Schelm, der angesichts dieser Formulierungen Böses beim Lesen der Abschluss-Stellungnahme der CeBIT-Veranstalter denkt. Es mag sein, dass die Erwartungen vieler Unternehmen übertroffen wurden. Kommt halt drauf an, auf welchem Niveau die lagen. Und wieviel

Der Gastaufritt des ehemaligen Mr. Universum und jetzigen Gouverneurs des US-Bundesstaates Kalifornien (in diesem Jahr Partnerland der CeBIT), Arnold Alois Schwarzenegger, sorgte zwar für intensive Medienpräsenz der Messe, konnte aber nicht über die Tatsache hinwegtäuschen, dass die CeBIT, ebenso wie andere Großmessen, unter massivem Druck steht. 20 Prozent weniger Besucher und über 1.500 Aussteller weniger als im Vorjahr sind klare Fakten, die sich in den von PoS-MAIL besuchten Hallen widerspiegeln. Doch nicht nur die nackten Zahlen sprachen eine klare Sprache, auch das in einigen Messehallen vollkommen undurchschaubare Konzept zeigte das Identitätsproblem der Messe. So fanden sich in der Halle 26, in den vergangenen Jahren stets die Mobilfunkhalle, in der sich neben Tausenden von Besuchern vor allem Netzbetreiber, Service Provider und Gerätehersteller drängten, in diesem Jahr unter ande-

rem auch der Computerhersteller Asus, der Arbeitskreis Digitalfotografie, die Fachhochschule Hannover mit dem Studiengang Modedesign und der iF Design Award in trauter Eintracht nebeneinander – eine klare Positionierung durch den Messeveranstalter ist aus diesem Sammelsurium wahrlich nicht zu erkennen. Schließlich waren es eher unscheinbare Begebenheiten, die dennoch als typisches Symbol für die aktuelle Bedeutung der CeBIT interpretiert werden können. So wurde beispielsweise nicht ein einziges Mal, während der Berichtserstatter morgens in Hannover HBF den Zug wechselte, von der Deutschen Bahn auf die Fahrmöglichkeiten zur Messe hingewiesen – ja, es wurde noch nicht einmal erwähnt, dass die S-Bahn Richtung Sarstedt in Hannover Messe-Laatzten halten würde. Ein Schließfach im Pressezentrum zu bekommen, noch vor einigen Jahren ein Vorhaben, das wegen der Schlangen am Schalter eine

Geduldprobe war, erwies sich in diesem Jahr nur für wenige Kollegen als problematisch. Und zu guter Letzt waren zahlreiche auf Telekommunikation und Navigation spezialisierte Pressevertreter – man kennt sich in der Branche – nicht nach Hannover angereist, weil die ihren Wissensdurst bereits wenige Wochen zuvor beim Mobile World Congress in Barcelona stillen konnten und von der CeBIT keine aufregenden Nachrichten mehr erwarteten.

ITK-Branche leidet kaum unter der Wirtschaftskrise

Dass es einigen der ausstellenden Unternehmen, wie von den Messeveranstaltern behauptet, tatsächlich gelungen ist, Geschäfte zu machen oder anzubahnen, soll an dieser Stelle natürlich nicht in Abrede gestellt werden. Denn zum einen nahm die Zahl der Fachbesucher nach Angaben des Veranstalters im Vergleich zu 2008 deutlich zu, zum anderen war der Trend weg von der Endkundenmesse hin zum Marktplatz für Geschäftsideen allerorten zu spüren – auf den zahlreichen Pressegesprächen ebenso wie in den Auftritten der Unternehmen. Und außerdem scheint das derzeitige Tal der Tränen für die ITK-Branche nicht so tief zu sein. Denn die Auswirkungen der Wirtschaftskrise haben sich bislang für die High-Tech-Industrie in Grenzen gehalten. Das hat eine repräsentative Umfrage in der ITK-Branche ergeben, die der Branchenverband Bitkom im Rahmen der CeBIT vorstellte. Danach spüren 55 Prozent der befragten Unternehmen bisher keine direkten Auswirkungen der Krise auf ihr Geschäft. Die übrigen verzeichnen weniger Umsatz oder weniger neue Aufträge als vor der Krise erwartet. „Derzeit behauptet sich die High-

Tech-Industrie in der Krise“, sagte Bitkom-Präsident Prof. August-Wilhelm Scheer. Laut der aktuellen Umfrage rechnen 46 Prozent der Unternehmen noch in diesem Jahr mit einer Trendwende in ihrem Sektor. 42 Prozent erwarten im Jahr 2010 eine deutliche Besserung und nur fünf Prozent erst im Jahr 2011. Der Bitkom bestätigt seine Umsatzprognose für das laufende Jahr. Danach wird der deutsche

Heimvernetzung und Unified Communications (Unified Communications vereinheitlicht die gesamte eingehende und ausgehende Kommunikation inklusive Voice-Mail, E-Mail, Instant Messaging, Fax, SMS oder MMS und stellt sie über verschiedene Zugangswege wie Festnetz- oder Mobiltelefon oder auch per E-Mail bereit, bzw. um neue Ausstattungsmerkmale bei Navigationsgeräten und Car-Entertainment.



Der Fokus der diesjährigen CeBIT lag klar auf dem Geschäftskundensegment.

Gesamtmarkt für Informationstechnik, Telekommunikation und digitale Unterhaltungselektronik und digitale Unterhaltungselektronik insgesamt voraussichtlich halten. Angesichts der unsicheren Wirtschaftslage kündigte Scheer an, die Prognose nach Ende der CeBIT und dem Abschluss des ersten Quartals erneut zu überprüfen. „Die Branche steht im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen derzeit relativ gut da“, sagte Scheer.

Integrierte Angebote standen im Mittelpunkt

Obwohl die CeBIT sich in den Bereichen Telekommunikation und Navigation, nur um die geht es auf diesen beiden Seiten, schwächelnd zeigte, gibt es natürlich einiges zu berichten. Die meisten der neuen Produkte, Dienste, Konzepte und Ideen drehten sich dabei um die Themen Breitband,

Hier einige der wichtigsten Nachrichten in Kurzform:

- **Vodafone** feierte auf der CeBIT seine öffentliche Premiere als integrierter Komplettanbieter von Festnetz, Mobilfunk und Internet. Mit innovativen Komplettlösungen legte das Düsseldorfer Unternehmen den CeBIT-Schwerpunkt auf das neu aufgestellte Firmenkundensegment, auf das man sich laut Friedrich Joussen, CEO von Vodafone Deutschland und Arcor AG, nach der Arcor-Integration voll konzentrieren könne. „In der Krise konzentrieren sich Unternehmen zunehmend auf ihr Kerngeschäft und überlassen Dienstleistungen wie Kommunikation den Experten. Dafür sind wir richtig aufgestellt“, meinte der CEO.
- Die **Deutsche Telekom** präsentierte auf der CeBIT ein neuartiges, integriertes Produktportfolio für vernetztes Leben und Arbeiten, das im zweiten Quartal



Bild oben: Ungewohnt großzügige und leere Gänge, hier Halle 26 am zweiten Messetag gegen Mittag, boten in diesem Jahr einen hohen Bequemlichkeitsfaktor für die CeBIT-Besucher. Bild links: Trotz des Ausbleibens wichtiger Unternehmen gab es auf der CeBIT 2009 viele Attraktionen, zum Beispiel eine Semesterarbeit zum Thema Verschlussstechniken.

2009: Die Lücke



... regelrecht ins Auge sprangen jedoch neben den gar nicht belegten Hallen die vielen Leerflächen in einigen Hallen. Fast mitleiderregend einsam präsentierte sich beispielsweise der Korea-Stand in Halle 16. Dieses Bild entstand am frühen Nachmittag des zweiten Messtages und nicht, wie man vielleicht meinen könnte, nach Messeschluss.

ist überhaupt viele? Dem **POS-MAIL** Berichterstatter, auch in diesem Jahr wieder bevorzugt in den Bereichen **Telekommunikation und Navigation unterwegs**, fielen jedenfalls vor allem jede Menge **Freiflächen, großzügig gestaltete Sitzgruppen, breite Gänge und insbesondere das Fehlen einer Vielzahl der Branchengrößen auf.** „Mut zur Lücke“, durchaus wörtlich gemeint, wäre in diesem Jahr ein treffendes Messemotto gewesen.

eingeführt und im Laufe des Jahres weiter ausgebaut wird. Im Fokus steht dabei der universelle Zugriff auf Anwendungen, Inhalte und persönliche, soziale Netzwerke – unabhängig von Endgerät oder Zugangsnetz. Ob persönliche Kontakte, Kommunikationsdienste oder Fotos, Videos und Musik – alles kann gleichartig und bequem über PC, Mobiltelefon und Fernsehgerät genutzt, verwaltet und auf Wunsch in Communitys mit anderen geteilt werden. Unter dem Stichwort **Software-as-a-Service** bietet die Deutsche Telekom darüber hinaus auch für Geschäftskunden ein innovatives Angebot, das es ermöglicht, von unterschiedlichen Standorten aus einfach über das Internet zusammenzuarbeiten. Und mit dem **IT Sofort-Service** hat das Unternehmen eine Dienstleistung rund um die Nutzung der Informationstechnik eingeführt. Für 4,99 Euro pro Monat sorgen die Experten von T-Home per exklusiver Telefon-Hotline oder Fernzugriff über das Internet für eine professionelle Unterstützung bei allen Fragen zum PC und zu den wichtigsten Anwendungsprogrammen.

- Beim Internet-Anbieter **1&1** bildete das Thema „Connected Home“ einen Schwerpunkt. Das „digitale Herz“ für das neue 1&1 DSL-HomeNet schlägt im 1&1 HomeServer. Er ist DSL-Modem

und leistungsfähige Telefonanlage in einem und die zentrale Schnittstelle für kabellose Kommunikation in allen Räumen. Dabei kombiniert er die Möglichkeiten moderner Internet- und WLAN-Technik mit vorhandenen Geräten zur Gesamtlösung 1&1 DSL-HomeNet. Zusammen mit den neuen 1&1 DSL-HomeNet Tarifen gibt es den als Steuerzentrale dienenden 1&1 HomeServer ab null Euro. Außerdem bietet 1&1 weitere Geräte und Dienste an, die Multimedia-Vergnügen im ganzen Haus ermöglichen.

- **GMX** stellte unter <http://software.gmx.de> ein neues Downloadangebot vor, in dem den Kunden rund 10.000 kostenlose Programme sowie 800 kostenpflichtige Vollversionen zur Verfügung stehen. Regelmäßige Updates stellen sicher, dass stets die aktuellsten Versionen verfügbar sind. Das Angebot reicht von der WISO-Finanz-Software über beliebte Packprogramme wie WinRAR und Winzip bis zu Spezialtools. Programme lassen sich per Suchfunktion schnell finden. 13 Kategorien wie „Bildung & Wissen“, „Sicherheit“ oder „Spiele“, die jeweils in weitere Themengebiete aufgliedert sind, vereinfachen die Recherche. GMX Software Downloads beinhaltet Programme für alle gängigen Systeme wie PC,

Mac, Linux, Windows Mobile, Symbian oder Java.

- **Agfeo Telekommunikation** zeigte neben seinen bewährten ISDN/IP-Produkten und Green-Tk-Lösungen auch die neue Agfeo StromPhonie. Dabei handelt es sich um die Integration der Powerline Technik in Agfeo Telefonanlagen. Diese erfordert somit keine weitere Leitungsinstallation. Mit Hilfe der IP-basierenden ASIP (Agfeo System IP) Technologie können über die normale 230-Volt-Steckdose Agfeo Systemtelefone an der Telefonanlage angeschlossen werden. Durch die Kompatibilität mit anderen HomePlug Anbietern, wie zum Beispiel Produkten der Devolo AG, lassen sich auch PC-Systeme an die Agfeo StromPhonie anschließen und somit unter anderem die CTI-Funktionalität der Agfeo TK-Suite Professional Software nutzen. Ein besonderes Augenmerk hat Agfeo auf die Apple Gemeinde gelegt. Hier sind Anwender und Fachhändler einfachste Installation und Benutzerführung gewohnt. Aus diesem Grund ist die Agfeo StromPhonie die erste Tk-Anlage, die Systemtelefonie in Verbindung mit einer voll Apple-kompatiblen CTI-Lösung, inklusive der Synchronisation mit einem iPhone, abbilden kann.

- **Plantronics** hat sein wachsendes Unified Communications Produktportfolio um das Wideband-Handset .Audio 1100M USB und das USB-Speakerphone MCD100 erweitert. Beide Produkte wurden speziell für Microsoft Office Communicator 2007 optimiert. Das .Audio 1100M USB ist ein Handhörer, der die Funktionalität eines normalen Telefons mit den Vorteilen der PC-Telefonie verbindet. Das macht das Gerät vor allem für diejenigen interessant, die Unified Communications nutzen, aber nicht auf das Telefonieren mit

Hörer verzichten wollen. Entsprechend verfügt das .Audio 1100M USB über die gewohnten Bedienelemente eines Telefons. Mit dem MCD100 USB Speakerphone bietet Plantronics darüber hinaus ein weiteres für den Microsoft Office Communicator 2007 optimiertes Gerät an. Es wurde speziell für den Einsatz in Konferenzräumen entwickelt. Das 360-Grad-Mikrofon ermöglicht die Teilnahme mehrerer Personen an Telefonkonferenzen mit nur einem Gerät. Die integrierte Echo- und Rauschunterdrückung sorgt dabei für einen klaren Klang.

- Bei **AVM** feierte Fritz! Media 8260 auf der CeBIT Premiere. Mit dem Gerät lassen sich Internet-TV und Spielfilme in HD-Qualität präsentieren. Die Integration von schnellem WLAN N, ein digitaler HDMI-Anschluss und 5.1-Mehrkanaleton sollen dabei beste Übertragungsqualität sichern. Angelegt als offenes Konzept aus Hard- und Software bietet Fritz! Media volle Flexibilität bei der Zusammenstellung der Inhalte. Der integrierte Browser von Fritz! Media, der über die Fernbedienung gesteuert wird, ermöglicht auch den Zugriff auf Internetseiten.

Webciety: Digitales Leben wird überall möglich

Zu den interessantesten Themen im Communications-Bereich der CeBIT gehörten die Angebote unter dem Schlagwort Webciety. Wikis, Communities, Blogs, Mikroblogs oder andere interaktive Webdienste zeigten, dass durch mobiles Internet das digitale Leben überall möglich wird. Mit Cloud Computing können Daten und Anwendungen problemlos von überall und mit verschiedenen Endgeräten über den Internet Browser genutzt werden, da sie im Netz statt auf dem eigenen System gespeichert



sind. Dieses Konzept kann sowohl interne als auch externe Ressourcen einbinden und erlaubt eine hohe Flexibilität, Kostenersparnis und Skalierbarkeit. Immer mehr Geräte gehen zudem ins Netz: Die Erweiterung des Internet-Protokolls IPv6 stellt jedem Endpunkt eine eigene physikalische Adresse zur Verfügung und erleichtert die Konfiguration sowie den mobilen Zugriff. Auch im Privatleben bietet die Webciety neue Möglichkeiten: Mittels NAS (Network Attached Storage) und Streaming Servern werden Bilder, Musik, Filme und Dokumente im gesamten Heimnetz bereitgestellt. Sie können über Streaming Clients, Fernseher, Notebooks, Netbooks oder Spielekonsolen in jedem Raum wiedergegeben werden. Sparsame Ein-Chip-Miniserver bringen auch nicht internetfähige Endgeräte ins Netz.



T-Home gab einen Einblick in die Möglichkeiten für die Medienintegration im Heimnetzwerk.

The Phone House eröffnet Notebook-Stores Konzepte für die „Wireless World“

Schon verschiedentlich hat Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House Deutschland, skizziert, wie sich das Unternehmen derzeit von einem Mobilfunkshop zu einem Handelshaus mit umfangreichen Serviceangeboten und einem breitgefächerten Produktportfolio weiterentwickelt – beispielsweise Ende 2008 im Rahmen der European Press Tour von The Phone House in den Hamburger Deichtorhallen (siehe PoS-MAIL 11/2008, S. 38). In einem Gespräch mit Vertretern der Fachpresse am

Rande der CeBIT konnte Simon jetzt das Erklimmen einer weiteren Stufe auf dem Weg zum „Wireless World“-Händler bekanntgeben: In einem erfolgreichen Pilotversuch hat das Unternehmen in den Stores in Frankfurt, Hamm, Dortmund, Bremen, Köln und Münster schwerpunktmäßig das Thema Notebooks, Smartphones und mobile Internet-Flatrates getestet. Hierbei wurden über 70 Prozent der Verkaufsfläche in den Testshops dem Boom-Thema mobile Datenkommunikation gewidmet.

Das neue Konzept ist eine konkrete Reaktion auf die derzeitige Wettbewerbssituation, die beispielsweise durch eine Mobilfunk-Penetration in Deutschland von etwa 130 Prozent, zunehmende Härte im Konkurrenzkampf im stationären Handel sowie die Verlagerung der Vermarktung von Geräten und Tarifen ins Internet gekennzeichnet ist.

In diesem Umfeld will The Phone House sich mit den drei starken Vertriebskanälen Shops, Online-Auftritt und Fachhandel/Key-Account Manager als Handelshaus mit einer starken Handelsorientierung positionie-

Reaktion auf Marktbedingungen und -chancen“, führte Simon aus. Und auch das systematische Lernen von den Erfahrungen der US-amerikanischen Best Buy Gruppe, die seit 2008 neben Carphone Warehouse als Muttergesellschaft fungiert, soll dazu beitragen, das angestrebte Ziel zu erreichen.

Notebook Shops zeigen breites Produktspektrum

Im Zuge der Neuorientierung strebt The Phone House an, seine Expertise in Sachen Multimedia, Entertainment und mobiler Kommunikation deutlich auszuweiten. Unter diesem Gesichtspunkt

mobilen Internet-Flatrates erweitert. Durch WLAN-Hotspots können die Kunden zur Erleichterung



Dr. Ralf-Peter Simon

der Kaufentscheidung die neuen Produkte live im Geschäft testen. Simon: „The Phone House kann für seine Notebook-Shops auf die wichtigsten und größten Lieferanten der ITK-Branche wie beispielsweise Fujitsu Siemens Computers und Blackberry zurückgreifen und bietet in Kooperation mit den Netzbetreibern spezielle Bundles aus Notebooks und mobilen Internet-Flatrates an. Kunden profitieren diesbezüglich beim Notebookkauf in Kombination mit einem mobilen Datenvertrag und können bis zu 400 Euro sparen.“

Dreimonatige Testphase bringt positive Ergebnisse

Simon zeigte sich mit den bisherigen Resultaten sehr zufrieden. „Die ersten Ergebnisse in Zahlen sowie die Kundenakzeptanz während der Testphase sind sehr vielversprechend“, erläuterte der Vorsitzende der Geschäftsführung. „The Phone House hat sich bereits in der Vergangenheit einen sehr guten Namen als Händler für Notebooks in Kombination mit



Bis zu 70 Prozent des Platzangebotes wird in der Testphase der Notebook Shops von The Phone House dem Themenbereich Notebooks, Smartphones, Zubehör und mobilen Internet-Flatrates eingeräumt.

ren. „Darunter verstehen wir zum Beispiel eine exzellente Beratung im Vergleich zum Wettbewerb, gebündelten Produkteinkauf zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der eigenen Kanäle sowie der Franchisenehmer und Fachhändler und die schnelle und flexible

wurde auch das neue Konzept für die Notebook Shops entwickelt. Dort wurde das Produkt-Portfolio auf bis zu 20 verschiedene Marken-Notebooks aus den Kategorien „Netbook“, „Allrounder“, „Multimedia“ und „Business“ plus dem passenden Zubehör sowie



In den Testshops von The Phone House soll die Signalfarbe Rot die Aufmerksamkeit der Kunden auf die konzeptionellen Veränderungen lenken.

mobilen Daten-Kommunikationstarifen gemacht. Diesen Ansatz wollen wir mit den Notebook Shops konsequent weiterentwickeln.“ Für das Unternehmen seien die gesammelten positiven Erfahrungen bezüglich der neuen spezialisierten Shops ein klares Zeichen, dass das Thema mobile Daten-Kommunikation nicht nur ein kurzlebiger Trend ist, sondern einer der Schwerpunkte des IT- und Telekommunikationshandels von morgen.

Mitarbeiter werden intensiv vorbereitet

Um die Kompetenz der Notebook Shops und des The Phone House „Wireless World“-Konzeptes zu unterstreichen, erweitert das Unternehmen auch sein Service-Angebot durch neue, auf das Produkt-Portfolio abgestimmte Dienste. Zu den Services gehören beispielsweise die Installation und Konfiguration der erworbenen Notebooks, die Installation und das Update von Software sowie die Datenübertragung und Datensicherung von Mobiltelefonen und Smartphones. „Wir möchten, dass die Kunden unsere Shops verlassen und sofort ihr bei uns gekauftes neues Notebook oder Smartphone nach ihren individuellen Wünschen eingerichtet im

vollem Umfang nutzen können“, so Simon. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter intensiv auf das erweiterte Produkt-Portfolio der Notebook Shops vorbereitet. Im Fokus stehen dabei mehrtägige Schulungen zu den neuen Services, den Produkten sowie am PoS spezielle Weiterbildungsmaßnahmen, die direkt durch die Hersteller durchgeführt werden.

PoS-Aktivitäten runden die Testphase ab

Umfassende Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen am PoS begleiten den Pilotversuch. Bereits von außen können Kunden bei den Notebook Shops durch Banner, Leuchtsäulen und Fahnen klar die Neuausrichtung erkennen. Den optischen Mittelpunkt bildet dabei das Notebook Shop Logo in den Farben Rot und Weiß, das sich als roter Faden durch sämtliche PoS-Aktivitäten und Darstellungen zieht. An einem Mittelraumpräsenten können Interessenten in den Notebook Shops die ausgestellten Notebooks dank WLAN-Hotspot ausprobieren und einen Eindruck zur Kaufentscheidung gewinnen. Darüber hinaus werden Smartphones und Notebooks an Wand-Displays dargestellt. Wichtig sind dabei vor allem die übersichtlichen Produkt- und Preisinformationen.



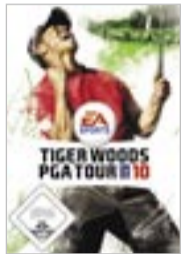
Das neue Notebook-Shop Logo bildet in der Testphase den optischen Mittelpunkt aller Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen.

Laut The Phone House wird das Münsteraner Unternehmen in Zukunft verstärkt die Erfahrungen aus dem Testversuch der Notebook Shops im Sinne des „Wireless World“-Leitbildes weiter umsetzen und somit dem Thema mobile Daten-Kommunikation eine Priorität geben.

Spielekonsolen • Software • Games

EA bringt Tiger Woods PGA Tour 10

Electronic Arts und Tiger Woods nehmen den Spieler im Juni 2009 wieder mit aufs Grün, wenn Tiger Woods PGA Tour 10 die neue Golfsaison einläutet. Mit aktualisiertem Regelwerk der U.S. Open und einem Echtzeit-Wettersystem auf allen Plätzen kann jeder zu Hause die Spannung und die Emotionen des Golfsports erleben. Tiger Woods PGA Tour 10 für Nintendo Wii wird das neue Wii MotionPlus-Zubehör unterstützen, das dem Golfschwung eine authentische Sport-Bewegung inklusive der Fähigkeit zum Draw und Fade verleiht. Tiger Woods PGA Tour 10 erscheint am 18. Juni für Nintendo Wii, Xbox 360 und PlayStation 3.



www.easports.de

Controller für Guitar Hero und Rock Band

Rocken wie Gene Simmons: Mit dem AXE Gitarren Controller erleben Gamer, wie es ist, ein Gitarren Gott zu sein. In Zusammenarbeit mit dem KISS-Frontmann bringt Interactive Game Group LLC, einen Gitarren-

Controller, basierend auf Gene Simmons axtförmiger Bass-



gitarre für die Guitar Hero und Rock Band-Videospielserien. Der axtförmige Gitarren-Controller ist eine Nachbildung der legendären Bassgitarre des KISS-Bassisten und Sängers. Der AXE Controller ist kompatibel mit Guitar Hero und Rock Band-Spielen für PlayStation 2, PlayStation 3 sowie Nintendo Wii.

www.genesimmonsaxeguitar.com

THQ-Videospiel zum Disney Pixar Film „Oben“

THQ bringt zum Kinostart des Disney•Pixar Blockbuster Oben im Sommer das gleichnamige Videospiel auf den Markt. „Oben“ wird derzeit von THQs Heavy Iron Studios für Wii, Nintendo DS, Xbox 360, PlayStation 3, PlayStation 2, PSP, Games for Windows PC und Mac entwickelt. „Oben“ nimmt die Spieler mit auf die Reise von Carl Fredricksen und seinem jungen Wegbegleiter, dem Pfadfinder Russell. Die beiden begeben sich auf einen atemberaubenden Trip durch die noch unerforschten Dschungelgebiete von Südamerika. Die Spieler

SingStar dreht auf – drahtlose Mikrofone zu neuer Queen-Compilation

Endlich bringt Sony Computer Entertainment die bereits seit längerem angekündigten drahtlosen Mikrofone für SingStar auf den Markt. Die Mikros sind kompatibel mit PlayStation 2 und PlayStation 3. Bei der Entwicklung der Wireless-SingStar-Mikrofone hat Sony nichts dem Zufall überlassen und diese vor der Markteinführung ausführlich durch die SingStar-Community testen lassen. 99 Prozent der Teilnehmer haben ihre Mikros mit „hervorragend“ oder „sehr gut“ bewertet. Dave Ranyard, geschäftsführender Produzent der SingStar-Franchise, ist zufrieden: „Wir sind begeistert davon, wie die Community auf die Wireless-Mikrofone reagiert hat. Jetzt können SingStars ihre Gesangserlebnisse kabellos genießen und sie mit Hunderten von neuen Songs im SingStore ausprobieren.“ Die Wireless-SingStar-Mikrofone sind für 51,95 Euro erhältlich.



Fast zeitgleich mit dem Erscheinen der neuen Mikrofone bringt Sony Computer Entertainment die Compilation einer der berühmtesten Rockbands heraus. Mit SingStar Queen für PlayStation 2 und PlayStation 3 werden die Kult-Stadionkonzerte von Freddy Mercury und Queen neu belebt. Auf der Blu-ray-Disc für PS3 ist auch gleich die Disc-Swap-Funktion integriert. So können alle PS2 SingStar Compilations auch auf dem PS3-System abgespielt werden.



Eine Online-Verbindung ist nicht mehr erforderlich. Die Titelliste ist voll gepackt mit den bekannten Songs, die Queen zu einer der beliebtesten Bands der Welt machen. Ihre unschlagbaren Hits wie Bohemian Rhapsody und We Are the Champions sind jetzt auf den beiden Compilations für PS2 und PS3 enthalten, genauso wie Another One Bites the Dust und Don't Stop Me Now. Im SingStore stehen außerdem zahlreiche Queen-Songs zur Verfügung. SingStar Queen für PlayStation 2 ist als Standalone-Version für 30,95 Euro erhältlich. Für PlayStation 3 ist SingStar Queen als Standalone-Version für 40,95 Euro zu haben.

www.playstation.de

Nintendo DSi startet in Europa

Jetzt bringt Nintendo mit dem DSi seine neueste Handheld-Konsole auf den europäischen Markt. Die neue portable Spielekonsole ist noch flacher und leichter als der DS light und soll Spieler vom traditionellen Gamer bis zum Neueinsteiger begeistern. Dazu hat Nintendo die Konsole mit zwei Kameras, mehr Speicher und erweiterten Kommunikationsfunktionen ausgestattet. Mit Spielen und Anwendungen, die sich aus dem DSi Shop herunterladen lassen, sowie mit eigenen Bild- und Musikdateien kann jeder seinen Nintendo DSi ganz individuell gestalten. Der kostenlose Nintendo DSi-Browser sorgt für einen schnellen Internet-Zugang.



Im DSi Internet-Shop steht in den kommenden Monaten ein umfangreiches Angebot an Spielen oder Zusatzprogrammen zur Verfügung, die sich dank des integrierten Flash-Speichers direkt auf der Konsole ablegen lassen. Die Kameras des Nintendo DSi befinden sich



innen und außen auf dem ausklappbaren Oberteil der Konsole. So können die Gamer sich selbst oder ihre Mitspieler aufnehmen. Das Besondere an den Kameras: Sie sind mit elf Funktionen ausgestattet, die sowohl während als auch nach dem Fotografieren tolle Spezialeffekte ermöglichen. Schnappschüsse lassen sich kabellos mit anderen austauschen und mit einer SD-Speicherkarte auch auf den PC oder aber eine Wii laden, von der man die Bilder mittels WiiConnect24 an Dritte schicken kann.

Nintendos neuer Handheld ist in Schwarz oder Weiß mattiert erhältlich. Trotz der Vielzahl neuer Features ist der Nintendo DSi um 12 Prozent schlanker als der Nintendo DS lite. Gleichzeitig ist er mit einem größeren und helleren 3,25-Zoll-Bildschirm ausgestattet. Nahezu alle bestehenden Nintendo DS-Titel lassen sich auch auf der neuen Konsole spielen. Mit dem Nintendo DSi wird 20 Jahre nach dem Start des Game Boy ein neues Kapitel des tragbaren Videospieles aufgeschlagen.

www.nintendo.de

übernehmen dabei die Rollen aller vier Hauptcharaktere aus dem Kinofilm – Carl, Russell, der liebenswerte Hund Dug oder der prähistorische Vogel Kevin – und absolvieren das komplette Spiel wahlweise allein oder kooperativ mit einem Freund.

www.thq.com

Vibration Feedback-Funktion von Immersion und programmierbaren Sondertasten ausgestattet.

www.genius-europe.com

Faltbares Lenkrad von Genius

Das klappbare Gaming-Lenkrad TwinWheel FXE von Genius kann ganz einfach zum Racing-Abend bei Freunden an PC und PS3 mitgenommen werden. Neben der erhöhten Portabilität hat der Klappmechanismus einen weiteren Vorteil: Das Lenkrad lässt sich in sieben Abstufungen anwinkeln und dadurch optimal an Tischhöhe und ganz nach den Wünschen des Gamers anpassen. Zusätzlichen Komfort schafft der hochwertige Lederbezug. Für realistischen Fahrspaß ist das TwinWheel FXE mit der



Bärenbabys unterwegs auf Nintendo DS

Mit der neuen Tiersimulation holt das Games-Team von RTL erstmals Meister Petz als virtuelles Haustier auf den Nintendo DS. Ebenso wie der Nachwuchs der Tiere in freier Wildbahn, krabbeln auch die plüschigen Handheld-Tedies im Frühling aus ihren Höhlen. Auf dem Nintendo DS hat der Spieler die Wahl zwischen einem Eis-, Braun- oder Schwarzbärbaby. Hat er dem kleinen Bären erst einmal einen Namen gegeben und dessen Lieblingsfarbe gewählt, beginnt die Pflege des Kleinen. Das bedeutet, regelmäßig auf dessen Bedürfnisse einzugehen und ihn zu umsorgen. Die neue Tiersimulation gibt allen Bären-Fans einen Einblick in das Leben eines kleinen Wildtiers, das durch die unterschiedlichen Interaktionen des Spielers eine eigene Persönlichkeit entwickelt. www.rtl.de



SingStar bekommt Zuwachs: Queen

SingStar Queen gehört schon jetzt zu den musikalischen Highlights des Jahres 2009.





Das Q320 ist mit einem hochauflösenden rahmenlosen 13,4-Zoll-Display im 16:9-Format und LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattet.

Samsung Q320: Leichtes, supermodernes 13,4" Notebook mit 16:9 HD-Display

Mit dem Q320 bringt Samsung ein mit modernsten Features ausgestattetes Notebook für den täglichen Gebrauch auf den Markt, das mit der Summe seiner Leistungen und Eigenschaften deutlich das allgemeine Marktangebot überragt. Das Q320 zeichnet sich neben anderen technischen Highlights schon rein äußerlich durch seinen rahmenlosen Bildschirm und das optische Laufwerk mit Einzug-Slot ohne ausfahrenden Einschub aus. Mit dem sehr geringen Gewicht von 2,2 kg inklusive Long Life Sechs-Zellen-Akku zählt das Q320 zu den leichtesten, mit allen aktuellen Kommunikations- und Multimedia-Technologien ausgestatteten Notebooks.

Präzise Darstellung von High Definition (HD) Video-Inhalten und -Spielen

Im mobilen Betrieb ermöglicht das Q320 fernab des Desktops den komfortablen und uneingeschränkten Zugang zu einer Vielzahl von Multimedia-Inhalten, ohne dass der Anwender dabei Einbußen an Beweglichkeit hinnehmen muss. Der hochauflösende Bildschirm im 16:9-Format garantiert die präzise Darstellung von High Definition (HD) Video-Inhalten und -Spielen. Auf Displays mit diesem Seitenformat können HD-Filme im Full-Size Screen-Modus ohne schwarze Balken über- und unterhalb des Bildes abgespielt werden, und die Oberflächen von Windows Vista Applikationen lassen sich optimal darstellen. Die Verarbeitung von Audio-Signalen übernimmt eine Multimedia Soundkarte Intel HD Audio Codec mit Realtek ALC272-GR Chipsatz. Das Q320 begeistert durch sein völlig rahmenloses 13,4-Zoll-Display, bei dem eine schlichte, edel schimmernde Scheibe die gesamte Oberfläche bis hin zu den Außenkanten abdeckt. Ein extern angeschlossenes Display kann per VGA-Ausgang mit Auflösungen bis zu 2.048 x 1.536 Bildpunkten oder über HDMI mit Videosignalen in den Formaten 480P, 720P, 1.080i und 1.080P angesteuert werden.

Viel CPU- und Grafik-Power für Games und Videos

Beide Varianten des Q320 verfügen über ausgiebige System-

Performance für anspruchsvolle 3D-Actionspiele oder Video-Anwendungen. Das Q320-Aura P7450 Benks ist mit einer Intel Core 2 Duo CPU P7450 (mit 2x 2,13 GHz), 3 MB Cache und 1.066 MHz FSB bestückt. Die Arbeitsspeichergröße beträgt 3 GB DDR2 800 MHz (1x 1 GB, 1x 2 GB, max. 4 GB). Die mit 5.400 Umdrehungen pro Minute drehende S-ATA Festplatte fasst 320 GB. Das noch leistungsfähigere Schwestermodell Q320-Aura P8700 Balin arbeitet mit einer Intel Core 2 Duo CPU P8700 (mit 2x 2,53 GHz), 3 MB Cache und 1.066 MHz FSB. Die Arbeitsspeichergröße beträgt 4 GB (2x 2 GB DDR2 800MHz). Seine S-ATA Festplatte mit 5.400 Umdrehungen hat Platz für 500 GB. Beide Modelle sind mit der neuesten Generation der nVIDIA GeForce G105M Grafikkarte ausgerüstet. Diese hochperformate Ausstattung macht das Q320 zum portablen State-Of-The-Art 3D Unterhaltungssystem für Computerspiele und HD-Movies. Das integrierte, optische Laufwerk ermöglicht einfaches Einschleiben von CDs oder DVDs (Slot in), ähnlich wie bei CD-Playern in Kraftfahrzeugen, ohne dass vorher eine Ladeschublade ausgefahren werden muss.

Antibakterielle, flüssigkeitsunempfindliche Tastatur

Das Q320 schützt den Anwender, seine Daten und sich selbst durch zahlreiche Sicherheitsfunktionen: Bis zu 100 Kubikzentimeter Flüssigkeit können auf die Tastatur

oder andere Teile der Notebook-Außenhaut gelangen, ohne bleibende Schäden zu hinterlassen, denn das gesamte System wird durch eine wasserfeste Abdichtung geschützt. Sobald die verschüttete Flüssigkeit getrocknet ist, arbeitet das System normal weiter. Die Tastatur des Q320 ist mit Silberionen-Partikeln in Nano-Größe beschichtet, die innerhalb von 24 Stunden 99 Prozent der Bakterien abtöten. Dieses auch in der Medizin eingesetzte Verfahren sorgt für eine weitgehend hygienische Bedienungsfläche.

Geringes Gewicht und lange Akkulaufzeit

Unter den Notebooks, die alle aktuellen Kommunikations- und Multimedia-Technologien zur Verfügung stellen, zählt das Q320 mit seinem Gewicht von lediglich 2,2 kg, inklusive Long Life Sechs-Zellen-Akku, zu den besonders leichten Exemplaren: Die netzunabhängige Akku-Laufzeit von bis zu 4,5 Stunden ermöglicht dem Anwender komfortables Arbeiten ohne Zeitdruck. Die lange Akku-Laufzeit wird maßgeblich durch das mit einer LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattete, besonders energieeffiziente LED-Display ermöglicht. Optional sind neben den Sechs-Zellen-Akkus auch 12-Zellen-Akkus mit noch höherer Kapazität erhältlich.

Flüsterleises Funktionieren

Wenn mit dem Notebook in einem geräuschempfindlichen Umfeld gearbeitet werden muss wie z. B.

während einer Besprechung oder in einer Bibliothek kann das Q320 auf den SuperSilent Mode umgestellt werden, der minimale Geräuschkentwicklung garantiert. Außerdem kann auch das Gebläse auf die Drehzahlstufe „niedrig“ geschaltet werden, was das Geräuschniveau nochmals beträchtlich sinken lässt.

Überragende Konnektivität

Für die Verbindung mit Netzwerken und den Zugang zum Internet stehen Gigabit Ethernet (RJ45), Bluetooth, WLAN 802.11b/g und 802.11abg/n(Draft) MIMO bereit. Der reguläre USB 2.0 Port ist zum Aufladen von angeschlossenen portablen Geräten geeignet. Das funktioniert sogar dann, wenn das Q320 ausgeschaltet ist.

Außerdem besitzt das Notebook einen separaten USB/eSATA Anschluss, an den sich externe eSATA-Festplatten anschließen lassen, die mit bis zu 3 Gigabyte/s Datenübertragungsrate sechsmal schneller als USB 2.0 ansprechbar sind. Zur Verfügung stehen HDMI-Schnittstelle, 3-in-1-Kartenleser, 1,3 MP Webcam, Express Card Steckplatz, Lautsprecher

(Ausgang), 1x Mikrofon und Stereo-Lautsprecher.

Fortschrittliche Technik und innovatives Design

„Das neue Samsung Q320 ist die ideale Wahl für jeden, der fortschrittliche Technik und innovatives Design schätzt oder ein



Die klare High Definition 16:9-Bildschirmauflösung und das schlanke, elegante Design machen das Q320 zum perfekten Notebook für optimale Mobilität.

zuverlässiges Notebook für den täglichen Gebrauch sucht“, erläutert Keith Wrampling, Product Marketing Manager Samsung Notebooks Deutschland. „Die fantastische visuelle Erfahrung mit einer klaren High Definition 16:9-Bildschirmauflösung und das schlanke, elegante Design machen das Q320 zum perfekten Notebook für optimale Mobilität.“ Zwei Varianten des neuen Samsung Notebooks sind seit Ende März in Europa lieferbar. Der UVP beträgt 1.299,- Euro für das Q320-Aura P8700 Balin mit Intel Core 2 Duo Prozessor P8700 und Windows Vista Home Premium als Betriebssystem. Das Modell Q320-Aura P7450 Benks mit Intel Core 2 Duo Prozessor P7450 und Windows Vista Home Basic ist schon zum UVP von 999,- Euro erhältlich.



Die Tastatur des Q320 ist mit Silberionen-Partikeln in Nano-Größe beschichtet, die innerhalb von 24 Stunden 99 Prozent der Bakterien abtöten.

**Key Account Manager
 Unterhaltungselektronik
 und Weiße Ware**

Nachweisbar gute und bewährte Kontakte zu Entscheidungsträgern der modernen Vertriebsstrukturen sowie Kooperationen & MSH

**Folgende Kompetenzen und
 Erfahrungen kann ich in
 Ihr Unternehmen einbringen:**

- erfolgs- und wertorientiertes Handeln
- langjährige und bewährte Vertriebs- und Fachkompetenz
- stark in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung
- verhandlungssicher bei Abschlüssen auf allen Ebenen
- flexibel und belastbar
- gesundes Maß an Eigeninitiative und Kreativität
- engagierter Teamplayer
- soziale Kompetenz
- korrektes und sicheres Auftreten
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit

Haben Sie Interesse?

Dann erfahren Sie mehr über mich unter Chiffre 4313194

Zielorientierter, leistungsstarker und kreativer

**Marketing-/
 Communications-
 & PR-Manager**

mit fundierten Kenntnissen in den klassischen Marketingdisziplinen wie:

- Advertising
- PR
- Promotions
- Produktion von Trade/ PoS Material
- Konzeption und Umsetzung (Text und Grafik)
- Planung
- Budgetierung und Organisation von Messe-Events

- innovative Konzepte auch bei geringeren Budgetvorgaben
- langjährige Erfahrung in der UE-Branche im internationalen Markt
- mit exzellenten Englischkenntnissen in Wort und Schrift

sucht neues Aufgabenspektrum für eine weitere berufliche Herausforderung.

Selbständiges und zuverlässiges Arbeiten, Organisationsgeschick, Teamfähigkeit sowie Sicherheit im Umgang mit Menschen zähle ich neben Ehrgeiz, Entwicklungswillen und Zielstrebigkeit zu den Grundlagen meines beruflichen Engagements. Meine aussagefähigen Bewerbungsunterlagen fordern Sie bitte an unter:

Chiffre 4313474



Netbooks, die keine sind

Die Renner im IT-Geschäft sind zur Zeit die Netbooks, also kleine Rechner in Laptop-Form, die für den mobilen Zugang ins Internet optimiert sind. Davon werden zwar immer mehr verkauft, aber das darf man nicht mehr sagen. Das Wort „Netbook“ (sorry) ist nämlich neuerdings pfui: Es gehört der Firma Psion, an die sich ältere Herrschaften sicher noch wegen der praktischen Organizer erinnern. Die 1980 von Herrn Professor Sir David Potter gegründete Firma (das Kürzel steht für „Potter scientific instruments or nothing“) brachte nämlich bereits 1999 ein Sub-Notebook unter der Marke Netbook auf den Markt. Damit hatte sie zwar keinen Erfolg, besitzt aber nach eigenen Angaben die Markenrechte. Und deshalb haben die Anwälte Psions nicht nur Intel verklagt, sondern auch öffentlich die Hoffnung bekundet, dass Journalisten in Zukunft die Netbooks nicht mehr als Netbooks bezeichnen. Wundern Sie sich also nicht, wenn Sie in Zukunft in PoS-MAIL ausführliche Artikel über „auf mobilen Internet-Zugang optimierte tragbare Computersysteme in kompaktem Gehäuse mit aufklappbarem Bildschirm“ lesen. Es handelt sich dabei um Netb.... (Auewia, beinahe hätten wir es schon wieder geschrieben).

Handelsvertreter

ziel- und ergebnisorientiert, mit langjähriger Erfahrung und besten Kontakten zum Fachhandel/Fachmärkte sucht für die Sparten

Hifi - TV - Zubehör

neue Vertretungen für den Raum Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen.

Mein Profil:

- hohe Vertriebs- und Fachkompetenz
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit zum Kunden und Importeur
- korrektes und sicheres Auftreten

In einem zukunftsbezogenen Markt möchte ich meine vielschichtigen Erfahrungen und Kenntnisse sowie mein Können in professionell-innovativer Weise in Ihrem Unternehmen einbringen.

Meine detaillierten Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter Chiffre 4313484 oder rufen Sie mich an: Mobil 0160 909 14 689

**Key Account Manager/
 Sales Manager**

in ungekündigter Position sucht neuen Wirkungskreis für qualifizierte Management- und Vertriebsaufgabe.

Biete:

Langjährige Erfahrung und erstklassiges Beziehungsnetzwerk in den Bereichen IT Komponenten/PC & Notebooks, Consumer Products, Digital Imaging, IT Distribution, Retail, Etail, Systemhäuser. Hervorragende Kenntnisse in der Großkundenbetreuung, fundierte Erfahrungen und nachweisbare Erfolge in der Konzeption, Organisation, Aufbau und Strukturierung von nationalen und internationalen Vertriebseinheiten, aqoise-stark und verhandlungssicher auch im internationalen Markt durch sehr gute Englischkenntnisse.

Habe ich Ihr Interesse geweckt?

Nehmen Sie Kontakt auf unter Chiffre 4313494

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
 Franz Wagner; Dr. Herbert Päge; Bernhard Reimann; Dipl. rer. pol. Karla Schulze

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 10 v. 1. Januar 2009

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



PLUS X AWARD®

**PoS-MAIL ist offizieller Partner
 des Plus X Awards**

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

Samsung LED TV –

Die Geburt einer neuen Spezies.



LED TV SERIE 7090

Fernsehen war gestern. Heute ist LED TV – Versetzen Sie Ihre Kunden in Staunen. Mit einer LED-Technologie, deren Bildqualität ihresgleichen sucht und dabei bis zu 40 Prozent weniger Strom verbraucht. Erleben Sie ultradünnes Spitzendesign von sagenhaften 3 cm bei voll integrierter Ausstattung. Bringen Sie, dank Medi@2.0 auch erstmalig Entertainment und Internet spielerisch leicht in die Wohnzimmer Ihrer Kunden. Überraschen Sie Ihre Kunden mit einer TV-Generation, die ganz neue Maßstäbe setzt: Samsung LED TV.



SAMSUNG