



Produktgestaltung: Phoenix Design.

Null
08/15.

Nach allen Regeln gegen die Regeln. Loewe Individual. Erleben Sie den einzigen Fernseher der Welt, den Sie selbst gestalten können.

LOEWE.



Plasma- und LCD-Bildschirme sind deutlich auf dem Vormarsch. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) werden die Endverbraucher in Deutschland in diesem Jahr mehr als 1,5 Mrd. Euro für neue Display-Technologien ausgeben. Auf der diesjährigen IFA zählten Flachbild, Breitbild und hochauflösende Bilder zu den Messehighlights. Die Produktgruppen LCD und Plasma

konnten in Deutschland im abgelaufenen Jahr jeweils rund 170 Prozent Zuwächse erzielen. So wurden 2004 insgesamt über alle Bildschirmgrößen 380.000 LCD-Bildschirme und 100.000 Plasma-TVs verkauft (Stand Juli; Quelle GfK). Die gfu geht davon aus, daß sich diese Absatzzahlen im IFA-Jahr 2005 noch deutlich steigern werden – sowohl in Deutschland als auch in Europa.

In Europa verzeichnet die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) folgende Entwicklung: Der Anteil der TV-Geräte sorgte mit seinem Wachstum für einen Anstieg des Gesamtmarktes in den 15 EU Ländern um 3,6 Prozent. Zurückzuführen sei dies hauptsächlich auf die Attraktivität der Plasma- und LCD-TVs, die Fernsehgeräte mit Bildröhren klar zurückdrängten. So verteilte sich der gesamte TV-Umsatz europaweit auf 56,9 Prozent mit Röhren-

geräten (im Vorjahr noch 74,2 Prozent), 23,1 Prozent mit LCD-TVs (8,7 Prozent), 16 Prozent mit Plasma-Geräten (12,8 Prozent) und 4,1 Prozent mit Projektoren (4,3 Prozent). Damit einher geht in Deutschland auch die Entwicklung hin zu Fernsehgeräten im Breitbildformat 16:9. Das Format liege voll im Trend, so die gfu. Der Umsatzanteil von breitbildformatigen TV-Geräten im Verhältnis zum Gesamt-TV-Markt lag 2004 schon bei gut 50 Prozent.

Die gfu geht davon aus, daß er bis zum Ende dieses Jahres bei 65 Prozent liegen wird und 2006, im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft, bereits bei 75 Prozent. Für das Jahr 2005 rechnet die GfK mit insgesamt circa 6 Mio. verkauften Fernsehgeräten. Das entspricht einem Umsatz von circa 3,5 Mrd. Euro. Durch die Markteinführung attraktiver Plasma- und LCD-TV-Geräte ist der Fernsehgerätemarkt im ersten Halbjahr '05 in der Menge um plus

4,1 Prozent, im Wert sogar um 18,8 Prozent gewachsen. Bis Ende des Jahres werden laut GfK in Deutschland etwa 1,2 Mio. LCD-TV-Geräte und 350.000 Plasma-TVs verkauft werden. Parallel zur Entwicklung des Flachbildmarktes geht der Trend zu immer größeren Bildschirm-diagonalen. Der Plasma-TV-Markt wird von 42/43-Zoll-Geräten dominiert, im LCD-TV Markt setzten sich zunehmend 32-Zoll-Geräte durch. Dabei steht das 16:9-Bild-

Neue Generation der Bildverbesserung

Die preisgekrönten Bildverbesserungstechnologien Pixel Plus und Ambilight von Philips kommen jetzt in der zweiten Generation auf den Markt ... S.12



Die Gigaset-Herbstkollektion

Wir sprachen mit Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb und Marketing bei Siemens CPE, über die aktuellen Neuheiten aus dem Gigaset Sortiment ... S.22



Zwei Notebooks – zwei Rekorde

Samsung hat zwei neue Notebooks vorgestellt, die durch ihre Displaygröße bzw. ihr Gewicht neue Rekorde in ihrer Leistungsklasse darstellen ... S.28



FISHER
is back!

Wirklich eine Wende?

Kein Zweifel, die IFA 2005 war Welten von der eher verhaltenen Messe vor zwei Jahren entfernt: Veranstalter und Aussteller zeigten sich mit den Ergebnissen gleichermaßen außerordentlich zufrieden oder waren sogar euphorisch.



Der erneute Besucherrückgang hat der guten Stimmung keinen Abbruch getan. Denn offensichtlich ist das Konzept „Klasse statt Masse“ aufgegangen. Nach Angaben der Veranstalter haben sich im Vergleich zur IFA 2003 in diesem Jahr 56 Prozent mehr internationale Fachbesucher registriert, und die wollten sich offensichtlich nicht nur über die Neuheiten informieren, sondern diese auch ordern. Die Industrie freute sich über volle Auftragsbücher und erwartet zudem ein gutes Nachmesse-Geschäft.

Besonders erfolgreich war die diesjährige IFA in ihrer klassischen Domäne: dem Fernsehen. HDTV war in aller Munde, auf zahlreichen Ständen und schlug sich zudem publikumswirksam in der – übrigens sehr erfreulichen – Medienresonanz nieder. Leider halten sich viele Programmanbieter noch mit eindeutigen Aussagen zurück, auch wenn nach Premiere jetzt auch Pro7 und Sat 1 ihren Einstieg angekündigt haben – wenn auch zunächst nur über Satellit. Das sollte den zuständigen Direktoren zu denken geben, besonders bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Denn wer als erster in eine innovative Technologie einsteigt, kann auch am schnellsten davon profitieren.

Neben HDTV sorgte auch mobiles Entertainment – getrieben vom boomenden Segment MP3 – für überdurchschnittliche Ergebnisse. Das ist gut: Denn dafür gibt es eine große Zielgruppe; die Geräte sind preiswert, und auf diese Weise kommen mehr Kunden ins Geschäft.

Eigentlich sollte all das Grund genug sein, ein gutes Weihnachtsgeschäft zu erwarten. Landauf, landab interessieren sich die Kunden endlich wieder für Consumer Electronics! Das ist die wirklich gute Nachricht aus Berlin. Wenn jetzt alle vernünftig sind, könnte man sogar auf durchgestrichene Preise verzichten und die starke Nachfrage nicht nur zu hohen Umsätzen, sondern auch zu guten Renditen nutzen. Wie gesagt: „Klasse statt Masse!“

Wir wünschen Ihnen, daß sich diese Vernunft durchsetzt: bei den Lieferanten, bei den Konsumenten, beim Einzelhandel und ganz besonders bei den Politikern, die nach dem Bundestagswahl vor der echten Herausforderung stehen, ein Klima zu erzeugen, in dem es dem Konsumenten leicht fällt, wieder Vertrauen zu haben und ihr Geld auszugeben, anstatt es zu sparen.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Sharp trotz den No-Names

Mit einem stark erweiterten LCD-TV-Line-up und einer speziell für den europäischen Markt entwickelten Produktlinie strebt Sharp die Festigung seiner Marktposition im LCD-TV-Segment an.

Während das hochauflösende Fernsehen HDTV erst langsam ins Bewußtsein der Europäer rückt, so ist diese neue Technologie in Japan und den USA bereits Alltag. Die bahnbrechende Bildqualität und die vielfältigen Möglichkeiten moderner LCD-Fernseher haben dort zu einer Sensibilisierung der Käufer in bezug auf Qualität und Ausstattungsmerkmale geführt. Dies schlägt sich signifikant im Kaufverhalten nieder. A-Marken dominieren den Markt, Billiganbieter haben kaum eine Chance. Sharp, als LCD-Pionier, verfügt in Japan über einen Marktanteil von 50, in den USA von knapp 30 Prozent (beide Angaben in Wert). Hans Kleis, CEO Sharp Electronics Europe, auf der IFA: „Sharp kann in diesen Ländern seinen Technologie- und Qualitätsvorsprung klar auspielen. In Europa wird noch in erster Linie auf den Preis und weniger auf das Bild und die Ausstattung Wert gelegt. Die IFA wird, da bin ich mir sicher, vielen im wahrsten Sinne des Wortes die Augen öffnen.“



Erreichen will Sharp sein ehrgeiziges Ziel mit einer Qualitäts- und Produkt-Offensive. Mit seiner Vier-Panel-Strategie und 13 neuen Geräten geht das Unternehmen in das Jahresendgeschäft. Zwei neue HD ready Produktlinien bringen noch mehr Qualität in dieses wichtige Segment. Neben der hochwertigen Einstiegs-kategorie GA6 präsentiert Sharp die ersten aus der Kooperation mit Loewe resultierenden Modelle der GD7-Serie, die – bestückt mit der Spitzentechnologie beider Unternehmen – neue Maßstäbe in punkto Ausstattung, Bild- und Bedienungsqualität setzen. Ein besonderes Augenmerk gilt auch der neuen PALoptimal-Baureihe P50. Speziell für die europäischen Fernsehstandards PAL und Secam optimiert, verspricht sich Sharp eine deutliche Erweiterung des LCD-TV-Marktes in Europa. Messehighlight auf der IFA war Sharps 65 Zoll LCD-TV.

format im Vordergrund. Neben einem großen Bildschirm im „Kinoformat“ streben die Käufer zunehmend nach hoher Bildqualität bzw. wollen bereits für künftiges HDTV gerüstet sein. Bereits 25 Prozent des Umsatzes von Plasma TV-Geräten wurden mit HD-Ready Geräten erzielt.

Mit Zuversicht ins Weihnachtsgeschäft

Die Aussteller der diesjährigen IFA zeigten sich mit dem Geschäfts- und Kommunikationsergebnis durchweg zufrieden. Die IFA sei das optimale Marktforum der CE-Branche und weckt Begehrlichkeit für Innovationen. „Die Ordertätigkeit liegt über den hochgesteckten Erwartungen“, betont Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu. „Das Ordervolumen der IFA 2003 ist übertroffen worden. Die meisten großen Aussteller berichten über einen zweistelligen Anstieg ihres Ordervolumens“, wie Hans-Joachim Kamp, Mitglied des Aufsichtsrates der gfu, Vorsitzender des Fachverbands Consumer Electronics im ZVEI und Vorsitzender des IFA-Vorstandes, betont: „Die IFA 2005 hat sich wieder als die zentrale Veranstaltung der Consumer Electronics erwiesen. Die Branche erfährt mit der IFA 2005 einen kräftigen Wachstumsschub für das kommende



„Entgegen mancher Voraussagen anderer Anbieter, daß es auf der IFA zu massiven Preisreduzierungen besonders bei Flat-TVs kommen würde, hat sich das Preisniveau erfreulicherweise stabilisiert“, so Henrik Köhler, Leiter Vertrieb CE bei Philips. „Wir sind in der sehr guten Situation, dem Handel im September in fast allen Bereichen neue Produkte anbieten zu können. Dies betrifft insbesondere den Bereich Flat-TV.“

Geschäftsjahr und für die Fußball-WM 2006.“

Darüber hinaus zeigt sich die Industrie mit der Preisstabilität im Segment der Flachbild-TVs sehr

zufrieden. „Entgegen mancher Voraussagen anderer Anbieter, daß es auf der IFA zu massiven Preisreduzierungen besonders bei Flat-TVs kommen würde, hat sich

Pro 7 und Sat.1 starten HDTV-Programme

Die beiden Sender ProSieben und Sat.1 werden ab Oktober ihre Programme auch im neuen hochauflösenden TV-Format HDTV ausstrahlen. Wie die ProSiebenSat.1-Gruppe Ende August mitteilte, werden die HDTV-Programme ProSieben HD und Sat.1 HD zunächst über das Astra-Satellitensystem verbreitet. Damit will die Gruppe nach eigenem Bekunden einen Beitrag zur Weiterentwicklung des Mediums Fernsehen leisten. Vorstandsvorsitzender Guillaume de Posch bezeichnete die neue Technik als „Quantensprung“ für das Medium Fernsehen. Die beiden Sender sind die ersten, die das Breitbildformat im Regelbetrieb anbieten. ARD und ZDF wollen die Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 ausschließlich in 16:9 senden. Technisch werden die noch in herkömmlicher TV-Technik generierten Filme von ProSieben und Sat.1 konvertiert, so daß sie dem HD-Standard entsprechen. Ende des Jahres 2006 will die ProSieben-Sat.1-Gruppe entscheiden, ob sie ihre Programme in HDTV auch über Kabel und terrestrisch verbreiten wird.

16:9-Format wird immer beliebter

Immer mehr Konsumenten in Deutschland entscheiden sich für das Breitbildformat 16:9. Nach den jüngsten Marktdaten der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) lag der Anteil der verkauften Fernsehgeräte im 16:9-Format mit Bildschirmgrößen ab 66 Zentimetern im Jahr 2004 bereits über 30 Prozent und mit deutlich steigender Tendenz mit über 40 Prozent im Jahr 2005. Damit holt Deutschland im Vergleich zu Großbritannien, Skandinavien und den Benelux-Ländern, in denen der 16:9-Anteil schon wesentlich höher liegt, auf.

„Die modernen Flachbild-Fernsehgeräte, die überwiegend im Breitbildformat hergestellt werden, beschleunigen den Wechsel zum attraktiven 16:9-Format spürbar“, kommentiert Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, den Trend. Eine weitere Ursache für den immer schnelleren Übergang zum 16:9 sieht die gfu im anhaltenden DVD-Boom. Praktisch alle auf DVD veröffentlichten Spielfilme erscheinen im breiten Kinoformat. Nur Fernsehgeräte mit 16:9-Bildschirmen stellen Hollywood-Werke annähernd formatfüllend in voller Detailschärfe dar. Im konventionellen 4:3-Format dagegen bleibt ein großer Teil der Bildfläche ungenutzt.

Auch die Fernseh-Programmanbieter stellen sich auf den Wechsel zum breiten Bildformat ein. So strahlen sie immer öfter Prime-Time-Produktionen wie Krimis und Serien mit dem Bildseiten-Verhältnis 16:9 aus. ARD und ZDF haben begonnen, Fußball-Highlights wie UEFA-Cup-Partien in 16:9 auszustrahlen – auch als Testlauf für die Übertragung der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Gerade für Fußball-Sendungen eignet sich das 16:9-Format. Übertragungen in 4:3 können stets nur einen begrenzten Ausschnitt des Spielfelds zeigen.

„Wir können schon heute sagen, daß der Übergang zum 16:9-Format unumkehrbar ist. Das Weltmeisterschaftsjahr 2006“, schätzt Dr. Hecker, „wird die Umstellung zum Breitbild-Format weiter entscheidend voranbringen. Der Zuschauer bekommt bei Übertragungen in 16:9 wesentlich authentischere Fernsehbilder aus den Stadien. Das Breitbildformat vermittelt mehr Live-Atmosphäre. Auch mit Blick auf die Fernsehstandards der nächsten Generation ist der Formatwechsel unvermeidlich. Denn das hochauflösende Fernsehen HDTV wird es ausschließlich im Heimkino-Format 16:9 geben. Schon heute ist ein breites Sortiment HDTV-tauglicher 16:9-Fernsehgeräte auf dem Markt.“

das Preisniveau erfreulicherweise stabilisiert“, so Henrik Köhler, Leiter Vertrieb CE bei Philips. „Wir sind in der sehr guten Situation, dem Handel im September in fast allen Bereichen neue Produkte anbieten zu können. Dies betrifft insbesondere den Bereich Flat-TV. Durch einen plausiblen Programmaufbau und einmalige Ausstattungsmerkmale wie „Ambilight 2“ und Pixel Plus 2 HD“ wird der Handel in die Lage versetzt, seine Beratungskompetenz in Umsatz mit besseren Margen umzusetzen. Das wurde vom Handel erkannt und im Orderverhalten deutlich“, so Köhler. Beim Marktführer im TV-Segment geht man außerdem davon aus, daß der Wechsel von CRT zu Flat in seiner Dynamik noch zunehmen wird. Dabei werde das Wachstum von LCD deutlich größer sein als bei Plasma. Nicht unterschätzen



„Unsere Dispositionsvorschläge zur Saison sind vom Handel sehr positiv aufgenommen worden, und wir gehen davon aus, daß die Auftragsbücher bis Januar durchdisponiert sind“, so Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH.

sollte man dennoch den weiterhin vorhandenen CRT-Markt. Die Erfahrung zeige, daß „totgesagte“ Märkte doch oft länger leben.

Sehr optimistisch zeigt sich auch Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH. Auch wenn auf der IFA bei Sony nicht das Order-Thema im Mittelpunkt stand, so hat das Unternehmen in einer breit angelegten Roadshow seine Fachhandelspartner über die Neuheiten für das Weihnachtsgeschäft informiert. „Die Preissituation bei Flat TVs scheint sich zu verbessern, diese Annahme beruht auf Warenverfügbarkeit in der Saison und auf der Tatsache, daß sich der Flach-TV-Markt schneller entwickelt als erwartet.“

Ein gravierender Punkt ist außerdem HD ready. Damit bietet sich sowohl Handel als auch Industrie die Chance, die Preise zu stabilisieren. Unsere Dispositionsvorschläge zur Saison sind vom Handel sehr positiv aufgenommen worden, und wir gehen davon

aus, daß die Auftragsbücher bis Januar durchdisponiert sind. Das endgültige Ergebnis wird sich zum Ende unserer Roadshow zeigen, wobei wir nicht auf das Prinzip Hoffnung setzen. Der Handel akzeptiert unser neues Produktportfolio und schätzt die Wettbewerbsfähigkeit und die Durchverkaufbarkeit sehr realistisch ein.“

Werner Graf, Director CE bei Panasonic, zeigte sich mit der IFA sehr zufrieden. „Die derzeitige Marktsituation erhöhter Nachfrage trifft zur Zeit auf beschränkte Produktionskapazitäten und wird von Handel und Industrie weitestgehend zu einer margenorientierten Vermarktung genutzt. Dadurch ist eine gewisse Stabilisierung des Preisniveaus zu erwarten.“

Die Nachfrage nach zukunftssicheren HD ready Geräten leistet ebenfalls einen werterhöhten Beitrag“, so Graf. „Im Gros aller Gespräche war der Wunsch des Handels zu verspüren, Ware für den Herbst und das anschlie-



Werner Graf, Director CE bei Panasonic, zeigte sich mit der IFA sehr zufrieden. „Die derzeitige Marktsituation erhöhter Nachfrage trifft zur Zeit auf beschränkte Produktionskapazitäten und wird von Handel und Industrie weitestgehend zu einer margenorientierten Vermarktung genutzt. Dadurch ist eine gewisse Stabilisierung des Preisniveaus zu erwarten. Die Nachfrage nach zukunftssicheren HD ready Geräten leistet ebenfalls einen werterhöhten Beitrag.“

Bende Weihnachtsgeschäft vorzubestellen, um der gegenwärtig positiven Konsumentenstimmung mit ausreichend Ware zu begegnen“, heißt es weiter aus dem Hause Panasonic. *miz*

NEC präsentierte zur IFA vierte Generation seiner Plasma Displays

NEC stellte auf der IFA 2005 in Berlin erstmals die mittlerweile vierte Generation seiner Plasma Displays vor. Die drei neuen Plasma Displays mit Bildschirmdiagonalen von 42, 50 und 61 Zoll sind „HD ready“ und auch mit integriertem DVB-T Empfänger erhältlich.

Helligkeit und Kontrast wurden nochmals gesteigert – auf bis zu 1.000 Candela pro Quadratmeter und ein Kontrastverhältnis von bis zu 2.100:1. Für exzellente Bildqualität und Heimkinospaß sorgt die rein digitale Signalverarbeitung: Alle Signale, die am Gerät ankommen, werden digitalisiert und weiterverarbeitet. NEC Plasma Displays können auf diese Weise 4.096 Graustufen darstellen und erlauben außerdem das Ändern von Farbtönen, separat für jede Einzelfarbe. So kann beispielsweise das Blau für den Himmel tiefer getönt werden, ohne die anderen Farbbereiche im Bild zu beeinflussen. Eine lange Lebensdauer von bis zu 60.000 Stunden sorgt darüber hinaus für anhaltenden Heimkinospaß.



POs-MAIL INHALT

IFA 2005 – Rückblicke	... 6
Flachdisplays: Markttrends	... 10
DVD-/Festplattenrecorder mit DVB-T Tuner von Panasonic	... 11
Philips zeigt Pixel Plus 2 HD und Ambilight 2	... 12
Sony will mit der neuen Cyber-shot R1 in die SLR-Leistungsklasse vorstoßen	... 13
Acer mit CE-Sortiment	... 16
10 Jahre Casio Digitalkameras	... 17
Neuheiten von Delphi Grundig	... 18
Mobile Neuheiten von Archos	... 19
Samsungs Multimedia-Talente: Kleine flexible Portis	... 20
Interview mit Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb und Marketing, Siemens Customer Premises Equipment	... 22

O ₂ Genion jetzt mit Flatrate	... 25
E-Plus bietet Kunden neue Daten-Flatrate	... 26
LG bringt das Digital-TV auf das Handy	... 27



Experten diskutieren aktuelle Trends bei mobilen Diensten	... 27
---	--------

2 Samsung Notebooks – 2 Rekorde	... 28
---------------------------------	--------



Die Sony Playstation Portable ist da	... 29
--------------------------------------	--------



Tk-Nachrichten	... 21
Tk-Neuheiten	... 18, 24
Neuheiten	... 14, 16
Aktuell	... 4, 14
Kleinanzeigen	... 30
No(?)sense	... 30
Impressum	... 30

Hall of Fame des Plus X Awards

Auf der IFA war auch der Plus X Award-Stand auf einer Ausstellungsfläche von 400 Quadratmetern vertreten. Die Gewinner des Technologie-Contests wurden erstmals gemeinsam ausgestellt. Einen Höhepunkt erlebten 200 geladene Gäste bereits am ersten Messtag: Die „Night of Fame“ fand gleich vor Ort in Halle 1.1 statt. Zu den geladenen Gästen zählten Repräsentanten aller Medienpartner, Geschäftsführer und Marketingleiter der geehrten Unternehmen und Vertreter des Handels. ElectronicPartner-Geschäftsführer Oliver Haubrich und Plus X Award-Initiator Donat Brandt begrüßten die Gäste. „Durch Ihre Unterstützung erlebt die Markenlandschaft wieder ein Plus an Selbstbewußtsein und Qualitätsbotschaften“, so Donat Brandt.

Werner Graf verstärkt Division CE bei Panasonic

Zur nahenden Hauptsaison hat Panasonic Deutschland das Management seiner Consumer Electronics Division erweitert. Werner Graf, der seit 1992 für das Unternehmen tätig ist, verstärkt seit 1. September die Divisionsleitung. Zuletzt war Graf für Panasonic als Direktor IT Innovation, Planning und Service tätig. Als Direktor CE zeichnet er nun neben dem Senior Direktor CE Toshiro Tsuchiya für die Bereiche Vertrieb, Marketing, Corporate Communication und Auftragsabwicklung verantwortlich. Die Leitung der einzelnen Vertriebsbereiche bleibt unverändert. Die Vertriebsleitung Home Electronics (Unterhaltungselektronik) liegt bei Uwe Paul. Den Vertrieb Home Appliances/HCS (Weiße Ware/Home Communications) leitet Arnt Faulstich. Das Segment Recording Media/AV Accessories (Speichermedien/Zubehör) steht unter der Leitung von Thomas Ide, während Uwe Haufs den Vertrieb Car Media verantwortet.

Rollei Fototechnic gibt Neuausrichtung bekannt

Die Rollei Fototechnic GmbH hat die Neuausrichtung des Unternehmens bekanntgegeben. Die Vertriebs- und Marketing-Abteilung des Traditionsherstellers verlegt ihren Sitz von Braunschweig nach Berlin und wird dort unter Rollei GmbH firmieren.

Gleichzeitig werden die Fertigung und der Vertrieb von Profi-Systemen im Bereich Mittelformat und Diaprojektion in Braunschweig unter dem Namen „Franke & Heidecke GmbH, Feinmechanik und Optik“ fortgesetzt. Nach Ansicht von Dr. Oliver Fix, seit Frühjahr 2004 Geschäftsführer der Rollei GmbH, unterstreicht der Wechsel des Firmennamens den Umbau vom traditionellen Fotohersteller zu einem IT-Unternehmen mit Ausrichtung auf Multimedia-Produkte. Der Umzug der Rollei GmbH, die seit November 2002 zur dänischen Investorengruppe Capitellum in Kopenhagen gehört, soll im Herbst 2005 abgeschlossen sein. Am Standort Braunschweig verbleiben soll der Industriebereich Rolleimetric. Die Franke & Heidecke GmbH, Feinmechanik und Optik, zur Fertigung und zum Vertrieb von Profi-Systemen im Bereich Mittelformat und Diaprojektion steht unter der Leitung von Geschäftsführer Hans Hartje, der auch Mitgesellschafter des neuen Unternehmens ist, das im September 2004 als Rollei Produktion GmbH gegründet wurde. Zum weiteren Führungsteam zählen die Gesellschafter Karl-Heinz Krings, Rolf Sabban und Reiner Schönrock. Als weitere Teilhaber sind die Enkel der beiden ursprünglichen Firmengründer von Rollei mit an Bord: Kai Franke und Rainer Heidecke.

Samsung Offensive mit MP3-Playern

Sechs neue MP3-Player Modelle will Samsung Electronics noch im Jahr 2005 auf den Markt bringen. Im Jahr 2006 sollen es dann zehn neue MP3-Player Modelle werden, mit denen das Unternehmen die führende Marktposition von Apples iPod Player reduzieren möchte. Die miniaturisierten Hochleistungs-Jukeboxen von Samsung, Apple und anderen IT- und UE-Herstellern bekommen zunehmend Konkurrenz aus dem Lager der Mobilphone-Anbieter, die ihre High End Modelle immer öfter auch mit einer zusätzlichen MP3-Player Funktion ausstatten. „Bis zum Jahresende werden wir in diesem Jahr zwölf neue Modelle auf den Markt gebracht haben. Im Jahr 2006 werden es dann fünf bis sieben neue MP3 Flashplayer und zwei oder mehr MP3-Player mit einem Hard-Disk-Speicher werden“, erläuterte Park Hyun-joo, Assistant Manager von Samsungs Marketing Division in Seoul gegenüber Reuters. Im ersten Halbjahr des laufenden Jahres konnte Samsung fünf Millionen Stück seiner Yepp Player verkaufen. Für 2006 hat sich Samsung das Ziel gesetzt, mindestens ein Sechstel der



DRIVE
Immer stressfrei und sicher ans Ziel.
www.alpine.de

Stückzahl an MP3-Playern abzusetzen, die Apple laut einer Schätzung vermutlich verkaufen wird. Einige der zukünftigen Musikplayer-Modelle von Samsung sollen über extrem hohe Speicherkapazitäten verfügen, um mehr Musik und auch Filme downloaden zu können, und zusätzlich die Möglichkeit bieten, während man Musik genießt, Bildschirmspiele zu spielen oder Fotoaufnahmen zu betrachten.

Bitkom legt Konzept für IT-Frühwarnsystem vor

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) hat ein detailliertes Konzept für ein nationales IT-Frühwarnsystem veröffentlicht. Der Bitkom-Vorschlag definiert erstmals ein Konzept zur Einordnung eines IT-Frühwarnsystems in die bereits bestehende IT-Sicherheitslandschaft Deutschlands. Bei der Vorstellung des nationalen Sicherheitsplans betonte Bundesinnenminister Otto Schily die Wichtigkeit eines solchen IT-Frühwarnsystems: ITK-Infrastruktur wird immer wichtiger für die Behörden und Unternehmen eines Landes, während gleichzeitig die Gefahren für diese Netze zunehmen. „Ein nationales IT-Frühwarnsystem ist ein wesentliches Element der Internet-Sicherheit“, sagte Bitkom-Geschäftsführer Peter Broß. „Im Konzept hat sich die Wirtschaft unter anderem über grundlegende Eckpunkte zu den Zielen und Aufgaben, Zielgruppen, Akteuren und zur Organisationsstruktur verständigt.“ Zielgruppen für Warnungen sind die Sicherheitsteams von größeren Organisationen, sogenannte Computer Emergency

Response Teams (CERTs) bzw. das IT-Sicherheitsmanagement von Unternehmen und Behörden. Die Hauptaufgabe und das langfristige Ziel ist es, jederzeit ein umfassendes nationales Lagebild über die aktuelle Bedrohungssituation für die IT- und TK-Infrastruktur von Behörden und Unternehmen zu ermitteln, Aussagen über die Veränderungen in der Bedrohungs- und Risikosituation abzuleiten und Strategien zur Verhinderung oder Abwehr neuer Bedrohungen zu entwickeln.

ElectronicPartner mit positivem Halbzeit-Ergebnis

Die Verbundgruppe ElectronicPartner hat für das erste Halbjahr eine positive Entwicklung verzeichnet. Der Zentralumsatz betrug per 30. Juni 2005 736,2 Mio. Euro. Zum Vergleich lag der Umsatz per 30. Juni 2004 bei 721,9 Mio. Euro. Bei dem Zentralumsatz handelt es sich um die Ergebnisse der Landesgesellschaften mit unternehmerischen Beteiligungen in Deutschland, Belgien, Italien, Niederlande, Österreich und der Schweiz sowie Ungarn. Im hochgerechneten Mitgliederumsatz (Außenumsatz zu Endverbraucherpreisen inklusive Mehrwertsteuer) verzeichnet ElectronicPartner per 30. Juni 2005 ein Ergebnis von 1,56 Mrd. Euro. Der Vergleichswert per 30. Juni liegt bei 1,53 Mrd. Euro. Daraus ergibt sich ein Zuwachs von ebenfalls zwei Prozent. Die Mitgliederzahlen sind insgesamt im ersten Halbjahr in Europa weitgehend konstant geblieben. Für das zweite Halbjahr rechnet die ElectronicPartner mit einer weiteren Dynamik im Umsatzwachstum. Im Gesamtergebnis prognostiziert die Verbundgruppe für 2005 insgesamt einen deutlich positiven Umsatz-Zuwachs in Europa.

Intel VIIVT: Neue Plattform für das digitale Zuhause

Nach Plänen des Chip-Herstellers Intel soll ab Anfang des kommenden Jahres eine neue Generation von Personal Computern in das digitale Zuhause Einzug halten. Denn dann will Intel die „Intel Viiv Technologie“ in den Markt einführen: Viiv Technologie soll durch das Zusammenspiel der durch Intel verifizierten Unterhaltungselektronik und mit Onlineangeboten wie Spielfilme, Musik, Bilder, Software und Spiele in der Unterhaltung eine neue Ära einleiten. PCs mit Intel Viiv Technologie werden eine einfache Benutzung mit einer Fernbedienung ermöglichen. Intel Viiv beinhaltet neben Zweekernprozessoren, Chipsätzen und Netzwerkkomponenten auch Intel Software zur Einrichtung eines Netzwerkes für das digitale Zuhause. „Intel Viiv Technologie ist unsere erste Plattform, die speziell für das digitale Zuhause entwickelt wurde. Die Benutzer werden fasziniert sein, jederzeit und von jedem Ort in ihrem Haus aus mit Hilfe einer Vielzahl von Geräten auf verschiedene Inhalte zugreifen zu können“, erklärte Don MacDonald, Intel Vice President und General Manager der Digital Home Group. „Nach dem Erfolg der Intel Centrino Mobiltechnologie verfolgen wir mit unserer neuen Plattform eine ähnliche Markenstrategie für das digitale Zuhause. Die Intel Viiv Technologie nutzt die neuesten Intel Technologien und versetzt den Heimanwender zum ersten Mal in die Lage, Innovationen, eine große Auswahl an digitalen Geräten und erstklassige Inhalte nach seinen Bedürfnissen zusammenzustellen. Der Markenname ‚Intel Viiv Technologie‘ kommuniziert die Lebendigkeit und Dynamik neuester Technologien, die den Genuß von digita-

Vertrag zwischen Premiere und ewt Multimedia

Die ewt Multimedia GmbH & Co. KG und Premiere haben einen neuen Einspeisevertrag geschlossen. Die Vereinbarung umfaßt die Einspeisung des gesamten Programmangebotes des Abo-Senders bis zum Jahre 2014. Das neue HDTV-Angebot von Premiere wird bis zur Fußball WM 2006 in den ewt-Netzen verfügbar sein. Spätestens zum WM Eröffnungsspiel am 9. Juni 2006 können rund 1,3 Millionen der rund zwei Millionen ewt Kabelhaushalte die drei neuen Kanäle Premiere HD Sport, Premiere HD Film und Premiere HD Thema im hochauflösenden Fernsehformat HDTV empfangen.

ler Unterhaltung zu einem einzigartigen Erlebnis machen.“ Auf Intel Viiv Technologie basierende Systeme sollen laut Intel in zahlreichen Formfaktoren auf den Markt kommen, beginnend bei Geräten mit kleinem und schlankem Design, den Bausteinen einer Stereoanlage oder eines DVD Players vergleichbar, bis hin zu traditionellen Desktop- oder Tower-Designs. Alle auf der Intel Viiv Technologie basierenden PCs werden mit einer Fernbedienung und dem Betriebssystem Windows Media Center Edition von Microsoft ausgeliefert. Die Bedienung soll so einfach wie die Bedienung eines Fernsehgeräts sein. Die neue Intel Quick Resume Technologie soll das schnelle Ein- und Ausschalten ermöglichen. Alle auf Intel Viiv Technologie basierenden PCs werden mit 5.1 Surround Sound ausgeliefert und optional bis zu 7.1 Surround Sound mit Heimkinoqualität unterstützen können. Mit einer optional angebotenen TV Tuner Karte können Anwender per PC Fernsehsendungen aufnehmen, zeitversetzt abspielen, Szenen wiederholen oder speichern. Intel Viiv Technologie PCs sollen leichten Zugriff auf Onlineangebote wie Film- oder Musikdownloads oder die neuesten Spiele ermöglichen. Die Intel Viiv Technologie integriert eine Media Server „Engine“, die Inhalte umformatiert, um sie auf verschiedenen für die Viiv Technologie verifizierten Geräten abzuspielen. Intel arbeitet mit der PC-, Unterhaltungs- und Content-Industrie zusammen an gemeinsamen Spezifikationen für Interoperabilität und den problemlosen Austausch digitaler Inhalte innerhalb von Heimnetzwerken.

Internet-Fernsehen: MPG Media Planning Group und ArtVoice

In einer Kooperation wollen die Frankfurter MPG Media Planning Group gemeinsam mit ArtVoice, dem führenden Anbieter von IP-TV-Sendern, den Ausbau von IP-basierten Sendernetzen vorantreiben. Einen entsprechenden Letter of Intent haben die beiden Partner im August unterschrieben. Ziel der gemeinsamen Erklärung ist die globale Distribution von Sendernetzen und die Vermarktung von Internet-Fernsehsendern auf nationaler und internationaler Ebene.

E & K Data führt HIS-Grafikkarten

E & K DATA, Distributor für IOMEGA in Europa und Exklusiv-Distributor von Traxdata in Deutschland, Österreich und der Schweiz, erweitert mit Produkten von HIS sein umfangreiches Produktportfolio um Grafiklösungen des Grafikkartenherstellers Hightech Information System Limited „HIS“ aus Hong Kong, einem Spezialisten für grafische Darstellungen.

Intel und Philips wollen Marketing-Initiative für Home Entertainment starten

Intel und Philips wollen für ihre gemeinsame Vision des Home Entertainments eine gemeinsame Marketing-Initiative starten. In diesem Zusammenhang baut Intel in Europa seine Zusammenarbeit mit der europäischen Unterhaltungsindustrie aus. Die neuen Technologien sollen miteinander verschmelzen, um vollständige Integration zu erreichen und den komfortablen Zugriff auf alle Bereiche des Home Entertainment zu ermöglichen. Mit der gemeinsamen Initiative demonstrieren Intel und Philips enge Zusammenarbeit beim Produktmarketing und der Bereitstellung von Komponenten, durch die im Rahmen der gemeinsamen Vision weitere Meilensteine für ein digitales Zuhause gesetzt werden sollen. Erstes Resultat der Initiative ist das Philips Showline Media Center MCP9350i. Das neue Gerät ist mit einem Intel Pentium 4 Prozessor mit Hyper-Threading-Technologie und einem Intel 945 Express-Chipsatz ausgerüstet. Das Showline Media Center ist eine Plattform für Multimediainhalte unterschiedlichster Formate und ermöglicht durch WLAN-Anbindung das Speichern, Übertragen und Weiterleiten persönlicher Medieninhalte, wie zum Beispiel digitale Fotos, Musiktitel oder Filme im gesamten Haus. Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen und weitere Peripherie-Geräte lassen sich damit komfortabel in einem

System integrieren. Das erhöht Flexibilität und Komfort und sorgt für eine einfache Installation. Der neue Intel Graphics Media Accelerator (GMA) 950 liefert hervorragende Bildqualität mit lebendigen Farben und unterstützt ein breites Spektrum hochauflösender Bildformate einschließlich des neuen HDTV-Formats 1080i. Die Media Expansion Card ermöglicht die Wiedergabe von Fernsehsendungen direkt auf dem MCP9350i, die gleichzeitige Anzeige von zwei TV-Programmen mit Bild-in-Bild-Funktion und stellt PVR (Personal Video Recorder)-Funktionen wie Time-Shift bereit. „Das Philips Showline Media Center ist ein weiterer Schritt im Rahmen unserer Vision von einem ‚Connected Planet‘. Durch die enge Zusammenarbeit mit Intel können wir die Realisierung dieser Vision weiter vorantreiben“, kommentierte Frank Pauli, Vice-President & Global Business Development Manager Connected Plane, Philips Consumer Electronics. „Das Showline Media Center ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von Philips und Intel bei der Verwirklichung der gemeinsamen Vision vom digitalen Zuhause. Wichtiger Bestandteil für dieses Ziel ist die Bereitstellung leistungsfähiger und komfortabler Produkte für Anwender mit höchsten Qualitätsansprüchen an ihre Home Entertainment-Systeme.“

Ambi Light ausgeschaltet.

Ambi Light eingeschaltet.



Einmal erlebt - und Sie wollen nie mehr darauf verzichten.

Philips Flat TV mit Ambi Light: So etwas haben Sie noch nicht gesehen. Deshalb werden Sie das weltweit erste und außergewöhnliche Ambi Light nicht mehr ausschalten. Denn dank des Ambi Light Effekts werden Ihre Umgebung und Ihre Augen in die Farbe auf dem Fernseh-Bildschirm getaucht. Der Flat TV mit Ambi Light von Philips – der nächste Schritt in der Fernseh-Evolution.

Kommen Sie mit uns auf die Reise unter www.philips.com/simplicity

PHILIPS
sense and simplicity



Ralf Wietek, Sales Manager Germany & Austria, Hitachi Europe GmbH: „Die beiden Hitachi 42-Zoll-Plasma-Fernseher 42PD6600 und 42PD7200 sind nicht nur absolut HD ready und somit für das Fernsehen der Zukunft gerüstet, sondern werden jetzt auch für jeden erschwinglich. Zusammen mit der Royal Bank of Scotland (RBS) ermöglicht Hitachi für diese beiden Plasma-TVs eine Null-Prozent-Finanzierung. Vom 15. September 2005 bis zum 31. Dezember diesen Jahres läuft das Finanzierungsangebot bei allen beteiligten Fachhändlern in Deutschland. Dieses Angebot wird den Fachhandel und die Marke Hitachi weiter stärken.“



Dr. Sidney Harman, Vorstandsvorsitzender der Harman International Industries und Gründer von Harman Kardon, während der Pressekonferenz am 1. September. Zum ersten Mal präsentierte Harman International Industries seine Produktwelt mit den Marken Harman Kardon, JBL, Infinity, Becker, AKG, Mark Levinson, Lexicon und Revel unter dem Motto „Harman Galaxy“ auf der IFA in Halle 12 unter einem Dach.

IFA



Jens-Jörg Slabig, Vice President Harman/Becker Automotive Systems GmbH: „Erstmals präsentierten wir uns mit gewohnt hochwertigem Erscheinungsbild bei einer IFA unter dem Dach des Harman Konzerns in Halle 12. Die Akzeptanz unseres Auftritts und unserer fortschrittlichen Technologien beim Endkunden wie bei unseren Referenz-Händlern übertraf selbst unsere optimistischsten Erwartungen. Im Fokus stand unsere Plug and Play Navigation: das Becker Traffic Assist. Zu den Highlights zählten außerdem unsere neuen Navigationsgeräte Cascade und Cascade Pro sowie der mobile TV-Empfänger TriVision.“



Frank Bolten (links im Bild), Geschäftsführer/President of Sharp Electronics Germany/Austria, und Gunter Kürten (stehend), Director Sales Germany, bei einem Round Table Gespräch mit der Handelspresse. „HDTV ist das Verkaufsargument für den Handel. Hier sind wir außerordentlich gut aufgestellt. Was uns jedoch zusätzlich hoch erfreut, ist die Akzeptanz unserer PAL-Optimal Gerätelinie, die sich dank der Bildqualität auch optimal im Handel dreht. Seeing is believing“, so Bolten.



Thomas Hey (links), Marketing & Communication Manager, und Hartmut Zimmermann, Vertriebsleiter Deutschland (beide Daewoo Electronics GmbH): „Unser Konzept der Kundennähe ist aufgegangen. Wir erhielten von Handel und Verbraucher positive Resonanz. Der Auftragseingang liegt über unserer Planung, aber durch unsere EU-Produktion in Polen sind wir in der Lage, die geforderten Mengen in den Bereichen LCD und Plasma anzupassen.“



View on the Value! Die neuen Plasma- und LCD-TV-Displays von Hyundai ImageQuest werden künftig unter dem Namen „Vvuon“ vermarktet. „Der Name Vvuon leitet sich vom englischen Begriff „View on“ ab. Entsprechend wird der Name ausgesprochen“, verrät Sascha Iwanowsky, Marketing & Communication der Hyundai ImageQuest Europe GmbH. Ab September 2005 werden sich alle Produkt-namen aus Dachmarke + Produktlinienmarke + Modelbezeichnung zusammensetzen.



Pressekonferenz der Grundig Intermedia GmbH, von links Britta Rürup, Director Marketing Communication, Michael Breet, Director Sales & Marketing, Hubert Roth, Leiter Vertrieb, Thomas Haida, Director Product Management, Roberto Casini, Director Business Development. „Schon zur Halbzeit der Messe war absehbar, daß wir unsere Ziele übertreffen werden“, so Roth. „Auch in der zweiten Hälfte hat der Ansturm des Publikums und der Fachbesucher nicht nachgelassen. Unsere Orderbücher sind voll, die Resonanz auf unsere Produkte und auf unseren Messeauftritt war durchweg positiv. Der Messeerfolg ist außerdem die beste Motivation für das Grundigteam zum Saisonstart. Mehr kann man sich von einer Messe nicht wünschen.“



Gerhard Schaas, Vorstand Loewe AG, zeigt die Platine mit integriertem HD-Tuner für die Loewe LCD-TV-Geräte. Zweifelsfrei der erste Anbieter, der die lästige Settopbox intelligent im Gerät mit unterbringt. Lieferbar im 1. Halbjahr 2006.



Stephan Jennessen, Chief Sales Manager Fujitsu General (Europe) GmbH: „Von 42“-63“ sind alle unsere Displays HD ready und mit integriertem Tuner sowie weiter verfeinerter AVM-Technologie ausgestattet. Mit acht unterschiedlichen Plasmadisplays gehen wir zuversichtlich in die erste HD-Saison.“



2005 RÜCK- BLICKE



Franz-Josef Gaul, Vertriebsleitung Consumer Products, JVC Deutschland GmbH: „Unsere Mannschaft war pausenlos im Einsatz. Die Stimmung im Handel ist ausgeprägt gut. Wir befürchten, daß es im Weihnachtsgeschäft zu Lieferengpässen bei TV und Camcordern kommen kann. Unsere Camcorder-Reihe Everio besetzt technologisch und bildmäÙig eine absolute Spitzenposition.“



Joachim Reinhart, Präsident & Chief Operating Officer, Panasonic Europe Ltd.: „Mit Plasma-Displays haben wir einen Marktanteil von 40% in den USA und unglaublichen 70% in Japan. 20,8% verzeichnet die GfK in Deutschland für uns in den Monaten Juni/Juli, und damit sind wir Marktführer mit einem Abstand zur Nr. 2 von 3,6%, Nr. 3 liegt fast 11% hinter uns.“



Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstandes der Loewe AG: „Loewe wird sich künftig noch stärker auf das Luxusgeschäft konzentrieren.“ Zur IFA wurde die neue Serie „Loewe Individual“ erstmalig dem Publikum vorgestellt. Farbe, Aussehen, Materialien und Aufstellvarianten sowie die technische Ausstattung bestimmt der Kunde selbst. Ebenso selbstbewußt weist der Vorstandsvorsitzende auf die Gesundung des Unternehmens hin.



Hans Wienands, Business Director CE, Samsung Electronics GmbH: „Für das Unternehmen Samsung war die Messe mehr als ein voller Erfolg. In allen Bereichen konnten wir die hochgesteckten Absatzziele erreichen. Die Akzeptanz unserer Produkte aufgrund der Technologie, des Designs, der Verarbeitung und des Preis-/Leistungsverhältnisses ist hervorragend. Im Bereich Flat-TV (LCD-TV und Plasma-TV) konnten wir unsere Position im Juli auf die Nr. 2 im Gesamtmarkt (Wert) verbessern. Im Vorjahr hielten wir „nur“ die Nr. 6.“



Pressekonferenz der Metz-Werke GmbH & Co. KG. Dr. Norbert Kotzbauer (Mitte), Alfred Stransky (rechts), Leiter Unternehmenskommunikation, und Raimund Christl, Product Management: „Wir blicken auf eine für Metz sehr positive Funkausstellung 2005 zurück, die für uns einen bedeutenden Schritt in die Zukunft gebracht hat. Sowohl das Interesse der Medien als auch unserer Fachhändler und Messebesucher im Publikumsbereich haben gezeigt, daß sich jeder in unserem Produktsortiment wiederfinden kann.“



Ralf Wolf, Manager Marketing + Communication, NEC Deutschland GmbH: „Die Zukunft wird blau, erste Geräte werden ab Herbst 2005 ausgeliefert. Wir sind sicher, daß sich der Standard HD DVD etablieren wird.“



Stephen Eißner, Verkaufsleiter Deutschland, Schneider Electronics GmbH: „Bei LCD- und Plasma-TV konnten wir stabile Preise verzeichnen, im CRT-Segment ging der Preiskampf weiter. Daneben hat sich unser portabler DVD-Player mit HDMI-Schnittstelle und Cardreader als absoluter Senkrechtstarter erwiesen.“



Dr. Heinz H. Fischer, Director CE, LG Deutschland GmbH: „LG Electronics hat wieder bewiesen, daß sich die Marke bestens in Deutschland positioniert hat. Das Ergebnis der IFA lag in allen Bereichen weit über unseren Erwartungen, und wir werden uns bemühen, die Erwartungshaltung von Handel und Endverbrauchern – auch in bezug auf Lieferfähigkeit – nicht zu enttäuschen.“



Als deutscher Vertriebspartner des Zubehör-Spezialisten Sakar stellte Digitalfoto+Logistik auf der IFA ein interessantes Produktprogramm aus. Geschäftsführer Bernd Dührkop freute sich nicht nur über rege Nachfrage nach Akkus und pfiifigem Zubehör für Digitalkameras, sondern erwartet auch viele Bestellungen für das Zubehör für die Sony PSP, mit dem Sakar in den USA bereits sehr erfolgreich ist.



IFA 2005



RÜCKBLICKE



Jochen Weymer, Geschäftsführer Sennheiser electronics KG: „Wir profitieren zwar nicht vom HDTV-Boom, aber das wachsende Geschäft mit MP3 Playern macht uns Freude. Mit dem Einzug von MP3 ins Handy kommt ein Bedarf an qualitativ guten Headsets auch unserem Consumergeschäft zugute.“



Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, und Oliver Kaltner, Leiter Marketing, hielten am ersten Messtag eine kurze Ansprache vor Vertretern der Presse und erläuterten Sonys Standkonzept.



Thorsten Eckartz, Vertriebsleiter Yamaha Elektronik Europa GmbH, konnte auch im Segment der hochwertigen Audioanlagen eine sehr gute Auftragslage vermelden. Der Marktführer im Bereich HiFi konnte bei schrumpfendem Geschäft in der GfK Periode Juni/Juli deutlich zulegen und seine Position verteidigen.



Michael Block, Geschäftsführer, Sherwood MBA Marken-Vertriebs GmbH, belebt die Marke Sherwood durch ein ausgefeiltes Fachhandelskonzept. „Der Zuspruch aus dem Handel hat unsere Erwartungen mehr als erfüllt.“



Klaus Mulert und Steffen Marckardt von Monster Cabel hatten neben den klassischen Angeboten eine Produktreihe erstklassiger, hochwertiger amerikanischer Highend-Audio-Geräte auf ihrem Stand, und auch der Car-Stereobereich wurde mit eingebunden.



Die Vertriebsmannschaft von Swisstec SA, mit Sitz in Karlsruhe; rechts Geschäftsführer Günter Septimus.



Klaus Dieter Dahl, General Manager Consumer Products Toshiba Europe GmbH: „Meine erste IFA war im Jahre 1979, aber eine solch positive Stimmung habe ich in all den Jahren hier noch nicht erlebt. Unsere Auftragslage ist exzellent, wie auch unsere Produkte. Die Präsentation der SED Technologie hat unsere Innovationskraft erneut unter Beweis gestellt.“



Horst Noé, General Manager Marketing, Pioneer Electronics Deutschland GmbH: „Die IFA 2005 hat insbesondere als Order-Messe einen neuen Rekord aufstellen können. Pioneer konnte mit 120% Umsatzsteigerung im Home und Car Entertainment ein absolut überzeugendes Ergebnis erzielen. Der Trend zur qualitätsorientierten Vermarktung wird nun vom Handel auf breiter Front unterstützt und auch vom Verbraucher positiv aufgenommen.“



Martin Böttner, Country Manager DACH, Tatung: „Neben unserem IT-Bereich hat sich die Sparte CE bereits gut entwickelt. Bei Plasma, LCD-TV DVD haben wir vermutlich Lieferengpässe. Bestens entwickelt sich das Geschäft mit unseren technologisch Spitzenmäßig ausgestatteten MP3 Playern. Unterm Strich: eine sehr gute Messe.“



Pano Joakimidis, Leiter Marketing und Vertrieb der W. Sihm Jr. GmbH & Co. KG (kurz: WISI), und seine technisch sehr versierte Mannschaft waren sehr zufrieden mit den Aussichten, die die Umrüstung der Konsumenten auf HDTV auch für die Antennenhersteller mit sich bringt.



Walter J. Struwe, Geschäftsführer TTE Sales Germany & Austria GmbH: „Die Ordertätigkeit des Handels war auf der diesjährigen IFA außerordentlich erfreulich. Unsere Absatzpartner haben meist bis zum Ende der Saison durchdisponiert und dabei den Trend zu Flachdisplays eindrucksvoll bestätigt. Durch die überaus starke Nachfrage gibt es Lieferengpässe, aber auch eine bemerkenswerte Preisstabilität. In Teilbereichen zieht das Preisniveau sogar an. Wir hoffen, daß sich die preisgepflegte Vermarktung durch die ganze Absatzkette zieht und daß die prognostizierte Marktsteigerung bei Flachdisplays mittel- und langfristige Planungen ermöglicht.“



SONY

99% Ihrer Ausrüstung: Muskeln.
Rest: Wasser und die neue HDR-HC1.

Jetzt können Sie Ihre Motive überall in High Definition Video (HDV) festhalten. Die neue Sony HDR-HC1 wiegt nämlich nur 680 Gramm (ohne Akku). Dank der extremen Auflösung fangen Sie mit ihr jedes Detail und feinste Farbnuancen ein. Sollten Sie Ihren nächsten Film also an einer Bergwand des K2 drehen wollen, lässt die Technik Sie nicht hängen. **like.no.other™**

like.no.other™



HANDYCAM

HDV
HDV 1080i

„Sony“ und „Handycam“ sind eingetragene
Marken der Sony Corporation, Japan.

www.sony.de/handycam

Flachdisplays: Markttrends

Samsung und LG: Marktführerschaft bei Digital-TVs

Die führenden koreanischen Elektronik-Hersteller Samsung Electronics und LG Electronics streben die weltweite Marktführerschaft bei digitalen Fernsehgeräten an. Auf der diesjährigen Internationalen Funk-Ausstellung in Berlin erklärten namhafte Sprecher beider Unternehmen unabhängig voneinander, das koreanische Unternehmen bei steigender Nachfrage mit ihren Produkten den Markt für digitale TV-Geräte dominieren werden. Mit ihren Marktanteilen belegen beide Unternehmen schon jetzt die Spitzenplätze in diesem Produktbereich: Samsung führt bei digitalen Fernsehbildschirmen nach Umsatz, LG belegt Platz 1 nach verkaufter Stückzahl. Der Wettbewerb zwischen beiden Elektronik-Giganten heizt sich zunehmend auf, denn beide Hersteller wollen nach eigener Aussage ihre finanziellen und personellen Ressourcen auf das Marktsegment High End Digital TVs bündeln. Choi Ji-sung, Digital Media President Samsung, gab auf einer Pressekonferenz in Berlin bekannt: „Wir planen im kommenden Jahr in jedem Marktsektor für digitale Geräte die führende Rolle zu übernehmen.“ Samsung führt als größter koreanischer Elektronik-Hersteller bereits jetzt den Markt für Rückprojektions-TVs und CRT-Röhrenfernsehgeräte an und folgt seinen japanischen Konkurrenten Sony und Sharp bei Plasma Displays und LCDs mit nahezu nicht mehr meßbarem Abstand. Choi Ji-sung betonte, das von seinem Unternehmen verfolgte Ziel der globalen Marktführerschaft bei digitalen TV-Geräten sei keinesfalls eine Träumerei, sondern eine Frage der Entwicklung bester Technologien und rationellster Fertigungsmethoden zur Herstellung von Bildschirmen mit leuchtstarken Bildern und höchster Auflösung.

LG: 2007 Marktführer Digital TV in Europa

Wie Kim Jong-eun, President LG Electronics Europa, ankündigt, will LG Electronics bis spätestens 2007 in Europa die Spitzenposition im Markt für digitale TV-Geräte erringen. Obwohl europäische Käufer sich in der Regel eher konservativ verhalten, gingen sie beim Erwerb von qualitativ hochwertigen und großformatigen Plasma- oder LCD-TVs sehr entschieden und keineswegs kleinteilig vor, erläuterte Kim, und betonte, LG habe eine eigene Verkaufsstrategie erarbeitet, um von diesem Trend profitieren zu können. Große Erwartungen setzt LG in seine zweite europäische Fabrikation in Polen, die im Oktober dieses Jahres die Produktion aufnehmen soll.

Panasonic: 8. Serie Plasma Displays

Panasonic hat sechs neue mit Professional Panels der 8. Serie bestückte Plasma-Displays angekündigt: Unter den neuen Modellen befinden sich vier High Definition Displays (65-Zoll TH-65PHD8UK, 50-Zoll TH-50PHD8UK, 42-Zoll TH-42PHD8UK, 37-Zoll TH-37PHD8UK) und zwei mit Panels in Standard-Auflösung (42-Zoll TH-42PWD8UK, 37-Zoll TH-37PWD8UK). Alle neuen Modelle zeichnen sich im Vergleich zu früheren Geräten durch weiter erhöhte Helligkeit, ein neues Gehäuse-Design und geringere Listenpreise aus. Die hochauflösenden

Displays der 8. Serie verfügen über ein Kontrastverhältnis von 3000:1, während die Modelle mit Standardauflösung 4000:1 erreichen. Die neuen Wide-screen-Bildschirme arbeiten mit einem Real Black Drive System für hohe Schwarzsättigung in dunklen Bildbereichen und besitzen ein Deep Black Filter für hohen Kontrast bei hellem Umgebungslicht. Weitere, integrierte Bildverbesserungs-Technologien sind Advanced Real Gamma System, Motion Picture Disturbance noise reduction, Active Interlace/Progressive Conversion 3D Color Management system und Adaptive Automatic Gain Control. Die neuen Plasma-Displays von Panasonic können 8,58 Milliarden Farbtöne und 2.048 Helligkeitsabstufungen darstellen. Die empfohlenen Verkaufspreise sollen bei 1.895 US-Dollar und 2.095 US-Dollar für Bildschirme mit Standardauflösung und zwischen 2.995 bis 15.495 US-Dollar für HD-Bildschirme liegen. Alle neuen Modelle sollen ab Oktober auf dem US-Markt verfügbar sein. In Europa will Matsushita Electric Industrial Co., der Mutterkonzern von Panasonic, seinen Umsatz mit Flachbild-TV-Geräten verdreifachen. Um dieses Ziel zu erreichen, will das Unternehmen die Anzahl der HD-Modelle erhöhen und die Verkaufspreise reduzieren.

Sharp erwägt Produktionsaufgabe bei Rückprojektions-TV

Der japanische Elektronik-Hersteller Sharp erwägt dem Vernehmen nach, die Aufgabe des Produktbereichs Rückprojektions-TV und würde sich dann zukünftig stärker auf die Produktion und Entwicklung von Flachbildschirmen konzentrieren. „Wir prüfen die Situation und die weiteren Aussichten für Rückprojektions-TVs“, erklärte Katsuhiko Machida, President Sharp, gegenüber Journalisten. „Rückprojektions-TV-Geräte sind populär, weil mit dieser Technologie große Bildschirme zu geringeren Kosten hergestellt werden können, als bei Plasma-Display und LCD-Technologie. Die Produktionskosten für Plasma-Displays und LCD-Panels sinken jedoch beständig, und deshalb überlegen wir, ob es Sinn macht, die Herstellung von Rückprojektions-TVs wirklich fortzusetzen.“ Sharp ist der weltgrößte Hersteller von LCD-TVs, und nur 5 Prozent seiner Umsätze mit TV-Geräten resultieren aus dem Verkauf von Rückprojektions-TVs, die das Unternehmen ausschließlich auf dem US-amerikanischen Markt anbietet. Machida rechnet damit, daß der weltweite Markt für LCD-TV-Geräte im Jahr 2006 auf 20 Millionen Stück anwachsen wird. Das wären etwa 13 Prozent aller auf dem Weltmarkt verkauften TV-Geräte.

LG entwickelt Druck von LCD-Farbfiltern

Das südkoreanische Chemieunternehmen LG Chem Ltd. hat ein Verfahren entwickelt, mit dem sich die zur Herstellung von LCD-Panels erforderlichen Farbfilter zukünftig einfach drucken lassen. Nach Angaben von LG Chem werden die Filter direkt auf die Glasplatten aufgedruckt. Im Vergleich zum bisher eingesetzten photolithographischen Verfahren können mit dem neuen Ink-Jet Verfahren die Kosten und der zeitliche Aufwand für die Herstellung von Color-Filtern für LCD-Panels gravierend gesenkt werden. Die Anzahl der bisher erforderlichen Produktionsschritte wird

dabei von 16 auf nur noch 3 reduziert. Laut Angaben von LG Chem entfallen bisher etwa 20 Prozent der Kosten zur Herstellung von LCD-Panels auf die Herstellung der Farbfilter. LG Chem ist sicher, daß der neue Produktionsprozeß die Gesamtkosten für LCD-Panels weiter senken wird, und LCD-Technologie dadurch auch für großformatige Bildschirme attraktiver werden läßt.

Samsung erhöht LCD-Produktionskapazitäten

Samsung wird die Produktionskapazität seiner neuen Fabrik zur Herstellung von LCD-Panels in Tanjeong, Südkorea, nochmals deutlich erhöhen. Zusätzlich zu den ab August 2006 bei Vollauslastung monatlich produzierten 45.000 Muttergläsern mit Abmessungen von 1,87 m x 2,20 m will das Unternehmen noch eine weitere Fertigungslinie errichten, die dann ab Anfang 2007 ebenfalls monatlich 45.000 Muttergläser produzieren kann und damit die Gesamtkapazität des Werks in Tanjeong auf 90.000 Muttergläser im Monat erhöhen wird. Für den Bau der zusätzlichen Fertigungslinie wird Samsung nach eigenen Angaben weitere 1,72 Milliarden US-Dollar investieren. Für den Bau der neuen Fab 7-2 in Tanjeong waren bisher Investitionen in Höhe von 2,32 Milliarden US-Dollar verplant. Neben der Ausweitung seines Marktanteils bei LCD-Panels von zur Zeit 22 Prozent versucht Samsung, durch die Produktionsausweitung seinen Einfluß auf die Standardisierung der Display-Größen bei großen LCD-Fernsehern zu erhöhen. Samsung strebt für LCD-TV-Geräte eine Standardisierung der eigenen, produzierten Bildschirme von 40, 46, 52 und 57 Zoll an, während die Mitbewerber im LCD-Markt die Formate 42-, 47- und 50-Zoll durchsetzen möchten.

Samsung: Netzwerkfähiger 46-Zoll-TFT

Mit der Vorstellung des netzwerkfähigen SyncMaster 460Pn will Samsung neue Marktbereiche für LCD/TFT-Monitore erschließen: Das intelligente „MagicNet“-Display, eine Kombination aus LCD-Bildschirm, WLAN-Schnittstelle und Netzwerkfunktionalität, eröffnet vielfältige neue Einsatzmöglichkeiten. Über eine auf Windows CE basierende Benutzer-Oberfläche wird dem „MagicNet“-Display eine statische oder dynamische Netzwerkadresse zugewiesen. Damit wird der Monitor als Netzwerkgerät im Netz erkennbar. Mittels der im Lieferumfang des SyncMaster 460Pn enthaltenen MagicNet Software können festgelegte Zeitpläne für die Darstellung bestimmter Inhalte erstellt und administriert werden. Auf dem

SyncMaster 460Pn lassen sich Office-Dateien, Filme oder Präsentationen darstellen und Musikdateien abspielen, die über MagicNet-Software der musikalischen Unterhaltung von Diashows zugewiesen werden können. Auf einem Server befindliche und mit MagicNet-Software zur Darstellung auf dem Display freigegebene Dateien lassen sich direkt vom Monitor aus abrufen. Die Bedienung des 46 Zoll großen TFTs mit 116 cm Bildschirmdiagonale erfolgt über eine mitgelieferte Fernbedienung und das komfortable on Screen Menü. Über die integrierte USB-Schnittstelle des Displays lassen sich auf USB-Stick oder einem externen Laufwerk gespeicherte Dateien auch direkt auf dem Bildschirm wiedergeben. Weitere, an das MagicNet angeschlossene Monitore können, je nach Wunsch programmiert, unabhängig voneinander die gleichen Bildinhalte oder jeweils andere Bildinhalte darstellen. Der 46 Zoll SyncMaster 460Pn mit der Auflösung von 1.360 x 768 Bildpunkten erreicht die Helligkeit von 500 cd/m² und den Kontrastwert von 800:1. Der Betrachtungswinkel beträgt 170 Grad vertikal und horizontal. Der Bildschirm benötigt eine Reaktionszeit von nur 8 Millisekunden (G/G) und verfügt über einen analogen und einen digitalen Signal-Eingang. Einsatzgebiete für das „MagicNet“-Display SyncMaster 460Pn werden sich, neben Anwendungen in Media-Heimnetzwerken, in Flughäfen, Bahnhöfen, Meetingräumen, Hotel-Lobbys und Empfangsbereichen renommierter Unternehmen ergeben. Außerdem dürften die von „MagicNet“ gebotenen Möglichkeiten zukünftig auch bei Brookern, der Börse und dem Point-of-Sale genutzt werden. Andreas Klavehn, Senior Marketing Manager Displays, erklärt dazu: „Mit der Verbindung von Display und Netzwerk-Technologie geht Samsung völlig neue Wege. Das gibt Unternehmen neue Möglichkeiten und spart gleichzeitig Anschaffungskosten teurer Hardware. MagicNet bedeutet Investitionssicherheit. Samsung hat es mit dem SyncMaster 460Pn wieder einmal geschafft, Leistung, Design und Innovation in einem Gerät zu vereinen.“ Der SyncMaster 460Pn ist zum UVP von 7.399 Euro verfügbar. Im Lieferumfang sind Standfüße und eine Fernbedienung enthalten.

V7 LTV 20H von V7 Videoseven

Mit dem neuen V7 LTV 20H präsentiert V7 Videoseven, die Display-Marke des Großdistributors Ingram Micro, für kleines Geld ein ideales LCD-TV Einsteigergerät. Der 20 Zoll große V7 LTV 20H zeichnet sich durch flaches und trendiges Design und seine technischen Daten aus: Mit der Reaktionsgeschwindigkeit von 16 ms und einem Hellig-

keitswert von 450 cd/m² verfügt das Display über alle Voraussetzungen für hervorragenden TV-Genuß. Als Einsteiger- oder Zweitgerät, im Wohnbereich eingesetzt oder beruflich genutzt, der V7 LTV 20H ist das ideale Gerät für Anwender, die zu einem günstigen Preis in die LTV-Klasse einsteigen wollen. Der UVP für den V7 LTV 20H beträgt 599,- Euro. Seinen Kunden bietet Videoseven einen zweijährigen Pick-Up-Service.

LG startet Massenproduktion von Plasma-Displays

LG Electronics hat die weltweit erste, auf modernster „Six-Panel Processing Technology“ basierende Produktionslinie für Plasma-Display-Module gestartet. Damit nimmt LG als nun weltgrößter Produzent von Plasma-Display-Modulen im Kumi Komplex in North Kyongsang seine vierte Produktionsanlage für PDPs in Betrieb. „Mit dem Start der Massenproduktion von PDP-Modulen in unserer Anlage A3 haben wir mit hoher Wahrscheinlichkeit unseren Mitbewerber Samsung SDI von Platz 1 in diesem Markt verdrängt“, erklärte LG Electronics Sprecher Kim Gyeong-whan beim Produktionsstart. „LG wird im Jahr 2006 nicht nur den PDP-Module-Sektor dominieren, sondern auch den Markt für Plasma-TVs.“ Die Produktionsstätte A3 ist die erste PDP-Modul-Fabrik, die für Eight-Panel Processing Technology entworfen und errichtet wurde. Zur Zeit läuft die Anlage mit Six-Panel Processing Technology, weil die großen, für Eight-Panel Processing erforderlichen Glas-Substrate von den Vertragslieferanten noch nicht geliefert werden können, auch nicht von dem großen Hersteller Asahi Glass of Japan. In der jetzigen Produktionsphase stößt A3 mit Six-Panel Processing monatlich 120.000 PDP-Module (auf Basis von 42“) aus. Im kommenden Jahr, wenn die Gläser für Eight-Panel Processing lieferfähig sind, werden es dann 160.000 PDP-Module monatlich sein, die A3 produziert. Mit der Produktionsaufnahme von A3 erhöht sich LG Electronics monatliche Gesamtkapazität für 42-Zoll PDP-Module auf 350.000 Plasma-Module.

LG.Philips LCD rüstet für „War Of The Screens“

Alle großen LCD-Hersteller rüsten sich für die Aufgabe, größere und preiswertere LCD-Panels herzustellen. In der südkoreanischen Stadt Paju entsteht eine Fabrik auf einer so gigantisch großen Fläche, daß acht Fußball-Stadien bequem darauf Platz finden würden. Die Außenanlagen der zukünftigen Produktionsstätte für LCD-Panels sind bereits fertiggestellt und zur Zeit sind Schwerlast-Transporter und Mobilkräne mit der Aufstellung riesiger Produktionssegmente beschäftigt. Ende 2005, wenn die Produktionsanlage fertiggestellt und 5 Milliarden US-Dollar für den Bau der Fabrik investiert wurden, wird LG.Philips LCD der größte Hersteller von LDC-Panels auf diesem Planeten sein und seine Ausgangsposition für den „Krieg der Bildschirme“ entscheidend verbessert haben. Die neue G7 Produktionslinie wird dann Glas-Sheets mit Abmessungen von 196 x 226 cm verarbeiten können, größer als alle bisher errichteten und in Betrieb genommenen Fabriken verarbeiten können. evo

Samsung Electronics: 600.000 SlimFit-TVs in 2005

Wie der Marktforscher Displaybank berichtet, haben sich die neuartigen, flachen „SlimFit“-Röhrenfernsehgeräte von Samsung Electronics im Jahr 2005 zu einem der meistverkauften Produkte entwickelt. Weltweit wurden in diesem Jahr bisher 600.000 Einheiten der „Slim TVs“ mit extrem kurzer CRT-Bildröhre verkauft. „Unsere SlimFit TV-Geräte werden von den Käufern regelrecht aus den Regalen gerissen“, berichtete Jeon Sung-Ho, Managing Director Visual Display Division, Samsung Electronics, in Berlin, „Und das nicht nur in deutschen und allen europäischen Märkten, sondern auch in den USA, dem größten Markt für digitale TV-Geräte weltweit. Der anhaltende Erfolg und die bemerkenswerten Verkaufszahlen bei Slim TVs sind das Resultat der die Käufer ansprechenden Ausstattungsmerkmale, guter Performance bei günstigem Preis und geringer Gehäusetiefe im Vergleich zu herkömmlichen CRT-TVs“, ergänzte Jeon Sung-Ho.

DVD-/Festplattenrecorder mit DVB-T Tuner von Panasonic

Platzsparend und komfortabel

Mit dem Diga DMR-EH54D präsentiert Panasonic den ersten DVD-Festplattenrecorder mit integriertem DVB-T Tuner für den deutschen Markt (Stand September 2005).

Damit verbindet Panasonic zwei Technologien, die in Deutschland immer beliebter werden, in einem flachen Gehäuse: das DVD-/Festplattenrecording und die Empfangsmöglichkeit für kostenloses „ÜberallFernsehen“ (DVB-T). Wie alle Diga-Geräte des Jahres 2005 baut auch der DMR-EH54D mit 80 GB Festplatte auf das „Super Drive System“, das für extreme Schnelligkeit, höchste Bildqualität und komfortable Bedienung sowie Multiformat-Aufnahme und Wiedergabe steht. Binnen einer Sekunde nach dem Einschalten kann der DMR-EH54D dank „Quick Start“ Funktion mit der Aufnahme auf

seiner 80-GB-Festplatte oder DVD-RAM starten. Auch bei der Wiedergabe von DVDs, CDs etc. und dem Überspielen von Festplatte auf DVD beweist der Recorder Schnelligkeit.

Mit der auf 500 Zeilen verbesserten horizontalen Auflösung im LP-Modus ist die Bildschärfe doppelt so hoch wie bei den Vorgängermodellen. Ein neuer, hochauflösender 12-Bit Video Analog-/Digitalwandler registriert selbst zarteste Nuancen und erzeugt Aufzeichnungen in bester Bildqualität. Das Ergebnis ist bis zu vier Stunden Aufnahmekapazität in perfekter DVD-Qualität auf nur einer 4,7 GB DVD. Maximal können acht Stunden auf eine einseitige DVD aufgenommen werden. Beim Überspielen von VHS-Bändern auf DVD sorgen der integrierte TBC (Time Base Corrector) und DNR (Digital Noise Reduction) für scharfe Konturen und ver-

mindern Farb- und Schwarzweiß-Rauschen.

Beschreiben lassen sich mit dem DMR-EH54D die Formate DVD-RAM, DVD-R, DVD+R, DVD-RW, DVD+RW, DVD-Audio, DVDVideo, SVCD, Video-CD, MP3, JPEG (von DVD-RAM, CD und SD), Audio-CD (CD-DA) und CD-R/RW. Damit nur ausgesuchte Inhalte dauerhaft auf DVD archiviert werden, empfiehlt sich der rege Gebrauch der Festplatte. 80 GB Festplattenkapazität entsprechen bis zu 142 Stunden Aufzeichnungszeit. In DVD-Qualität nimmt der DMR-EH54D stattliche 68 Stunden auf Festplatte auf. Der integrierte SD-Karteneingang des DMR-EH54D erlaubt in Verbindung mit dem SD Viewer für JPEG/TIFF-Bilder eine schnelle und problemlose Vernetzung sowie die gemeinsame Dateinutzung durch den DVD-Recorder und viele PCS, Digitalkameras und Videokameras sowie andere



SD-fähige A/V-Geräte. Besonders benutzerfreundlich ist auch die Fernbedienung „Smart Wheel“. Sie bietet einen schnellen Vorwärtssuchlauf mit bis zu 200-facher Geschwindigkeit und die Funktion „Smooth Search“ mit zwei- bis fünffacher Geschwindigkeit.

Seit Ende 2002 nimmt das „ÜberallFernsehen“ DVB-T Schritt für

Schritt in Deutschland den Regelbetrieb auf. Damit herkömmliche Fernsehgeräte die digitale Datensprache verstehen, brauchen sie neben der Hausantenne quasi einen „Übersetzer“: den DVB-T-Tuner. Dieser ist im DMR-EH54 direkt integriert. Der DMR-EH54 wird voraussichtlich ab Ende Oktober lieferbar sein (UVP: 599 Euro). *miz*

Hier spielt die Zukunft: Innovative LCD- und Plasma-TVs von LG.

Neue Wege gehen heißt: Kunden noch bessere, faszinierendere Produkte zu bieten.

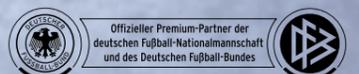
HD ready LCD- und Plasma-TVs von LG – einem der führenden Anbieter auf dem Markt.

Unsere High-End-Geräte beeindruckten mit brillanten Bildern, sensationeller Helligkeit und enormem Kontrast. Dank der LG eigenen Bildoptimierungstechnologie New XD™-Engine.

Entdecken Sie zum Beispiel den 50PY2R als Highlight für Ihren Abverkauf. Jetzt unter www.lg-channel.de.



50PY2R



Philips zeigt Pixel Plus 2 HD und Ambilight 2

Neue Generation der Bildverbesserung

Die preisgekrönten Bildverbesserungslösungen Pixel Plus und Ambilight kommen nun in der zweiten Generation. Die innovativen Technologien gehören zur Standardausstattung der neuen Philips Cineos Flat-TVs.

Pixel Plus 2 HD liefert Konturschärfe, naturgetreue Details, brillante Farben und absolute Tiefenschärfe. Um HD-Signale optimieren zu können, wurde für Pixel Plus 2 HD die Prozessorleistung nahezu verdoppelt. Der Algorithmus berechnet jedes Pixel des empfangenen Bildsignals neu, so daß es optimal zu den umgebenden Bildpunkten paßt und die Gesamtbildqualität verbessert.

Das im vergangenen Jahr erstmals präsentierte Umgebungslicht-System Ambilight bietet ein intensiveres Fernseherlebnis und verbessert die subjektiv wahrgenommene Bildqualität erheblich. Dazu werden die eingehenden TV-Signale in Echtzeit analysiert und ein Farbton für das



Hintergrundlicht ermittelt, der jeweils passend zu den auf dem Bildschirm gezeigten Bildern ist. Die neue Version, Ambilight 2, kann die Farben auf der linken und rechten Bildschirmseite unabhängig voneinander steuern (stereo). Zudem bietet Ambilight 2 eine höhere Lichtleistung, bes-

sere Farbsättigung und vier Voreinstellungen (Sport, Relaxed, Action, Personal). Wie bisher macht das von Ambilight 2 erzeugte blendfreie Hintergrundlicht Fernsehen für die Augen entspannter, Details und Farben können damit optimal wahrgenommen werden.

Natürlich hochauflösend

Philips bringt drei neue Cineos Flat TVs auf den Markt, die mit Pixel Plus 2 HD und Ambilight 2 ausgestattet sind. Die LCD-TVs 42PF9830 (106 cm Bildschirm-diagonale), 37PF9830 (94 cm) und 32PF9830 (81 cm) sind natürlich mit dem „HD ready“-Siegel versehen. Bei den Modellen mit Bildschirmdiagonale von 37- und 42-Zoll sorgt ein HD-Panel mit 1.920 x 1.080 Pixeln Auflösung für das ultimative HDTV-Erlebnis.

Das hochwertige Gehäuse der neuen Cineos Fernseher aus Glas und Metall wird von einem Fuß mit motorgetriebenem Dreh-

mechanismus getragen. Mit Hilfe der Fernbedienung kann der Flat TV nach links und rechts jeweils um 30 Grad gedreht werden, um den optimalen Blickwinkel einzustellen. Per Knopfdruck kann die bevorzugte Position des Fernsehers gespeichert werden, so daß der Zuschauer schnell zwischen dieser und der Grundeinstellung wählen kann.

Damit kein Kabel den Gesamteindruck stört, besitzen die Cineos Fernseher ein umfassendes Kabelmanagement-System, das die Kabel aus dem Blickfeld hinter den Drehfuß verbannt. Insbesondere Freunde der digitalen Fotografie werden die USB 2.0-Anschlüsse und die Slots für verschiedene Arten von Speicherkarten zu schätzen wissen. Genauso einfach wie die Bedienung ist auch die Installation der Cineos-TVs. Der Installationsprozeß wird zusätzlich durch ein interaktives Bildschirmmenü vereinfacht, mit dem der Zuschauer den Fernseher nach seinen Wünschen einstellen kann. In fünf einfachen Schritten werden mit Hilfe von Beispielbildern durch Auswahl Helligkeit, Kontrast, Farbe, Hauttöne und Schärfe festgelegt. Auf diese Weise können die Zuschauer den Fernseher ihren Sehgewohnheiten perfekt anpassen, um einen maximalen Sehkomfort zu erzielen. Die drei neuen Cineos LCD-TVs sind seit September lieferbar. UVP: 42PF9830: 4.999,99 Euro, 37PF9830: 3.999,99 Euro und 32PF9830: 3.499,99 Euro.

Philips Limited Edition: 17 Zoll Hochglanzweiß

In limitierter Stückzahl bringt Philips jetzt den 17-Zoll-Monitor 170X6 im Trend-Design „Hochglanzweiß“ auf den Markt. Mit lackweißer Oberfläche und blauer Zierleiste vermittelt das Limited Edition Modell einen elegant über den Dingen schwebenden Eindruck, fügt sich harmonisch in moderne Wohnungseinrichtungen ein und ergänzt perfekt mit außergewöhnlicher Optik designbetonte Computer. Auch für den Apple Mac Mini ist der „Hochglanzweiß“-Monitor ein idealer Partner. Die 170X6 Limited Edition Displays zeichnen sich durch weitere, besondere Merkmale aus: Mit der „Perfect Panel“-Garantie gewährleistet Philips als erster Hersteller weltweit, daß weder helle noch dunkle Pixel-Fehler auftreten und leistet in einem solchen Fall drei Jahre Ersatz oder Reparatur. Einstellungen nimmt der Anwender mit Icon-basierten SmartTouch-Bedienelementen vor. Als Reaktionszeit benötigt das LCD-Panel nur 8 ms. Anspruchsvolle PC-Anwender schätzen die USB 2.0 High-speed-Schnittstelle. Der Philips CableCover verdeckt alle Strom- und Verbindungskabel. Der Druck auf eine Taste an der Monitorfront aktiviert „LightFrame Digital Reality“ und optimiert die Darstellungsqualität von Videos und Fotos, verbessert die Darstellung von Hauttönen, entfernt Artefakte bei JPEG-Dateien und stellt Bilder deutlich brillanter und schärfer dar.



Mit der neuen grafischen Benutzeroberfläche von LightFrame Digital Reality kann der Anwender individuelle Einstellungen für die Modi TV/Video, Internet, Foto, Text, Grafik, Gaming und sRGB festlegen. Der UVP für die 170X6 Limited Edition „Hochglanzweiß“ wird bei Markteinführung im Oktober 2005 bekanntgegeben.

Auf Fachhandel zugeschnittenes Erfolgskonzept

Mit seinem sogenannten „Fachhandels-Erfolgs-Konzept“ bietet Philips ein exklusives Programm für seine Fachhändler. „Das Ziel des ‚Erfolgskonzeptes für den Fachhandel ist die Unterstützung der klassischen Buying Groups‘, so Henrik Köhler, Vertriebsleiter Philips Consumer Electronics. Das Konzept gilt ausschließlich für die klassischen Kooperationen, Versender und den GH. Angeboten wird ein Sortiment in den Wachstumsmärkten LCD, Plasma, DVDR, DVDR/HDD und Home Theatre. Dabei ist keine Internetvermarktung über den reinen Internet-Handel und auch nicht über die Buying Groups vorgesehen. Philips sieht die Distributionsbreite als Grundvoraussetzung für den Erfolg dieser fachhandelsorientierten Zusammenarbeit.

Sony will mit der neuen Cyber-shot R1 in die SLR-Leistungsklasse vorstoßen

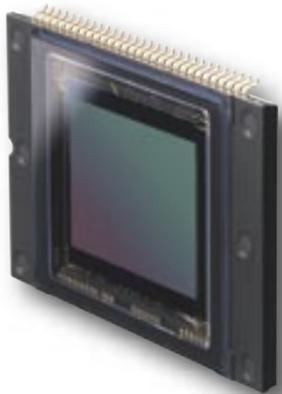
Die Alternative

Mit der umfassend ausgestatteten Cyber-Shot R1 bringt Sony eine Digitalkamera auf den Markt, die eine echte Alternative zu Spiegelreflexmodellen bieten soll. Zu den besonderen technischen Merkmalen gehören ein großer 10,3 Megapixel CMOS-Bildsensor und ein 5fach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss mit einer Brennweite von 24–120 mm (KB-äquivalent).

„Die neue Cyber-shot R1 löst die Cyber-shot F828 ab, die in den letzten zwei Jahren die erfolgreichste Kamera in diesem Segment war“, erklärte Dirk Schwarz, Senior Product Manager Digital Imaging bei Sony, auf einer Pressekonferenz. „Mit dieser in mehrfacher Hinsicht einzigartigen Digitalkamera wenden wir uns an eine Zielgruppe, die sich nicht mit einem schweren und kostspieligen SLR-System belasten, aber die Vorteile der Digitaltechnik für anspruchsvolle Fotografie nutzen möchte.“ Für solche Konsumenten, so Schwarz weiter, sei Bildqualität das entscheidende Kriterium.

10,3 Megapixel CMOS-Sensor

Schon allein der bei der neuen Cyber-shot R1 eingesetzte Bildsensor bedeutet einen Quantensprung gegenüber dem Vorgängermodell: Der 10,3 Megapixel CMOS-Chip erreicht mit Abmessungen von 21,5 x 14,4 mm nahezu APS-Format und ist damit fünfmal größer als der CCD-



Der 10,3 Megapixel CMOS-Sensor der neuen Cyber-shot R1.

Sensor der F828. Zudem bietet er fünfmal mehr Empfindlichkeit und 5,2mal mehr Kontrastumfang. Dabei arbeitet er besonders energiesparend und verbraucht nur 27 Prozent des Stroms, der bei der F828 benötigt wurde.

Auch das Rauschverhalten wurde deutlich verbessert – ein übriges tut die von Sony entwickelte Rauschreduzierung „Clear RAW NR“. Sie spielt ihre Stärken beim elektronischen Verwacklungsschutz aus: Bei wenig Licht schaltet die Kamera automatisch auf eine höhere

Lichtempfindlichkeit bis zu ISO 3.200 und ermöglicht damit eine wesentliche Verkürzung der Verschlusszeiten. Dirk Schwarz: „Dadurch ermöglicht die Cyber-shot R1 scharfe, rauschfreie Bilder auch bei schwierigen Lichtverhältnissen.“

Objektiv in Carl Zeiss Qualität

Die neue Sony Cyber-shot R1 ist mit einem von Carl Zeiss völlig neu entwickelten Vario Sonnar T* Objektiv mit einer Brennweite von 24–120 mm (KB-äquivalent) und einer Lichtstärke von F2,4–4,8 ausgestattet. Es wurde präzise auf den Sensor und die Kamera-Elektronik abgestimmt und soll vor allem die chromatische Abweichung sowie Kontrast- und Auflösungsverluste am Bildrand

deutlich verringern. „Die Weitwinkel-Brennweite von 24 mm kommt besonders den Wünschen ambitionierter Fotografen entgegen“, erläuterte Schwarz. „Zudem kann der Brennweitenbereich mit optionalen Objektiv-Konvertern sogar auf 20–204 mm erweitert werden, ohne daß die Kamera geöffnet werden muß. Deshalb besteht keine Gefahr, den Chip zu verunreinigen.“

Auch das schwenkbare 2-Zoll-Display mit 134.000 Pixeln und hoher Helligkeit bietet nach Ansicht von Schwarz gegenüber SLR-Kameras Vorteile. „Bei Spiegelreflexkameras ist bauartbedingt keine Vorschau des Bildes über das Display möglich. Dagegen kann der Bildausschnitt mit der Cyber-shot R1 auch aus der Froschperspektive oder bei Überkopf-Aufnahmen zuverlässig auf



Die neue Cyber-shot R1 von Sony kommt ab November als komplett ausgestattete Digitalkamera mit professionellen Ansprüchen auf den Markt.

dem Monitor beurteilt werden. Das gilt auch für weitere Parameter wie Helligkeit, Tiefenschärfe oder Weißabgleich.“ Für Aufnahmen bei sehr hellem Umgebungslicht verfügt die Kamera über einen elektronischen Farbsucher mit 235.000 Pixeln, der sich automatisch einschaltet, sobald sich der Fotograf dem Okular nähert.

Komplettausstattung

Der anspruchsvollen Zielgruppe entsprechend ist die Sony Cyber-shot R1 komplett ausgestattet. Allein für den Autofokus stehen drei Meßbereiche und vier -methoden zur Auswahl. Dabei beträgt die Auslöseverzögerung nach Angaben von Sony rund 0,25 Sekunden. Die Anwender haben die Wahl zwischen drei Farbräumen (Standard RGB, Vivid und Adobe RGB) und sieben Varianten für den Weißabgleich.

Blende und Verschlusszeit (30 Sekunden bis 1/3.200 Sek., B) sowie die Schärfe können manuell eingestellt werden. Dank der Sony Stamina-Technologie und der energie-

sparenden Charakteristik des CMOS-Chips sind mit der R1 nach Angaben von Sony bis zu 500 Aufnahmen pro Akkuladung möglich. Die Bilder werden wahlweise auf einem Memory Stick Pro oder CF-Karten/MicroDrive gespeichert – und zwar im JPEG- oder RAW-Format.

Für die Bearbeitung von RAW-Daten hat Sony die neue Software Image Data Converter SR mit zahlreichen Funktionen entwickelt. Die Kamera ist PictBridge-kompatibel und verfügt über eine USB 2.0-Schnittstelle und einen AV-Anschluß.

Im Lieferumfang sind ein Akku, Ladeadapter, USB-/AV-Kabel und ein Softwarepaket enthalten. Die Sony Cyber-shot R1 kommt am 16. November zu einem UVP von 949,- Euro auf den Markt.

Viel Zubehör

Zur Cyber-shot R1 bietet Sony ein breitgefächertes Zubehörsortiment an. Mit Hilfe des Adapters VAD-RA (UVP: 85,- Euro) aus Aluminium kann der Weitwinkel-Vorsatz VCL-DEH08R mit dem Faktor 0,8 (UVP: 400,- Euro) oder der Tele-Vorsatz VCL-DEH17R mit dem Faktor 1,7 (UVP: 400,- Euro) eingesetzt werden. Dagegen wird der Makro-Vorsatz VCL-M3367 (UVP: 130,- Euro) direkt auf das Objektiv aufgeschraubt. Zusätzlich gibt es verschiedene Filter, Taschen, externe Blitzgeräte, Stative und Akkus.

Verblüffendes Design: Sony Cyber-shot M2

Bei der Entwicklung der neuen Cyber-shot M2 hat Sony offensichtlich an Konsumenten gedacht, die Spaß an innovativer Technik und ungewöhnlichem Design haben. Auf den ersten Blick sieht sie wie ein Handy aus; mit ausgeklapptem Hybrid-LCD ähnelt sie auf den zweiten Blick aber auch einem Camcorder. In jedem Fall ermöglicht dieses Design



Die neue Cyber-shot M2 wird mit einer Dockingstation geliefert.

die Bedienung mit dem Daumen einer Hand. Mit einer Auflösung von 5,1 Megapixeln und einem Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv mit einer Brennweite von 38–114 mm (KB-äquivalent) ist die M2 zunächst einmal eine vollwertige Digitalkamera. Zudem kann sie filmen und im Modus „Hybrid Recording“ auch noch gleichzeitig knipsen: Dabei hält die Kamera nicht nur das Foto fest, sondern auch die fünf Sekunden vor und drei Sekunden nach der Aufnahme als Video-Clip. Diesen speichert sie wie jeden Film als MPEG-4 Datei und mit Stereoton. Zusätzlich fungiert die M2 als Fotoalbum: Jede Aufnahme wird als Kopie in VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) im 57 MB großen internen Bildspeicher abgelegt – dieser faßt bis zu 1.100 Fotos. Die Bilder werden nach Aufnahme-Datum sortiert und können über den AV-Anschluß und die im Lieferumfang enthaltene Docking Station als Diaschau auf dem PC oder Fernseher abgespielt werden. Dazu gibt es verschiedene Varianten und Hintergrundmelodien, die auch durch selbstausgewählte MP3-Musikstücke ersetzt werden können. Die Sony Cyber-shot M2 kommt im November zu einem UVP von 549 Euro auf den Markt. Auch zu diesem Gerät bietet Sony verschiedenes Zubehör wie paßgenaue Ledertasche, Akku oder Reise-Ladegerät an.

POS Neuheiten

Bei NEC gibt es die ersten DVD Brenner mit LabelFlash-Technologie



Auf der IFA hat NEC die weltweit ersten DVD Brenner mit LabelFlash-Technologie vorgestellt. LabelFlash kann beliebige Motive, Schriftzüge und Bilder auf die Oberseite von DVD-Rohlingen brennen. Der individuellen Kreativität und Gestaltung der Label durch den Anwender sind dabei so gut wie keine Grenzen gesetzt. Außerdem hat NEC zahlreiche neue Laufwerke vorgestellt, die erstmalig neben DVD+R(W) und DVD-R(W) auch DVD-RAM unterstützen. Die „LabelFlash-Technologie“ eignet sich sowohl für die beim Archivieren wichtige Beschriftung und Kennzeichnung, wie auch zur kreativen äußeren Gestaltung selbstgebrannter DVDs. Bisherige Labelsysteme mit Aufklebern werden damit überflüssig. Durch das neue Verfahren wird die Haltbarkeit der Medien deutlich gesteigert, denn bei DVD-Rohlingen besteht die Gefahr, daß Informationen nach dem Bekleben mit einem Label nicht mehr gelesen werden können. LabelFlash arbeitet mit bis zu 256 Helligkeitsabstufungen und erreicht damit hohe Bildqualität. Ein Beschriftungsvorgang in höchster Qualität dauert rund fünf Minuten. Neben der nicht mit Daten beschriebenen Oberseite des Rohlings kann auch die Datenseite selbst beschriftet werden, dies aber nur dann, wenn dort noch ausreichend freier Speicherplatz

Amstrad – Neueinsteiger in Deutschland

Die Firma Amstrad hat im Jahr 2005 ihre Vertriebsaktivitäten in Portugal, Deutschland und Polen gestartet. Das Unternehmen vertreibt Produkte aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Weiße Ware. Gegründet wurde Amstrad im Jahre 2002 in Italien, als die Konzernmutter Solaricom Italia die Rechte zur Vermarktung von Produkten unter diesem Label bekam. Bis zum Jahr 2004 stieg der Inlandsumsatz von Amstrad Produkten auf 142 Mio. Euro. „Vor sechs Wochen war uns noch nicht klar, daß es möglich sein wird, unser neues Label in Deutschland so schnell zu präsentieren. Die IFA zeigte sich für uns dann aber als voller Erfolg“, so Elvio Sarcinelli, Sales Director bei Amstrad. Zu den Amstrad Highlights auf der IFA zählten neue Plasma- und LCD-TVs sowie witzige DVD-Player in Form eines Mini-Coopers. Amstrad will sich mit über 500 Produkten im Segment der Unterhaltungselektronik im deutschen Markt positionieren. „Amstrad kann künftig durchaus als Vollsortimenter im Bereich Unterhaltungselektronik bezeichnet werden“, so Sarcinelli. „Heute stehen wir an dem Punkt, an dem es gilt, Gespräche mit dem Handel zu führen, wobei unser Interesse hier besonders den Marktteilnehmern im Consumer Electronics Bereich gilt. Derzeit sind wir auch im Gespräch mit verschiedenen Serviceunternehmen. Wie in Italien auch gilt es, hier ein geschlossenes Servicenetz aufzubauen, um Kundennähe bieten zu können.“



Zeigte sich mit der Präsentation auf der IFA überaus zufrieden: Elvio Sarcinelli, Director Sales der in Deutschland neuen Marke Amstrad.

zur Verfügung steht. Für den Einsatz von LabelFlash sind Rohlinge erforderlich, die über eine beschriftungsfähige Oberseite verfügen. Bei derartigen Medien ist die zu beschriftende Oberseite durch eine 0,6 Millimeter starke robuste Deckschicht geschützt. Dies macht die Beschriftung auch bei dauerhafter Einwirkung von Licht

langlebig. Den Brenner ND-4551A mit „LabelFlash-Technologie“ kann man als einen Alleskönner bezeichnen: DVD-Minus- und DVD-Plus-Medien werden mit bis zu 16facher-DVD-Geschwindigkeit beschrieben, wiederbeschreibbare (DVD+RW) und Double-Layer-DVDs (DVD+R9) mit bis zu achtfacher Geschwindigkeit. DVD-

RW und DVD-R DL werden mit maximal sechsfachem Speed bearbeitet. Bei DVD-RAM wird fünffaches Schreibtempo erreicht. Beim Lesen überzeugt der Brenner mit 16facher-DVD- und 48facher-CD-Geschwindigkeit. Unter der Bezeichnung ND-4550A bringt NEC ein preisgünstigeres Modell ohne LabelFlash mit gleichen Schreib- und Leseleistungen wie der ND-4551A in den Handel. Zwei Slim SuperMulti DVD Brenner wahlweise mit und ohne LabelFlash bringt NEC unter den Bezeichnungen ND-7551A und ND-7550A. Die PC Laufwerke ND-7750A/ND-7751A (Slimline) und das Slimline Laufwerk für Notebooks sind bereits ab Oktober erhältlich.

„Multytenne“ von TechniSat



TechniSat präsentierte auf der IFA die Multytenne. Die „Multytenne“ ist eine sogenannte Minisatellitenantenne mit nur 45 cm Durchmesser und einer zum Patent angemeldeten digitalen Empfangseinheit, über die digitale TV- und Radioprogramme von gleich vier unterschiedlichen Orbitpositionen parallel empfangen werden können. Die Antenne muß wie eine „ganz normale“ Satellitenantenne nur auf die „deutsche“ Hauptorbitposition Astra 19,2° Ost ausgerichtet werden. Die Empfangseinheit der TechniSat „Multytenne“ ist so ausgelegt, daß dadurch zusätzlich zu Astra 19,2° Ost deutschlandweit die drei Satellitenpositionen Eutelsat 13° Ost, Astra 23,5° Ost und Eurobird-Astra 28,5° Ost empfangen werden können. Die TechniSat Multytenne ist zu jedem digitalen Satellitenreceiver mit DiSEqC 1.0 Steuerung kompatibel.

Tragbares Soundsystem von SanDisk



SanDisk Corporation präsentierte auf der IFA das Sansa Speaker Dock, ein tragbares Soundsystem, das sowohl Musik von SanDisks digitalen Audio Playern der Sansa-Reihe als auch von anderen Geräten, wie zum Beispiel CD- und DVD-Playern sowie von Notebooks abspielen kann. Das einteilige System mit schlankem Design besteht aus vier Lautsprechern und einem Verstärker mit Lautstärke-Regelung. Die Bedienung ist den Angaben zufolge einfach: Der MP3-Player wird in den dafür vorgesehenen Steckplatz eingefügt und an das Verbindungskabel angeschlossen. Sämtliche Soundquellen – also auch FM Radiosender – können über die Lautsprecher abgespielt werden. Die vier Lautsprecher aus Aluminium werden mit Neodym-Magneten betrieben. Das Gehäuse des Sansa Speaker Docks besteht aus einer glänzend weißen Hülle mit metallgrauen Zierleisten. Die Maße sind: 37,4 x 309 x 62,8 mm. Im Lieferumfang enthalten ist ein Gürtelclip, mit dem sich der Player bequem tragen läßt.

SanDisk stellt ersten USB-Stick mit U3 vor



SanDisk hat seinen ersten USB-Stick mit U3-Technologie vorgestellt. U3 ist ein neues leistungsstarkes Softwarekonzept, das es dem Nutzer erlaubt, seinen persönlichen Arbeitsplatz – inklusive Dateien, Programmen, Paßwörtern und Einstellungen – auf einem USB-Stick, der so klein wie eine Kaugummipackung ist, zu speichern und zu verwalten. Vorgestellt wurden die ersten U3-Produkte von SanDisk auf der DEMOfall im Hyatt Huntington Beach, USA. Dort wurden 70 der weltweit vielversprechendsten Technologien präsentiert. Die SanDisk Cruiser Micro USB-Sticks mit U3-Technologie, die mit dem U3 Smart Logo auf Produkt und Verpackung gekennzeichnet sind, werden ab Oktober im US-amerikanischen Einzelhandel erhältlich sein.

Ricoh nimmt zwei neue Caplio Digitalkameras ins Programm



Mit der neuen Caplio R3 bringt Ricoh eine kompakte Digitalkamera auf den Markt, die mit einem Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28–200 mm (KB-äquivalent) ausgestattet ist. Zudem hat der japanische Hersteller mit der GR Digital ein besonders edles Modell für Liebhaber angekündigt.

Trotz des großen Brennweitenbereichs wurde das Zoomobjektiv der Caplio R3 so konstruiert, daß seine Fassung bei ausgeschalteter Kamera kaum spürbar aus dem Gehäuse herausragt. Das ist dem neu entwickelten doppelten Retracting Lens System zu verdanken, mit dem Ricoh seine Lösung für die Unterbringung aufwendiger Objektiv in schlanken Kameragehäusen weiterentwickelt hat. Mit Abmessungen von 95 x 26 x 53 mm verdient das Kameragehäuse durchaus die Bezeichnung Taschenformat – dazu trägt auch das geringe Gewicht von 135 Gramm (ohne Akku) bei.

Um die hohe Verwacklungsgefahr bei der langen Tele-Brennweite von 200 mm zu verringern, hat Ricoh die Caplio R3 mit einem elektronischen Bildstabilisator ausgestattet, der nach der CCD-Shift-Methode funktioniert. Das Autofokussystem stellt in einem Bereich von 30 cm (Weitwinkel 28 mm) bzw. einem Meter (Tele) bis unendlich automatisch scharf. Mit der Makro-Funktion der Kamera kann man sich dem Motiv sogar bis auf ein Zentimeter (Weitwinkel) bzw. 14 cm (Tele) Abstand nähern. Dabei stellt die neue Zoom-Makro-Funktion die Brennweite automatisch so ein, daß jedes Motiv so groß wie möglich aufgenommen wird. Zudem kann mit Hilfe des wählbaren Autofokus-Zielpunkts auf jedes Bildteil scharf gestellt werden, ohne daß die Kamera bewegt werden muß.

Wie bei Ricoh gewohnt, reagiert auch die Caplio R3 schnell auf das Drücken des Auslösers – die Verzögerung beträgt durchschnittlich nur 0,09 Sekunden und verkürzt sich bei Schärfespeicherung auf nur noch etwa 1/150 Sekunden. Auch die Bildfolge von 0,5 Sekunden und die Einschaltverzögerung von 1,1 Sekunden (bei ausgeschaltetem Blitz) verdienen Beachtung.

Eine weitere bemerkenswerte Funktion ist die (abschaltbare) automatische Parallaxenkorrektur bei trapezförmigen Strukturen: Sie werden von der Kamera erkannt und entzerrt, was sich besonders bei der Aufnahme von Flipcharts, Projektionsbildern etc. positiv auswirkt.

Der 2,5“ große LCD-Monitor der Caplio R3 bietet einen guten Überblick. Bei der Wiedergabe können bis zu zwölf Bilder gleichzeitig angezeigt werden. Zudem läßt sich das Display zum „Vor- und Rückspulen“ in drei Felder aufteilen. Für Einsätze bei heller Umgebung kann der Monitor mit einem Tastendruck auf höchste Helligkeit gestellt werden. Die Ricoh Caplio R3 ist sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 399 Euro.

Für Freunde ausgefeilter Kameratechnik hat Ricoh die GR Digital entwickelt. Sie ist sozusagen die zeitgemäße Nachfolgerin der flachen und edlen Ricoh GR und soll vor allem Hobbyfotografen ansprechen, die sich für besonders hochwertige Kameratechnik begeistern können. In das Gehäuse aus einer Aluminium-Magnesium-Legierung mit Abmessungen von 107 x 25 x 58 mm hat Ricoh aufwendige Technik eingebaut. Dabei wurde das 28 mm Objektiv (Kleinbild-äquivalent) mit einer Lichtstärke von 1:2,4 speziell auf den Sensorchip mit einer effektiven Auflösung von 8,13 Millionen Pixeln abgestimmt. Das Autofokussystem sorgt im Bereich von 30 cm bis unendlich (Makro: ab ein Zentimeter) für ausgezeichnete Schärfe – sie kann aber auch ebenso wie die Belichtung manuell eingestellt werden. Bei der TTL/CCD-Belichtungsmessung hat der Anwender die Wahl zwischen Mehrfeld (256 Zonen), mittigenbetont und Spot. Als Alternative zur Programmautomatik steht neben der manuellen Einstellung auch eine Halbautomatik mit Blendenpriorität zur Verfügung. Zudem gibt es verschiedene Motivprogramme, und

natürlich kann die GR Digital auch Filmszenen aufnehmen. Die Bilder werden auf SD-Karte entweder als JPEG oder im RAW-Modus gespeichert. Zu dieser edlen Kamera bietet Ricoh eine Auswahl von Zubehör an. Dazu gehört ein aufsteckbarer optischer Sucher, mit dem das edle Design der Caplio GR noch unterstrichen wird. Die Kamera soll voraussichtlich ab Anfang November verfügbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 599 Euro.



Die neue Ricoh GR Digital mit aufsteckbarem optischem Sucher

POS Aktuell

Ingram Micro verlagert Value Added Networking Distribution

Mit Wirkung zum 1. September hat Ingram Micro das Geschäftsmodell der Value Added Networking Distribution von der bisherigen Betriebsstätte Neuwied in die Konzernzentrale in Dornach bei München verlegt. Die Marktsituation im Netzwerkbereich mit seit Jahren verfallenden Preisen, schwindenden Margen und einem spürbar zurückgegangenen Wachstum machte diese Maßnahme nach Angabe der Unternehmensleitung erforderlich. Veränderungen der Marktsituation hatten bereits vor einem Jahr Anstoß zu einer Reorganisation gegeben: In einem ersten Schritt wurden damals die Back-Office-Funktionen von Neuwied in die Konzernzentrale verlegt. „Wir werden nun in einem zweiten Schritt das gesamte Netzwerkgeschäft in der Zentrale bündeln“, so Gerhard Schulz, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Bislang bestand für einige Geschäftspartner eine doppelte Betreuung in Dornach und Neuwied. Diese Redundanzen werden im Zuge der Standortschließung nun abgebaut. Der Verkauf wird durch die Maßnahmen nicht beeinträchtigt: Sämtliche Telefonnummern des Fokus-Sales bleiben erhalten“, so der Firmenchef. Am Konzept von „Volume & Value“ will Ingram Micro festhalten: Auch in Zukunft wird Netzwerkkunden die Kombination breiter Produktverfügbarkeit plus Lösungskompetenz angeboten. „Den Kunden stehen wir weiterhin als One-Stop-Shopping-Plattform für ihren gesamten Bedarf an High- und Low-End-Netzwerkprodukten zur Verfügung“, erklärte Schulz. Auch in Richtung Hersteller ändert sich nichts: „Für unsere Lieferanten im Netzwerkbereich sind wir ebenfalls weiterhin der Partner am Markt, der sie bei der Umsetzung ihrer jeweiligen Geschäftsstrategie bestmöglich unterstützen kann: Gleichgültig, ob der Hersteller den Weg verfolgt, sein Portfolio in Richtung beratungsintensives High-End-Geschäft zu gestalten und seine Zielgruppe eher im spezialisierten Projektgeschäft angesiedelt sieht oder ob er im Gegenteil eine Entwicklung seiner Produkte hin zu einem Verkauf in den Massenmarkt forciert“, ergänzte Robert Beck, Geschäftsführer Produktmanagement, die Ausführungen des Firmenchefs.

FRISCHER WIND FÜR EXZELLENTER BILDQUALITÄT



Erleben Sie den neuen Panasonic SD Camcorder

Der S100 Camcorder verbindet die unschlagbare 3CCD Profi-Technologie mit dem neuesten Stand der Video-Komprimierung MPEG2. Dabei werden die Aufnahmen in DVD-Qualität auf SD Memory Card abgespeichert. Kompakt und erschütterungsfrei ist die SD Memory Card das perfekte Medium für Videoaufnahmen. Extrem handlich, mit optischem Bildstabilisator und LEICA DICOMAR Objektiv wird der S100 zu einem exzellenten Begleiter in allen Lebenslagen!

Mehr Informationen unter:
www.panasonic.de

3CCD



LEICA
DICOMAR

SD e.cam

Panasonic
ideas for life

Acer mit CE-Sortiment

Acer, bekannt als Anbieter im PC-Markt, hat seine Aktivitäten auf den Bereich Consumer Electronics ausgedehnt.

Das aktuelle Acer-Angebot im CE-Segment reicht zunächst von Home Entertainment-Produkten wie LCD-TVs und Projektoren über MP3-Player bis hin zu Digitalkameras.

Acer betrachtet den Eintritt in den CE-Markt als konsequente Erweiterung seiner bisherigen strategischen Geschäftsfelder. Einerseits besitzt das Unternehmen ein ausgewiesenes Know-how und langjährige Erfahrung im Segment LCDs, dies wird unterstrichen durch eine führende Marktposition bei den LC-Displays in Europa (Marktanteil Q2/2005: 18,7 Prozent). Damit ist

das Unternehmen prädestiniert für den Einstieg ins LCD-TV-Geschäft. Und andererseits wachsen die Bereiche IT und CE zunehmend zusammen. Ein Beispiel hierfür sind Heim-PCs, die mit dem Microsoft Media Center ausgestattet sind. Als IT-Anbieter will Acer die Konvergenz-Entwicklung aktiv mitbestimmen. Im Hinblick auf die strategische Unternehmensausrichtung setzt Acer auch im CE-Segment auf sein Erfolgsmodell aus dem IT-Bereich: Businessmodell (indirekter Vertrieb) und Marktnähe, d.h. im Fokus steht der konkrete Anwendernutzen, sind hier die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Acer Deutschland, die modifiziert auf den CE-Markt übertragen werden sollen. Das bedeutet hinsichtlich der CE-Vertriebsstrategie: Eindeutiges Bekenntnis zum indirekten Vertrieb über den CE-Fachhandel und



„Unsere Absicht ist es, Acer kurzfristig als Top-Marke in das Bewußtsein des CE-Konsumenten zu rücken“, so Business-Unit Leiter Bernd Wulf zu den Unternehmenszielen.

Fachhandelsorganisationen und damit klare Absage an Food, Kaffeeröster, Baumärkte oder Discounter als potentielle Vertriebswege. Das aktuelle Acer Produktspektrum reicht von LCD-TVs in einer Größe von 20" bis 37" bis hin zu innovativen Kon-

vergenz-Produkten wie dem Acer Living Center, dem PC Aspire L200, der über Audio-/Video-Funktionalitäten verfügt, und dem Acer Media Gateway, das z. B. die drahtlose Übertragung digitaler Daten auf das TV-Gerät ermöglicht. Zudem verfügt Acer über

eine umfangreiche Produktpalette an Projektoren für das zukunftsweisende Heimkino-Erlebnis. Bereits seit längerem erfolgreich tätig ist Acer auch im Bereich der Digitalkameras. Neueste Modelle sind eine 8- und zwei 6-Megapixel-Kameras. Und im Segment Multimedia ist Acer seit Jahren ein etablierter Anbieter.

Das Portfolio umfaßt u. a. USB Flash Sticks und MP3 Festplatten-Player. Kurzfristig wird Acer weitere LCD-TVs sowie Festplatten-Recorder auf den Markt bringen. Acer Business-Unit-Leiter Bernd Wulf zu den Unternehmenszielen: „Unsere Absicht ist es, Acer kurzfristig als ‚Top-Marke‘ in das Bewußtsein des CE-Konsumenten zu rücken – sowohl unter dem Aspekt der Qualität als auch des Preis-/Leistungs-Verhältnisses. Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir zum einen innovative Produkte auf den Markt bringen und uns zum anderen mit effizienten und verlässlichen Konzepten als wichtiger Partner des CE-Fachhandels positionieren.“

Neuheiten

Humax DB-100S: Interaktiver BluCom Satreceiver



Mit dem neuen BluCom-Receiver DB-100S ermöglicht Humax auch über das heimische TV-Gerät Interaktivität. Mit dem Einsatz der BluCom-Technologie, die in den digitalen Satellitenreceiver integriert worden ist, wird dem Zuschauer ein Rückkanal zur Verfügung gestellt, mit dem er interaktive Angebote der TV-Sender vom Fernsehsessel aus nutzen kann. Den neuen BluCom-Receiver DB-100S zeigte Humax erstmalig im September auf der IBC in Amsterdam. Die BluCom-Technologie wurde von dem Astra-Tochterunternehmen APS (Astra Platform Services) entwickelt. BluCom-Informationen werden von den Sendern parallel zu Bild- und Tonsignalen übertragen. Eine BluCom-fähige Set-Top-Box wie der Humax DB-100S kann die BluCom-Signale separieren und übermittelt sie an ein Bluetooth-kompatibles Mobiltelefon. Auf dessen Display werden dann die parallel zur Sendung übertragenen Angebote, wie zum Beispiel Programm-Informationen, ergänzende Texte mit Standbildern, Buttons zum Anklicken für Wetten, Votings oder Online-Bestellungen angezeigt. Der Zuschauer kann, sofern er das wünscht, durch Eingaben mit der Handytastatur wetten, abstimmen oder einkaufen. Das Handy wandelt die entsprechenden Eingaben des Benutzers automatisch in SMS-Botschaften um, die direkt zum Sender übermittelt und dort weiterverarbeitet werden. „Einer der wichtigsten Mehrwerte des digitalen Fernsehens ist die mögliche Interaktivität“, so Franz Simais, Geschäftsführer der Humax Digital GmbH. „Mit dem neuen BluCom-fähigen Satellitenreceiver von Humax setzen wir genau an dieser Stelle an und ermöglichen dem Zuschauer die attraktiven, programmergänzenden Angebote zu

nutzen. Unsere Kunden wollen Komfort, einfache Bedienung und hohe Qualität. Humax vereint erneut alle diese Ansprüche in einem Gerät.“

NEC: Weltweit erstes PC-Laufwerk für HD DVD



NEC bringt im Oktober das weltweit erste 5 1/4 Zoll PC-Laufwerk für HD DVDs auf den Markt. Der NEC HD DVD Multi-reader HR-1100A ist abwärtskompatibel und kann neben den neuen HD DVDs im gleichen Laufwerk auch alle herkömmlichen DVDs und CDs lesen und abspielen. Die Abwärtskompatibilität wird durch den von NEC entwickelten Dual-Laserkopf (Dual Laser Pickup) ermöglicht, der neben dem bisher bei optischen Speicherlaufwerken verwendeten roten und ultravioletten Licht auch blaues Laser-Licht zum Auslesen der Informationen einsetzen kann. HD DVD Medien werden mit 2facher Geschwindigkeit gelesen. DVD-Minus- und DVD-Plus-Medien und Double-Layer-DVDs können mit bis zu 8fach-DVD-Geschwindigkeit gelesen werden. Bei DVD-RAM wird fünffache Lesegeschwindigkeit erreicht. CD-ROM-Medien liest der HD DVD Multireader mit 32fach-CD-Geschwindigkeit.

Buffalo WHR-G54S: AirStation Wireless Cable/DSL Smart Router



Mit dem neuen WHR-G54S präsentiert der Netzwerk- und Speicherspezialist Buffalo Technology einen Router und eine Bridge in einem Gerät. Das kompakte Gerät bietet unter einer deutschsprachigen Benutzeroberfläche zahlreiche optimierte Features für den Heim- und KMU-Bereich wie Smart Routing und AOSS. Für kleinere und mittelgroße Unternehmen ist die Bridge-Funktion von hohem Nutzwert, die sich ganz einfach per Umschalter aktivieren läßt. Zwischen den Funktionen Router und Bridge kann mit einem Schieberegler gewechselt werden. Im Router-Modus kann eine DSL- oder Kabel-Verbindung für

den drahtlosen Datentransfer verwendet werden, während im Bridge-Modus schnell und einfach eine Erweiterung der Reichweite des Netzwerks möglich ist. Mit der integrierten Smart Routing Funktionalität werden DSL- oder Kabel-Verbindungen automatisch erkannt und konfiguriert. Der Wireless DSL-Router Buffalo WHR-G54S kombiniert den Netzwerkstandard 802.11g mit Buffalos 125 High-Speed Mode, mit dem die tatsächlich realisierte Geschwindigkeit der drahtlosen Verbindung gesteigert wird. Die zum Patent angemeldete AOSS-Technologie sorgt per Knopfdruck für gesicherte, verschlüsselte Netzwerkverbindungen mit WPA- (TKIP, AES) oder WEP- (64/128 Bit). Mit Privacy Separator, Intrusion Detector und NAT/SPI Firewall stellt der Router weitere Sicherheitsfeatures zur Verfügung. Die speziell für den deutschen Markt entwickelte Benutzeroberfläche und die einfache Umschaltfunktion zwischen Router und Bridge machen den Router zur optimalen Wahl für das drahtlose Heim- und KMU-Netzwerk.“ Mit seinen Abmessungen von nur 2,8 x 13 x 14 cm paßt das Gerät problemlos in jede Wohn- und Arbeitsumgebung. Der AirStation Wireless Kabel/DSL Smart Router WHR-G54S ist zum UVP von 99,99 Euro verfügbar. Buffalo gewährt auf AirStation-Produkte 24 Monate Garantie.



Schneller Begleiter: BenQ Joybook R53 mit 16 ms



BenQ erweitert seine Produktpalette mit einem Business-Notebook. Das Gerät vereint eine mobile Intel Centrino-CPU, hohe Grafikleistung und ein Display mit niedrigen Reaktionszeiten mit anspruchsvollem Design. Das Joybook R53 ist mit einem Pentium M750 (1,86 Ghz, 2 MB L2 Cache), einem Hauptspeicher von

512 MB und einer Festplatte mit 80 GB Kapazität bestückt. Das Notebook verfügt über eine WLAN-Schnittstelle nach 802.11a/b/g und ist mit einem Double Layer DVD-Brenner ausgerüstet. Der 15,4"-Widescreen-Bildschirm besitzt eine



Auflösung von 1.280 x 768 Bildpunkten, den Helligkeitswert von 200 cd/m² und eine Reaktionszeit von 16 ms. Die Performance des Grafikchipsatz X600 von ATI mit 64 MByte DDR-RAM wird selbst anspruchsvollsten Computer-Spielen gerecht. Der 6 Zellen Lithium Ionen Akku stellt dem Joybook R53 ausreichend Energie für bis zu vier Stunden Laufzeit zur Verfügung. Das Gerät ist mit 4fachem USB Hub-, einem Firewire-, einem VGA out-, einem PCMCIA Type II- und einem S-Video-Anschluß ausgestattet. Außerdem steht ein Modem mit 56k (RJ11), ein DC-in- und ein Netzwerk Anschluß (RJ45) zur Verfügung. Der integrierte 5 in 1 Kartenleser unterstützt Memory Stick, Secure Digital, Multimedia Card, xD und Memory Stick pro. Als Betriebssystem ist Windows XP Pro vorinstalliert. Die Abmessungen betragen 36,3 x 26,9 x 3,8 cm und das Gewicht 2,6 kg. Das Joybook R53 von BenQ ist zum UVP von 1.189 Euro (XPH) und 1.229 (XPP) inklusive MwSt. erhältlich.

Roxios Brennlösung Toast 7 für Macintosh



Mit seiner ersten Brenn-Lösung Toast 7 für Apple Macintosh will Roxio das Brennen und Beschreiben von CDs und DVDs neu definieren. Toast 7 vervollständigt und erweitert die Funktionen des Mac

OS und der iLife Anwendungen nach Angaben des Herstellers um innovative Funktionen und bahnbrechende Fähigkeiten, einschließlich der Erzeugung von Music DVDs, Multi-Image HD Diashows, Data Spanning und One-Step DivX Discs. Der Anwender wird durch Toast 7 in die Lage versetzt, seine kompletten digitalen Sammlungen zu kopieren, zu sichern, anzuhören und anzuschauen.

Die neueste Version ermöglicht Tasks, die bisher für Mac-Anwender nicht zu realisieren waren. Zu diesen Funktionen zählen Multi-Image High Definition Diashows mit Schwenk- und Zoom-Effekten, Übergänge und Hintergrund-Soundtracks, Audio DVDs mit mehr als 50 Stunden Musik in hochwertiger Dolby-Qualität und fortschrittliche Navigation sowie Data Spanning. Data Spanning erlaubt Backups von großen Files, Ordnern und Anwendungen über mehrere CDs oder DVDs hinweg. Obwohl Toast 7 über so viele neue Funktionen verfügt, sind der einfache Workflow und die vertraute Oberfläche gleich geblieben.

Toast 7 ist außerdem die weltweit erste Third-Party Applikation, die DivX6 unterstützt. Diese leistungsstarke Kompressions-Technologie versetzt Anwender in die Lage, in einem einzigen Schritt Files im DivX Format in DVD-Video Disks umzuwandeln. Anwender können damit jedes Video-File ins DivX Format konvertieren und aus iMovie HD und FinalCut HD Projekten echte HD Video-Disks erzeugen und diese auf einem DivX HD-fähigen DVD Player anschauen. „Toast 7 definiert einen neuen Brennstandard und ist die Lösung, um schnell und effektiv große Sammlungen digitaler Musik, Filme und Fotos auf CD und VD zu sichern, auszutauschen und sich daran zu erfreuen“, so Adam Fingerman, Director of Product Management bei Roxio, einer Division von Sonic Solutions. Toast 7 ist, auch in der deutschen Version, zum UVP von 99,99 Euro für den Handel verfügbar, wird aber von Roxio auch zum Download angeboten. Für registrierte Besitzer von Toast 5 und 6 gibt es ein Upgrade für 79,99 Euro.

Vom Digital-Pionier zur Kamera-Marke mit Lifestyle-Image 10 JAHRE CASIO DIGITALKAMERAS

Ein besonderes Jubiläum feierte Casio in diesem Jahr auf der IFA: Vor zehn Jahren brachte das japanische Unternehmen die erste digitale Kamera auf den Markt, die ausdrücklich für Endverbraucher gedacht war. Damals machte die QV-10 mit der bescheidenen Auflösung 320 x 240 Pixel noch den Eindruck eines technischen Spielzeugs – inzwischen gehört Casio mit der erfolgreichen Marke Exilim zu den etablierten Digitalkamera-Anbietern, und zwar auch und gerade im oberen Marktsegment.



Die erste einer neuen Generation: Die Casio QV-10 mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln wurde auf der IFA 1995 gezeigt. Ihr interner Speicher faßte bis zu 96 Bilder; der empfohlene Verkaufspreis betrug damals 1.799,- DM.

Durchbruch mit Exilim

Nachdem der Boom in der Digitalfotografie zu hartem Wettbewerb unter den Anbietern geführt hatte, reagierte Casio im Jahre 2002 mit der Einführung der weltweit ersten



Die erste Exilim eröffnete im Jahr 2002 eine ganz neue Produktkategorie im Digitalkamera-Markt.

Daß Casio mit der Marke Exilim heute zu den wichtigsten Partnern des High-Tech-Fachhandels gehört, ist das Ergebnis einer konsequenten Strategie: Von Anfang an baute das Unternehmen den neuen Produktbereich systematisch aus und verstand es, seine traditionelle Kompetenz in der Entwicklung digitaler Technologien mit der Etablierung profunden Know-hows im Kamerabau zu verbinden. Der „Newcomer“ im Kamera-Markt wurde auf diese Weise zum ernstzunehmenden Innovator. Bereits 1998 kam die erste Casio Digitalkamera mit 1,3 Megapixeln auf den Markt.

ultraflachen LCD-Digitalkamera im Kreditkartenformat: der Exilim EX-S1. Durch die konsequente Nutzung der Digitaltechnik zur Miniaturisierung gelang es der japanischen Technologie-Schmiede, ein damals konkurrenzloses Produkt zu entwickeln, dessen Alleinstellung durch die Einführung einer neuen Marke unterstrichen



Freuten sich auf der IFA zehn Jahre nach dem Digitalkamera-Start über rege Order-Tätigkeit: Ricky Stewart, Deputy General Division Manager bei Casio Europe (links) und Produktmanager Sigbert Laakmann.

wurde: Exilim stand fortan für innovative Kameratechnik von Casio – und für digitalen Lifestyle. Mit der Exilim Engine, die durch die integrierte Bauweise von Chip, Objektiv und Prozessor ein ultrakompaktes Kameradesign ermöglichte, und der Entwicklung der ersten Digitalkamera mit keramischer Linse, der Exilim Card EXS100, gelang es in den folgenden Jahren, weitere Innovationen erfolgreich auf den Markt zu bringen.

Wertschöpfungsstrategie

Diese Innovationskraft ermöglichte es Casio, die Marke Exilim langfristig in überdurchschnittlichen Preissegmenten zu positionieren und damit nicht nur die Marktanteile im Kamerageschäft auszubauen, sondern auch – anders als mancher andere Anbieter – auch

Erträge zu erwirtschaften. Dazu trug neben den Kameras selbst das Zubehör-Geschäft wesentlich bei. Denn zu den Exilim Kameras wurden pfiffige Accessoires entwickelt, die zum einen den Lifestyle-Charakter der Marke unterstreichen, zum anderen aber zusätzliche Renditen ermöglichen. „Heute verkaufen besonders aktive Händler bis zu 80 Prozent ihrer Exilim-Kameras zusammen mit einer Exilim-Tasche“, betonte Ricky Stewart, Deputy General Division Manager Digital Imaging bei Casio Europe. „Auf diese Weise können die Erträge jedes Kameraverkaufs deutlich gesteigert werden.“

Intensive Händlerbetreuung

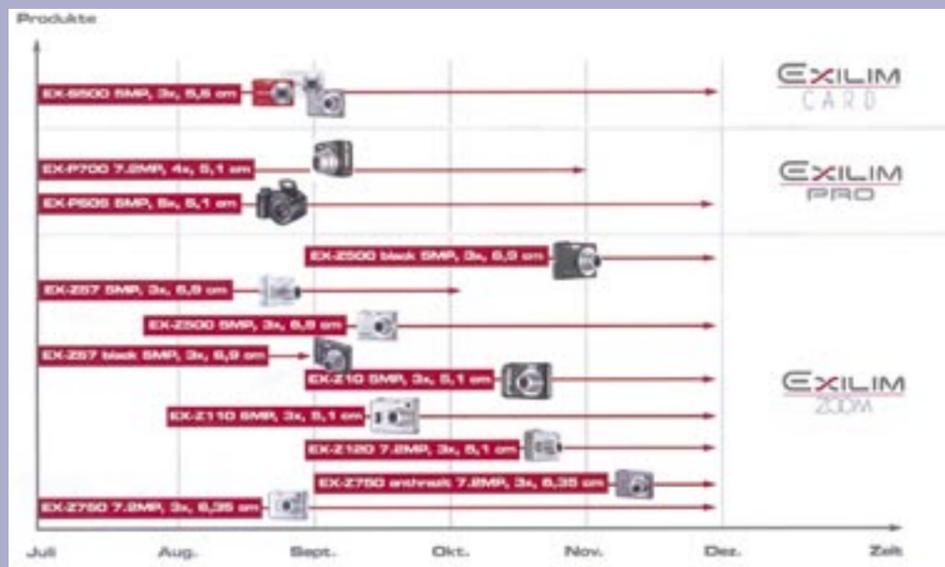
Von Anfang an hat Casio die Bedeutung qualifizierter Vertriebswege für Digitalkameras erkannt. Darum wurde und wird der Fachhandel gezielt



Das neueste Nachfolgemodell der Legende im Scheckkartenformat, die Exilim EX-S500, ist in drei Farbvarianten erhältlich.

Umfassende Produktpalette

Zehn Jahre nach dem Start bietet Casio ein umfassendes Digitalkamera-Sortiment an, das den Ansprüchen verschiedener Zielgruppen gerecht wird. Drei Sub-Marken machen das deutlich: Exilim Card mit dem neuen Modell EXS500 richtet sich an designorientierte Konsumenten und symbolisiert das typische ultraflache Exilim-Design. Exilim Pro ist für ambitionierte Fotografen gedacht, die Wert auf Kameratechnik legen. Die Modelle EX-P700 (7,2 Megapixel, 4fach-Zoomobjektiv) und EX-P505 (5 Megapixel, 5fach-Zoomobjektiv) verbinden dabei kompakte Bauweise mit reichhaltiger fotografischer Ausstattung.



Mit einem umfassenden Sortiment von Exilim Kameras für unterschiedliche Zielgruppen geht Casio in den Herbst und Winter.



Christine Szerement-Hühn, Deputy Sales Manager bei Casio Europe

Die Exilim Zoom Digitalkameras sind besonders bedienerfreundlich und wurden für Kunden entwickelt, die auf unkomplizierte Weise gute Bilder machen wollen und dabei auf eine schöne Kamera Wert legen. Hier stehen zur Zeit neun verschiedene Modelle mit unterschiedlichen Ausstattungen und Auflösungen zwischen 5 und 7,2 Megapixeln zur Verfügung. Rechtzeitig vor der verkaufstärksten Zeit des Jahres hat Casio soeben mit den neuen Exilim Zoom Kameras EX-Z10, EX-Z110 und EX-Z120 (siehe PoS-MAIL 9/2005, S. 20) im Einsteiger-Segment nachgelegt.

angesprochen und durch zahlreiche Maßnahmen unterstützt. Erst vor wenigen Wochen hat das Unternehmen seine Vertriebsmannschaft reorganisiert und damit die Betreuung der Handelspartner weiter verbessert. Neun Außendienstmitarbeiter stehen jetzt – koordiniert von Senior Sales Representative Christian Abrodar – als Ansprechpartner in Deutschland zur Verfügung, zwei betreuen den österreichischen Markt. „Dieser Schritt war nötig, um unsere Wettbewerbsfähigkeit weiter auszubauen“, erläutert Christine Szerement-Hühn, Deputy Sales Manager Casio Europe. „Wir haben nun noch mehr Kapazitäten, unsere Kunden intensiv zu betreuen und die vielen Aktivitäten von Casio transparent zu machen.“

Neuheiten

Flatron M203WX: Fotos direkt vom Cardreader

LGs neueste TV-Monitor-Kombination Flatron M203WX ist mit einem integrierten Multicard-Reader ausgestattet, der alle gängigen Speicherkarten lesen und darauf gespeicherte Bilder, Videos, Videospiele, Tabellen oder Präsentationen direkt auf dem 20 Zoll großen TFT-Bildschirm darstellen kann. Außerdem verfügt der Flatron M203WX über einen integrierten TV-Kabel-Tuner, hat einen Bildschirm im 16:10 Breitbildformat, zeichnet sich durch hohe Bild- und Sound-Qualität aus, benötigt nur 16 Millisekunden Reaktionszeit und verwöhnt den Anwender mit zahlreichen weiteren Ausstattungsmerkmalen. Auch als Fernseher zeigt sich der Bildschirm von seiner besten Seite. Mit seiner



Bildschirmdiagonalen von mehr als 50 cm und komfortabler Fernbedienung eignet sich das Gerät auch als Zweit-TV und ist mit seinen technischen Daten für den hochauflösenden Fernsehstandard der Zukunft, HDTV, vorbereitet. Mit der Bild-

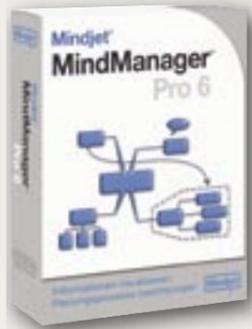
in-Bild- und Bild-außer-Bild-Funktion kann der Anwender in einer Ecke des Displays die TV-Nachrichten verfolgen, während er am gleichen Monitor mit einer PC-Anwendung arbeitet. Der TFT-TV-Monitor Flatron M203WX ist zum UVP von 799 Euro verfügbar.



Visuelle Businesszentrale: Mindjet MindManager Pro 6

Mindjet, Anbieter von Software zur Visualisierung und Steuerung von Informationen, bringt die neueste Version seiner MindManager Software auf den Markt: Mindjet MindManager Pro 6 unterstützt die visuelle Aufbereitung komplexer Informationen von der Sammlung von Besprechungsnotizen über die Entwicklung von Vertriebskampagnen bis hin zum Entwurf von Businessplänen. Aufgaben und Berechnungen können direkt in die Map integriert und als Tabelle, Balkengrafik oder Organigramm dargestellt werden. Besonders im Bereich Projekt- und Prozeßplanung gibt es Neuerungen. Zur besseren Visualisierung lassen sich jetzt auch einzelne Zweige als Organigramm darstellen. Ein Highlight ist die Anbindung an Microsoft Visio. Damit wird eine weitere Möglichkeit eröffnet, Maps in ein etabliertes Standardformat zu überführen. Neu ist auch die Möglichkeit, beliebig viele Anhänge einem Zweig hinzuzufügen. Anders als bisher, können zusätzlich zum aktiven Hyperlink in MindManager 6 mehrere Anhänge an einen Zweig gehängt werden. Inhalte werden direkt in der Map gespeichert und gehen nicht verloren.

„Weltweit nutzen bereits mehr als 600.000 Anwender die MindManager Software – vom Geschäftsführer bis zum Vertriebsmitarbeiter. Bei der Weiterentwicklung von MindManager haben wir uns darauf konzentriert, die Funktionen für die Teamarbeit noch stärker auszubauen“, erläuterte Robert Gordon, CEO Mindjet Corporation. Mindjet MindManager Pro 6 ist zum UVP von 346,84 Euro, Mindjet MindManager Basic 6 zum UVP von 230,84 Euro erhältlich.



Notebook von Issam: smartbook i-1000C

Die Issam Computer Vertriebs GmbH zeigte, begleitet von dem Slogan „smartbook for smart people !“, auf der IFA zahlreiche neue Notebooks: Neben den Modellen smartbook i-2100V und i-5500V präsentierte der deutsche Hersteller aus Hilden mit dem smartbook i-1000C erstmalig ein Notebook mit einem Prozessor von VIA Technologies. Der VIA C3 Prozessor mit „Nehemiah“-Kern und 1.2 GHz eignet sich zum Einsatz in Notebooks für preisbewußte Anwender und Einsteiger. „Der Notebooksektor wächst tenden-

Pioneer G6 Black Crystal Plasma Displays



Mit den neu entwickelten, auf der IFA 2005 präsentierten Black Crystal Plasma Displays der sechsten Generation unterstreicht Pioneer seinen Anspruch als Technologieführer in diesem Produktbereich. Durch den Einsatz neuester Technologien und Ausstattung mit modernsten Schnittstellen leitet Pioneer mit den Black Crystal Displays einen entscheidenden Evolutionssprung bei Plasma-Bildschirmen ein. Maßgeblichen Anteil an der Realisierung der überragenden Bildqualität trägt der verbesserte Direct Colour Filter: Eine hocheffiziente Substratfolie ersetzt die bei herkömmlichen Plasma-Panels verwendeten Glas- und Luftschichten. Direct Colour Filter vermindert die (Oberflächen-)Reflexionen erheblich und erhöht bei gleicher Leuchtkraft den Kontrast. Der Betrachter kann das Geschehen auf dem Bildschirm auch bei Tageslicht in lebendigeren Farben und scharfen, kontrastreichen Bildern sehen. Weitere Vorteile sind die Eliminierung von Doppelbildern, weniger Moiré-Effekte, bessere Kantenschärfe, flacheres Display, Gewichtsreduzierung des gesamten Plasma-Panels, mehr Bildschärfe durch geringere Oberflächenreflexionen, höhere Helligkeit bei gleichem Energieverbrauch, längere Lebensdauer der Phosphor-Beschichtung und geringeres Risiko des Einbrennens. Der bisher unerreichte hohe Schwarzwert wird durch einen auf der Innenseite der Frontscheibe aufgetragenen Emission Crystal Layer erreicht.

Die neuen Black Crystal Displays mit externem Tuner bietet Pioneer als 50" (PDP-506XDE/FDE) und 43" (PDP-436XDE/FDE) Plasma-TV an.

ziell zu einem Massenmarkt“, erklärte Dirk Pick, Marketing Director Issam. „Unsere IFA-Präsenz war ein wichtiger Schritt, um

Tatung: MP3 Color Flash



Mit dem MP3 Color Flash hat Tatung ein neues Modell seiner Media Player-Familie angekündigt:

Wesentliche Ausstattungsmerkmale sind die kompakten Abmessungen, ein integrierter UKW-Tuner, zusätzliche Diktiergerät-Funktion, 1-Zoll OLED-Display mit 65.000 Farben und Speichergrößen von wahlweise 512 MB oder 1 GB. Neben Musiktiteln im MP3- und WMA-Format unterstützt das Gerät das Speichern und Abspielen von JPEG-Dateien und verfügt über eine Video Playback Funktion zum Abspielen von MTV-Video-Dateiformaten.



die Marke smartbook weiter in den Blickpunkt des Verbrauchers zu rücken. Davon profitieren unsere Fachhandels- und Retailpartner gleichermaßen.“

Neuheiten von Delphi Grundig Im Zeichen der Sicherheit

Bluetooth hat in den vergangenen Jahren die kabellose Kommunikation revolutioniert. Delphi Grundig macht sich nun diese Technologie zunutze und präsentiert mit der Bluetooth-Freisprecheinrichtung HFK200 das erste Produkt des neuen Bereiches „Safety & Security“.

Das bluetoothfähige Handy kann somit getrost in der Tasche, im Handschuhfach oder auch im Kofferraum des Fahrzeugs bleiben. Das HFK200 besteht aus drei Komponenten: einer Blackbox, einem kleinen Mikrofon und einem separaten Bedientopf, der überall in der Reichweite des Fahrers plaziert werden kann. Die Installation ist dabei sehr einfach. Das Delphi Grundig HFK200 wird einfach an ein vorhandenes Autoradio angeschlossen und bedient sich zur besseren Akustik des Sound Systems im Fahrzeug. Telefongespräche können auto-



matisch entgegengenommen und glasklar über die Boxen des Soundsystems wiedergegeben werden. Natürlich wird das Autoradio bei Ruf-Eingang auf stumm geschaltet und nach Beendigung des Gespräches wieder auf die Ausgangs-Lautstärke geregelt. Im Handy gespeicherte Nummern können über „Voice Recognition“ ganz einfach über die eigene Stimme angewählt werden. Ferner können Schlüsselwörter zur vereinfachten Nummer-Anwahl als auch die Gebrauchs-Sprache des neuen Delphi Grundig

HFK200 eingestellt werden. Das Delphi Grundig HFK200 ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 199 Euro.

S1000 MP3

Mit dem neuen S1000 MP3 erweitert Delphi Grundig seine Autoradio-Range um ein hochwertiges Einsteigermodell. Mit satten 4 x 45 Watt überzeugt das Gerät durch besten Sound. Der RDS/EON-Radiotuner bietet auf allen Frequenzen im UKW- und MW-Bereich dank programmierten Klangeinstellungen (DSP: Digital Sound Processing) für jedes Ohr und jede Musikrichtung das richtige Klangbild. Insgesamt 30 Speicherplätze erlauben es, alle Lieblingssender zu speichern. Zudem wird mit einer einfachen „One-Touch-Lösung“ die Sendersuche erleichtert. Das abnehmbare FlipDown Bedienteil hat eine übersichtliche Struktur und paßt sich durch das Multi-Color-Farbkonzept jedem Fahrzeug-Innenraum an. Hinter dem Bedienteil

verbirgt sich mit dem CD-Laufwerk der digitale Kern des neuen Delphi Grundig S1000MP3. Der hochwertige Player liest problemlos alle gängigen CDs, CD-Rs und CD-RWs im Audio- und MP3-Format. Dank der alphabetischen Suchfunktion und ID3-Tag werden Titel, Interpret und das jeweilige Album im Display dargestellt, und man hat jederzeit Zugriff auf seinen Wunschtitel. Durch den AUX-IN Anschluß können wahlweise auch noch weitere externe Abspielgeräte angeschlossen und somit die Abspielfähigkeit des S1000 MP3 erweitert werden. „Nach dem erfolgreichen S2000 MP3 zeigen wir mit dem S1000 MP3 ein perfektes Einsteigergerät im neuen Delphi Grundig Look. In den nächsten Monaten werden wir die S-Serie mit weiteren High-End-Geräten nach oben abrunden sowie das Thema Navigation unter der Marke Delphi neu beleben“, so Carsten Titt, Pressesprecher bei Delphi Grundig.

miz

Delphi Grundig beliefert Mercedes Benz

Delphi Grundig wird ab sofort die aktuelle Produktreihe der neuen Mercedes Benz M- und R-Klasse mit einem Fond-Entertainment-System ausstatten. In den nächsten sieben Jahren wird Delphi Grundig Mercedes Benz mit bis zu 12.000 Sets jährlich für den nordamerikanischen und europäischen Markt beliefern. Das aus vier Komponenten bestehende High-Tech-Unterhaltungssystem ist ein original Mercedes-Benz Zubehörprodukt aus dem Hause Mercedes-Benz Accessories GmbH und kann zur Markteinführung der neuen Fahrzeuge bei allen Mercedes-Benz Vertriebspartnern bestellt werden.

Mobile Neuheiten von Archos

Archos, Hersteller von innovativen mobilen Multimedia- und Speicherlösungen, stellte auf der IFA drei Weltneuheiten vor. Hierzu zählt der AV 500, ein digitaler mobiler Videorecorder, lieferbar mit einer 30- oder 100-GB-Festplatte, der Gmini 402, ein Camcorder mit Imagetank-Funktion dank USB-Host Port, sowie das Pocket Multimedia Center Gmini 500.

Die Produktpalette von Archos umfaßt MP3-Player, Videorecorder mit Festplatten im PDA-Format und miniaturisierte Festplatten im 1,8"- sowie 2,5"-Format.

Mit dem digitalen Videorecorder AV 500 bringt Archos den Nachfolger des beliebten Modells AV 400 in den Markt. Der AV 500 hat ein 4" Farb-LCD und eine Fülle von Features, die das Gerät den individuellen Anforderungen des Anwenders anpassen. Das digitale Entertainment startet in den eigenen vier Wänden. Hier zeichnet das portable AV-Gerät auf Wunsch das Fernsehprogramm auf



ist sie bei allen sportlichen Aktivitäten ideal einsetzbar. Darüber hinaus ist sie aber auch bei beruflichen Einsätzen, wie beispielsweise Bewachungen und Security, bestens geeignet. Die digitale Minicam ermöglicht Aufnahmen in VGA-Auflösung (640 x 480) und ist auch für Situationen mit schlechten Lichtverhältnissen (1.0 Lux) geeignet. Ist das Video im Kasten, so kann der Anwender seine Aufzeichnungen für den einfachen Zugriff direkt auf dem AV 500 in eine einstündige Datei editieren. Der empfohlene Verkaufspreis für den AV 500 mit 30-GB-Festplatte lautet 499 Euro.

Mit dem Gmini 402 Camcorder präsentiert Archos den neuesten Sproß seiner erfolgreichen Gmini-Familie. Das Gerät hebt sich nicht nur durch das neue sportliche silberrote Design ab, sondern auch durch die einmalige Camcorder-Funktion. Zudem spielt der Gmini 402 auch Musik, Fotos und Videos ab. Er eignet sich dank USB-Host Port als Imagetank und kann als portable Spielkonsole verwendet werden. Der Gmini ist mit einer Größe von 106 x 60,3 x 17,4 mm und einem Gewicht von 160 Gramm besonders kompakt und leicht. Die integrierte Festplatte speichert bis zu 80 Stunden Video, 200.000 Fotos und 10.000 Songs. Als Camcorder ermöglicht der Gmini die Aufnahme von Videos. Der CCD-Sensor bietet dazu eine Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten und einen zweifachen Digitalzoom. Aufnahmen erfolgen im MPEG4-SP-Format – so können bis zu 50 Stunden Film aufgezeichnet werden. Die Ergebnisse können sofort überprüft und betrachtet werden: entweder über den PC, den Fernseher oder über das integrierte 2,2 Zoll (5,6 Zentimeter) große Farb-LC-Display, das 220 x 176 Pixel bei 262.000 Farben darstellt.

Auch als mobiler Video Player macht der Gmini 402 eine gute Figur. Er gibt Video-Files im MPEG-4 SP Format in DVD ähnlicher Qualität mit bis zu 720 x 480 Pixeln bei 25 f/s (PAL) wieder.

Ebenfalls neu im Archos Sortiment ist das Pocket Multimedia Center Gmini 500. Das Gerät ist mit einer 30-GB-Festplatte ausgestattet und speichert bis zu 160 Stunden Videos, 400.000 Fotos und 20.000 Songs. Das Pocket Multimedia Center ist PlayForSure Video zertifiziert. Dank automatischer Synchronisierung mit dem Windows Media Player funktioniert die Übertragung von Multimedia-Dateien einfach und schnell.

Mit einem Gewicht von nur 320 Gramm und einer Größe von 76 x 124 x 24 mm ist der Gmini 500 der optimale Begleiter auf Reisen. Der Akku hat eine Leistung von bis zu 15 Stunden bei der Wiedergabe von Filmen auf dem integrierten Bildschirm. Der Archos Gmini 500 wird mit AV-Kabel und -Adapter, USB Host Adapter, USB 2.0 Kabel, Stereokopfhörern, einer Schutztasche sowie einem Wechselstromadapter geliefert. *miz*



„Der AV 500 stellt in unserem DVR-Sortiment die perfekte Ergänzung zu unserem im Juni vorgestellten AV 700 mit einem 7" Breitbild-Display (17,8 Zentimeter) dar“, so Dirk Maaßen, Focus Sales Manager von Archos.

und läßt sich mit Filmen füttern. Unterwegs kann der Anwender zu jeder Zeit und an jedem Ort seine favorisierten Inhalte abrufen. Die 30-GB-Version des AV 500 wiegt unter 260 Gramm. Mit einer Größe von nur 7,6 x 12,4 x 2,4 Zentimetern paßt das Gerät ebenso in jede Tasche wie das größere Modell mit 100 GB (330 Gramm – 7,6 x 12,4 x 3,2 cm).

„Der AV 500 stellt in unserem DVR-Sortiment die perfekte Ergänzung zu unserem im Juni vorgestellten AV 700 mit einem 7" Breitbild-Display (17,8 Zentimeter) dar“, so Dirk Maaßen, Focus Sales Manager von Archos. „Dank seines schlanken Designs, der großen Auswahl an Zubehör sowie der Unterstützung von Medien aller Art und der Fähigkeit, eigene Videos aufzunehmen, ist der AV 500 der ideale portable Begleiter für unterwegs.“

Für den AV 500 ist eine digitale Minicam als Zubehör (für beide Versionen) erhältlich. Mit dem optionalen Superakku (nur für die 100-GB-Version) sind bis zu 12 Stunden Video-Aufzeichnung möglich. Die Minicam hat ein integriertes Mikrofon. Sie kann mit einem speziellen Band an Helm, Hut oder Kopf getragen werden. Somit



InfoTip®
Know-how Solutions

InfoTip-SDB Service- datenbank



suchen
finden
ersetzen
abrechnen

**das Antichaos-Konzept
für Ihre Werkstatt.**

! Der **InfoTip-Servicedienst** macht Schluss mit dem Chaos in der Werkstatt: Kein langes Suchen mehr nach Serviceunterlagen für ein Gerät mit einer bestimmten Seriennummer. Kein kompliziertes Recherchieren in langen Ersatzteillisten. Kein umständliches Ausfüllen von Unterlagen zur Abrechnung von Garantieleistungen. U.v.a.m..

- **Reparaturtipps zu rund 70 000 Consumer Electronics Produkten**
- **Ersatzteilbestellungen (mehr als 1,2 Millionen Originalersatzteile direkt vom Hersteller)**
- **Über 20 000 Servicedokumente (Schaltbilder etc.)**
- **Garantie- und Gewährleistungsabrechnungen**
- **Software-Downloads**

InfoTip®

InfoTip Service GmbH

Postfach 510 213
44874 Bochum

Tel.: 0180-567 30 42/43 (0,12 Euro/Min)
Fax: 0 2324-904 811

info@infotip.de
www.infotip.de

www.infotip.de

Samsungs Multimedia-Talente

Kleine flexible Portis

Für Leute, die ständig in Bewegung sind, präsentiert Samsung seine neuesten MP3-Player YP-T8 und YP-U1. Die Zwerge werden nicht nur kompakter sondern auch immer leistungsfähiger.

Das Modell YP-T8 ist ein auf Spiele ausgerichtetes Multimedia-Gerät, das Audio- und Videoformate abspielt und dabei nur ein Drittel der Größe eines konventionellen portablen MP3-Players benötigt. Der besondere Clou ist jedoch die G-Sensor-Technologie, bei der die Handbewegung des Anwenders im Spielemodus den Tastendruck ablöst. Mit Maßen von 4,4 x 8,3 x 1,5 cm (B x L x T) findet der YP-T8 in jeder Hosentasche Platz. Das kompakte Gerät, ausgestattet mit einem 1,8" TFT LCD, hat genügend Speicherreserven für über 20 Stunden digitales Musik-, Bild- und Spiele-Entertainment. Darüber hinaus hat die kleine Jukebox auch FM-Tuner, Diktiergerät, eine Uhr als Bildschirmschoner, Foto- und Text-Viewer sowie die USB-Host-Funktion an Bord.

Im Audio-Bereich unterstützt der YP-T8 alle wichtigen Dateiformate wie OGG, MP3, ASF und WMA. Mit der Wiedergabe des JPEG-Formats wird der Flash-Multiplayer zum mobilen Fotoalbum und gibt Videos im MPEG4-Format wieder. Für Übertragungen zwischen PC und Multimedia-Player steht ein USB 2.0-Anschluß zur Verfügung. Ebenfalls integriert wurden einige Java-Spiele, die dank der G-Sensor-Technologie jedem Spiel-Fan den wahren Gaming-Spaß bieten. Dabei reagiert



der Player beim Spielen automatisch auf Bewegungen des Users und nimmt damit intuitiv Einfluß auf den Spielverlauf. Ganz gleich, ob während des Spiels ein Sprung über den Graben, das Kicken eines Golfballs oder das Steuern eines Rennwagens simuliert werden muß – eine einfache Handbewegung macht es möglich und kann den Spieler schon mal richtig ins Schwitzen bringen. Auch optisch macht das schwarz-silberne Gehäuse samt Farbdisplay mit 262K Farben den YP-T8 zum Blickfang. Das Gerät ist mit einer Flash-Memory-Kapazität von 1 GB ausgestattet. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 259 Euro.

Der YP-T8 findet dank seiner kompakten Maße in jeder Hosentasche Platz. Das Gerät ist mit 1,8" TFT LCD ausgestattet und hat genügend Speicherreserven für über 20 Stunden digitales Musik-, Bild- und Spiele-Entertainment. Darüber hinaus hat die kleine Jukebox auch FM-Tuner, Diktiergerät, eine Uhr als Bildschirmschoner, Foto- und Text-Viewer sowie die USB-Host-Funktion mit an Bord.

Einsteiger im Mini-Format

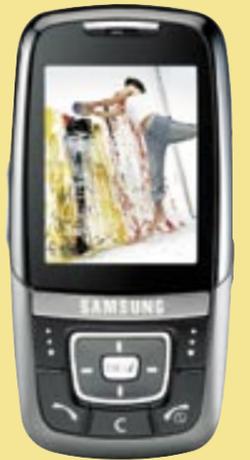
Mit dem YP-U1 präsentiert Samsung einen handlichen MP3-Player mit Maßen von 2,4 x 8,9 x 1,3 Zentimetern. Der Clou des multimedialen Winzlings ist sein klappbarer USB-Stecker – damit wandelt sich der Flash-Player ganz einfach in einen Wechsel-datenträger. Die kleine Jukebox bietet dank eines Lithium-Polymer-Akkus bis zu 15 Stunden Musikwiedergabe. Ganz gleich, ob MP3, WMA, WAV oder OGG – der YP-U1 kennt alle gängigen Audio-Formate. Der 8-Kanal-Equalizer des MP3-Players liefert eine Vielzahl von Kleinprogrammen – damit können Musikfans von Jazz, Pop, Rock oder Klassik, je nach Geschmack und Laune, das gewünschte Genre individuell einstellen. Das LED 4-Line Display mit einstellbarem Kontrast bietet selbst bei schlechten Lichtverhältnissen gute Bildqualität. Ein USB 2.0-Anschluß sorgt auch hier für einen raschen und reibungslosen Datentransfer zum PC. Zur Ausstattung des schlanken Portis

gehören außerdem ein integrierter Voice-Recorder zur Aufnahme digitaler Nachrichten sowie Datei-Navigation und Playlist-Funktion, die für eine übersichtliche Menüführung und somit für eine ein-

fache Bedienbarkeit sorgen. Zur Auswahl stehen Flash-Memory-Kapazitäten von 512 MB und einem GigaByte. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten 149 bzw. 99 Euro. *miz*

Neues Handy-Flaggschiff in edlem Design

Samsung führt mit dem neuen Handy SGH-D600 das Flaggschiff der diesjährigen Modellpalette ein. Foto- und Videofreunde werden an dem SGH-D600 ihre wahre Freude haben: Das neue Mobiltelefon verfügt über eine 2,0-Megapixel-Kamera und unterstützt neben der Kamerafunktion einen TV-Ausgang. So können die Anwender ihre schönsten Erlebnisse künftig nicht nur auf dem Handy-Display anschauen, sondern auch per Adapter-Kabel auf einen TV-Bildschirm übertragen. Den Fotospaß des SGH-D600 steigert noch einmal die sogenannte Image-Editor-Funktionalität – damit können Handy-Nutzer Licht- und Kontrastwerte bei Aufnahmen bearbeiten sowie die Fotos mit Fotoeffekten aufpeppen. Das scharfe 2,0 Zoll große QVGA-Display ermöglicht beste Bildwiedergabe und Videoqualität.



Für den Datenaustausch bietet das SGH-D600 Funktionalitäten wie Bluetooth, USB-Unterstützung, PictBridge- und Bluetooth-Printing. Darüber hinaus unterstützt das neue Multimedia-Phone einen E-Mail Client, SyncML DS (Local Sync) und verfügt über einen Steckplatz zur Speichererweiterung.

Präsentationen oder auch Word- und Excel-Dokumente, die im Handy abgespeichert sind, können nicht nur auf dem Display, das für ein Handy eine unglaubliche Qualität erreicht, betrachtet werden, gespeicherte Daten lassen sich auch problemlos vom Handy an einen Projektor übertragen. Das SGH-D600 verfügt über einen internen Speicher von bis zu 80 MB für diese Dateien; mit der externen Speichererweiterung sind es noch viel mehr. Das SGH-D600 unterstützt zahlreiche Dateitypen, einschließlich aller



„Die Konvergenz der Technologien hält bei Samsung auch im Bereich Telekommunikation Einzug“, so Gernot Teufel, Senior Sales Manager Telecom Division bei Samsung.

gängigen Office-Formate (MS Word, Excel, PowerPoint, Text, PDF, HTML sowie die Standard-Bilderformate). Zudem unterstützt es die multimedialen Formate MP3, AAC und AAC+ und integriert Stereo-Lautsprecher.

„Die multimedialen Fähigkeiten des SGH-D600 bestätigen sich in unserer Telekommunikations-Sparte die Konvergenz-Fähigkeit unserer Produkte“, so Gernot Teufel, Senior Sales Manager Telecom Division bei Samsung. Das SGH-D600 ist seit September lieferbar (UVP:499 Euro).

Pos Aktuell

Herweck-Aktion für BIG-Step-Fachhändler

Herweck führt derzeit eine Verkaufsaktion für seine BIG-Step-Fachhändler durch: Im Aktionszeitraum bis 30. November erhält jeder BIG-Step-Fachhändler für zwei Postpaid-Privatneuverträge von O₂ einen Gutschein über zehn Euro. Für zwei Postpaid-Businessneuverträge von O₂ gibt es einen Gutschein über 20 Euro. Die Gutscheine können nach Wahl am Ende des Aktionszeitraums per Fax bestellt werden. Die Warengutscheine werden, je nach Wunsch, für Christ Juweliers, Douglas, Toys'R'Us, Aral, Karstadt oder OBI ausgestellt. Auf die acht Big-Step Händler mit den meisten Postpaid-Schaltungen im Aktionszeitraum wartet zusätzlich eine luxuriöse Winterreise nach Südtirol. Anfang 2006 werden Luxus, Entspannung und ein sagenhafter Blick auf die Südtiroler Bergwelt im Fünf-Sterne-Designhotel „vigilius mountain resort“ für die besten Freischalter keine Fremdwörter mehr sein. Unter herweck.de/bigstep.de gibt es alle Infos zu dieser Aktion. Das Big-Step Anmeldeformular und das Fax für die Gutschein-Bestellung sind dort ebenfalls hinterlegt.

T-Mobile Prepaidkunden telefonieren ab zweiter Minute kostenlos

T-Mobile will auch bei den Prepaid-Tarifen für Einfachheit und günstiges Telefonieren sorgen. Mit dem neuen Tarif XtraClassic gibt es nur noch einen Preis – nämlich 39 Cent pro Minute – für Inlandsgespräche in alle nationalen Netze. Der Clou an diesem neuen Tarif: Mit der zubuchbaren Tarifooption XtraNonstop telefonieren Kunden ab der zweiten Gesprächsminute kostenlos ins deutsche T-Mobile Netz und ins Festnetz. Die Option kostet pro Monat 1,50 Euro. Damit zahlt der Kunde zum Beispiel für ein einstündiges Mobilfunkgespräch nur noch 39 Cent. T-Mobile nimmt seinen

Kunden damit die Sorge vor hohen Kosten bei langen Gesprächen. Die Option XtraNonstop ist zunächst bis zum 31. Januar 2006 befristet. Der Gesprächspreis von 39 Cent pro Minute im neuen Tarif XtraClassic gilt im Inland rund um die Uhr und an allen sieben Tagen der Woche, die Abrechnung erfolgt nach der ersten Minute sekundengenau. Für den Versand einer SMS-Nachricht fallen 19 Cent an. T-Mobile wird XtraClassic und die Option XtraNonstop ab dem 4. Oktober sowohl im XtraPac mit Handy als auch ohne Mobiltelefon als XtraCard vermarkten. Xtra-Bestandskunden von T-Mobile können jederzeit kostenlos in den Tarif XtraClassic wechseln.

Sagem Germany bezieht neue Räumlichkeiten

Nachdem Sagem im Mai dieses Jahres mit dem Hightech-Unternehmen Snecma zur Safran-Unternehmensgruppe fusionierte, stehen auch bei der deutschen Niederlassung die Zeichen auf Veränderung: Sagem Germany bezieht neue Räumlichkeiten. Dem Standort Eschborn in Hessen bleibt der TK-Hersteller weiterhin treu. Die neue Adresse lautet jedoch: Sagem Communication Germany GmbH, Mergenthalerallee 55-59, 65760 Eschborn. Der Zusammenschluß der beiden Hightech-Größen Sagem und Snecma bedeutet für den französischen TK-Hersteller neue Möglichkeiten an Kommunikationslösungen und Dienstleistungen. Der Umsatz der Safran-Gruppe belief sich im ersten Quartal 2005 auf rund 2,5 Milliarden Euro. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Paris, Frankreich, und beschäftigt insgesamt über 55.000 Mitarbeiter.

DeTeWe gewinnt neue Vertriebspartner

Der DeTeWe Systems GmbH, Berlin, ist es gelungen, die Telba AG, Düsseldorf, eines der traditionsreichsten Familienunternehmen der deutschen Telekommunikationsbranche, als Systempartner zu gewinnen. Aufgrund der flexiblen Architektur der Produktfamilie der DeTeWe Systems GmbH wurde ihre

OpenCom-Produktfamilie als dritte Produktreihe in das Angebot der Telba aufgenommen. Aufgrund der gemeinsam vereinbarten Ziele erhält die Telba ab sofort den höchsten Zertifizierungsstand Gold-Solution-Partner.

Für den Herbst kündigt DeTeWe Systems weitere neue Produkte im Bereich Voice over IP an. Für das Berliner ITK-Unternehmen hat das Zeitalter nach ISDN längst begonnen. Aktuell setzen Technologien wie DSL, WLAN und Voice over IP (VoIP) neue Kommunikationstrends, insbesondere im Konsumersegment, aber auch bei professionellen Anwendern. Ihre jüngsten Produktentwicklungen im Bereich Voice over IP präsentierte DeTeWe Systems im Frühjahr 2005. Dazu gehören die kleine Internet-TK-Anlage OpenCom 31lan für den Small-Office/Home-Office-Markt oder SIPconnect 112 als VoIP-Migrationslösung des ITK-Systems OpenCom 100 für mittelständische Unternehmen.

Internationale OEM-Partner vertrauen seit Jahren der Leistungsfähigkeit des Berliner Unternehmens und haben in jüngster Zeit die Bedeutung der strategischen Partnerschaften mit neuen Aufträgen unterstrichen. Insbesondere die ITK-Systemfamilie OpenCom 100, das große Kommunikationsportal OpenCom 1000 und das IP-integrierte DECT-Funknetz DECTnetIP stoßen im europäischen Ausland auf breite Resonanz. In Großbritannien konnte mit einem der größten Distributoren eine Vertriebspartnerschaft vereinbart werden. Die Exportquote von DeTeWe liegt mittlerweile bei 36 Prozent.

Bei Vodafone gibt es UMTS jetzt auch als Prepaid-Angebot

Als erster deutscher Netzbetreiber hat Vodafone ein UMTS-Angebot für Prepaidkunden eingeführt: Für Neukunden, die sich für ein UMTS-Handy entscheiden, wird zu den gewohnten CallYa-Tarifen die Tarifooption Vodafone-HappyLive! UMTS für CallYa automatisch eingerichtet. Im Festpreis von fünf Euro monatlich steckt jede Menge Multimedia „powered by UMTS“, unter anderem können die Nutzer kostenlos und unbe-



Nokia bei den BMW International Open 2005

Nokia war in diesem Jahr zum ersten Mal auf den BMW International Open 2005 im Golfclub München Nord-Eichenried offiziell vertreten. Auf dem renommierten Golfturnier der Spitzenklasse hatte das aktuelle Nokia 8800 Mobiltelefon der Premium-Kategorie einen exklusiven Auftritt: Im Rahmen des „Shoot out“-Turniers, das traditionsgemäß die BMW International Open eröffnet, überreichte Nokia den zehn besten Golfprofis, darunter Titelverteidiger Miguel-Angel Jiménez, Bernhard Langer (Deutschland) und Marcel Siem, ein Nokia 8800 Mobiltelefon. „Es war ein spannendes und nicht alltägliches Erlebnis, bei den BMW International Open mit dabei zu sein. Wir haben eine absolut gelungene Veranstaltung erlebt, die deutlich gezeigt hat, daß das verbindende Element zwischen den Professionals, BMW und Nokia der gleiche Anspruch an Perfektion und Innovation ist“, so Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer and Market Operations Nokia GmbH. Im Fairway Club und in der Zeltstadt hatten auch die golfbegeisterten Zuschauer Gelegenheit, das neue Nokia Premiumprodukt aus der Nähe zu betrachten und live auszu-

grenzt bis Ende des Jahres TV-Highlights auf dem Handy mit Vodafone-MobileTV anschauen. Zum Start der neuen UMTS-Tarifooption für Prepaidkunden gilt folgendes Angebot: Für 149,50 Euro erhalten Kunden eine CallYa-SIM-Karte mit einem Gesprächsguthaben von zehn Euro und das Vodafone live!-UMTS-Handy Motorola C980. Und: Für die ersten drei Monate ist die Tarifooption Vodafone-HappyLive! UMTS für CallYa kostenlos. Weitere UMTS-Handys für Prepaidkunden sollen schon Mitte September in die Shops kommen. Günstig und transparent ist laut eigener Aussage von Vodafone das Preismodell:

Neue Prepaid-Karten sind wie gewohnt auf den CallYa Basic Tarif voreingestellt. Bei Erwerb eines UMTS-Handys ist die UMTS-Option direkt inklusive. Damit haben die Kunden zu einem günstigen Festpreis von fünf Euro im Monat Zugang zu vielen UMTS-basierten Multimedia-Diensten. Darin sind enthalten: eine Flatrate zum unbegrenzten Surfen im Vodafone live!-Portal, MobileTV kostenlos bis Ende des Jahres, ein MusicDownload pro Monat, Vodafone-MobileMail und Videotelefonie bis 31. Oktober zum Preis von Sprachtelefonie. Ein weiteres Highlight sind die Vodafone-MusicDownloads, die das Motorola C980 voll unterstützt. Wie in Internet-Musik-Shops können aktuelle Songs in MP3-Qualität über das Vodafone live!-Portal oder übers Internet heruntergeladen werden. Mit wenigen Tastendruckern wird das gewünschte Lied ausgewählt und auf das Handy geladen. Buchung und Abrechnung laufen wie folgt: Die Pakete mit dem Motorola C980 sind ab sofort in allen Vodafone-Shops erhältlich. Nach Ablauf der ersten drei kostenlosen Monate verlängert sich die Tarifooption Vodafone-HappyLive! UMTS für CallYa automatisch um jeweils einen weiteren Monat, es sei denn, der Kunde kündigt die Option bis zwei Wochen vor Laufzeitende. Die dann anfallenden monatlichen Kosten von fünf Euro werden automatisch vom CallYa-Konto abgebucht. Die Prepaidkunden werden per SMS informiert, wenn ihr CallYa-Guthaben nicht ausreicht, um Vodafone-HappyLive! UMTS für CallYa weiter zu nutzen und daher die Option vorübergehend deaktiviert wird. Sobald nach Aufladung des Kontos der Paketpreis abgebucht werden konnte, wird die Tarifooption wieder aktiviert, und die Laufzeit beginnt erneut für einen ganzen Monat. Das Angebot ist befristet bis 30.6.2006. CallYa-Bestandskunden können die neue UMTS-Option ab 31. Oktober optional buchen.

In den kommenden Wochen wird Vodafone außerdem die Auswahl UMTS-Handys für CallYa vergrößern, zum Beispiel durch das Sony Ericsson V600i. Darauf folgen die Geräte Motorola V980, Samsung Z140V, Motorola E770V und Sagem My-V850. Die Handys sind zwei Jahre lang nur mit der jeweils mitgelieferten CallYa-Karte nutzbar.

Talkline sucht Vertriebspartner für das ertragreiche Geschäft mit Businesskunden

Der Mobilfunkanbieter Talkline hat seit 2004 die Zahl der Freischaltungen im Geschäftskundensegment nahezu verdoppelt. Um diese Entwicklung zu verstärken, will der Elmshorner Service Provider seinen indirekten Vertrieb deutlich ausbauen und die Zahl seiner für diesen Bereich zuständigen „Business-Partner“ erheblich erweitern.



Torben Rick

„Wir wollen unser kräftiges Wachstum hier noch einmal deutlich verstärken und nehmen dafür auch richtig Geld in die Hand“, so Torben Rick, Talkline CCO und für den Vertrieb zuständiger Geschäftsführer.

Für die Vermarktung dieser Lösungen sucht Talkline im ganzen Bundesgebiet rund 50 zusätzliche Fachhändler, die dem anspruchsvollen Talkline Business-Partner-Programm beitreten wollen. „Business-Partner bekommen

bei uns weit überdurchschnittliche Unterstützung“, betonte Christian Seidl, Vertriebsleiter Indirekter Vertrieb bei Talkline. „Es gibt beispielsweise sowohl eine Abschluß- als auch eine Airtime-Provision. Das ist bei den sehr werthaltigen Geschäftskundentarifen natürlich besonders attraktiv.“

Doch damit nicht genug: Talkline verfügt als Alleinstellungsmerkmal über einen Außendienst, der den Business-Partner bei der Kundenakquise unterstützt, und bietet speziell auf kleinere und mittlere Unternehmen sowie SoHos zugeschnittene Produkte an. Hierzu gehören Rahmenvertragstarife genauso wie die gesamte



Christian Seidl

Blackberry-Palette oder UMTS-Datenkarten für null Euro. Umfassende Schulungen, eine eigene Business-Partner-Hotline und spezielle Ansprechpartner runden den Service für die Business-Partner ab. Hinzu



Ein typisches Beispiel für einen Talkline Business-Partner sind Andreas Renken und Michael Preuß mit ihrer Tele Preuß und Renken GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Stade bei Hamburg verfügt über insgesamt neun Mitarbeiter sowie ein kleines Call Center und ist seit dem 1. April Business-Partner von Talkline. Einzugsgebiet ist der gesamte norddeutsche Raum: Hier betreuen Renken und Preuß mit Unterstützung durch den Talkline Außendienst klein- und mittelständische Unternehmen sowie SoHos. Infos unter www.preuss-renken.de.

kommt, daß Talkline drei Mobilfunknetze im Angebot hat und Geschäftskunden nicht nur neutral beraten, sondern auch problemlos einen Netzwechsel unter Beibehaltung der Rufnummer ermöglichen kann.

Im Gegenzug stellt der Elmshorner Service Provider hohe Qualitätsansprüche an seine zukünftigen Business-Partner. Seidl: „Sie sollten bereits über einen großen Stamm an Unternehmenskunden verfügen, der durch einen eigenen Außendienst

betreut wird. Darüber hinaus sollten sie eine hohe Beratungskompetenz haben und verkaufstark sein.“ Wichtig sei auch eine große technische Leistungsfähigkeit, wie zum Beispiel ein Reparatur- oder Einbauservice. Fachhändler, die diese Vorgaben erfüllen und sich für eine Zusammenarbeit mit Talkline interessieren, können sich an businesspartner@talkline.de oder Dominique Tast, Telefon 04121-412-264, wenden.

Die Gigaset-Herbstkollektion

Mit zahlreichen Neuheiten für die schnurlose Festnetztelefonie startet Siemens CPE (Customer Premises Equipment) in das verkaufsstarke letzte Quartal des Jahres. Im Mittelpunkt stehen dabei neben den bereits vor einigen Wochen vorgestellten Gigaset-Neuheiten (PoS-MAIL berichtete) vier DECT-Telefone (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe), die erstmals auf einem IFA-Pressesgespräch zu sehen waren. Wir sprachen mit Dieter Cifrain, Vertriebs- und Marketingleiter Festnetzprodukte, über das aktuelle Portfolio und die Chancen, die sich damit für den Handel ergeben.

PoS-MAIL: Herr Cifrain, Siemens hat in den vergangenen Jahren immer wieder neue, attraktive Gigaset Produkte vorgestellt, und immer wieder hat man das Gefühl, damit sei das Portfolio rund und im Prinzip perfekt. Gibt es wirklich ständig Möglichkeiten, ein solches Sortiment zu verbessern?

Dieter Cifrain: Sie haben Recht. Jedesmal, wenn wir Neuheiten vorstellen, sagen wir, „jetzt haben wir das beste Gigaset-Portfolio, das es je gegeben hat“. Zu dem Zeitpunkt stimmt das auch immer. Aber wir sind davon überzeugt, daß man auch ein starkes Sortiment immer noch verbessern kann und arbeiten deshalb unentwegt an der Weiterentwicklung unseres Sortimentes. So geht zum einen die technische Entwicklung unaufhaltsam weiter, was sich zum Beispiel darin äußert, daß alle Neuheiten mit einem Farbdisplay ausgestattet sind, zum anderen hat sich in den vergangenen Jahren gezeigt, daß die Endkunden auch bei technischen Geräten sehr viel Wert auf modisches Design legen.

PoS-MAIL: Gilt das auch für Festnetztelefone? Sind das nicht eher Gebrauchsgegenstände, die, wenn man nicht gerade mit ihnen telefoniert, unbeachtet in der Wohnung liegen?

Dieter Cifrain: Ganz und gar nicht. Sie werden sich erinnern, daß wir in der Vergangenheit immer wieder erfolgreich neue Farben und Formen für unsere Gigaset entwickelt haben, um dem Käufer die Möglichkeit zu geben, Gigaset-Telefone optimal in seine Wohnwelt zu integrieren. Auch die Neuheiten orientieren sich am Zeitgeist. Wir nennen unser Portfolio deshalb auch unsere Gigaset-Herbstkollektion,

weil sie Farben aufgreift, die momentan beispielsweise auch in der Mode oder bei Autos gefragt sind.

PoS-MAIL: Und wie sieht es mit der Technik aus? Bringen die vier Geräte der Herbstkollektion auch hier etwas Neues?

Dieter Cifrain: Natürlich. Alle vier Geräte bieten die Komfortfunktionen, die der Verbraucher in der jeweiligen Klasse erwarten kann.



Die Gigaset-Herbstkollektion: C450 (l.) und C455 (r.) sowie S540 (l. unten) und S455.

Das Farbdisplay erwähnte ich bereits. Zu den anderen Merkmalen gehören beleuchtete Tastaturen und Displays, mehrstimmige Klingeltöne, großzügig dimensionierte Telefonbücher, Screensaver, Kopfhöreranschluß und, je nach Modell, digitale Anrufbeantworter mit Aufnahmekapazitäten bis zu 35 Minuten. Außerdem sind alle Geräte für die Internettelefonie vorbereitet. So läßt sich Voice over IP ganz bequem vom Sofa aus nutzen. Wir sind der Meinung, daß wir unseren Handelspartnern selten zuvor zum Jahresendgeschäft

so viele elegante, funktionale und zudem praktische Schnurlostelefone auf einen Schlag anbieten konnten.

PoS-MAIL: Sind das auch die Argumente, mit denen der Handel seinen Kunden die neuen Gigasete nahebringen soll?

Dieter Cifrain: Nur ein Teil davon. Der Handel sollte bei seiner Präsentation am Point of Sale auch ganz deutlich die Tatsache herausstellen, daß die Produkte neu sind, denn nichts verkauft besser als dieses kleine Wörtchen. Außerdem steigern wir die Attraktivität der Neuheiten durch die Preisgestaltung. Wir haben die neuen Geräte leistungsgerecht positioniert und Teile des bestehenden Sortiments deutlich im Preis gesenkt. Der Verbraucher erhält Telefone mit einem sehr attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis, ohne daß der Händler auf die von Gigaset gewohnte hohe Marge verzichten muß.

PoS-MAIL: Sie sprachen die Präsentation am PoS an. Bieten Sie dem Handel auch für die Herbstkollektion wieder Werbe- und Vkf-Mittel an?

Dieter Cifrain: Auch hier können sich unsere Partner auf das verlassen, was wir über viele Jahre hinweg praktiziert haben. Konkret bedeutet das, daß wir für die aktuellen Neuheiten zweimaßgeschneiderte PoS-Pakete geschnürt haben, die den Handel in die Lage versetzen, die Präsenz der starken

Marge Gigaset zu erhöhen. Das eine Paket wurde auf die Bedürfnisse der Fachhandelspartner zugeschnitten, das andere speziell für UE-Märkte konzipiert.

Die Verkaufunterstützung steht mit dem Verkaufsstart Anfang Oktober zur Verfügung. Ich empfehle dem Handel, durch umfangreiche Ausgestaltung der Verkaufsräume das Interesse der Kunden auf die neuen Schnurlostelefone zu lenken – um die Attraktivität der Produkte zu unterstützen.

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



Dieter Cifrain, Siemens Vertriebs- und Marketingleiter Festnetzprodukte

Gigaset Home Media Produkte bringen Vorteile der starken Marke in den Unterhaltungsbereich

Mit Telefonen und WLAN-Produkten hat Siemens in der Vergangenheit immer wieder bewiesen, was eine starke Marke für den Fachhandel leisten kann. Die Gigaset Home Media Produkte bringen diese Vorteile einer hochangesehenen Marke mit guten Margen jetzt auch in den Bereich der Unterhaltungsprodukte. Mit den drei soeben vorgestellten Set-Top-Boxen Gigaset M750S (für den Empfang digitalen Satellitenfernsehens) Gigaset M451 T (für den Empfang digitalen terrestrischen Fernsehens) und Gigaset M451 S CI (für den Empfang digitalen Satellitenfernsehens, inklusive verschlüsselter Bezahlprogramme) umfaßt das aktuelle Siemens Portfolio in diesem Bereich nunmehr acht Geräte.

Will der Nutzer den Gigaset M750S als Personal Video Recorder nutzen, kann er problemlos bis zu zwei externe Festplatten anschließen. Auf Knopfdruck kann er dann seine Lieblingssendung aufnehmen oder zeitversetzt ansehen. Über einen WLAN-Repater (optionales Zubehör) oder ein Kabelnetz verbindet das Gerät außerdem einen PC mit dem Fernseher. So können beispielsweise Fotos und Filme, die dort gespeichert sind, auf den TV-Bildschirm geholt werden. Das Gigaset M750S ist außerdem das erste Modell seiner Art, das den sogenannten Managed EPG (Electronic Program Guide) von Axel Springer unterstützt. Mit diesem Dienst kann sich der Nutzer Programminformationen der „TV Digital“-Redaktion auf den Bildschirm holen.

Das neue Gigaset M451 ist in zwei Varianten erhältlich: Als Version T ermöglicht es den Empfang terrestrischer TV-Sendungen, mit dem Modell S CI können Nutzer dagegen digitales Satellitenfernsehen empfangen. Dank eines eingebauten Common Interface (CI), einer Schnittstelle für Entschlüsselungsmodule, ermöglicht die Version zwei darüber hinaus den Empfang von digitalem Bezahlfernsehen. Beide Varianten sind mit einer 80 GB Festplatte ausgestattet, auf der bis zu 50 Stunden Programm aufgezeichnet werden können. Auch mit den Gigaset M451 Modellen kann der erweiterte elektronische Programmführer der „TV Digital“-Redaktion genutzt werden.



Interview mit Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb und Marketing, Siemens Customer Premises Equipment



Wo sind die Besten?

Vertriebsoffensive: 50 neue Business-Partner gesucht!

Talkline startet durch und sucht dafür Business-Partner im Fachhandel, die ihre Erfolgsgeschichte weiter ausbauen möchten. Überzeugende Telekommunikations- und Datenlösungen, deutlich über dem Marktdurchschnitt liegende Provisionen sowie ein umfassendes Partnerprogramm stehen bereit. Wenn Sie an diesem Erfolgspaket zur Gewinnung und Betreuung von Geschäftskunden interessiert sind, melden Sie sich für mehr Infos einfach bei Dominique Tast unter 04121-41 22 64 oder unter businesspartner@talkline.de

TALKLINE
SEE YOU WWW.TALKLINE.DE

POS Neuheiten

Neue DECT-Telefone der C- und S-Klasse von Siemens

Siemens hat die neuen Gigaset-Modelle C450 und C455 (mit integriertem Anrufbeantworter), die ISDN-Variante Gigaset CX450isdn sowie das passende Mobilteil Gigaset C45 vorgestellt. Die neuen C-Klasse-Gigaset haben alles, was man für die zeitgemäße Telekommunikation zu Hause benötigt. Das Gigaset C450/C455 (mit integriertem Anrufbeantworter) sowie die ISDN-Variante Gigaset CX450 isdn bieten Oberklasse-Funktionalität im Mittelklasse-Segment. Neben einem beleuchteten Farbdisplay (101 x 64 Pixel, 4.096 Farben) sind die ergonomisch geformten



Schnurlostelefone mit einer beleuchteten Tastatur, einer Freisprecheinrichtung mit einstellbarer Lautstärke sowie einem normierten Kopfhöreranschluss für 2,5 mm Klinkestecker ausgestattet. Mit Hilfe farbiger Icons findet sich der Nutzer im übersichtlich gestalteten Telefonmenü mühelos zurecht. Ausreichend Platz für bis zu 100 Namen und Rufnummern bietet das eingebaute Telefonbuch. Die

neuen Geräte sind auch SMS-fähig und bieten CLIP-Funktion, bis zu 15 unterschiedliche Klingelmelodien (davon fünf 16stimmige Ruftöne) in fünf Lautstärkestufen und Crescendo (lauter werdender Klingelton). Verpaßte Anrufe listen das Gigaset C450/C455 sowie das Gigaset CX450isdn übersichtlich mit Datum und Uhrzeit auf. Der Rückruf kann dann schnell mit einem Tastendruck erfolgen. Das Gigaset C455 hat zudem einen einfach zu bedienenden, digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 25 Minuten Aufnahmezeit eingebaut. Steht das Mobilteil in der Ladestation, zeigt das Display eine digitale Uhr als Screensaver. Wer will, kann die neuen C-Klasse-Gigaset auch als Wecker mit einstellbarer Melodie und „Snooze“-Funktion (Schlummer-Funktion) nutzen. Mit dem Gigaset CX450isdn und dem Gigaset M34 USB PC Adapter kann man darüber hinaus schnurlos im Internet surfen. Alternativ wird das CX450 isdn mit dem USB-Adapter zum Internettelefon. So lassen sich kostengünstige Voice-over-IP-Gespräche bequem vom Sofa im Wohnzimmer oder der Sonnenliege auf der Terrasse führen.

Neu im Programm sind auch die Gigaset S450 und S455 (mit eingebautem Anrufbeantworter) sowie das passende Gigaset S45 Mobilteil, die eine hochwertige Freisprechfunktion in Voll-duplex-Qualität bieten. Für erstklassige Sprachqualität und Bewegungsfreiheit sorgt auch ein Kopfhörer (nicht im Lieferumfang enthalten), der sich über den Standard-Headset-Anschluß für 2,5 mm Klinkestecker an das Telefon anschließen läßt. Auf dem großen, beleuchteten Grafik-Display (128 x 128 Pixel, 4.096 Farben) gliedern farbige Menü-Icons die Telefonfunktionen anschaulich und übersichtlich. In dem eingebauten Telefonbuch der neuen Gigaset-Modelle finden bis zu 150 Namen und Rufnummern Platz. Die Gigaset S450 und S455 können SMS mit bis zu 640 Zeichen senden und empfangen. Das Schnurlostelefon archi-

viert bis zu 30 SMS à 90 Zeichen. Beide Modelle verschicken zudem eine SMS mit der Rufnummer des entgangenen Anrufs an ein Handy oder ein anderes Festnetztelefon. So kann man schnell und



bequem von unterwegs zurückrufen. Zur Aufzeichnung von Sprachnachrichten hat das Gigaset S455 zudem einen digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 35 Minuten Aufnahmezeit eingebaut. Mit den neuen Gigaset kann man aber nicht nur im gewohnten Festnetz telefonieren, sie sind auch vorbereitet zum schnurlosen Telefonieren über das Internet (Voice over IP).

Voyager 510 Bluetooth von Plantronics ist Multipoint-fähig



Mit dem Voyager 510 Bluetooth-System können Anwender ihr Bürotelefon Bluetooth-fähig machen und so die Vorteile dieser schnurlosen Technologie auch im Büro nutzen. Die Multipoint-Funktionalität des neuen Systems ermöglicht zusätzlich den Anschluß mehrerer Bluetooth-fähiger Endgeräte wie Mobiltelefon, Laptop oder PDA. Das neue Voyager 510 Headset-System besteht aus einem 15 Gramm leichten Headset und der Basisstation. Das bequem hinter dem Ohr getragene Voyager 510 bietet mit seinem Noise-Cancelling-Mikrofon Rauschunterdrückung und hervorragende Audioqualität. Das Noise-Cancelling-Mikrofon sitzt an einem beweglichen Schwenkarm – das Headset kann somit wahlweise auf dem rechten oder linken Ohr getragen werden. Ebenso läßt es sich einfach und schnell zusammenfalten und platzsparend verstauen. Mit bis zu sechs



Stunden Sprechzeit und bis zu 100 Stunden Standby-Zeit sorgt das Voyager 510 für maximale Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit, bevor es zum Aufladen an die Basisstation zurückkehren muß. Der Benutzer kann das Headset gleichzeitig mit zwei verschiedenen Bluetooth-fähigen Geräten auf Knopfdruck verbinden, beispielsweise mit seinem Mobiltelefon, dem Notebook und sogar mit dem Bürotelefon. Ermöglicht wird dies durch die Basisstation des Voyager 510 Bluetooth-Headset-Systems, die herkömmliche Telefone mit Bluetooth kompatibel macht. Das Resultat ist eine hohe Flexibilität: Eingehende Anrufe können mit dem neuen Bluetooth-Headset-System sowohl vom Handy als auch vom

Fritz! unterstützt neuen Express Card-Standard



Als erster Hersteller bietet AVM ab sofort einen ISDN-Controller für den neuen ExpressCard-Standard an. Der neue Standard löst den bisher bei Notebooks verwendeten PCMCIA-Steckplatz ab. Kleiner im Format (34 mm breit, 5 mm hoch) ist der neue ExpressCard-Standard mit Hot Plug-and-Play, ACPI-Unterstützung und höherem Datendurchsatz extrem leistungsstark. Mit der Fritz!Card Express ist somit vom Start weg eine ISDN-Lösung im neuen Format erhältlich. Zum Lieferumfang der Fritz!Card Express zählen Treiber für Windows XP und x64, die neueste Version der Fritz! Software und ein hochwertiges, vier Meter langes ISDN-Kabel. Der ExpressCard-Standard bietet eine neu gestaltete Hochgeschwindigkeitsanbindung für Steckkarten im notebooktypischen Kompaktformat. Er basiert auf den beiden Industriestandards PCI Express und USB 2.0. Damit ist ab sofort auch die gesamte ISDN-Kommunikation auf einer extrem kleinen Karte möglich. Zum Lieferumfang der neuen Fritz!Card Express gehört die Fritz! Software mit Modulen wie Internetzugang, Dateitransfer, Telefonie, Faxen sowie dem Dialerschutz ISDNWatch. Umfassend ist auch das Treiberangebot: CAPI-Treiber für Windows XP und x64, NDIS WAN CAPI-Treiber für Remote Access Services und TAPI Services für CAPI lassen keine Anwendungswünsche offen. Dabei sind die mit Microsofts WHQL-Zertifikat ausgezeichneten CAPI-Treiber für Windows XP bereits auf der Betriebssystem-CD integriert, so daß die neue Karte direkt nach dem Einstecken im Notebook einsatzbereit ist. Die Hot Plug-and-Play-Fähigkeit ermöglicht das Einstecken und Abziehen der FRITZ!Card Express im laufenden Betrieb. Die Karte bietet außerdem volle Unterstützung des Windows ACPI-Energiemanagements. So ist beispielsweise auch über die Remote Wake Up-Funktion ein Hochfahren des Notebooks von einem beliebigen Standort aus möglich.



Bürotelefon über das Headset angenommen werden. „Die Kommunikationstechnologie hat sich entscheidend weiterentwickelt: Heute können professionelle Anwender überall in ständiger Verbindung mit ihrem Büro stehen und beispielsweise an Telefonkonferenzen teilnehmen – vollkommen gleichgültig, ob sie sich im Auto, im Zug oder auf dem Weg ins Büro befinden“, erläuterte Pau Virgili, Marketing Director Plantronics, Europa, Nahost und Afrika (EMEA), bei der Vorstellung des neuen Gerätes. „Mit dem Voyager 510 Bluetooth-Headset-System ist man überall und jederzeit mit nur einem Headset in der Lage, über verschiedene Geräte, wie zum Beispiel Handy, PDA oder herkömmliches Telefon, zu kommunizieren. Multipoint-Technologie und Noise-Cancelling-Mikrofon garantieren Flexibilität und höchste Audioqualität – egal, wo man sich gerade befindet.“ Das Plantronics Voyager 510 Bluetooth-Headset-System ist ab Oktober verfügbar. Es ist kompatibel mit Bluetooth V1.1 und V1.2, wobei die Bluetooth-Freisprechprofile „Handsfree“ und „Headset“ aller wichtigen Hersteller wie Nokia, Siemens, Samsung und Sony-Ericsson unterstützt werden.

fähigkeit.“ Apple-CEO Steve Jobs dazu: „Wir haben eng mit Motorola zusammengearbeitet und können heute gemeinsam das weltweit beste Musikerlebnis auf einem Motorola-Handy bieten. Gemeinsam mit unseren Partnern weltweit werden wir dieses Pionier-Handy auf den Markt bringen.“ Zur Ausstattung des ROKR gehören ein Farbdisplay, das CD-Cover in Topqualität darstellt, integrierte duale Stereolautsprecher und Stereokopfhörer, die gleichzeitig als mobiles Headset mit Mikrofon dienen. Via USB können Musikfans ihre Wiedergabelisten mit ihrer Lieblingsmusik, ihren bevorzugten Hörbüchern oder Podcasts aus iTunes automatisch oder manuell auf das



Motorola und Apple stellen erstes Handy mit iTunes vor



Motorola und Apple haben das weltweit erste Handy mit iTunes präsentiert. Mit dem neuen Motorola ROKR (sprich Rocker) können Musikfans bis zu 100 ihrer Lieblingsongs von ihrer iTunes Jukebox auf dem Computer auf das Mobiltelefon übertragen. Das Handy läßt sich über einfache Menüs und Navigation leicht bedienen. Über eine separate Musiktaste kann man per Knopfdruck von Musik hören auf Telefonieren umschalten und umgekehrt. ROKR wird ab Ende September über Distributoren und Serviceprovider in Deutschland verfügbar sein. „Das Motorola ROKR ist die ultimative Verschmelzung von mobiler Kommunikation und Musik“, sagte Ed Zander, CEO von Motorola. „Durch die Fusion von iTunes mit dem Handy als ständigem Begleiter revolutionieren wir die Möglichkeit des mobilen Entertainments und der persönlichen Ausdrucks-

Handy übertragen. Das Motorola ROKR schaltet die Musik automatisch auf stumm, sobald ein Anruf kommt. Ebenso bietet es die Möglichkeit, dem aktuellen Hit ungestört zu lauschen, während Nachrichten bearbeitet oder Fotos geschossen werden. Das Motorola ROKR ist außerdem in folgenden Märkten erhältlich: in den USA ab sofort exklusiv über Cingular, in Großbritannien seit Mitte September über Carphone Warehouse, voraussichtlich ab Mitte September über O2, Orange, Virgin Mobile, BT Mobile und andere führenden Fachhändler, in Frankreich ab sofort über Distributoren und Netzbetreiber, in Italien ab Ende September über Distributoren und Netzbetreiber, in Kanada Mitte bis Ende September bei Rogers Wireless, in Hongkong ab sofort über Distribution und Operator.

Philips ermöglicht Videotelefonie über DSL



Philips hat ein bahnbrechendes kabelloses Video-Telefon vorgestellt, mit dem Live-Videogespräche über Breitband-Internet möglich sind. Das kabellose Videophone VP5500 soll im vierten Quartal auf den Markt kommen. Das VP5500 läßt sich nach Angaben des Herstellers genauso einfach und intuitiv bedienen wie ein vergleichbares konventionelles kabelgebundenes Festnetztelefon. Der Anwender kann hier aber zusätzlich wählen, ob er einen normalen Telefonanruf tätigen oder ein Live-Videogespräch führen möchte. Falls er es vorzieht, nicht von der Kamera aufgenommen zu werden, drückt er einfach die Privacy Cam-Taste. Dank seiner WiFi-Anbindung bietet das VP5500 die von kabellosen Telefonen bekannte Bewegungsfreiheit. Und seine Videophone-Funktion ist ebenso flexibel wie einfach zu nutzen: Die integrierte VGA-Videokamera ist im Winkel von 240 Grad drehbar, damit der Nutzer auf dem Display sehen kann, was er gerade filmt. Für mehr Flexibilität beim Filmen ist die Kamera mit einem Zoom ausgestattet. Auch Schnappschüsse sind möglich. Die Fotos können zusammen mit den Telefonnummern im internen Speicher des Videophones abgelegt werden. Der Video-Gesprächspartner wird auf einem großen LC-Farbdisplay mit hoher Auflösung dargestellt – hier kann wahlweise auch gezeigt werden, was die Kamera gerade aufnimmt. Für Konferenzen mit mehreren Personen ist es nützlich, daß die Kamera auch an ein TV-Gerät angeschlossen werden kann. Weitere Ausstattungsmerkmale sind Lautsprecher, die das Telefonieren ohne den Gebrauch der Hände ermöglichen sowie die exzellente Bild- und Tonqualität. Außerdem besteht die Möglichkeit, ein Headset anzuschließen. Das Philips Videophone baut auf etablierten Standard-Technologien wie WiFi sowie Linux auf und basiert auf einer upgradefähigen Plattform. Auf diese Weise kann Philips das Produkt mit Services ergänzen, die in der Zukunft auf den Markt kommen werden.

Mit dem Videophone präsentiert Philips einen weiteren wichtigen Baustein Connected Planet Vision: Nach den Bereichen Entertainment und Information können die Konsumenten jetzt auch in der Telekommunikation zu Hause von kabelloser und Internet-basierter Technologie profitieren. Philips wird das Videophone zeitgleich mit der Einführung entsprechender Services durch Drittanbieter auf den Markt bringen.



Volume-Packs für Surf@home/WAP- und Web-Musikshop O₂ Genion jetzt mit Flatrate

Mit der neuen zubuchbaren Genion-Flatrate können O₂ Genion Kunden ab sofort zum Pauschalpreis von 9,99 Euro im Monat unbegrenzt ins deutsche Festnetz sowie ins Netz von O₂ Germany telefonieren. Die Flatrate gilt in der Homezone, das heißt in einem Bereich von durchschnittlich 12 Quadratkilometern um den Wohnort. In Kombination mit O₂ Surf@home, das zu Hause einen schnellen und preiswerten Internetzugang über Mobilfunk ermöglicht, soll die Genion-Flatrate mehr Unabhängigkeit vom Festnetz bieten.

Die Genion-Flatrate für 9,99 Euro im Monat ist zu allen O₂ Genion-Tarifen buchbar. Kunden, die ein Handy besitzen, können mit dem Tarif O₂ Genion-Card ab 14,98 Euro (Grundgebühr und Genion-Flatrate) im Monat unbegrenzt aus der Homezone ins deutsche Festnetz sowie ins Netz von O₂ Germany telefonieren. „Bereits heute gibt der Festnetztelefonierer in Deutschland durchschnittlich 20 Euro pro Monat nur für Telefonie, ohne Grundgebühr, aus. Diese Kosten kann er mit der Genion-Flatrate nun halbieren“, stellte O₂ Chef Rudolf Gröger auf einer Pressekonferenz in München fest. „Ein weiterer Vorteil: Wer sich außerhalb seiner Wohnung in der Homezone bewegt, tele-

neuen Genion-Flatrate sowie dem Tarif O₂ Surf@home eine Lösung aus einer Hand. O₂ Genion Kunden können so auf ihren Festnetzanschluß verzichten und zusätzlich auch noch die Festnetz- und DSL-Grundgebühr einsparen.

Mit O₂ Surf@home können Nutzer über UMTS mit bis zu sechsfacher ISDN-Geschwindigkeit im Internet surfen. Die Ergänzung um O₂ Surf@home ist für eine monatliche Grundgebühr von 9,99 Euro erhältlich. Damit der Kunde seine individuelle Kostenersparnis testen kann, ist die Genion Flatrate in den ersten drei Monaten kostenlos und jederzeit kündbar. Eine Kampagne in Print und TV, die seit Mitte September läuft, begleitet den Produktstart.

Volume-Packs zum Surfen

O₂ bietet außerdem ab sofort Volume-Packs für O₂ Surf@home an. Damit baut das Unternehmen seinen festnetzunabhängigen Internetzugang aus. Die neuen Packs ermöglichen dem Kunden günstig „always on“ zu sein, da nur das tatsächlich verbrauchte Volumen abgerechnet wird. Ab 1. Oktober wird O₂ zudem einen neuen Surf@home II UMTS-Router anbieten, der nur noch halb so groß ist wie der bisherige, und Verbindungen ins Internet deutlich schneller als bisher aufbaut.

„Durch das neue Angebot positionieren wir uns als Anbieter, der mehr Unabhängigkeit vom Festnetz schafft“, betonte Lutz Schüler, Mitglied der Geschäftsleitung von O₂ Germany, auf der Pressekonferenz. „Mit den Surf-Packs Time, die wir bereits zum Start eingeführt haben, und mit den Surf-Packs Volume sprechen wir eine breite Zielgruppe an, die sich zusammen mit O₂ Genion vollständig von ihrem Festnetzanschluß lösen will. Die neuen Volumen-Pakete mit bis zu 2 GB Inklusivvolumen decken laut

Marktforschungsstudien 90 Prozent der heutigen durchschnittlichen Internetnutzung ab.“ Für Kunden, die unabhängig von der Datenmenge nach Zeit abrechnen wollen, bietet O₂ auch weiterhin



Lutz Schüler

die Surf-Packs Time 10, 20 und 40 an. In den drei neuen Surf-Packs Volume sind bereits monatlich Datenvolumen von 500, 1.000 beziehungsweise 2.000 MByte enthalten.

Auch der neue Surf@home II UMTS-Router weist zahlreiche Verbesserungen auf. Er ist mit einer Größe von 151 x 101 x 40 mm und einem Gewicht von 330 Gramm nur noch etwa halb so groß und halb so schwer wie das Vorgängermodell. Verbindungen ins Internet baut er schneller als bisher auf, und die Empfangseigenschaften konnten laut O₂ optimiert werden.

Musikangebot überarbeitet

O₂ hat außerdem sein Musikangebot komplett überarbeitet. Ab dem 17. Oktober können Kunden die Songs zusätzlich zum Handy nun auch im Internet kaufen und herunterladen. Die einmal gekauften Songs stehen sowohl zum kostenlosen Download aufs Handy als auch über das Internet im neuen O₂ Music-Shop zur Verfügung. Ab Weihnachten können die Nutzer aus über 500.000 Songs aus den Bereichen Pop,

Jazz, Rock, R'n'B und Dance auswählen. Daneben finden die Käufer im O₂ Music-Shop eine Reihe von Zusatzfeatures wie umfangreiche Suchfunktionen, redaktionelle Empfehlungen oder Informationen zum O₂ Music-Flash.

Neben dem mobilen Song-Download bietet O₂ den mobilen Musikererkennungsdienst O₂ Music-Spy & Buy an. Wer ein Lied hört, das er nicht kennt, kann ab sofort diese Informationen binnen weniger Sekunden erhalten. Dazu wählt er die Nummer 9696 und hält das Handy in Richtung der Musik. Nach zirka 30 Sekunden wird der Anruf automatisch beendet und der Kunde erhält umgehend eine SMS mit Titel und Interpret des Songs. Diese SMS kostet bei erfolgreicher Erkennung 49 Cent, bei Nicht-Erkennung nichts. Unter dem ebenfalls angehängten Link zum WAP-Shop kann der Kunde die Musik sofort kaufen. *Herbert Päge*



Rudolf Gröger

fiziert auch in diesem Bereich kostenlos ins deutsche Festnetz sowie ins Netz von O₂ Germany und kann damit einen erheblichen Teil seiner Festnetz- und Mobilfunkkosten sparen.“ Derzeit verzichten laut Gröger etwa 20 Prozent der 3,2 Millionen Genion Kunden vollständig auf den Festnetzanschluß. Mit der Einführung der Genion-Flatrate und O₂ Surf@home soll dieser Anteil in den nächsten Jahren deutlich steigen.

Für alle Kunden, die nicht nur günstig mobil und ins Festnetz telefonieren, sondern auch schnell und preiswert im Internet surfen wollen, bietet O₂ mit der Kombination aus einem O₂ Genion-Tarif und Buchung der

O₂ bringt weitere Geräte unter eigener Marke

O₂ bietet ab Oktober eine neue, eigene Geräteinie an. Mit dem Xda mini S mit Tastatur und dem Xda phone im Handy-Format baut das Unternehmen seine Xda-Reihe für Privat- und Geschäftskunden aus. Beide Geräte sind optimiert für mobiles Internet sowie mobile E-Mail. Ebenfalls ab Oktober wird der X7 slider von O₂ mit 1,3-Megapixel-Kamera für Prepaid- und Postpaid-Kunden erhältlich sein. „Wir freuen uns, mit den neuen Premium-Endgeräten im edlen O₂ Design unseren Kunden sowohl ein besonderes Erlebnis bei der Nutzung unserer Dienste als auch richtungsweisende neue Funktionen bieten zu können“, meinte Helge Alter, Vice President Devices, SIM & Applications.

Der Xda mini S mit Tastatur und das Xda phone im Handyformat basieren auf dem neuen Microsoft Betriebssystem Mobile Windows 5.0 und sind mit Funktionen wie mobiles Internet, WAP, MMS und Outlook-Organizerfunktionen wie Terminplanung oder Kontaktverwaltung ausgestattet. Darüber hinaus können Kunden von O₂ Germany zusätzlich E-Mails empfangen und versenden sowie Anhänge in Microsoft-Office Formaten über das große TFT-Display anzeigen und bearbeiten. Für Privat- und Businesskunden, die unterwegs up to date sein wollen, wurde der Xda mini S als Kommunikations- und E-Mail-Talent mit WLAN, Bluetooth, 1,3-Megapixel-Kamera, Touchdisplay und ausziehbarer, kompletter Qwertz-Tastatur konzipiert. Im Vergleich mit dem Xda III ist der kompakte Xda mini S deutlich kleiner, bietet aber dennoch zusätzliche Funktionalität. Der O₂ Xda mini S kostet mit einem O₂ Active 100 24-Monatsvertrag 249,99 Euro. Mit dem Xda phone erweitert O₂ seine bereits existie-

rende Xda-Linie um das erste Smartphone. Kunden von O₂, die ein kleines leichtes lifestyleorientiertes Handy bevorzugen, finden im neuen anthrazit-silbernen Xda phone mit 1,3 Megapixel-Kamera den idealen Begleiter. Über seine erweiterten Hot-Key Music-Buttons wird der schnelle und direkte Zugriff auf den Media-player zusätzlich erleichtert. Das 2,2"-QVGA-Display bietet durch seine hohe Auflösung ein brillantes Bild. Das O₂ Xda phone kostet mit einem O₂ Active 100 24-Monatsvertrag 99,99 Euro.

Weiterhin hat O₂ Germany mit dem X7 slider ein kleines und form-

schönes Handy mit Schiebemechanismus, 1,3-Megapixel-Kamera, Farbdisplay mit 262.000 Farben, neuer Soft-Touch-Oberfläche in Midnight-Blue, Triband, MMS und

vielen mehr ins Programm genommen. Das O₂ eigene Handy ist nicht nur das erste Slider Handy im Prepaid-Segment des Mobilfunkanbieters, sondern auch das erste O₂ Loop-Handy mit einer 1,3-Megapixel-Kamera. Der O₂ Loop-Kunde erhält beim Kauf des X7 slider als O₂ Loop-Paket zehn Euro Startguthaben, das ein Jahr langgültig ist. Des weiteren erhält er ein Jahr lang zehn Frei-SMS im Monat. Der X7 slider von O₂ Germany kostet als O₂ Loop-Paket 149,99 Euro. Für Vertragskunden kostet das Gerät mit einem O₂ Active 100 24-Monatsvertrag 9,99 Euro.



E-Plus bietet Kunden neue Daten-Flatrate

E-Plus hat mit Beginn der Internationalen Funkausstellung am 1. September die erste Daten-Flatrate im deutschen Mobilfunkmarkt gestartet: „E-Plus Online Flat“. Damit können E-Plus-Kunden ohne Zeit- und Volumenbeschränkung deutschlandweit zum monatlichen Festpreis von 39,95 Euro mobil im Internet surfen.

„Die E-Plus Online Flat ist ein sehr gutes Beispiel für moderne mobile Kommunikation: kundenfreundlich, einfach und günstig“, meinte Uwe Bergheim, Vorsitzender der Geschäftsführung von E-Plus, auf einer IFA-Pressekonferenz. „E-Plus Kunden können damit Daten schnell und kostengünstig mobil übertragen – und das bei voller Kostenkontrolle. Denn wir bieten mobiles Internet zu Preisen, wie die Kunden sie vom Festnetz kennen. Wir sind überzeugt, daß wir mit der Flat-

Guthaben bei Sparkassen aufladen

Die rund 4,8 Millionen Prepaid-Kunden von E-Plus mit Free & Easy Karte können zum Aufladen ihres Guthabens jetzt auch die Geldautomaten der teilnehmenden Sparkassen in Deutschland nutzen. Zum Start ist die Aufladung an rund 10.000 Geldautomaten möglich, schon bald sollen E-Plus Prepaid-Kunden diesen Service an bundesweit bis zu 24.000 Geldautomaten der Sparkassen nutzen können. Das Verfahren ist so einfach wie Geld abheben: Der Kunde führt zunächst seine SparkassenCard in den Automaten ein. Im Display liest er neben den Punkten „Geld abheben“ und „Kontostand anzeigen“ nun auch die Option „Handy laden“. Auf der folgenden Seite wählt er seinen Netzbetreiber aus und gibt lediglich zweimal die eigene Handy-Rufnummer sowie den gewünschten Betrag ein – 15, 20 oder 30 Euro. Das Guthaben wird binnen Sekunden automatisch dem Kundenkonto des Teilnehmers gutgeschrieben und kann sofort abtelefoniert werden. Jede Aufladung erscheint automatisch auf dem nächsten Kontoauszug des Kunden.

rate bei den Kunden einen weiteren Anreiz für UMTS schaffen.“ Wer die UMTS Notebook Card von E-Plus nutzen möchte, bucht den „E-Plus Online Flat Tarif“. Zur „E-Plus Online Flat“ erhält der Kunde dann eine SIM-Karte für zehn Euro monatlich; macht insgesamt 49,95 Euro pro Monat. Die UMTS Notebook Card gibt es kostenfrei dazu.

Statt Notebook Card kann auch jedes E-Plus UMTS Handy als Modem dienen – für Laptops, aber auch für den PC im Büro und zu Hause. USB-Kabel und entsprechende Software werden mit den Handys geliefert. So kann der Kunde surfen und dank UMTS gleichzeitig auch telefonieren. Dafür muß er die „E-Plus Online Flat“ lediglich als Option zu einem E-Plus Sprachvertrag hinzubuchen. Beide Angebote, „E-Plus Online Flat Tarif“ und „E-Plus Online Flat“, sind ab sofort erhältlich.

Der „Internetanschluß zum Mitnehmen“ funktioniert im Gegensatz zu bisherigen Festnetz- und Mobilfunkangeboten nicht nur an festgelegten Orten, sondern überall – unterwegs, zu Hause und im Büro. Für 39,95 Euro im Monat nutzen die Kunden nicht nur das Internet, sondern auch WAP und i-mode, so oft und so lange sie mögen.

E-Plus kooperiert mit Skype

E-Plus kooperiert mit Skype, dem weltweit bekanntesten Anbieter für Internetkommunikation. Für die Kooperation liefert E-Plus den mobilen Datenzugang per UMTS. Skype bietet die Möglichkeit, weltweit günstige Telefonate über das Internet zu führen. „Die Nutzung von Telefonaten über das Internet nimmt stark zu. Durch die Kooperation mit Skype bündeln wir die Vorteile des mobilen und des stationären Internetzugangs. Das Paket macht für viele Kunden das Laptop zu einer Allround-Lösung für Daten und Sprache“, so Bergheim.

Alle Kunden der „E-Plus Online Flat“ erhalten gratis den Skype Starterpack. Das Paket enthält die Grundausstattung zum „Skypen“ – Kopfhörer mit Mikrofon und Software für Windows. Diese installiert der Kunde auf dem Rechner und geht per UMTS online. Dank Skype kann er dann

über das Internet kostenfrei mit anderen Skype-Teilnehmern telefonieren, weltweit und rund um die Uhr. Lediglich für Gespräche aus der Skype-Community in andere Netze fällt ein sehr günstiger Verbindungspreis an.

Viva startet über E-Plus eine Mobilfunkmarke

Der Fernsehsender Viva startet im Herbst über seinen Partner E-Plus eine Jugendmarke im Mobilfunkbereich. Dazu haben die beiden Unternehmen eine strategische Kooperation vereinbart. Viva, der Sender von MTV Networks für Pop & Fun im deutschen Markt, wird spezielle, auf seine jugendliche Zielgruppe zugeschnittene Angebote vermarkten. Dazu gehört unter anderem ein einfacher Tarif für Sprachtelefonie und SMS. Wer eine Mobilfunkkarte von Viva kauft, wird künftig ein entsprechendes Logo im Display seines Handys sehen. Der belgische Mobilfunkanbieter BASE, der wie E-Plus ein Tochterunternehmen von Royal KPN ist, arbeitet in Belgien sehr erfolgreich mit dem Sender TMF zusammen. Die im Rahmen dieser Kooperation gesammelten Erfahrungen waren den Angaben zufolge für die Kooperation zwischen Viva und E-Plus sehr wertvoll.

In Deutschland ist E-Plus der exklusive Kooperationspartner von Viva, das sich mit dem Schritt ins Mobilfunkgeschäft einen neuen Geschäftszweig eröffnet. Das Angebot wird über das E-Plus Netz abgewickelt. Darüber hinaus übernimmt E-Plus die Rechnungsstellung und den Kundenservice.

„Die international ausgerichtete Zusammenarbeit zwischen E-Plus und BASE trägt Früchte“, stellte Uwe Bergheim, Vorsitzender der Geschäftsführung von E-Plus, fest. „Viva ist eine starke Marke für jugendliche Zielgruppen und ein weiterer logischer Baustein in unserer Strategie. E-Plus und seine Partner stehen für maßgeschneiderte Angebote, die auf die Wünsche einzelner Zielgruppen zugeschnitten sind. In solchen Konzepten liegt die Zukunft für den deutschen Mobilfunkmarkt.“

Details zum Angebot wird Viva kurz vor dem Marktstart bekanntgeben.

PoS Aktuell

debitel schnürt neues Paket an Tarifen für Geschäftskunden

debitel hat ein komplett neues Bündel an Geschäftskundentarifen geschnürt. Mit den Small Business- und Large Business-Tarifen bietet das Stuttgarter Unternehmen zwei unterschiedliche Tarife speziell für die Bedürfnisse von Geschäftskunden an. Ergänzt werden die Tarife durch ein flankierendes Angebot von Zusatzoptionen. Der Zielmarkt für die neuen debitel Business-Tarife sind die kleinen und mittelgroßen Firmen. Damit können Freiberufler, Gewerbetreibende oder kleine Unternehmen auf einfache Weise ihre mobilen Kommunikationsbedürfnisse befriedigen.

Die Small Business- und Large Business-Tarife sind bei debitel für alle vier deutschen Mobilfunknetze erhältlich. Dabei handelt es sich um Tarife mit einer klassischen Tarifstruktur, die sich zusammensetzt aus attraktiven, rund um die Uhr einheitlichen Minutenpreisen, wählbaren Zusatzoptionen und Rabattstaffeln für die Monatsgrundgebühr und Minutenpreise. Abgerechnet werden die Gespräche im 60/1 Takt, eine sekunden-genaue Taktung ist optional erhältlich. Small Business-Tarife wenden sich an Geschäftskunden mit normalem Gesprächsaufkommen, die Large Business-Tarife sind ideal für Vieltelefonierer.

Die neuen debitel Business-Tarife wurden um besonders nachgefragte Tarifoptionen ergänzt. Mit diesen können die Kunden ihre Kosten für mobile Kommunikation individuell reduzieren. Kostenloses Abhören der Mailbox ist mit der Mailbox Option möglich. Optimal für Businesskunden, die viel ins Festnetz telefonieren, ist die Daytime Option. Diese beinhaltet ein Minutenbudget von 1.000 Minuten ins deutsche Festnetz. Und für Kunden, die viel in andere inländische Mobilfunknetze telefonieren, bietet sich die Netzextern Option an, mit der für netzexterne Gespräche die gleichen Preise wie für netzinterne Gespräche gelten.

Bei debitel gibt es Vario 25 und DSL als Tarif im Kombi-Pack

Die debitel Herbstkampagne hat neben den vier Top-Handys Nokia 6230i, Nokia 6101, dem Motorola V3 RAZR und dem Motorola C390 das Thema DSL und einen neuen Tarif – den Vario 25 – im Fokus. Aus den beiden Komponenten wurde ein DSL-Mobilfunk-Kombitarif konzipiert, der nach Angaben des Unternehmens direkt auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten ist. Die debitel AG zeigt deutlich Flagge auf dem Breitband-Markt:

DSL ist nicht nur ein Themen-schwerpunkt der aktuellen debitel-Herbstkampagne, sondern zeitgleich startet auch eine Vermarktungsoffensive von debitel-DSL-Produkten am PoS.

Der debitel DSL flat kombi-Tarif ist laut debitel das erste deutschlandweite Kombi-Angebot aus einer echten DSL-Flatrate und einem Mobilfunktarif – dem debitel Vario 25. Der Vario 25 hat sich aus dem Vario-Tarif heraus entwickelt. Die neue Variante präsentiert sich übersichtlicher und ist mit ihren günstigen Gesprächsminuten und einer flacheren Tarifstruktur für weite Kundenkreise wesentlich attraktiver. Bei einem monatlichen Paketpreis von 9,95 Euro kostet die Gesprächsminute netzintern oder ins deutsche Festnetz 29 Cent, rund um die Uhr. Außerdem kann der Kunde jeden Monat zwischen 25 Inklusiv-Minuten ins deutsche Festnetz, 25 Inklusiv-Minuten netzintern und 25 Inklusiv-SMS oder 25 Inklusiv-MMS wählen.

Während der Herbstkampagne ist der debitel flat kombi-Tarif für 15,90 Euro zu haben. Wer sich bis zum 31. Oktober für die DSL-Flatrate-Varianten 2000 und 6000 entscheidet, bekommt das Modem kostenlos und spart außerdem die Anschlußgebühr. Kunden, die bereits einen Mobilfunkvertrag haben, können die mit unterschiedlichen Bandbreiten verfügbare DSL-Flatrate separat erstehen. Zum festen Kampagnen-Bestandteil wurde über die Jahre das Startgeschenk: Diesmal wird der Kunde bei Vertragsabschluß mit dreimal Monatspaketpreis frei belohnt. Komplettiert wird die Herbstkampagne durch die Prepaid Call-Ya-Box mit dem Siemens A70 für 39,95 Euro.

Mit einer weitreichenden Anzeigenkampagne will debitel für eine breite Wahrnehmung der Herbstaktion sorgen. Verstärkt wird der Werbedruck durch Großflächenplakatierung, die sich bereits bei den vorangegangenen Quartalsaktionen bewährt hat.

Sony Ericsson K750i wird Testsieger bei der Stiftung Warentest

Die Zeitschrift der Stiftung Warentest vertritt in ihrer September-Ausgabe die Meinung, das K750i von Sony Ericsson sei das beste derzeit verfügbare Mobiltelefon. Das Handy konnte sich gegen starke Konkurrenz durchsetzen und ging als Testsieger aus dem Leistungsvergleich hervor. Das K750i plazierte sich in fast allen Kategorien an der Spitze. Einen wesentlichen Beitrag zu dem ausgezeichneten Testergebnis leistete die 2-Megapixel-Kamera mit Autofokus, zu der on top eine 64 MB-Speicherkarte für Fotospaß und allzeit verfügbare Schnappschüsse im Lieferumfang enthalten ist.

LG bringt das Digital-TV aufs Handy

LG Electronics hat auf der Funkausstellung mit dem V9000 das erste Modell einer vollkommen neuen Handygeneration vorgestellt. Herausragendes Kennzeichen der neuen Geräte ist die Fähigkeit, digitales Fernsehen nach dem T-DMB-Standard (Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting) empfangen zu können.

Der Standard T-DMB ermöglicht den Empfang von Soaps, Fußballspielen und vielen anderen Sendungen – überall und jederzeit. Das V9000 ist LGs erstes T-DMB-fähiges Mobiltelefon für den europäischen Markt. Das weltweit erste Handy, das diese Technologie nutzt, das LT1000, sorgt nach Angaben des Unternehmens bereits seit Ende 2004 in Korea für Furore.

„Mit dem V9000 wollen wir unsere Führungsrolle auf dem Gebiet des mobilen Digitalfernsehens international ausbauen“, stellte Tor Nordli-Mathisen, Director Mobile Communication bei LG, fest. Der Marktstart des neuen Geräts ist in Europa für das erste Quartal 2006 vorgesehen.

„Die Fußball-WM live auf dem Handy zu sehen, wäre also kein Wunschtraum mehr“, so Nordli-Mathisen, „und LG als Premium-Partner des Deutschen Fußball



Bundes tut natürlich alles, um diesen Wunsch vieler Fußballfans zu erfüllen.“

Das V9000 vereint in sich die fortgeschrittensten, digitalen TV-Technologien von LG. Allein 100 Ingenieure waren für die Entwicklung zuständig, circa 70 neue Patente wurden angemeldet. „Mobiles Fernsehen ist ganz groß im Kommen. Den Besuchern der IFA 2005 bot das V9000 Gelegenheit, die Anfänge der T-DMB-Technologie hautnah mitzuerleben“, meinte Nordli-Mathisen. „Das Modell ist ein weiterer Beweis für LGs Kreativität und Spitzentechnik, die ganz darauf ausgerichtet ist, Freude und Bequemlichkeit unserer Kunden im täglichen Leben zu steigern.“

Über seine Pionierarbeit bei der Entwicklung von T-DMB hinaus strebt LG Electronics

auch im Bereich

DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld) eine führende Rolle an. Das Unternehmen ist in der

Lage, Geräte für alle beide Standards anzubieten. Nordli-Mathisen: „Als Innovationsführer im DMB-Bereich sind wir bestens gerüstet, unseren Kunden auch

technisch ausgereifte DVB-H-Handys anzubieten. „Ich bin sicher, daß LGs Technik sowohl im DMB- als auch im DVB-H-Bereich die Standards für die Zukunft

setzen wird. Kurzum: LG ist startklar. Life's good.“

Zusammen mit T-Mobile hat LG darüber hinaus mit dem LG U8290 das nächste LG Handy der dritten Generation vorgestellt. „Das attraktive, schwarz-silberne Klapphandy trifft in Design und Ausstattung voll den Nerv der Zeit – angefangen von der Fähigkeit zur Videotelefonie bis zum farbigen Außendisplay. Mit seinem trendigen Design zielt das U8290 auf alle, die innovative Technik schätzen und das Leben in vollen Zügen genießen“, erklärte Nordli-Mathisen.

Mit dem U8290 setzt LG seine UMTS-Erfolgsstory, die Ende 2004 mit dem U8100 begann, fort. Die Chancen dazu stehen gut. Denn der deutsche Handy-markt befindet sich im Umbruch; die Ära der dritten Generation, UMTS, hat begonnen. Nordli-Mathisen: „LG ist weltweit Marktführer im UMTS-Bereich und besitzt daher eine hervorragende Ausgangsposition, um sich auch in Deutschland auf den vorderen Plätzen zu etablieren.“

Ausgestattet ist das LG U8290 mit allem, was ein UMTS-Handy der heutigen Zeit braucht: angefangen bei Bluetooth für kabellose Headsets und die Synchronisation mit Outlook über den schnellen mobilen Internetzugang über UMTS oder GPRS Klasse 10 bis zur Freisprechmöglichkeit am Gerät. Erwähnenswert sind auch die zahlreichen Multimedia-Funktionen. So ermöglicht die eingebaute Digitalkamera mit ihrem 1,3-Megapixel CMOS-Chip (1.280

x 960 Pixel) neben Fotos auch Videoaufzeichnungen mit einer maximalen Länge von 60 Minuten (bei 176 x 144 Pixel im MPEG4-Format).

Musik liefert der integrierte MP3-Player, für den man eigene Wiedergabelisten erstellen kann. Dank Triband-Funktion bleibt das



Tor Nordli-Mathisen

U8290 in fast allen Funknetzen der Welt empfangsbereit. So umfangreich wie die Ausstattung ist auch die Speicherkapazität: Dank T-Flash Karte läßt sich der 20 MB große interne Speicher bis zu 256 MB erhöhen. „Mit dem exklusiven U8290 führen wir die erfolgreiche Zusammenarbeit mit LG fort und ein Gerät ein, das optimal auf die Nutzung der Dienste von T-Mobile zugeschnitten ist und dem Kunden damit die mobile Welt in Höchstgeschwindigkeit näher bringt“, so Michael Schuld, Leiter Endgeräte Management bei T-Mobile.

Aufgeklappt sorgt das zwei Zoll große Farbdisplay mit 262.166 Farben für die optimale Darstellung von Videos und Fotos. Zuge-

klappt informiert das 96 x 96 Pixel große Außen-Display mit 65.536 Farben über eingehende Anrufe, Akkukapazität und andere wichtige News wie versäumte Anrufe und eingehende Nachrichten. Die umfangreiche Ausstattung ist in einem Gehäuse mit den Abmessungen 85,5 x 47,5 x 24,5 mm untergebracht. Das Gerät wiegt 125 g.

„Gemeinsam mit T-Mobile haben wir eine spektakuläre Kampagne entwickelt“, sagte Björn Bourdin, Marketing Communications Manager bei LG Mobile. „Sie wird große Aufmerksamkeit für das LG U8290 erwecken.“ Zugkräftiges Testimonial der Marketingkampagne ist Jürgen Klinsmann, seit Anfang des Jahres LG Markenbotschafter. Im Outdoor-Bereich setzt LG Mobile auf Mega-Lightboards und Blow-Up-Poster an zentralen Plätzen in deutschen Großstädten sowie Infoscreens in U-Bahnhöfen. Ein effektiver Online-Mix aus Portalen und Internetseiten rundet die LG Kampagne ab.

Spektakuläres I-Tüpfelchen bildet das Sponsoring des DSF-Magazins Unsere Elf, bei dem LG Mobile Communication innerhalb von LG besonderes Gewicht zukommt. „Insgesamt sichern uns die aktuellen Maßnahmen zusammen mit Jürgen Klinsmann die Premium-Präsentation des U8290 und die massive Präsenz auf allen Ebenen modernen Marketings“, erläuterte Bourdin. „Dies alles bringt LG einen großen Schritt weiter.“ Herbert Päge

Experten diskutieren auf der Communication World 2005 aktuelle Trends bei mobilen Diensten

Die mobilen Endgeräte werden immer leistungstärker. Neben dem Telefonieren bieten sie eine Vielzahl an Zusatzfunktionen: Vom persönlichen Organizer bis zu MP3-Player und Kamera werden mehr und mehr Features integriert. In diesem Herbst kommen die ersten Handys mit einer Vier-Gigabyte-Festplatte auf den Markt.

Mit ihren umfassenden Möglichkeiten werden Smartphones immer interessanter für Unternehmenslösungen. Verbunden mit dem Einsatz neuer Betriebssysteme bieten sich hier für Unternehmen komplett neue Möglichkeiten. Experten erwarten allein in diesem Segment einen Marktzuwachs von über 20 Prozent in Deutschland.

Die Weiterentwicklung des Mobilfunks hin zu multimedialen Diensten und der Einsatz von

Applikationen und Content stehen im Mittelpunkt der Communication World 2005, die am 24. Oktober, dem ersten Tag der Münchner Messe Systems, im ICM der Neuen Messe München beginnt.

Die Spitzenmanager aus Telekommunikation und IT treffen sich beim Mobile Summit und diskutieren unter dem Motto „Mobile Services, Mobile Content – The Next Generation“ die aktuellen Trends und Entwicklungen im Bereich mobiler Dienste.

In Panel I, dem Spitzentreffen der Handyhersteller und Mobilfunk-Carrier, diskutieren die Geschäftsführer und CEOs von T-Mobile, Sony-Ericsson, BenQ, Symbian und Virgin Mobile über die anstehenden Änderungen in der Mobilfunklandschaft. Interessant ist das Aufeinandertreffen der Handyhersteller und Mobilfunk-Carrier, da sie mit zum Teil sehr unterschiedlichen Strategien den Mobilfunkmarkt erweitern wollen.

Während die Hardware-Hersteller immer mehr Features in die Endgeräte integrieren, werben die Carrier derzeit vor allem mit günstigen Tarifen um neue Kunden.

Als in Europa erfolgreichster virtueller mobiler Netzbetreiber (MVNO) ist Virgin Mobile mit Tom Alexander (CEO) in Panel I vertreten. Mit ganz neuen Kundenkonzepten hat Virgin Mobile derzeit in Großbritannien einen Marktanteil von knapp zehn Prozent erobert. Die Keynote in Panel I hält David Wood, einer der Gründer von Symbian, zur Zukunft der mobilen Endgeräte.

In Panel II geht es um mobile Lösungen, mit denen Unternehmen immer stärker versuchen, ihren Workflow zu optimieren oder die Kundenansprache zu verbessern. Die Spitzenmanager mobiler Unternehmenslösungen präsentieren hier die Chancen, die der Mobilfunk für die klassische IT eröffnet. Vertreten sind

in Panel II alle derzeit wichtigen Anbieter im Bereich Mobile Enterprise. So präsentiert Qualcomm, vertreten durch Siegmund Redl, neue Lösungen für multimediale Applikationen durch UMTS, und Suzan DelBene von Microsoft stellt flexible Plattformen für innovative Geräte und Anwendungen vor. RIM/BlackBerry (Don Morrison), Anbieter von klassischen mobilen E-Mail-Lösungen, informiert über die Gestaltung effektiver Arbeitsumgebungen, und Palm (Ed Colligan) präsentiert neue Businessgeräte als Basis von Unternehmenslösungen. Thorsten Heins von Siemens Communications referiert über die Möglichkeit, WLAN für alle Services – auch für Sprache – einzusetzen. Attraktive Applikationen und Content bestimmen darüber, wie schnell mobile Lösungen künftig von Nutzern angenommen werden. Im Panel III der Communication World stellen die CEOs führender Unternehmen

aktuelle und erfolgreiche Projekte aus der mobilen Welt vor. Neben der Präsentation von interessanten Beispielen wie Mobile Navigation, Location Based Services (Dr. Helmut Blomenhofer, Thales ATM GmbH), geht es um neue Plattformen für Endkunden-Services (Chris Halbard, Lucent Technologies) und Messaging als Basis für neue Kommunikationslösungen (Klaus Jansen-Knor, Mobile 365). Matthias A. Ziehl wird als Vice President New Media, Infront Sports & Media AG, den Mobilfunk als „mobiles“ Medienhighlight für die Fußballweltmeisterschaft 2006 beleuchten. Interessenten können sich unter Telefax 089/31 60 98 57 oder per Internet unter www.systems.de/communicationworld/www.mobile-summit.com anmelden. Teilnahmegebühr: 340,00 Euro (plus MwSt.).

Samsung M70 und X1: Zwei Notebooks – zwei Rekorde

Einzigartig sind beide von Samsung erstmalig auf der IFA 2005 vorgestellten Notebooks: Das Samsung M70 ist mit einem 19 Zoll großen Widescreen Display und einer Tastatur in Normalgröße ausgestattet. Das ultraleichte Samsung X1 reiht sich mit seinem Gewicht von nur 1.700 Gramm, daumenbreiter Bauhöhe und Akkulaufzeiten von bis zu 13,5 Stunden an der Spitze der „dünnsten, leichtesten und mobilsten Notebooks der Welt“ von Samsung ein. Das platzsparende „Super-Relax“-Konzept des Samsung X1 kombiniert ein optisches Toploader-Laufwerk mit einer ergonomischen Front-Tastatur und schafft damit auf einem mobilen Rechnersystem ungeohnt entspannte Arbeitsbedingungen.

Samsung M70: Notebook und Desktop-Arbeitsplatz

Als weltweit erstes Notebook besitzt das Samsung M70 ein 19-Zoll-Widescreen-TFT. Das Display des M70 verfügt über die Eigenschaften eines Top-Monitors: Das bemerkenswerte Kontrastverhältnis von 600:1 und der Helligkeitswert von 280 cd/m² sorgen mit der Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten dafür, daß Bildinhalte mit einer im Notebookbereich ungewöhnlich hohen Brillanz und Farbtiefe dargestellt werden. Neue Maßstäbe werden auch durch die extrem kurze Gesamt-Reaktionszeit von nur 10 Millisekunden gesetzt, die scharfe Darstellung von Bildinhalten mit hoher Bewegungsdynamik garantiert und selbst anspruchsvollste Gaming-Anwendungen zum ungetrübten Vergnügen macht. Die hervorragenden Daten des Displays machen das M70 Notebook auch für Grafiker und Architekten zu einem interessanten Arbeitsgerät.

Vollwertiges Desktop Replacement

Für den Einsatz des M70 Notebooks als Desktop-Rechner haben die Samsung-Entwickler ein völlig neues Konzept entwickelt: Das Display ist abnehmbar. Nach der Entriegelung von zwei seitlichen Scharnieren läßt sich der LCD-Bildschirm mit einem Handgriff vom Rechner trennen und wie ein normaler 19-Zoll-Widescreen-Monitor mit DVI- und VGA-Schnittstelle nutzen, bei Bedarf natürlich auch in Verbindung mit beliebigen anderen Rechnern. Mit Hilfe des im Lieferumfang enthaltenen Docking-Stand wird das Display in der ergonomisch günstigsten Position stabil und sicher auf dem Schreibtisch aufgestellt. Das neue Konzept und die hohe Performance des Rechners machen das M70 Notebook zur vollwertigen Alternative für einen Desktop-PC. Die herstellbare, räumliche Distanz zwischen Eingabetastatur und Bildschirm entspricht den geltenden Arbeitsplatz-Verordnungen. Auf dem Schreibtisch beansprucht das M70 deutlich weniger Platz als ein herkömmlicher PC und läßt sich mit einem Handgriff jederzeit wieder zum Notebook verwandeln. Bedingt durch die Abmessungen des großen Widescreen-Displays findet auf dem Rechner-Unterteil eine große Tastatur mit Ziffernblock, Sonder- und Funktionstasten Platz und läßt bei der Arbeit mit diesem Notebook Desktop-Feeling aufkommen. Unterschiede zu einer Desktop-Tastatur bestehen lediglich in der Position der Pfeiltasten (Cursor-Tasten) und dem weggelassenen Tastenblock für die Navigation in Dokumenten (Einfügen, Entfernen, Bildlauf etc.), dessen Funktionen wie bei Notebooks üblich durch Mehrfachbelegung anderer Tasten zur Verfügung stehen.

Hohe Performance

Wie bei der Vorstellung verlautebarte, wird das Samsung M70 mit einem schnellen Pentium M arbeiten. Bei den zukünftigen Prozessoren nennt Samsung auch den noch nicht eingeführten Pentium M 790 mit voraussichtlich 2,4 GHz Taktfrequenz. Als Chipsatz kommt der Intel 915 PM zum Einsatz. Die Grafik-



Das Samsung M70 verfügt über ein 19-Zoll-Widescreen-TFT mit den Eigenschaften eines Top-Monitors. Das Display läßt sich mit drei Handgriffen abnehmen und in einem mitgelieferten Docking-Stand mit VGA und DVI als selbständiger Monitor nutzen.

lösung besteht aus dem leistungsfähigen Nvidia-Grafikchip GeForce Go 6600 mit eigenem, modellabhängig 64 oder 128 MByte großen Speicherbaustein. Der optional mögliche Hauptspeicher-Ausbau des M70 soll nach bisherigen Angaben des Herstellers zwischen 256 MByte und einem GByte liegen. Wahrscheinlich sind aber auch 512 MByte oder 1 GByte DDR2-SDRAM (533 MHz). Die Speichergröße der Festplatte soll 80 oder 100 GByte betragen. Als optisches Laufwerk steht ein Dual-Layer-DVD-Brenner zur Verfügung. Der integrierte Speicherkartenleser unterstützt Memory Stick, Memory Stick Pro, MMC, SD- und XD-Card. Drahtlose WLAN-Verbindungen unterstützt das Centrino-Gerät mit den IEEE-Standards 802.11a, b und g (Intel Pro/Wireless 2915ABG). Als Schnittstellen stehen Gigabit-Ethernet, USB 2.0, Firewire 400 und ein PC-Card-Steckplatz zur Verfügung, der auch zur Unterbringung der Infrarot-Fernbedienung genutzt wird. Externer Raumklang kann über den optischen SPDIF-Ausgang angesteuert werden. Das Notebook selbst ist mit zwei Stereo-Lautsprechern und Subwoofer für 2.1-Kanal-Klang

Nur 1.700 Gramm wiegt das ultraleichte, 23 mm hohe Breitbild-Notebook Samsung X1 mit 14-Zoll Breitbild-Display und DVD-Brenner.



bestückt. Für die zeitweilig ausschließliche Nutzung als DVD-, MP3- oder Foto-Player läßt sich, ohne Windows booten zu müssen, ein alternatives Betriebssystem starten, das schon nach zwölf Sekunden betriebsbereit ist und mit der Wiedergabe beginnen kann. „Das M70 ist mit seinen Eigenschaften für alle Anwender mit höchsten Anforderungen an Notebook und Monitor, vom Architekten bis hin zum Gamer, perfekt geeignet und ermöglicht zusätzlich eine ergonomisch günstige Arbeitshaltung“, stellt Patrick Povel, Product Manager Mobile Computing, Samsung, fest. Das M70 verfügt über 4 USB-Ports, eine Fullsize-Tastatur und wiegt mit 4.400 Gramm nicht mehr als zahlreiche herkömmliche 17-Zoll-Notebook-Modelle. Das Samsung Notebook M70 soll Ende Oktober 2005 auf den Markt kommen. Der Verkaufspreis steht noch nicht fest. Er soll dem Vernehmen nach bei ca. 2.000,- Euro liegen.

Samsung X1: Ultraleichtes 14“ Notebook

Nur 1.700 Gramm wiegt das ultraleichte Breitbild-Notebook Samsung X1 mit 14-Zoll-Breitbild-Display und einem internen DVD-Brenner. Das Display mit „Super Bright Gloss LCD“ löst Bildinhalte mit 1.280 x 768 Bildpunkten auf und zeichnet sich durch beson-

ders helle, kontrastreiche und scharfe Darstellung aus. Die Grundfläche des X1 fällt durch den optimierten Formfaktor mit 33,2 x 26,2 Zentimetern überraschend klein aus. Mit nur 2,3 Zentimeter Dicke gehört das Samsung X1 zu den flachsten im Markt verfügbaren mobilen Rechnern. Der integrierte Dual-Layer-DVD-Brenner liegt hinter der spritzwassergeschützten Tastatur und vor dem Bildschirm. Für das Auswechseln der eingelegten Medien wird die Abdeckung hochgeklappt. Die Festplattenkapazität beträgt 40 oder 60 GB. Der Speichersteckplatz für SO-DIMMs ist mit 256 MByte bestückt. 256 MByte DDR-400-DRAM sind fest auf dem Mainboard verlötet. Ein Speicher-Upgrade ist über den Steckplatz möglich. Als CPU stehen für das X1 die Modelle 733 (1,1 GHz) oder 753 (1,2 GHz) der Ultra-Low-Voltage-Version des Pentium M zur Wahl. Die Grafiklösung wie auch die I/O-Funktionen stellt der integrierte Intel 915GM-Chipsatz bereit: Drei USB-2.0-Ports, Fast-Ethernet, WLAN nach 802.11b/g mit bis zu 54 Mbit/s und ein V.92-Modem sowie AC-97-Sound mit Mikro- und Kopfhöreranschluß. Zusätzlich verfügt das X1 über einen PC-Card-Slot, der auch Typ-II-Karten aufnimmt, einen Firewire/1394-Port und einen Cardreader für die Formate MMC, SD und Memory Stick. Mit hellem Display, Fernbedienung, SPDIF-Ausgang und Raumklang-Lautsprechern kann das X1 auch als Medienzentrale genutzt werden. Das Notebook Samsung X1 soll im Oktober 2005 zu einem UVP von etwa 2.000,- Euro auf den Markt kommen. evo

Die Playstation Portable ist da! Spiele, Filme, MP3 und Fotos

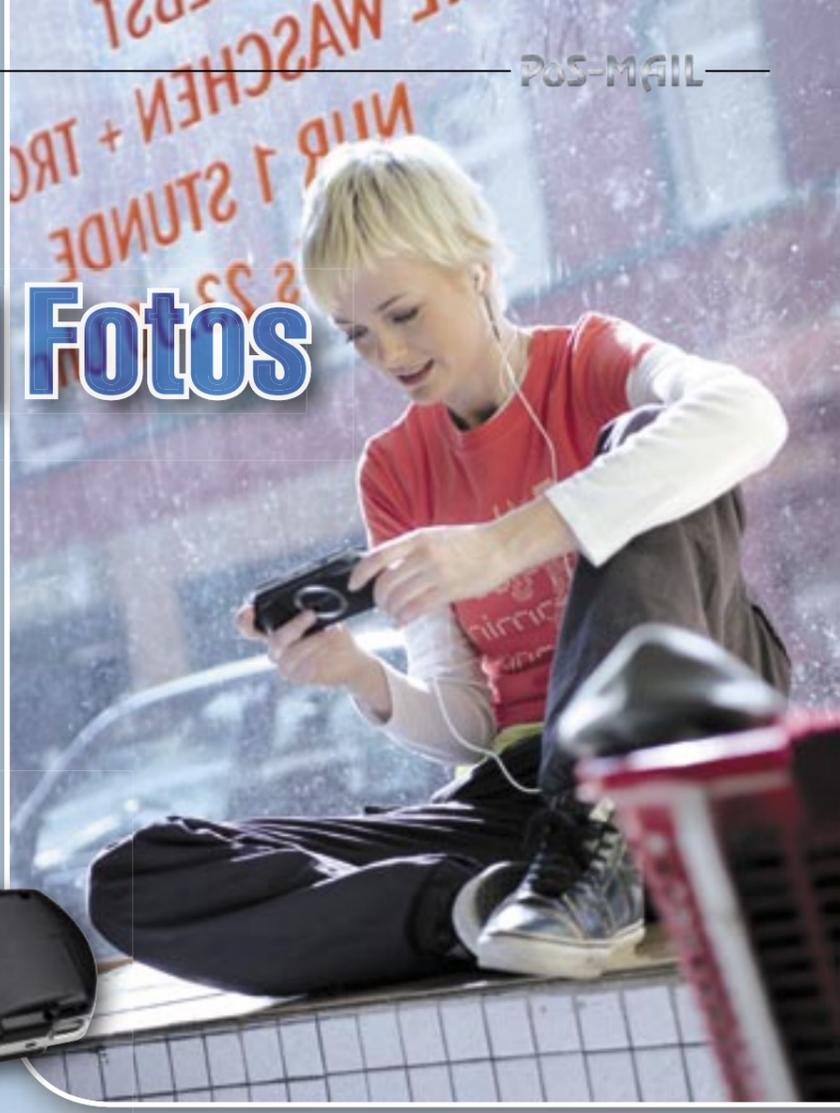
Seit Anfang September ist die neue Playstation Portable (PSP) von Sony auch in Deutschland lieferbar. Neben dem Spielen ist mit der PSP auch die Wiedergabe von MP3-Dateien, Videos und digitalen Bildern möglich.

Zur Einführung der PSP in Europa sind mehr als 30 Spiele erhältlich, die die brillante Grafik des 4,3-Zoll TFT-Widescreen Displays vollständig ausnutzen. Zu dem Spiele-Angebot für die PSP zählen sowohl klassische PlayStation-

Titel, die speziell für dieses neue Format angepaßt wurden, als auch vollständig neue Spiele. Ein wichtiges Feature der PSP ist die Wireless-LAN-Funktionalität. Dadurch können Anwender über einen WiFi-Hotspot eine Verbindung zum Internet herstellen und online spielen. Das Firmware 2.0-Update wird in Europa direkt mit dem Value Pack auf UMD (Universal Media Disc) ausgeliefert. Im Wireless Ad Hoc-Modus lassen sich bis zu 16 PSP-Systeme direkt miteinander verbinden, so daß Anwender in Wettbewerben gegeneinander antreten können.

100 Filme bis Ende des Jahres

Der überragende Erfolg des UMD Video-Formats in den USA setzt sich mit den multimedialen Funktionen der PSP auch in Europa fort. Derzeit sind in Europa rund 30 Filme von mehreren Hollywood-Studios



Memory Stick PSP

Die Spiele und Videos werden auf der PSP von einer UMD ROM Disc eingespielt. Doch ohne Memory Stick PSP geht gar nichts: Um Spielstände zu speichern, MP3s zu hören, Videos anzuschauen oder Diashows abzuspielen, ist ein Memory Stick Pro Duo notwendig. Den hat Sony jetzt passend zur Playstation Portable in einer trendigen Verpackung mit Kapazitäten zwischen 256 MB und 1 GB aufgelegt. Zudem werden die Speichersticks auch im Value Pack inklusive USB-Kabel angeboten. Damit kann der Anwender die Playstation Portable dann direkt mit seinem PC oder Notebook verbinden, um Daten auszutauschen. Das Value Pack steht in den Kapazitäten 512 MB und 1 GB zur Verfügung. Sony gewährt auf alle Memory Stick Pro Duo PSP fünf Jahre Garantie.

verfügbar, darunter Sony Pictures, Twentieth Century Fox, Buena Vista und Universal. Da viele Studios mittlerweile planen, Filme im UMD-Format gleichzeitig mit dem DVD-Start zu veröffentlichen, kommen bis Weihnachten dieses Jahres mehr als 100 Filme in den Markt.

Für mobilen Musikspaß

Zu den Multimedia-Funktionen der PSP gehört auch die Musikwiedergabe. Neben Dateien im MP3-, ATRAC 3plus- und MPEG-4 AAC-Format vom Memory Stick

spielt das System auch Musikvideo-Titel im UMD-Format ab. Zum Start von PSP sind drei Titel von Secretary Visual Entertainment verfügbar, weitere Titel sind von Sony BMG erhältlich. Zudem werden zusätzliche Musikvideos bis Weihnachten veröffentlicht. *miz*

Mehr Rendite mit Zubehör zur PSP

Kein Zweifel: Die Sony PSP wird in der verkaufstärksten Saison des Jahres zum absoluten Bestseller. Mit dem aktiven Verkauf von Zubehör können Sie noch mehr verdienen.

In den USA ist die PSP bereits seit dem Frühjahr auf dem Markt. Der amerikanische Zubehörspezialist Sakar hat ein breites Programm von Accessoires zu dieser sensationellen mobilen Spielkonsole entwickelt. Sie ist in den USA bereits außergewöhnlich erfolgreich – und demnächst in Ihrem Geschäft.

Die Produktpalette umfaßt Sound- und Car-Systeme, paßgenaue Etuis (zum Teil mit eingebautem Lautsprecher), Ladestationen, Handgriffe mit Batterie und vieles mehr.

Fordern Sie jetzt weitere Informationen über die Produkte auf dieser Seite und das Sakar PSP Zubehörprogramm an.

Sakar Europe Limited
Deutschlandvertrieb:

digitalfoto & logistic

Frankfurter Straße 52-56 • D-65479 Raunheim/Frankfurt • Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 • Fax (49) 61 42-21 01 87 96 • E-Mail: info@dflogistic.de • www.dflogistic.de



Wiederaufladbarer Akkuhandgriff: für sicheren Halt und volle Power.



Ultimate Gaming Kit: das volle Programm für mobilen Spielspaß mit Sicherheit.

Enthält:

- Autoladekabel
- USB-Kabel mit automatischem Kabeleinzug
- Kopfhörer mit automatischem Kabeleinzug
- Schutzfolie für PSP Display
- Gel-Schutzüberzug
- UMD Aufbewahrungsbox



Faltbares Stereo Lautsprecher System: handlich, mobil und soundstark.

PSP-200

QUAD Musikwiedergabe ist in ein neues Haus umgezogen

Produktinformationen gibt es auf Anforderung von

QUAD Musikwiedergabe GmbH
 Brunnenstraße 57, 56751 Gering
 Tel. + 49 (0) 2654 987977
 Fax. + 49(0) 2654 987976
 Mail. Quad-gmbh@t-online.de
 HYPERLINK „http://www.Quad-Musik.com“

Betriebswirt / Manager

international erfahren, sucht Management-/Führungsaufgabe in Marketing, Produktmanagement und Kommunikation.

Meine Kompetenzen:

- Vertriebspersönlichkeit, lösungsorientiert und führungsstark (erfolgreich auch in hart umkämpften Märkten mit nachweisbar zweistelligen Umsatzsteigerungen).
- Marketingkompetenz (Studium Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Marketing, Produktmanagement und Kommunikation).
- Steuerung/Führung der Produktplanung/Produktdefinition und -launch, Budgetierung, Vertrieb und Kontrolle.
- Über 15 Jahre Kompetenz und Führungserfahrung in Unternehmen mit moderner/kooperativer Führungsphilosophie als auch mit traditionellen, stärker hierarchischen Strukturen.
- Vernetztes, unternehmerisches Denken und Handeln.
- Eigene Betreuung von internationalen Key Accounts und deutschen Großkunden.
- Verhandlungssicheres Englisch, Französisch und Spanisch, fließend in Wort und Schrift.
- Hohe Reisebereitschaft, Kommunikations- und Teamfähigkeit.
- Sicherer Umgang mit MS Office und Internet.

Chiffre 42547710

Gebietsverkaufsleiter Consumer Electronics in NRW

sucht neue Herausforderung als Repräsentant oder Handelsvertreter.

Selbständiges und konzeptionelles Arbeiten, kaufmännische Kompetenz und Organisationsgeschick, analytisches Denken, Teamfähigkeit sowie Sicherheit im Umgang mit Menschen zähle ich neben Ehrgeiz, Entwicklungswillen und Zielstrebigkeit zu meinen Stärken.

Durch langjährige erfolgreiche Aktivitäten in meiner jetzigen Position als Gebietsverkaufsleiter im Außendienst verfüge ich über fundierte Marktkenntnisse und solide Kontakte sowohl zum Fachhandel als auch zu Großkunden. Sehr gute Englischkenntnisse sowie der sichere Umgang mit Microsoft-Windows 2000 / Word / Excel und Microsoft Outlook runden mein Erfahrungsprofil ab.

Mein branchenspezifisches Know-how und meine Freude an leistungsorientiertem Arbeiten möchte ich gerne in ein neues, anspruchsvolles Aufgabengebiet mit Perspektive einbringen.

Chiffre 42547610

Sales Managerin

sucht anspruchsvolle Herausforderung mit Perspektive im Vertrieb/Marketing.

Die zielgerichtete Ansprache potentieller Kunden, die Betreuung von Distributoren, national und international, eine wirkungsvolle Präsentation des Leistungsangebotes und die individuelle Ausarbeitung von komplexen Leistungsvarianten, Vertriebsstrategien und Angeboten waren ebenso Kernpunkt meiner bisherigen Aufgabenstellung wie die aktive Gestaltung des Marketingbudgets und die Konzeption und Organisation von Messeauftritten.

Führungserfahren, flexibel, belastbar und teamfähig, fließend Englisch in Wort und Schrift, PC- und EDV-Kenntnisse (Word, Excel, Navision), möchte ich meine Kompetenzen nutzen und in Ihrem Unternehmen neue Impulse setzen.

Chiffre 42547410

Marketing-Kommunikationswirt (Diplom)

motiviert, flexibel und verantwortungsbewußt, mit Führungserfahrung, sucht anspruchsvolle Position in NRW.

Mein Profil: Zielorientierter, leistungsstarker und kreativer Marketing- & Projektmanager mit fundierten Kenntnissen in den klassischen Marketingdisziplinen Advertising, Kooperationsmarketing, PR, Sales Promotions, Event-Organisation, Konzeption und Durchführung von POP- und POS-Aktivitäten, Erfolgsanalyse sowie Event- und Roadshow-Organisation.

Technisches Know-how und fundierte PC-Kenntnisse in

Windows 2000, Office 2000, Internet, Englisch in Wort und Schrift sowie italienische Grundkenntnisse runden mein Erfahrungsprofil ab.

In einem zukunftsbezogenen Markt möchte ich meine Erfahrungen und Kenntnisse in professionell-innovativer Weise erfolgreich umsetzen.

Chiffre 42547510



„18 Euro Job: Zuhörer bei Fachvorträgen“

Wieder einmal wurde die Lösung eines dringlichen Problems nicht vom teuren Vater Staat gefunden, sondern durch eine Initiative aus Kreisen der freien Wirtschaft: Niemand braucht zukünftig mehr seinen bewegungsunwilligen Rücken für einen schäbigen 1 Euro Job krumm zu machen. Es gibt komfortablere und einträglichere Möglichkeiten zur Verbesserung der eigenen, finanziellen Situation. Wie kürzlich bekannt wurde, kauft die Messe Berlin GmbH Besucher für Fachvorträge. Laut Berichten in verschiedenen Medien zahlt das Unternehmen 18 Euro an Studenten, damit sie sich auf der IFA Berlin Fachvorträge anhören. So sollen nach Einschätzung eines als Zuhörer angeheuerten Studenten zwischen 25 bis 33 Prozent der Besucher des von der Deutschen Telekom organisierten Vortrags „Wachstumsmotor Triple Play“ von der Messegesellschaft bezahlt worden sein. Wie Michael Hofer, Sprecher der Messe Berlin GmbH, in einem Interview durch die Tageszeitung erläuterte, sei das Verfahren zum Auffüllen leerer Reihen international üblich. Bei Live-Übertragungen im Fernsehen stören unbesetzte Plätze sonst den zu vermittelnden Eindruck betriebsamer Geschäftigkeit und hoher Prosperität. Die von einer Arbeitsvermittlung-Agentur angeworbenen Studenten sollten mindestens 26 Jahre alt sein und Business-Kleidung tragen, damit sie von Fachbesuchern nicht zu unterscheiden waren. Bedenkt man, daß in der Bundesrepublik Deutschland jedes Jahr mehr als 500 Fachmessen und Kongresse veranstaltet werden, dann erkennt man die Tragweite der Lösung „Berufs-Besucher“ für den Arbeitsmarkt. Hier wird nicht nur gejobbt, sondern es findet gleichzeitig auch Weiterbildung statt. Die Einsatzmöglichkeiten für professionelle Zuhörer, Besucher und Gäste lassen sich außerdem beliebig ausweiten: Hochzeiten, Beerdigungen, Demonstrationen und besonders zukunfts-sicher: Wahlveranstaltungen! evo

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>
 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
 Dipl. Journ. Herbert Päge
 Dipl. rer. pol. Karla Schulze
 Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 6 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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 YH-J70



Samsung LE40M61B



Samsung HT-P1200

Samsung wird ausgezeichnet. Und Sie profitieren davon.

Samsung ist für die brillante Technologie, das innovative Design und das hohe Maß an Bedienkomfort seiner Produkte mit 3 EISA-Awards ausgezeichnet worden. Auch das 2. Jahr in Folge war die Jury von der Qualität unserer Produkte begeistert. Holen Sie sich die ausgezeichneten Samsung Produkte und lassen Sie auch Ihren Kunden von der herausragenden Qualität unserer Produkte profitieren. Mehr Informationen unter www.samsung.de



Designed for Entertainment

Innovation made by BenQ



senseye™ Innovative Bildtechnologie von BenQ

Fernsehen in schönster Perfektion: Der DV3250 von BenQ sorgt mit der Senseye™-Technologie und einer High Definition-Auflösung für unglaublich lebendige Bilder. HDTV ist der zukünftige Fernsehstandard in bester Qualität und hat gegenüber dem aktuellen PAL-Standard den Vorteil einer bis zu fünfmal höheren Auflösung. So werden Bilder viel detailreicher dargestellt. Kombiniert mit der innovativen Senseye™-Technologie von BenQ wird Fernsehen nun zu einem einzigartigen Erlebnis: Superscharfe Konturen, satte Farben mit erstaunlicher Leuchtkraft, ein hoher Kontrastwert und enorme Tiefenschärfe sorgen für umwerfende Bilder! Actionszenen und Sportereignisse wie die WM 2006 wirken auch dank der schnellen Reaktionszeit des BenQ LCD-TVs so realistisch, als wäre man live dabei.

BenQ Fachhandels-Hotline: 040-82 22 64 166, E-Mail: Fachhandel.de@BenQ.com oder Internet: BenQ.de

**HD
ready**

DV3250

Bilddiagonale: 80 cm, Auflösung: 1366 x 768
Helligkeit: 500 cd/m², Kontrast: 800:1
Reaktionszeit: 12 ms, echtes 16:9-Bildformat
2 Jahre Garantie, Abhol-Reparaturservice

HEK*: 970,- €
UVP**: 1.299,- €



BenQ

Enjoyment Matters



Atebis Peacock GmbH
Tel.: 02921/99-3333
Fax: 02921/99-6489



b.com AG
Tel.: 0221/8003-100
Fax: 0221/8003-150



B.W. Computer Vertrieb GmbH
Tel.: 07266/949-0
Fax: 07266/949-20



Ingram Micro Distribution GmbH
Tel.: 089/4208-1666
Fax: 089/4208-1555



Multitronic Vertrieb GmbH
Tel.: 05741/3408-0
Fax: 05741/3408-24



pilot Computerhandels GmbH
Tel.: 04105/580-197
Fax: 04105/580-297