



Welt-Premiere:

Naviflash 1060 – mobiles und portables „Navitainment“

Termingenau zum Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland bringt das im ostwestfälischen Löhne ansässige Technologie-Unternehmen Naviflash GmbH ein kompaktes mobiles Navigationssystem auf den Markt, das neben seinen Navigations-Funktionen auch als Fernsehgerät eingesetzt werden kann. Naviflash 1060 ist das

Der Umsatz mit In Car Elektronik Produkten ist in Deutschland im vergangenen Jahr um 22 Prozent gestiegen. An dieser positiven Entwicklung ist der Produktbereich Navigationsgeräte maßgeblich beteiligt: 823 Millionen Euro haben die Deutschen im Jahr 2005 im DIY und Nachrüstbereich (ohne OEM-Umsätze) für In Car Electronic Produkte ausgegeben. 47 Prozent des Gesamtumsatzes, das

sind 387 Millionen Euro, entfielen auf den Bereich Navigation, also nahezu die Hälfte des Geschäfts. Die Tendenz ist steigend. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich portabel einsetzbare Geräte wie das Naviflash 1060, denn sie bieten im Vergleich zu fest installierten Modellen eine Reihe von Vorteilen, die von der freien Positionierung im Fahrzeug, dem absolut zuverlässigen Diebstahlschutz durch ein-

weltweit erste mobil und portabel einsetzbare Navigationssystem mit integriertem DVB-T-Tuner für digitales „Überall-Fernsehen“, mit dem in zahlreichen Regionen der Bundesrepublik und den größten Ballungsräumen auch während der Fahrt bis zu 28 Fernsehprogramme empfangen werden können.

faches Entfernen des Geräts, dem problemlosen Wechsel von Fahrzeug zu Fahrzeug, bis hin zur Nutzung der Navigationsfunktionen bei weiteren Fortbewegungsarten und Freizeit-Unternehmungen reichen. Ein Produkt wie das Naviflash 1060, mit dem der Anwender neben der Navigations-Lösung gleichzeitig auch ein vollwertiges portables digitales TV-Gerät erhält, hat es bisher noch nicht gegeben.

Das Vorgänger-Modell Naviflash 1020 wurde Anfang Mai dieses Jahres in Düsseldorf von der Fach-Jury mit dem PlusXAward „Bedienkomfort“ in der Kategorie Car Entertainment ausgezeichnet.

Erstes tragbares Navisystem mit Digital-TV

Die Fernseh-Funktion des tragbaren Navigationssystems Naviflash 1060 erweitert seine Einsatzmög-

Neue Plasma- und LCD-TVs von Samsung

Samsung bringt zwei neue Plasma-Fernseher und drei neue LCD-TV-Geräte mit neuen Bildverbesserungstechnologien auf den Markt ... S. 10



Sharps Mehrwertprogramm für Händler

Mit einem neuen Konzept für Händler, Verkäufer und Kunden will Sharp seine Positionierung als Premiummarke beim Fachhandel stärken ... S. 16



Drei neue Nokia Multimedia-Computer

Nokia hat drei neue Geräte der Nseries vorgestellt und den Begriff Multimedia-Computer offiziell in den Sprachgebrauch eingeführt ... S. 44



Blödsinn vor — Eigentor

Wenn es die Fußball-WM nicht gäbe, müßte man sie erfinden – und das nicht nur, weil sie die Nachfrage nach Flachbild-TVs so schön belebt hat; denn auch die Kämpfe um die Umsätze sind von hohem Unterhaltungswert. Zunächst hatte Euronics eine gute Idee: Kunden, die zwischen dem 25. April und dem 22. Mai einen KDL 26S2010E LCD-Fernseher von Sony erwarben, bekommen für jedes Tor, das die deutsche Elf bei der WM erzielt, 10 Euro zurück. Nur Treffer beim Elfmeterschießen nach Verlängerung zählen nicht mit.



Die Verantwortlichen von Media Markt wollten sich das nicht bieten lassen, liefen sich sorgfältig warm und setzten Anfang Mai einen drauf: 10 Euro pro Deutschland-Tor gibt es für jeden, der zwischen dem 2. und 13. Mai bei Media Markt einen Fernseher zum Preis von mindestens 500 Euro gekauft hat. Das Geld dafür sollten offensichtlich die Lieferanten aufbringen – nur wollten die lieber seriös kalkulieren und konnten sich mit einem „Glücksspielfaktor“ überhaupt nicht anfreunden. Da half auch die bisherige Schußschwäche der deutschen Mannschaft nichts. Und deshalb kann es für die Ingolstädter ziemlich teuer werden, wenn Deutschland bei der Fußball-WM Erfolg haben sollte. Da erscheint der lautstarke Slogan „Wir holen den Titel“ auf einmal in einem ganz neuen Licht – vor allem, wenn die deutschen Nationalspieler sich alle bei Media Markt mit neuen Fernsehgeräten eingedeckt haben und deshalb jetzt besonders motiviert sind.

Für den High-Tech-Fachhandel spielt die Frage „Kahn hin – Lehmann her“ jedenfalls ab sofort überhaupt keine Rolle mehr. Hauptsache, Klose, Podolski und Co. schießen das deutsche Team treffsicher ins Finale und holen den Titel. Und wenn sie am Ende verlieren, dann bitte mit 14:15.

So viel Spaß muß sein, damit auch in Ingolstadt verstanden wird, daß freche Plagiate ein Eigentor sind!

In diesem Sinne: Deutschland wird Weltmeister!

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

lichkeiten beträchtlich. Auf dem Büro-Schreibtisch oder dem häuslichen Balkon, im Freibad, Biergarten oder sogar in der Badewanne, überall steht das handliche TV-Gerät bei Bedarf mit einem Handgriff zur Verfügung. Die portable, satellitengestützte Navigation läßt sich auch bei Fahrradtouren oder Wanderungen nutzen. Das serienmäßig mitgelieferte „Mobility Pack“ mit vier Nickel-Metall-Hydrid-Akkus (Typ AA, Kapazität 2.400 mAh) reicht für mehr als sechs Stunden Betriebszeit im Navigationsmodus oder für bis zu zwei Stunden Fernsehspaß, unabhängig von der Verfügbarkeit eines Auto-Bordnetzes oder eines 230-Volt-Stromnetzes. Laut Statistik steht jeder Deutsche im erwerbsfähigen Alter pro Jahr drei Tage im Stau, eine inaktive Zeit und harte Geduldsprobe zugleich, die jedoch mit der Verfügbarkeit des Fernsehprogramms auf einem Naviflash 1060 einen großen Teil ihres Schreckens verliert. Ab Anfang Juni liefert Naviflash das weltweit erste mobil



Mit dem Naviflash 1060 erhält der Anwender neben der Navigations-Lösung auch ein portables digitales TV-Gerät.

und portabel einsetzbare Navigationssystem mit integriertem DVB-T-Tuner aus, rechtzeitig zur Fußball-WM, denn auch unterwegs läßt sich damit Fußball-Spannung pur genießen.

Das Naviflash 1060 im Detail

Das kontrastreiche QVGA TFT Farbdisplay des Naviflash 1060 hat eine Bilddiagonale von 8,9 cm (3,5 Zoll) und stellt 320 x 240 Pixel fotorealistisch mit bis zu 16,7 Millionen Farben dar. Die Helligkeit des Displays läßt sich individuell anpassen. Auch bei Tageslicht werden helle und kontrastreiche Bilder dargestellt. Für wohlklingende Soundqualität sorgt ein ungewöhnlich kräftiger Breitband-Lautsprecher. Es kann auch ein Stereo-Kopfhörer angeschlossen werden. Der integrierte DVB-T-Tuner verfügt über einen Video-Ausgang zum Anschluß eines separaten Displays, zum Beispiel für Passagiere auf den



Die Fernseh-Funktion des Naviflash 1060 erweitert die Einsatzmöglichkeiten beträchtlich. Mit wenigen Handgriffen steht bei Bedarf ein portables, handliches TV-Gerät zur Verfügung.

Rücksitzen eines Kraftfahrzeugs. Die schnelle Umschaltung der TV-Programme und die komfortable Navigation werden über die integrierte One-Touch-Steuerung kontrolliert. Das Profi-Navigationssystem greift auf digitales Kartenmaterial vom Marktführer Teleatlas zurück und ermöglicht die Zielsuche bis auf Hausnummern-Ebene. Der integrierte TMC-Empfänger wertet aktuelle Verkehrsinformationen und Unfallwarnungen aus und nutzt diese bei Bedarf zur dynamischen Routenführung und Alternativroutenberechnung für die Stauumfahrung. Auf einer CompactFlash-Speicherkarte mit einem Gigabyte Kapazität sind die Navigationsdaten von Deutschland, Österreich, Schweiz, Benelux und einigen weiteren Ländern vorinstalliert. Auch eine umfassende Datenbank für den Zugriff auf Adressen von Ärzten, Apotheken, Autowerkstätten, Einkaufszentren, Hotels, Museen, Tankstellen, Sehenswürdigkeiten und weiteren wichtigen oder interessanten Einrichtungen steht zur Verfügung. Zusätzlich unterstützt das Navigationssystem den Einsatz einer „V-Trap“-Datenbank zur automatisierten Warnung vor Blitzlichtampeln, Radarfallen und anderen Gefahrenzonen. Zum Lieferumfang des Naviflash 1060



Optional ist eine ergonomische Lenkrad-Fernbedienung lieferbar, die sich mit wenigen Handgriffen im Lenkradkranz fixieren läßt.

gehört eine Backup-DVD-ROM mit dem Kartenmaterial und den Adreß-Datenbanken von 28 Ländern, deren Daten der Anwender vor Reiseantritt in jeder gewünschten Zusammenstellung auf seine Speicherkarte kopieren kann. Die Backup-DVD enthält die Navigationsdaten und Datenbanken für Andorra, Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Liechtenstein, Gibraltar, Griechenland, Großbritannien,

Irland, Italien, Luxemburg, Monaco, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, San Marino, Schweden, Schweiz, Slovenien, Spanien, Türkei, Tschechische Republik, Ungarn, Vatikanstadt. Neben der Bedienung über Joystick und Mobility Pack läßt sich das Naviflash 1060 auch mittels einer Fernbedienung steuern. Serienmäßig wird eine flache Infrarot-Fernbedienung mit neun blind fühlbaren, daumengerechten Tasten mitgeliefert. Optional ist auch eine ergonomisch gestaltete Lenkrad-Fernbedienung lieferbar, die sich mit wenigen Handgriffen im Lenkradkranz fixieren läßt.



Das serienmäßig mitgelieferte „Mobility Pack“ reicht für mehr als sechs Stunden Betriebszeit im Navigationsmodus oder zwei Stunden Fernsehspaß.



Ein Netzteil für den Betrieb am 230 Volt Hausnetz wird mitgeliefert.

Features und Ausstattung des Naviflash 1060

Das Naviflash 1060 arbeitet mit Linux als Betriebssystem. Als Prozessor kommt ein Intel PXA 255 mit 400 MHz Taktfrequenz zum Einsatz. Das Gerät ist in nur 5 Sekunden nach dem Einschalten einsatzbereit. Das komplette GPS-Modul und die Antenne für den TCM-Empfänger sind in das Gerät integriert. Die Wegstreckenoptimierung läßt sich zwischen den Modi „kurze Fahrzeit“ oder „kurzer Weg“ umschalten. Die Navigations-Symboldarstellung und die farbige Kartenansicht sind angenehm übersichtlich. Serienmäßig wird für den DVB-T-Empfang eine kleine, steckbare Stabantenne mitgeliefert. Optional ist auch eine Magnetfußantenne lieferbar. Der DVB-T-Tuner verfügt über einen Sendersuchlauf mit automatischer Programmspeicherung. Die Senderauswahl kann wahlweise mit den Up-Down-Tasten oder über eine abrufbare, übersichtliche Senderliste erfolgen. Einer der Sender kann als Favorit abgespeichert werden, der dann bei jedem Einschalten des Fernsehers automatisch aufgerufen wird. Zu einem späteren Zeitpunkt soll das



Eine flache Infrarot-Fernbedienung mit blind fühlbaren Tasten wird mitgeliefert.

Naviflash 1060 neben dem DVB-T-Empfang auch die Darstellung von JPEG-Digitalfotos und die Wiedergabe von MP3-Musiktiteln unterstützen. Sobald es verfügbar ist, wird Naviflash das entsprechende Software-Update kostenlos im Internet zum Download bereitstellen. Für die sichere und belastungsfähige Installation im Auto wird ein Klebefuß für den Armaturenbereich mitgeliefert, der sich in wenigen Minuten fixieren läßt. Als optionales Zubehör wird unter anderem ein Zweitwagenkit mit Klebefuß, ein Flexaktiv-Arm mit Saugfuß für die Windschutzscheibe, ein Schreibtisch-Standfuß, ein Stecker-Netzgerät, eine Mini-Mag-DVB-T-Antenne mit 2,5 m Kabellänge und ein USB-Kabel für das bequeme Überspielen von Software-Updates oder neuem Kartenmaterial angeboten.

Lieferumfang und Preis

Zum Lieferumfang des Naviflash 1060 mit integrierter DVB-T Einheit und GPS-Empfänger gehören: 1 Mobility Pack mit One-Touch Steuerung inklusive Befestigungsfuß und Akkus (4x AA 2.400 mAh), 12 V Stromversorgung für PKW, 1 Netzteil, 1 GB Speicherkarte mit vorinstallierter Software, Update DVD mit Kartenmaterial von 28 Ländern Europas, DVB-T-Antenne, Fernbedienung, Bedienungsanleitung und Transporttasche. Mit dem Mobility Pack werden auch außerhalb des PKWs mehr als sechs Stunden Navigation oder zwei Stunden TV-Betrieb erreicht. Der Betrieb mit handelsüblichen Akkus oder Batterien ist ebenfalls möglich. Der integrierte GPS Empfänger arbeitet mit modernster Sirf Star III-Technologie. Automatische Alternativroutenberechnung bei Verkehrshindernissen erfolgt mit Unterstützung durch den TMC Verkehrsfunkempfänger. Menü-Sprachen sind Deutsch, Englisch, Französisch, Polnisch, Holländisch. TV Out/Audio Out und Mini-USB Anschluß (RS232) sind vorhanden. Die Abmessungen betragen 108 x 84 x 49 mm (B x H x T). Der Endverkaufspreis für das ab Anfang Juni lieferbare Naviflash 1060 wird nach Angaben des Herstellers voraussichtlich bei 849 Euro liegen.

Becker Cascade Pro mit SIM-Access und Fahrtenbuch

Mit dem Festeinbau-Gerät „Becker Cascade Pro“ führt Becker ein Navigationssystem mit SIM-Access-Profile, Freisprecheinrichtung, standortbezogenen Diensten und elektronischem Fahrtenbuch in den Markt ein. Das Cascade Pro



Beim Cascade Pro ist der BeckerClub mit servergestützter Assistenz an Bord. Das Angebot reicht von der Hotel- und Restaurant-Suche über die Auswahl von „Points of Interest“ wie Museen oder Veranstaltungen aus dem Eventkalender.



Telefonate können über das Becker Cascade Pro und die angeschlossene Außenantenne geführt werden.



Der Empfang von TMC-Informationen erfolgt mit 2 RDS-Tunern unabhängig vom gerade gehörten Programm.

unterstützt die „Bluetooth-SIM-Access-Profile-Technik“ (SAP), mittels der ein bluetooth-fähiges Handy, das ebenfalls SAP unterstützt, die Daten seiner SIM-Karte auf das Cascade Pro übertragen kann. Das Cascade Pro übernimmt die Identität und bucht sich als Handy ins Mobilnetz ein. Danach können die Telefonate über das Becker Cascade Pro und die an dieses angeschlossene Außenantenne geführt werden. Das Mobiltelefon kann akkuschonend und ohne Funkkontakt in der Tasche bleiben. Außerdem können serverbasierte Dienste wie Reiseplanung oder ein elektronisches Fahrtenbuch genutzt werden. Die wahlweise Benutzung einer Außenantenne verbessert die Verbindung zum Funknetz und reduziert die Belastung im Auto. Mit einer zweiten SIM-Karte wird das Becker Cascade Pro völlig unabhängig von einem Handy. Der „Card Slot“ für eine SIM-Card befindet sich hinter der Bedienfront.

Das Becker Cascade Pro arbeitet auch mit Mobiltelefonen zusammen, die lediglich das Bluetooth Hands-Free-Profil ab Version 1.0 unterstützen. In diesem Fall wird das Cascade Pro zur Freisprecheinrichtung und stellt Komfort-Features wie Klang- und Lautstärkeregelung bereit. Eingehende Gespräche werden über die Soundanlage des Cascade Pro wiedergegeben. Das für die Sprachsteuerung mitgelieferte Mikrofon nimmt die Sprache auf. Verfügt das Mobiltelefon auch über das Bluetooth Object Push Profil 1.1 (OPP), lassen sich Adreßbücher komfortabel austauschen. Der Empfang von TMC-Informationen erfolgt durch zwei RDS-Tuner, unabhängig von dem gerade angehörten Programm. Auch der BeckerClub ist mit servergestützter Assistenz an Bord. Das Angebot reicht von der Hotel- und

Restaurant-Suche über die Auswahl von „Points of Interest“ wie Museen oder Veranstaltungen aus dem Eventkalender. Die Koordinaten der „Locations“ lassen sich der Routenführung auf Tastendruck zuspielen. Einen Mehrwert stellt das elektronische Fahrtenbuch dar. Mit ihm können Autofahrer bequem ein „ordnungsgemäßes Fahrtenbuch“ führen und dem Finanzamt zuverlässig und komfortabel ausweisen. Dazu speichert das Gerät alle entscheidenden Informationen wie Start- und Zieladresse sowie Abfahrt- und Ankunftszeit, aus denen das System die genauen Fahrtzeiten und exakt gefahrenen Strecken ermittelt. Das Becker Cascade Pro spielt CDs, MMCs, SDs, Microdrive und CF-Cards mit Audio- und MP3-Musik ab. Optional ist der Anschluß eines CD-Wechslers möglich oder des „Becker Remote Kit“ zur Steuerung eines iPods. Das Becker Cascade Pro soll ab Juni 2006 zum UVP von 1.300 Euro lieferbar sein.

Fujitsu Ten: Eclipse AVN8826 – die neue Klasse

Mit dem Eclipse AVN8826 präsentiert der japanische Car-Infotainment-Hersteller Fujitsu Ten eine Weltneuheit: Das unkomplizierte zu bedienende Multimedia-



Das Eclipse AVN8826 von Fujitsu Ten vereint in einem Gerät Audio, Visual Entertainment und Navigation (AVN).

Center vereint in einem Gerät Audio, Visual Entertainment und Navigation (AVN). Für die Navigation mit einer 20 GB Festplatte, das 7-Zoll-TFT-Farbdisplay, DVD-

Spieler, RDS-Tuner und Verstärker benötigt es nicht mehr Raum als einen Standard-Einbauschacht. Das AVN8826 verfügt über eine benutzerfreundliche Touch-Control-Bedienung. Navigationsaufgaben verarbeitet das neue Eclipse schneller als vergleichbare Systeme. „Das AVN8826 ist das einzige 1-DIN-All-in-One-Gerät für Multimedia und Navigation auf Festplattenbasis“, erklärt Rainer Slawetzki, Manager Product Planning & Marketing, bei Fujitsu Ten (Europe) in Düsseldorf. Die Grundlage des Systems ist die Ultima Engine, eine extrem schnelle Rechneinheit zur Verarbeitung hochkomplexer Navigationsdaten und Grafiken. Die Route von Hamburg nach Madrid berechnet das System in nur 3,5 Sekunden. Wichtige Sehenswürdigkeiten lassen sich in 3D-Ansicht betrachten. Für die Audio- und Videounterhaltung sorgen 4 x 50 Watt Ausgangsleistung, ein RDS-Tuner sowie ein Laufwerk für DVD-Video, DVD-R/RW, DVD+R/RW, CD/CD-R/RW, MP3 und WMA.



Für Audio- und Videounterhaltung sorgen 4 x 50 Watt, ein RDS-Tuner und ein Laufwerk für DVD-Video, DVD-R/RW, DVD+R/RW, CD/CD-R/RW, MP3 und WMA.

DVD+R/RW, CD/CD-R/RW, MP3 und WMA. Auch ein Schacht für Memory Sticks ist vorhanden. Mit der AV-Matrix DCU105 wird 5.1-Kanal-Surround-Sound reproduziert. Das 17,5 Zentimeter große, hochauflösende TFT-Display im 16:9-Format ist als Touchscreen ausgelegt und fährt automatisch aus. Der Anschluß eines zweiten Displays ermöglicht das gleichzeitige Navigieren und Betrachten von Filmen. Mit dem Eclipse AVN8826 werden selbst langandauernde Autofahrten zu einem Vergnügen. evo

POS-MAIL INHALT

Matsushita/Panasonic – Porträt eines Weltkonzerns ...	6
Flachdisplays: Trends ...	8
Neue Plasma- und LCD-Tvs von Samsung ...	10
Hitachi Roadshow 2006 ...	11



Raumklang-Systeme für den Flach-TV ...	12
Sharp intensiviert die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel ...	16
Aufwärtstrend der IFA hält an ...	18
Die neue Marke Euronics ...	20
photokina 2006: Leitmesse für alle Bildtechnologien und -anwendungen ...	24
Zwei neue Casio Digitalkameras ...	26



Dritte Plus X Award Verleihung ...	28
Neue Projektoren von BenQ ...	34

Sherwood – fachhandelsorientierte Traditionsmarke ...	37
T-Com vergibt den Lieferantenaward ...	38
Mehr als 2.500 Gäste besuchen die Roadshow von BenQ Mobile ...	38



Startschuß für die O ₂ Arena in Berlin ...	40
Motorola engagiert sich noch stärker als Partner des Handels ...	42
Drei neue Multimedia-Computer von Nokia ...	44
Mit mobilcom kann man sich (fast) ohne Risiko selbständig machen ...	48
Interview mit Thomas Hille, Vertriebsvorstand von T-Online ...	50
Herweck lädt Partner zur Perspectives 2006 ...	53
Samsung Drucker zum Delo-Preis ...	56
Tk-Nachrichten ...	51
Tk-Neuheiten ...	52
Neuheiten ...	17, 26, 33, 54
Aktuell ...	4, 7, 25, 34, 36, 55
No(?)sense ...	58
Impressum ...	58

PoS Aktuell

Tatung verstärkt das deutsche Sales-Team

Zukünftig wird Tatung in Deutschland durch das Unternehmen 4Key Account Management im Vertrieb unterstützt. 4Key Account wurde 2004 gegründet, die Mitarbeiter bringen langjährige Erfahrung in den Bereichen Vertrieb und Promotion mit. Durch diesen Zuwachs an Beratung sollen die Betreuung der Partner und die Vermarktung der Tatung Produkte in Deutschland noch stärker forciert werden. Sandra Wimmer, Marketing Manager DACH bei Tatung, erklärte den Schritt: „Wir freuen uns sehr, ergänzend zu unserem eigenen Sales Team auf die Unterstützung und Kontakte der Spezialisten von 4Key Management zählen zu können. So können wir eine noch stärkere Betreuung des Einzelhandels erreichen.“

TechniSat HD-Vision 32 erhält Auszeichnung

Der neue HD ready LCD-Fernseher HD-Vision 32 von TechniSat ist von der Initiative Mittelstand in der Kategorie Kommunikation ausgezeichnet worden. TechniSat setzt seit Jahren den Fokus auf innovative Produkte aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik und des digitalen Fernsehens und wurde mit einer Auszeichnung in der Kategorie „Kommunikation“ belohnt. Daß dieser LCD-Fernseher von der Initiative Mittelstand in der Kategorie „Kommunikation“ ausgezeichnet wurde, ist ein weiterer Trumpf für den HD-Vision 32 aus dem Hause TechniSat, welcher seit seiner Markteinführung bereits mehrmals in diversen Fachzeitschriften mit Bestnoten getestet wurde - „All-in-One“ und Qualität „Made in Germany“.

Panasonic und Sony entwickeln neues HD-Digital Camcorder-Format

Panasonic und Sony haben im Mai die Spezifikation für „AVCHD“, ein neues, gemeinsam entwickeltes High Definition (HD) Digital-Camcorder Format, bekanntgegeben. Das AVCHD Format erlaubt die Aufnahme und Wiedergabe hochauflösender digitaler HD-Videos auf 8 cm-DVDs. Beide Unternehmen haben bereits Vorkehrungen zur Lizenzierung getroffen, um die industrieweite Verbreitung des Formates voranzutreiben.

In Japan breiten sich das digitale BS (Broadcasting Satellite) Digital HD Broadcasting und das digitale terrestrische

Broadcasting immer weiter aus. Gekoppelt an das weltweit zunehmende Angebot von HD Broadcasting verbreiten sich HD-fähige TV-Geräte mit einer beispiellosen Dynamik. Die Voraussetzung für den heimischen Genuß von HD-Inhalten ist damit geschaffen. Panasonic und Sony werden AVCHD industrieweit als das für das HD-Zeitalter maßgeschneiderte HD-Aufnahmeformat für Camcorder vorantreiben.

„AVCHD“ ist ein High Definition-Format für digitale Camcorder, das durch den Einsatz hocheffizienter Kodierungsverfahren die Aufzeichnung von 1.080i- und 720p-Signalen auf 8 cm-DVDs erlaubt. Das Format nutzt die MPEG-4 AVC/H.264 Kodierung zur Video-Kompression und Dolby Digital (AC-3) oder Linear PCM zur Audio-Kodierung. Dies macht es möglich, HD Camcorder zu entwickeln, die bei kompaktesten Abmessungen höchste Video- und Audio-Qualität bieten. Die MPEG-4/H.264 Kodierung ist eine zukunftsweisende Technologie, die im Vergleich zu den bekannten Kodierungsverfahren MPEG-2 oder MPEG-4 mehr als doppelt so effizient ist. Durch den Einsatz dieser Technologie können „AVCHD“ Camcorder HD Videos in höchster Qualität auf 8 cm-DVDs aufnehmen.

Loewe Umsatz steigt um 38 Prozent

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist in den ersten drei Monaten 2006 um 38 Prozent auf 88,7 Mio. Euro (Vorjahr 64,3 Mio. Euro) gestiegen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) konnte von minus 1,9 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum um sieben Mio. Euro auf 5,1 Mio. Euro deutlich verbessert werden. „Loewe ist auf dem Weg zu alter Stärke. Aktuell profitieren wir von der weiterhin dynamischen Marktentwicklung bei Flachdisplaygeräten in Europa sowie von positiven Impulsen durch die Fußball-Weltmeisterschaft“, betonte der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Dr. Rainer Hecker. Wesentliche Ursache für das Wachstum sind die im Vergleich zum Vorjahr verdoppelten Umsätze mit Flat-TVs auf 74,8 Mio. Euro, die den Rückgang bei Bildröhrengeräten klar überkompensierten. Im ersten Quartal 2006 beträgt damit der Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte 95 Prozent, nach 65 Prozent im Vorjahreszeitraum. Loewe konnte zudem den wertmäßigen Marktanteil im europäischen Fachhandel im wichtigen LCD-Segment von 4,2 Prozent (Januar bis März 2005) auf 5,2 Prozent (Januar bis März 2006) ausbauen.



In Deutschland hat sich der entsprechende Marktanteil von 8,2 Prozent auf 11,2 Prozent erhöht. Das EBIT konnte in den ersten drei Monaten 2006 um sieben Mio. Euro auf 5,1 Mio. gesteigert werden. Diese deutliche Ergebnisverbesserung sei hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen, einen günstigeren Produktmix und eine vergleichsweise moderate Preisabsenkung bei Flat-TVs in den letzten Monaten zurückzuführen, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

Panasonic senkt Preise für DVD-Camcorder

Mit Wirkung zum 1. Mai hat Panasonic Deutschland die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise für seine DVD-Camcorder VDR-D300 und VDR-D250 geändert. Der UVP für das Spitzenmodell VDR-D300 ist danach von 1.099 Euro unter die 1.000 Euro-Marke gesunken. Das Spitzenmodell mit 3CCD Kamerasystem, optischem Bildstabilisator (OIS) und Leica Dicomar Objektiv mit Zehnfach-Zoom kann nun für 999 Euro angeboten werden. Zeitgleich hat Panasonic auch den UVP für das 3CCD-Einsteigermodell VDR-D250 von 899 auf 799 Euro herabgesetzt.

Samsung Hummer H2 auf Promotion-Tour

Tourauftakt im Samsung Hummer H2: Der amerikanische Kultwagen präsentierte im Mai auf einer deutschlandweiten Tour die neuesten Samsung-Produkte. Der auffällige Wagen im Samsung-Look ist mit dem

neuesten LCD-TV in 32 Zoll, dem Samsung LE-32R71B ausgestattet, die passende Heimkinoanlage sorgt für den entsprechenden Sound. Auch der neue Samsung-MP3-Player YP-Z5 und eine Xbox mit dem neuesten Fußball-Game locken die Besucher zum Ausprobieren der Geräte an. Mit im Gepäck haben die Promotoren neben den Produkten auch ein Gewinnspiel mit Fragen rund ums Thema Fernsehen und Fußball. Mit der größten Kampagne in der Unternehmensgeschichte inszeniert Samsung seine neue Generation von LCD-HDTV-Geräten. Unter dem Motto „Imagine the Beauty of Football“ stehen dabei die „besseren Hälften“ von fünf Fußball-Helden im Vordergrund: Marijana Matthäus, Pilar Brehme, Birgit Reuter, Anke Häßler und Jasmin Schumacher sind die Protagonisten der exklusiv auf Deutschland zugeschnittenen Kampagne, die in TV, Printmedien, als Außenwerbung, online und am PoS für Aufmerksamkeit sorgt. Im Rahmen der Promotion-Tour steht der Samsung Hummer H2 mit Samsung-Schriftzug und „Produkt-Innenleben“ vor den teilnehmenden Märkten, Samsung-Banner weisen schon von weitem auf die Sonderaktion hin. Zwei qualifizierte Promotoren sind immer vor Ort: Einer präsentiert am Auto das Touch & Feel der Geräte, der andere unterstützt das Personal im Geschäft bei den Verkaufsgesprächen rund um die neuen Produkte und vor allem die LCD-Serie R7. Dabei sind die Promotoren auch optisch, dem Thema entsprechend, getrimmt und tragen Fußball-Outfits. Neben Flyern und Katalogen zu den Samsung-Produkten lockt ein Gewinnspiel: Die Autogrammkarten der Fußballerfrauen aus der groß angelegten Samsung-Marketingkampagne sind zugleich Gewinnspielkarten. Als erster Preis wird ein edler LCD-TV in Perlweiß, der LE-32R71W, als zweiter Preis die Heimkinoanlage HT-Q100 verlost – und der dritte Gewinner darf sich über den MP3-Player YP-Z5 von Samsung freuen.

Neue Marketingleiterin CE bei Sharp Electronics

Petra Siegfanz verstärkt seit dem 1. Mai 2006 als Marketingleiterin die Retail Sales Division der Vertriebsorganisation für Deutschland und Österreich bei Sharp. Die studierte Diplom-Wirtschaftsgeographin übernimmt die Funktion der Marketingleiterin CE und berichtet in dieser Funktion



an Gunter Kürten, General Manager Retail Sales Division bei Sharp in Hamburg. Ihre Karriere startete Siegfanz 1997 bei Sony in Köln. Dort war sie ab 1998 als Produkt Managerin im Marketing für Consumer Television tätig bevor sie 2000 zu Philips nach Hamburg wechselte. Bei Philips bekleidete sie verschiedene Positionen im Marketing. Als Senior Produkt Managerin war sie in den Bereichen Consumer Electronics und Domestic Appliances und später als Senior Marketing Managerin Domestic Appliances tätig. Siegfanz wechselte von einer verantwortlichen Position innerhalb des europäischen Melitta Marketings zu Sharp. Neben LCD-Fernsehern gehören auch weitere Produktgruppen der braunen und weißen Ware zum neuen Aufgabengebiet von Petra Siegfanz.

Premiere Umsatz steigt um 10,5 Prozent

Premiere hat im ersten Quartal den Gesamtumsatz um 25,9 Mio. Euro auf 273,3 Mio. Euro gesteigert (Q1 2005: 247,4 Mio. Euro) – dies entspricht einem Plus von 10,5 Prozent. Der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung legte um 9,3 Prozent (21,8 Mio. Euro) auf 256,9 Mio. Euro zu (Q1 2005: 235,1 Mio. Euro). Die operativen Kosten stiegen im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 263,8 Mio. Euro (224,7 Mio. Euro). Das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) lag bei 9,5 Mio. Euro (22,7 Mio. Euro). Nach Abschreibungen (EBIT) erzielte Premiere ein Ergebnis von minus 12,2 Mio. Euro (3,7 Mio. Euro), das Nettoergebnis lag bei minus 18,3 Mio. Euro (minus 3,4 Mio. Euro). Nach den ersten drei Monaten des Jahres 2006 zählte Premiere 3.521.756 Abonnenten-Haushalte – 44.698 weniger als zum 31.12.2005: (3.566.454). Im Jahresvergleich (Stichtag: 31.03.) verzeichnet Premiere einen Zuwachs um 6,8 Prozent (Q1 2005: 3.298.680 Abonnenten). Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG: „Das erste Quartal liegt im Rahmen unserer Erwartungen. Die Umsatzsteigerung von 10,5 Prozent ist erfreulich, auch im Kerngeschäft sind wir kräftig gewachsen. Trotz der Unsicherheit nach der Vergabe der Bundesliga-Rechte ist es Premiere gelungen, die Kundenbasis zu stabilisieren.“ Premiere hat im ersten Quartal eine Reihe grundlegender strategischer Weichenstellungen vorgenommen. Das Unternehmen investiert mehr als 100 Millionen Euro in den Aufbau einer neuen Generation interaktiver Digital-Receiver. Der veränderten Wettbewerbssituation trägt Premiere mit einer neuen, flexiblen Preis- und Angebotsstruktur Rechnung, die ab 1. August gilt. Der Zugang zu ausgewählten Premium-Inhalten soll flexibler und günstiger werden. So wird es das neue Abonnement „Premiere Fußball International“ bereits ab 9,99 Euro im Monat geben. In diesem neuen Fußball-Paket sind alle 125 Spiele der UEFA Champions League sowie die „Premiere Euroliga“ mit Live-Fußball aus sieben europäischen Top-Ligen enthalten. Premiere sieht aufgrund fortgeschrittener Verhandlungen zudem hohe Chancen, mit einem neuen Partner als Lizenzgeber auch ab der kommenden Saison die Live-Berichterstattung von der Fußball-Bundesliga zu präsentieren. Kofler: „Wir sind heute sehr zuversichtlich, daß Premiere auch ab August Bundesliga live präsentieren kann. Unabhängig vom Ausgang der laufenden Verhandlungen haben wir im ersten Quartal eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, um Premiere für den künftigen Wettbewerb zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Förderung einer neuen Generation interaktiver Digital-Receiver, die bis Ende 2007 die Generation d-box endgültig ablösen wird. Darüber hinaus bauen wir die Exklusivität im Programm weiter aus. Für den langfristigen Erfolg von Premium-Pay-TV ist ein exklusives Gesamtpaket mit Sport, Filmen, Serien und Unterhaltung entscheidend. Wir werden den Wandel in der deutschen TV-Landschaft aktiv gestalten.“

Loewe fertigt das letzte Bildröhren-Fernsehgerät



Dr. Rainer Hecker (l.) und Gerhard Schaas (r.) zusammen mit Produktionsleiter Wolf-Dieter Gerke. Sie verpackten persönlich das letzte Bildröhren-Fernsehgerät von Loewe.

Eine Ära geht zu Ende: Mit dem Aventos 3772 hat Loewe Mitte Mai sein letztes Fernsehgerät mit klassischer Bildröhre hergestellt. In den vergangenen beiden Jahren hat das Unternehmen mit einer einzigartigen Produktoffensive

1998 werden bei Loewe flache Plasma- und seit dem Jahr 2000 flache LCD-Fernsehgeräte hergestellt. In den Jahren 2004 und 2005 erlebte die Flachdisplay-Technologie ihren Marktdurchbruch.

das Sortiment vollständig auf Flachdisplay-TVs der Premiumklasse umgestellt. Ob LCD- oder Plasma-Technologie: Die neuen Loewe Produkte kommen beim Kunden ausgezeichnet an. Die Loewe Marktanteile für Flachdisplay-TVs in Deutschland und Europa steigen kräftig. Highlight im Sortiment ist die neue Produktlinie Loewe Individual, die nach persönlichen Wünschen in Technik und Design konfiguriert werden kann. Bild- und Klangqualität der hochwertigen, flachen Loewe TVs sind der Bildröhre mittlerweile deutlich überlegen – besonders wenn neue, hochauflösende Bilder (HDTV) wiedergegeben werden. Die Geschichte des elektronischen Fernsehens begann 1931. Vor genau 75 Jahren hat Loewe in einer Weltpremiere auf der Basis der Braunschen Röhre das erste elektronische TV-Gerät präsentiert. Seitdem wurde die Technologie weiter perfektioniert. 1967 folgte dem Schwarzweiß- das Farbfernsehen. 1981 brachte Loewe den ersten Sterefernseher Europas. Seit