



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.**



**Das größte Wachstum für Projektoren liegt im Heimkino-Segment, so die Marktforscher. Allein im vergangenen Jahr stieg in Deutschland der Absatz von Projektoren im CE-Bereich laut gfu (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik) um 175 Prozent. In diesem Jahr rechnen die Experten mit einem Wachstum von 46 Prozent auf 5,078 Millionen verkaufter Geräte weltweit.**

Zu den wesentlichen Leistungsmerkmalen von Projektoren zählen Kontrast, Lichtstärke und Geräuschpegel. Zubehör spielt in der digitalen Projektion ebenfalls eine wesentliche Rolle. Die Projektionsfläche ist fast ebenso wichtig für die Qualität des Bildes wie die technischen Funktionen eines Gerätes. Auch die Lampen sind ein Thema für sich. Zahlreiche Hersteller bringen immer preiswertere Geräte auf den Markt, die sich durch immer einfachere

Bedienung auszeichnen. Somit hat die digitale Projektion ihren Weg aus den Konferenz- und Schulungsräumen der Wirtschaft in die Wohnzimmer der Verbraucher angetreten. Dabei wird unter Heimkino-Projektion vornehmlich das Abspielen von Filmen auf DVD verstanden, das mit Hilfe eines Projektors und eines entsprechenden Surround-Soundsystems auch zu Hause fast ein Kino-Erlebnis ermöglicht. In gleicher Weise sind die digitalen Projek-

**Die Hersteller sehen große Verkaufschancen im Bereich Präsentation, in dem Notebook und Projektor über Funk kommunizieren. Auch Vernetzung ist ein großes Thema. Wenn es darum geht, Projektoren über Netzwerke anzusteuern und Präsentationsinhalte direkt vom Server bereitzustellen, sind Systemhäuser und Fachhändler gefragt.**

toren allerdings auch für die Wiedergabe selbstaufgenommener Videofilme und natürlich von Digitalfotos geeignet.

### Verschiedene Technologien

Gegenwärtig werden auf dem Markt zwei grundsätzlich unterschiedliche Technologien zur Bilderzeugung eingesetzt: Digital Light Processing (DLP) und die Liquid Crystal Display-

Technologie (LCD). Epson ist Marktführer in Sachen LCD-Herstellung, Texas Instruments ist marktführender Hersteller von DMD-Chips (digitale Mikrospiegel-Chips), die ihren Einsatz in DLP-Projektoren finden. Zudem kommen auch immer mehr Projektoren in den Markt, die auf Basis der LCOS (Liquid Crystal on Silicon)-Technologie arbeiten. Canon stellte auf der photokina im vergangenen Jahr erstmals einen Projektor mit seiner neu entwick-

#### Neue HD ready LCD-TVs von Sony

Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft bringt Sony eine neue LCD- und 3LCD-Rückprojektor-TV-Ränge in den Handel, die den Markennamen Bravia trägt ... S. 10



#### Bose-Neuheiten für beste Akustik

Bose präsentiert in diesem Herbst wieder Neuheiten für den Spitzenklang. Dabei legten die Audio-Spezialisten großen Wert auf praktische und platzsparende Lösungen ... S. 23



#### debitel-light jetzt auch im Fachhandel

Das Discount-Produkt debitel-light, das von der gleichnamigen debitel-Tochter angeboten wird, steht ab sofort auch dem Fachhandel zur Verfügung ... S. 29



**FISHER**  
*is back!*

# Gastkommentar von Oliver Haubrich,

Vorsitzender der Geschäftsführung der ElectronicPartner Handel GmbH

Liebe PoS-MAIL-Leser, die IFA ist vorüber, die Begeisterung für die vielen tollen Produkte hält an und setzt die Trends für das diesjährige Weihnachtsgeschäft. Nach einer langen Periode der wirtschaftlichen und politischen Verunsicherung haben die Verbraucher wieder mehr Lust zu konsumieren. Dabei überlegen die Konsumenten sehr genau, wofür sie ihr Geld ausgeben. Eines hat die IFA mit Sicherheit gezeigt: Die Deutschen gönnen sich Technik.



In den Ausstellungshallen unter dem Berliner Funkturm wurde mit der diesjährigen IFA in der Fernsehwelt ein Generationswechsel eingeläutet. HDTV und Flachbildschirme bringen technisch gesehen völlig neue Möglichkeiten. Die Bildqualität gegenüber den derzeitigen Standards ist überaus vielversprechend, denn das Pantoffelkino der nahen Zukunft kann eine Qualität in die Wohnzimmer der Konsumenten bringen, die jedes Multiplexkino auf dem heutigen Stand übertrifft. Die neue Technik mit hochauflösenden Fernsehbildern verlangt jedoch auch neue Geräte. Ob LCD oder Plasma – HD ready ist dabei ein Muß. Die IFA bildete mit der Vielzahl der TV-Präsentationen einen wahren Boom in dieser Sparte ab. Auch auf der Herbstmesse von ElectronicPartner haben wir diesem Trend Rechnung getragen und verzeichnen eine große Begeisterung unserer EP:Fachhändler für dieses Segment.

Darüber hinaus begeistern viele andere Bereiche die Endverbraucher: die neuen Getränke-Erlebniswelten vom Kaffeegenuß-Automaten bis hin zu vollautomatischen Bierzapf- und Kühlanlagen genauso wie die neuesten Entwicklungen im Bereich PC, Multimedia, Film- und Foto sowie Telekommunikation. Die Fülle der Innovationen von markenwertigen Produkten war noch nie so groß. Daher freuen wir uns auf ein Weihnachtsgeschäft, in dem wir von ElectronicPartner unseren Kunden genau das bieten können, wofür EP: steht: Innovation, Design und Lifestyle.

Schauen Sie doch einmal bei uns vorbei!

Herzlichst Ihr

*Oliver Haubrich*

Oliver Haubrich

## Hitachi bringt das Fußballstadion ins Wohnzimmer

Hitachi erweitert die Produktreihe der High Performance Heimkino Projektoren um den Nachfolger des vielfach ausgezeichneten PJ-TX100 und stellt den PJ-TX200 vor. Das Kontrastverhältnis des Projektors wurde nochmals gesteigert, wodurch feine Schatten und Umrisse sowie unterschiedliche Grautöne in dunklen Szenen noch präziser dargestellt werden können. Der PJ-TX200 LCD Projektor ist damit noch besser gerüstet für Home Entertainment auf großer Leinwand. Der Helligkeitswert beträgt 1.200 ANSI Lumen. Mit dem neuen 0,7 Zoll 16:9 LCD-Panel kommt die von acht auf zehn Bit erhöhte Bandbreite von Videosignalverarbeitung voll zur Geltung. Das Ergebnis ist eine weiche, flimmerfreie und detaillierte Bildwiedergabe, die sich vor allem bei Filmen und Fernsehsendungen im High-Definition Signal bemerkbar macht. Auch leise Töne kommen dank eines Betriebsgeräusches von 25 dB gut zur Geltung. Neu beim PJ-TX200 ist außerdem die HDMI-Schnittstelle, die alle digitalen Video- und Audiodaten in einem integrierten Kabel überträgt. Wegen der hohen Übertragungsfrequenzen lassen sich alle heute in der Home Cinema Welt eingeführten Bild- und Tonformate einschließlich HDTV (bis zur derzeit höchsten Auflösung von 1.080p) ohne Qualitätsverlust darstellen, so daß auch bei komplexen Bildinhalten und extrem schnellen Bewegungsabläufen keine übertragungsbedingten Artefakte stören. HDMI ist abwärtskompatibel, weshalb auch DVI-Signale über die HDMI-Schnittstelle übertragen werden können. „Alle Spiele der Fußballweltmeisterschaft im nächsten Jahr sollen in hochauflösender HD-Qualität ausgestrahlt werden. Leider haben davon nur die Nutzer etwas, die ein entsprechendes Gerät besitzen, mit dem sie diese Qualität auch darstellen können“, so Carsten Landshöft, Account Manager Consumer Channel, Hitachi Digital Media Group. „Das neue Linsensystem mit 4 ELD (Extra-low Dispersion) Linsen und die 720 p Bilder des PJ-TX200 sorgen für hochauflösende, scharfe Bildqualität und exakte Farbwiedergabe.“



kelten Technologie AISYS (Aspectual Illumination System) vor. Mehr als 45 Hersteller, darunter BenQ, Dell, HP, Infocus, LG, Optoma, Sagem, Samsung und Sim2, nutzen die DLP-Technologie für ihre digitalen Projektoren.

### DLP

Das Herzstück der DLP-Technologie ist der DMD. Dieser digitale Mikrospiegel-Chip besteht aus einer rechteckigen Gruppierung mikroskopisch kleiner, quadratischer Spiegel, von denen jeder einem Pixel im projizierten Bild entspricht. Jeder Spiegel ist auf einem Gelenk angebracht, das den Spiegel elektronisch gesteuert um zwölf Grad bewegen kann. Auf einem DMD befinden sich bis zu zwei Millionen dieser Spiegel, je nachdem, welche Auflösung

dieser Chip bietet und in welchem Bereich er eingesetzt wird. Wenn ein Spiegel „eingeschaltet“ wird, neigt er sich zur Lichtquelle und reflektiert das Licht durch die Projektionslinse – so entsteht ein weißer Bildpunkt. Wird ein Spiegel ausgeschaltet, wird das Licht von der Leinwand hinweg in einen Absorber reflektiert und der Bildpunkt erscheint schwarz. Jeder Spiegel wird bis zu 5.000mal in der Sekunde ein- und ausgeschaltet und kann so bis zu 1.024 Graustufen erzeugen. Farbe kommt durch ein schnell drehendes Farbrad ins Spiel. Durch die Segmente Rot, Grün und Blau wird das Bild, das auf die Leinwand fällt, eingefärbt. Insgesamt sind so bis zu einer Million verschiedener Farbschattierungen möglich. Das so erzeugte Bild wird über

eine Projektionslinse vergrößert und projiziert auf diese Weise naturgetreue Bilder auf digitaler Basis. In der DLP-Technologie gibt es zwei Ausführungen: Die 1-Chip-Variante wird vornehmlich für Anwendungen im Heimkino- und Business-Segment verwendet. Die 3-Chip-Variante findet insbesondere im digitalen Kino ihren Einsatz.

### LCD

Die entscheidende Komponente eines mit LCD-Technologie arbeitenden Projektors ist die sogenannte „optische Einheit“: Eine leistungsstarke Lampe erzeugt weißes Licht, das mit Hilfe spezieller Spiegel in die drei Grundfarben Rot, Grün und Blau separiert wird. Das nunmehr einfarbige Licht durchleuchtet jeweils ein

## NEC ermöglicht Heimkino auf engstem Raum

Die Heimkinoprojektoren, die NEC auf der IFA präsentierte, sind HD ready. Der HT1100 zeichnet sich insbesondere durch seinen Kontrastreichtum (3.500:1) und seine Lichtstärke (1.100 ANSI Lumen) aus. Der HT510 überrascht durch sein besonders leises Betriebsgeräusch (26 dB), seine hohe Kontraststärke (1.200:1) und zusätzliche Features wie beispielsweise die Wandfarbkorrektur und die zahlreichen Anschlüsse für Video, Digi-Cams, PC, DVD und Spielkonsolen. Selbst bei einem kleinen Wohnzimmer muß der Anwender nun nicht mehr auf Heimkino verzichten. Die mit dem Plus X Award ausgezeichneten



WT615

Projektoren WT610 und WT615 erzeugen bei nur 6,4 cm Abstand zur Wand

eine Projektionsfläche mit mehr als einem Meter Diagonale und zeichnen sich ebenfalls durch einen hohen Kontrast (3.500:1), gepaart mit hoher Lichtstärke (3.500 ANSI Lumen) aus. Über WLAN (IEEE 802.11b/g), mit optionaler WLAN-Karte, kann mit den beiden Modellen auch kabellos präsentiert werden.



HT1100

LCD-Panel, das durch das modifizierte Eingangssignal mit den Bildinformationen versorgt wird. Das heißt, es werden zuerst drei verschiedenfarbige Bilder erzeugt, die wieder zu einem Bild zusammengefügt werden müssen. Dies erfolgt mittels eines Prismas, auf welchem die LCD-Panels aufgeklebt sind. Als letzter Schritt wird das entstandene Bild mit einem Objektiv auf die Leinwand projiziert. Die LCD-Technologie basiert auf einer Schicht aus Flüssigkristallen. Die Flüssigkristallschicht ist in einzelne Pixel unterteilt, die jeweils von einem Transistor gesteuert werden. Diese Transistoren erzeugen durch die Eingangssignale unterschiedliche elektromagnetische Felder und bestimmen so die Ausrichtung, also die Lichtdurchlässigkeit der Kristalle.

### LCOS und AISYS

Die LCOS-Technologie kann grob als Mischung aus LCD- und DLP-Technik bezeichnet werden. Wie bei der LCD-Technologie sorgen auch hier kleine Flüssigkristalle für die Bilderzeugung, doch werden sie nicht durchleuchtet, sondern reflektieren ähnlich wie bei der DLP-Technologie. In einem LCOS-Projektor arbeiten drei Chips parallel. Für jede Grundfarbe steht ein eigener LCOS-Chip zur Verfügung. Auf dem Weg bis hin zur Leinwand wird das Bild zunächst durch halbdurchlässige Spezialgläser in seine drei Grund-

farben aufgeteilt, dann von den LCOS-Chips „bearbeitet“ und am Schluß wieder durch ein Prisma zum Bild zusammengefügt. Der grobe Aufbau eines LCOS-Chips besteht aus drei Schichten. Die oberste Schicht besteht aus Glas, das mit einer transparenten Elektrode ausgestattet ist. Die mittlere Schicht beinhaltet die Flüssigkristalle mit einer vertikal ausgerichteten Anordnung (ca. drei Mikrometer dick). Die unterste Schicht ist wiederum eine Elektroden-Schicht.

Zur Senkung des bei LCOS-Projektoren in dieser Leistungs-kategorie üblichen Gewichtes und Volumens hat Canon AISYS entwickelt, eine optische Lichtführung mit optimaler Lichtausbeute und Kontrastverhalten auf kleinstem Raum. Das von der Projektionslampe abgestrahlte Licht wird optimiert und auf die charakteristischen Merkmale des LCOS Panels sowie des Separationsprismas abgestimmt. Im Gegensatz zu dem bei LCD-Panels erkennbaren Gittermuster zeichnen sich die LCOS Panels durch eine rasterlos wirkende Projektion von Bildern und auch Videos aus.

### HD ready

Beim Thema HDTV denkt man in erster Linie an Fernsehgeräte. Doch auch bei Projektorenherstellern ist der HDTV-Standard und das 16:9-Breitbild ein wichtiges Thema. Anfang September stellte Texas Instruments auf der CEDIA

### Der neue Epson „Movie Mate“ EMP-TWD1 – alles in einem Gerät

Das jüngste Mitglied der Epson Projektorenfamilie, der „Movie Mate“ EMP-TWD1, vereint DVD Player, Surround System und Projektor in einem Gerät. Das bedeutet im Klartext: Außer einer Steckdose und einer Leinwand wird für das Heimkino-Vergnügen nichts gebraucht. Einfach die DVD (oder die CD mit digitalen Bildern bzw. einer Diashow) einlegen und den Startknopf auf der Fernbedienung drücken. Dabei sollte das Gerät möglichst vor den Zuschauern stehen – denn die Lautsprecher-Boxen befinden sich auf der Rückseite. Die speziell für den neuen Projektor entwickelte Optik ermöglicht eine Bildbreite von 1,20 m bei einem Projektionsabstand von nur 1,50 m. Mit einem Kontrastverhältnis von 1.000:1, einer Lichtstärke von 1.200 ANSI Lumen, 16:9 Bildformat und 480p Auflösung kann sich die Bildqualität sehen lassen. Die Objektiv-Shift-Funktion macht es leicht, Verzerrungen auszugleichen, wenn das Gerät nicht genau mittig von der Projektionsfläche steht. Dank der hohen Lichtausbeute der 135W E-TORL Lampe ist eine Verdunkelung nicht unbedingt erforderlich. Der integrierte DVD-Player spielt die gängigen DVD- und CD-Formate. Zudem gibt es Anschlüsse für Receiver, Digitalkamera, externe Subwoofer, Tuner, Spielkonsolen und Computer. Wenn das Gerät nicht als Projektor eingesetzt werden soll, kann es durchaus als ordentliche Stereoanlage dienen. Die unverbindliche Preisempfehlung für den Epson „Movie Mate“ EMP-TWD1 beträgt 1.299 Euro.



Expo in Indianapolis, USA, einen neuen Digital-Light-Processing Chip mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten vor. Damit können Projektorenhersteller nun auch Geräte mit maximaler HDTV-Auflösung produzieren. Die meisten neuen Projektoren erfüllen jedoch die Kriterien für den hochauflösenden Übertragungsstandard und sind somit mit dem HD ready Logo versehen. *miz*

### Der neue Kontraststarke von Panasonic

Mit dem neuen PT-AE900 präsentiert Panasonic einen LCD-Projektor, der eine Bilddiagonale von 1 bis 7,6 Metern ermöglicht. Echtes Kino feeling bringt der Projektor mit einem Kontrastverhältnis von 5.500:1 und 1.100 ANSI Lumen in die heimischen vier Wände. Selbst kleine Wohnzimmer werden mit dem PT-AE900E zum Lichtspielhaus. Ein geringer Abstand zur Projektionsfläche genügt. Mit seiner Lichtstärke und der 2x optischen Zoom-Linse wirft er auch aus größerer Entfernung gestochen scharfe Bilder auf die Leinwand. Ob 1,0 oder 7,6 Meter Bilddiagonale – lupenreine Bilder sind immer die Attitüde des PT-AE900E. Dafür bringt der Panasonic Projektor die HDTV-taugliche Auflösung von 1.280 x 780 Bildpunkten und die bildverbessernde New Smooth Screen Technologie. Im Normalbetrieb arbeitet der Projektor mit einem sehr leisen Geräuschpegel von 25 dB. Kam es bei früheren LCD Projektor-Generationen noch dazu, daß gerade bei großflächiger Projektion einzelne Bildpunkte sichtbar wurden, ist die Pixelstruktur beim PT-AE900E aus nächster Nähe so gut wie unsichtbar. Die Cinema Color Management (CCM) Technologie sorgt für Farbkontrolle. Über 1 Mrd. Farben lassen sich damit individuell korrigieren. Wer das farbliche Feintuning nicht selbst vornehmen möchte, kann auf sieben Voreinstellungen zurückgreifen. Kontrast, Helligkeit und Gamma Kurven sind hier schon auf unterschiedliches Bildmaterial abgestimmt. Mit seiner horizontalen und vertikalen Lens-Shift-Funktion, mit der das projizierte Bild komfortabel per Joystick ausgerichtet wird, präsentiert sich der PT-AE900E beim Aufbau ausgesprochen flexibel. Verzerrungen gleicht er ohne Abstriche in der Bildqualität zusätzlich über eine Trapezkorrektur aus. Manuelle Modifikationen sind auch für Erstanwender leicht zu handhaben. Das On-Screen-Menü ist übersichtlich gestaltet und steht in acht Sprachen zur Verfügung. Der Projektor ist mit zahlreichen Anschlüssen ausgestattet und erlaubt somit die Verbindung mit Spielkonsolen und DVD-Geräten. Ein HDMI-Eingang ist ebenfalls vorhanden. Die Steuerung des PT-AE900E erfolgt über eine Universal-Fernbedienung, die auch die Funktion anderer Geräte über Infrarot übernimmt. Insgesamt können mit dieser Fernbedienung acht unterschiedliche Geräte gesteuert werden. Der Panasonic LCD-Heimkinoprojektor ist seit September dieses Jahres lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.999 Euro.



### POS-MAIL INHALT

Flach, edel und lichtstark: LG AN110 in L-Optik ... 4	
Ingram Micro präsentiert sich mit umfassendem UE-Portfolio ... 6	
Zwei neue Systemtelefone aus dem Hause Agfeo sind bald lieferbar ... 7	
Flachdisplays: Markttrends ... 8	
Bravia – Die neuen Sony HD ready LCD-TVs ... 10	
 Panasonic nimmt die weltgrößte Fabrik für Plasma-Display-Panels in Betrieb ... 12	
HDTV: Langer Weg zum Massenmarkt ... 14	
Neue DVD-Recorder-Ränge von Philips ... 16	
„Mein CeWe Fotobuch“ – Innovation für das digitale Bildergeschäft ... 18	
„Konvergenz“ gehört bei Delo Computer bereits zum Tagesgeschäft ... 20	



Interview mit Hans Wienands, Business Director CE, Samsung Electronic Deutschland GmbH ... 22
Bose-Neuheiten für beste Akustik ... 23
The Phone House ehrt den millionsten Kunden ... 26
Fachhändler vermarkten debitel-light ... 29
Zahlreiche Neuheiten von T-Com für das Festnetz ... 30



Interview mit Torben Rick, Talkline-Geschäftsführer ... 31
Tk-Nachrichten ... 24, 28
Tk-Neuheiten ... 24, 27
Neuheiten ... 6, 16, 32
Aktuell ... 4, 32
Kleinanzeigen ... 34
No(?)sense ... 34
Impressum ... 34

Pos **Aktuell**

**Sony Style Store in Berlin neu eröffnet**

Der Sony Style Store auf dem Potsdamer Platz bleibt die Top-Adresse für innovative Unterhaltungselektronik: Nach einem vollständigen Umbau hat das „Kaufhaus der Zukunft“ am 1. Oktober wieder seine Pforten geöffnet. Sehen, hören, begreifen: Im Sony Style Store gibt es auf vier Etagen die ganze Sony-Welt zum Kennenlernen, Anfassen – und natürlich zum Kaufen. Oliver Kaltner, Marketing Director der Sony Deutschland GmbH, verspricht: „Nach dem Umbau finden die Kunden schneller und direkter zu den gewünschten Produkten. Wir freuen uns, daß wir die Präsentationen im gesamten Store optimieren konnten. Die Atmosphäre ist noch freundlicher und angenehmer geworden. Es ist unser Wunsch, daß Kunden und Besucher sich bei uns als Gäste fühlen.“ Der Style Store im Sony Center am Potsdamer Platz empfängt seine Gäste werktäglich von 11 bis 19 Uhr.

**mobilcom baut seinen Kundenservice aus**

mobilcom baut seinen Kundenservice aus: Anfang Oktober suchte das Unternehmen am Standort Erfurt 20 neue Mitarbeiter, die in einem speziellen Team Kunden des Hamburger Internet-Providers freenet.de betreuen. freenet.de fusioniert derzeit mit der mobilcom AG und wird künftig sein Angebot an konvergenten Diensten und Produkten ausbauen, die sowohl im Internet als auch via Mobilfunk nutzbar sind. Die neue Ausrichtung des Konzerns eröffnet damit schon jetzt Perspektiven für die Zukunft. Die neugeschaffenen Vollzeitstellen für Support-Agents besetzt

mobilcom im Rahmen von Einstellungstests, sogenannter Assessment-Center. Dabei prüft das Unternehmen die Qualifikation der Bewerber, die neben einer ausgeprägten Dienstleistungsmentalität auch versiert am Computer sein müssen. Vor allem Kenntnisse bei der DSL-Konfiguration von PC sind gefragt. Bei der telefonischen Kundenbetreuung zählen eine strukturierte Gesprächsführung und ein freundlicher, redigewandter Auftritt. Bewerber sollten außerdem motiviert, gewissenhaft und belastbar sein. mobilcom will mit seinen Dienstleistungen vor allem ein hohes Maß an Kundenzufriedenheit erreichen.

**Loewe plant Kapitalerhöhung**

Die Loewe AG plant, das Grundkapital des Unternehmens zu erhöhen. Ausgegeben werden bis zu 2.601.846 neue Stückaktien im rechnerischen Nennbetrag von einem Euro mit laufender Gewinnbeteiligung im Bezugsverhältnis 4:1. Der größte Einzelaktionär der Loewe AG, die Sharp Corporation, Japan, sowie die Sharp International Finance (UK) Plc., Großbritannien, haben dem Management mitgeteilt, daß sie beabsichtigen, an der Kapitalerhöhung teilzunehmen. Sharp will damit die bisherige Anteilsquote von 28,8 Prozent aufrechterhalten. Der Bezugspreis der neuen Stückaktien beträgt 9,60 Euro. Ein Bezugsrechtshandel wird nicht stattfinden. Das eingetragene Grundkapital der Loewe AG erhöht sich dadurch von 10.407.383 Euro um bis zu 2.601.846 Euro auf bis zu 13.009.229 Euro. Die Loewe AG nimmt damit einen Teil des genehmigten Kapitals in Anspruch, das die Hauptversammlung



Erleben Sie den Mehrkanal-Sound von Alpine!  
www.alpine.de

am 2. Juni beschlossen hat. Loewe wird wie geplant am 8. November über die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2005 berichten. Auf vorläufiger Basis liegt der Umsatz im dritten Quartal wie im Vorjahr bei 66 Mio. Euro. Davon betreffen sechs Mio. Euro Umsätze mit Sharp. Die Ziele für das Gesamtjahr 2005 bleiben unverändert. Das Unternehmen erwartet eine leichte Zunahme des Umsatzes mit Loewe Produkten. Zusätzlich werden die Umsätze mit Sharp bei rund 20 Mio. Euro liegen.

**Toyota und Panasonic weiter in der Formel 1**

Panasonic, führende Marke der Matsushita Electric Co., Ltd., bleibt für weitere drei Jahre Titelsponsor des Toyota Formel

1 Programms. Die Unterzeichnung eines entsprechenden Vertrags gaben die Toyota Motor Corporation (TMC) und Panasonic/Matsushita am 7. Oktober in Tokio bekannt. Der laufende, bis Ende 2006 gültige Vertrag verlängert sich damit bis Ende 2009.

**Auch Agfa Deutschland insolvent**

Die deutsche Vertriebsgesellschaft der AgfaPhoto GmbH, die AgfaPhoto Germany GmbH, hat jetzt, wie zuvor ihre Muttergesellschaft, Insolvenzantrag gestellt. Der Antrag wurde am Nachmittag des 14. Oktober von Geschäftsführer Dr. Chr. Wolf eingereicht. Wolf ist erst seit dem 11. Oktober 2005 Geschäftsführer der AgfaPhoto Germany GmbH. Die bisherige Geschäftsleitung unter Führung von Ingbert Schmitz hatte im Zuge des Insolvenzverfahrens der Muttergesellschaft ihre Ämter niedergelegt. Der Insolvenzantrag der deutschen Vertriebsgesellschaft bedeutet eine weitere Zuspitzung in der Krise des deutschen Traditionsunternehmens.

**Neue AMD-Chipfabrik in Dresden eröffnet**

Mitte Oktober ist in Dresden der Bau der zweiten Chipfabrik des US-amerikanischen Halbleiterherstellers Advanced Micro Devices (AMD) in Deutschland fertiggestellt worden. Der Bund und das Land Sachsen haben das 2,5 Milliarden US-Dollar Projekt mit rund 660 Millionen US-Dollar gefördert. Die neue AMD-Fabrik ist eine der größten ausländischen Investitionen in Ostdeutschland. Nach Angaben des Herstellers ist das neue AMD-Halbleiterwerk die erste Anlage zur Fertigung von Mikro-

prozessoren auf 300-Millimeter-Wafern nach einem von AMD patentierten Fertigungsprinzip. Bis zum Jahr 2007 sollen in dem zweiten Werk 1.000 neue Arbeitsplätze entstehen. Die erste Dresdner AMD Fertigungsanlage (Fab30) produziert seit Juni 2000 AMDs Athlon-Prozessoren.

**Starke Umsatzsteigerung bei LG.Philips LCD**

LG.Philips LCD hat im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 46 Prozent auf 2,64 Milliarden US-Dollar gesteigert. Nach Angaben von Unternehmenssprechern trugen zu diesem Ergebnis vor allem die starke Nachfrage nach großen LCD-TVs und höhere Display-Panel-Preise im Notebook-Segment bei. Für das vierte Quartal des Geschäftsjahres erwartet der Präsident und CFO von LG. Philips LCD, Ron Wirahadiraksa, einen Anstieg der LCD-Liefermenge um zehn bis 15 Prozent gegenüber dem dritten Quartal.

**Entwicklerkit für U3-Programme**

Zur Entwicklung von Software-Programmen, die sich von U3-Flash-Sticks aus starten lassen, hat die Firma U3 ein Entwicklerkit vorgestellt. Das kostenlose Paket steht auf der Webseite der von SanDisk und M-Systems gegründeten Firma zum Download bereit. Von der Verbreitung des U3-Entwickler-Kits erhofft sich das Unternehmen eine Erweiterung des Programmangebots für U3 USB-Flashsticks. U3-kompatible Anwendungen werden vom Flash-Stick aus gestartet, ohne Daten oder Spuren auf dem Wirtsrechner zu hinterlassen. Durch diese Eigenschaft stellen U3 USB-Sticks einen individuellen portablen Mini-Arbeitsplatz dar. Zur Zeit können die U3 USB-Sticks ihre Stärken nur zusammen mit Rechnern unter Windows XP oder 2000 mit SP4 ausspielen.

**Flach, edel und lichtstark**

**LG AN110 in L-Optik**

**LG Electronics bringt mit dem LG AN110 einen ultraplatten 16:9 Wide XGA DLP-Projektor in den Markt, der sich neben seinem außergewöhnlichen edlen Design in L-Optik durch eine innovative Technologie auszeichnet. Das Gerät arbeitet mit der neuesten Wide XGA DLP-Technologie von Texas Instruments.**

Szenen das oftmals störende „Ruckeln“ vermieden. Der Projektor arbeitet mit sehr leiser Kühlung (25 dBA), somit kommen auch leisere Film-Töne gut zur Geltung.

Der LG AN110 hat eine Auflösung von 1.280 x 768 Pixeln und ist für das digitale Fernsehen der Zukunft geeignet. Das Premium-Gerät besitzt zudem alle Merkmale für das Gütesiegel „HDready“. Neben



Neben seiner ausgefeilten Technologie besticht der LG AN110 durch seine außergewöhnliche L-Optik. Das Design macht ihn zum Blickfang in jeder Lifestyle-Wohnung. Anwender, die keine Wand mehr frei haben, können den Projektor auch mit einem optionalen Standfuß aufstellen.



einem Komponenteneingang ist der Projektor auch mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet. Trotz technischer Feinheiten ist der DLP-Projektor besonders anwenderfreundlich. Eine intuitive Bedienführung führt ganz unkompliziert zur Inbetriebnahme. Zudem arbeitet das Gerät mit

einem motorbetriebenen Zoom-Objektiv, Linse und Lüftungsschlitze schließen nach Gebrauch automatisch. Dank patentierter L-Optik ist der Projektor so flach, daß man ihn an die Wand hängen kann. Sein außergewöhnliches Design macht ihn zu einem Blickfang

in jeder Lifestyle-Wohnung. Anwender, die zu Hause keine Wand mehr frei haben, können den LG AN110 auch mit dem optionalen Stellfuß aufstellen. LGs neues Flaggschiff ist ab November in Schwarz oder Weiß lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 3.000 Euro. *miz*

# Ganz großes Kino!

Heimkinovergnügen im echten 16:9-Breitbildformat.



## Der Heimkinotraum!

- Echte HDTV-Auflösung • HDMI

### PE7700

WXGA (1280 x 720)  
1100 ANSI Lumen  
Kontrast 2500:1  
Digitale HDMI-Schnittstelle  
6-Segment-Farbrad für perfekte Farbdarstellung  
Senseye™-Technologie

HEK\*: 2.199 €

UVP\*\*\*: 2.799 €



## Das absolute High-End-Heimkinoerlebnis!

- Echte HDTV-Auflösung • HDMI • 8-Segment-Farbrad

### PE8720

**NEU**

WXGA (1280 x 720)  
1000 ANSI Lumen  
Kontrast 10.000:1  
Digitale HDMI-Schnittstelle  
8-Segment-Farbrad für überragende Farbdarstellung  
Senseye™-Technologie

HEK\*: 5.499 €

UVP\*\*\*: 6.999 €

## Home-Entertainment im echten 16:9-Format!

### PE5120

WXGA (854 x 480)  
1100 ANSI Lumen  
Kontrast 2000:1  
Digitale DVI-Schnittstelle  
5-Segment-Farbrad für beste Farbdarstellung

HEK\*: 649 €

UVP\*\*\*: 899 €



PE8720



PE7700, PE8720



PE7700



PE7700



PE7700



PE7700



PE7700



PE7700



PE5120



PE5120

\* unverbindlich empfohlener Händlerverkaufspreis inkl. MwSt., \*\* unverbindlich empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt., \*\*\* unverbindlich empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt., technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten, das Senseye™-Logo ist ein geschütztes Warenzeichen von BenQ Incorporated

## 2000:1-Kontrast!

Aufgrund dieses hohen Wertes zeigen die BenQ Projektoren ein überdurchschnittlich scharfes Bild. Das wird durch die neueste DLP™-Chip-Generation von Texas Instruments ermöglicht. Innovative Technologie, hochwertiges Design, höchste Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sind die besten Argumente für Ihr Verkaufsgespräch. Machen Sie Ihren Kunden eine Freude und überzeugen Sie mit BenQ Projektoren!

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

# BenQ

Enjoyment Matters

# Ingram Micro präsentiert sich mit einem umfassenden UE-Portfolio

## „Zwei Welten, ein Partner“

Seit anderthalb Jahren legt Ingram Micro seinen Fokus auf das Geschäft mit der Unterhaltungselektronik. Der Grossist ist mittlerweile Partner der großen Top-Marken und hat das Portfolio in diesem Bereich massiv erweitert.

Geboten werden bereits 1.500 Produkte von über 60 Herstellern. Kombiniert mit dem reichhaltigen Angebot an 27.000 verfügbaren IT-Produkten erhält der Fachhandel somit alles aus einer Hand. Ingram Micro setzt auf das sogenannte „One Stop Shopping“-

### Fujitsu Siemens Computers und Ingram Micro sind Partner im UE-Bereich

Fujitsu Siemens Computers und Ingram Micro haben auf der diesjährigen IFA ihre Zusammenarbeit im Bereich der Unterhaltungselektronik bekanntgegeben. Sascha Hancke, Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Deutschland bei Fujitsu Siemens Computers, kommentierte die Entscheidung zu Ingram Micro als „Distributionspartner erster Wahl“. Fujitsu Siemens Computers plant, bis Ende 2006 in Deutschland ein Stützpunkthändlernetz von 500 Fachhändlern aus der Unterhaltungselektronikbranche aufzubauen. Diese Fachhandelspartner erhalten dann entsprechende Schulungen, PoS-Material und weitere Marketingmittel für den erfolgreichen Vertrieb der UE-Produkte von Fujitsu Siemens Computers. Zu dem neuen Produktportfolio von Fujitsu Siemens Computers zählen ein Media Center, Media Player, Multimedia PCs sowie LCD- und Plasma-TVs. Mit diesen Neuheiten bietet Fujitsu Siemens Computers eine homogene und kompatible Produktreihe im UE-Segment.

Prinzip. „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, in den Zeiten fortschreitender Konvergenz von IT und UE der bestmögliche Distributionspartner für beide Bereiche zu sein.

Unser Slogan bringt es auf den Punkt: Zwei Welten, ein Partner, so Christoph Dassau, Senior Manager für das UE-Business bei Ingram Micro. „Ingram Micro liegt im UE-Bereich über dem Marktwachstum.

Im Jahresvergleich haben wir die verkauften LCD-Stückzahlen bereits verdreifacht und streben bei den neuen TV-Technologien mittelfristig einen Marktanteil von mehr als fünf Prozent an“,

ergänzt Robert Beck, Geschäftsführer Produktmanagement.

Neben dem reichhaltigen IT- und UE-Produktportfolio ist IM.bild ganz neu im Fachhandelsprogramm von Ingram Micro.

Ein umfassendes Produktportfolio, eine eigene Online-Akademie, persönliche Betreuung sowie Exklusivaktionen und Bonusprogramme richten sich gezielt an den Fotohandel.

Eine weitere Kernkompetenz von Ingram Micro ist die Logistik und das leistungsstarke Online-Bestellsystem IM.order, das im Frühjahr dieses Jahres weiter ausgebaut wurde. *miz*

### Neuheiten

#### Nero7 kommt als Media-Center



Die Nero AG hat jetzt die siebte Version ihrer Brennsuite Nero veröffentlicht. Nero7 ist den Angaben des Herstellers zufolge mehr als ein reines Brennprogramm. Mit seinen Zusatzprogrammen und Features verfügt die Brennsuite Nero7 über alle Eigenschaften, um mit anderen Media-Center-Programmen oder Windows XP Media Center Edition konkurrieren zu können. Die wichtigste der neuen Anwendungen in der Nero-Brennsuite ist „Home“ mit einer Media-Center-Bedienoberfläche in Türkisblau. Home ist eine bildschirmfüllende Client Anwendung, ähnlich dem UPnP-Server Media Home, und stellt Audio- und Videodateien in einem Heimnetzwerk bereit. Home kann Fernsehsendungen wahlweise in MPEG-2 oder MPEG-4 aufnehmen und zeitversetzt wiedergeben. Dabei unterstützt Nero7 zur Zeit nur analoge TV-Karten. Unterstützung für DVB-Karten soll bald folgen. Die zentrale Brenner-Software „Burning ROM“ hat Nero nur unwesentlich geändert. Die Retail-Version mit gedrucktem Handbuch wird zum UVP von 70 Euro verfügbar sein. Für 60 Euro bekommt man die Download-Version.

#### Lite-On: EZ-DUB Brenner für einfaches Kopieren



Mit dem neuen externen 16x DVD Dual Laufwerk mit Double Layer mit der Typbezeichnung SOHW-1673SU stellt Lite-On seinen ersten mit EZ-DUB Funktion ausgestatteten Brenner vor. EZ-DUB ist eine Eigenentwicklung von Lite-On, mit der Anwender so einfach wie bisher noch nie CDs und DVDs kopieren und

sichern können. Um eine CD oder DVD zu kopieren, wird diese in das SOHW-1673SU eingelegt, ein Knopf gedrückt, und nachdem die zu kopierende Disk ausgeworfen wurde, nur noch ein beschreibbarer Rohling eingelegt. Das Sichern von Daten gestaltet sich ähnlich einfach und bequem: Die zu sichernden Daten werden mit Drag and Drop in den EZ-DUB Ordner auf dem Desktop gezogen, ein beschreibbarer Rohling eingelegt und ein Knopf gedrückt. Diese kinderleichte „1-2-3-Bedienung“ bietet weltweit zur Zeit nur Lite-On. Das EZ-DUB hat auf der oberen Geräteseite zwei Knöpfe: einen DUB-Button zum Kopieren und einen FILE-Button, um Daten zu sichern. Hardware im Inneren des EZ-DUB verbindet die beiden Buttons direkt mit der von Lite-On entwickelten Software, die eine übersichtliche, leicht verständliche



Bedienoberfläche mit nur den wesentlichen, vom Anwender benötigten Funktionen hat. Das SOHW-1673SU ist auch zu allen marktüblichen Brennprogrammen kompatibel und wird zum UVP von 99 Euro im Bundle mit einer Nero Brennsuite ausgeliefert.

#### LC-Display BenQ FP71GX mit 4 ms



BenQ hat ein weiteres 17-Zoll-Display mit einer Reaktionszeit von 4 ms (Gray-to-Gray) vorgestellt. Eine niedrige Reaktionszeit des Displays ist vor allem für Computerspiele und dynamische Actionfilme sehr vorteilhaft, weil dadurch auch bei schnell bewegten Bildinhalten Wisch- und Schlieren verhindert werden. Der silberfarbene Monitor FP71GX ist mit einer DVI-I Schnittstelle ausgestattet und verfügt somit neben dem herkömmlichen

analogen VGA-Signaleingang auch über eine digitale Videoschnittstelle. Bei digitaler Signalübertragung werden Umwandlungsverluste vermieden und die beste Bildqualität erzielt. Mit seinem hohen Kontrastverhältnis von 500:1 und der Helligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> kann der FP71GX



feinste Details klar und scharf wiedergeben. Er ist mit einem Helligkeitswert optimal ausgeleuchtet. Das Gerät verfügt über Kensington Lock und kann mit einer VESA-Halterung auch an der Wand befestigt werden. Zum Lieferumfang gehören Kurzanleitung, Netzkabel, Sub-D-VGA und DVI-Kabel, Handbuch und Treiber-CD. Die Garantie umfaßt 36 Monate mit Vor-Ort-Austausch-Service. Der BenQ FP71GX ist zum UVP von 299 Euro verfügbar.

#### Toshiba: Notebookplatten mit Serial ATA



Toshiba bietet ab sofort auch Notebook-Festplatten mit serieller Schnittstelle an. Die neuen Laufwerke der GSX-Familie arbeiten mit 5.400 U/Min., werden mit Speichergrößen von 40, 60, 80 und 100 GByte verfügbar sein und erreichen eine Schnittstellengeschwindigkeit von 1,5 GBit/s. Wie alle modernen SATA-Platten unterstützen die Toshiba-Laufwerke Native Command Queuing (NCQ). Das 100 GByte SATA-Laufwerk von Toshiba ist im Unterschied zu den sonst üblichen 8 MB mit einem 16 MByte Cache ausgestattet. UVP: 180 Euro.

#### Microsoft stellte neuen Routenplaner vor



Ab Anfang November bietet Microsoft zum UVP von 69 Euro eine Routenplaner-Software an, die auf einem stationären PC bei der Vorbereitung einer Reise genutzt werden kann, aber im Zusammenwirken mit einer GPS-Schnittstelle auch mobil auf dem Notebook und im Auto zum Anzeigen der aktuellen Position dient. Für einen Aufpreis von 100 Euro liefert Microsoft die Routenplanung auch mit GPS-Empfänger aus. Im Gegensatz zu allen vergleichbaren Mitbewerber-Produkten kann der Microsoft Routenplaner auch auf Windows-CE-basierten PDAs und auf Windows Mobile Smartphones 2002 installiert werden.

#### TechniSat präsentiert Navigationsassistent



Mit seinem ersten tragbaren Navigationsassistenten TS MobilNavigator Europa 5000 TMC präsentiert TechniSat ein voll-dynamisches Navigationssystem, das ab Anfang November zur Auslieferung bereitsteht. Mit seiner integrierten Traffic Message Channel (TMC) Funktion führt der 5000 TMC seinen Benutzer dynamisch über GPS zum Ziel und bezieht auch aktuelle Verkehrsmeldungen in die Berech-



nung der Fahrtstrecke ein, um Staus oder Baustellen zu umgehen. Das Gerät ist sofort nach dem Einlegen der mitgelieferten Speicherkarte betriebsbereit. Nach einmaliger Registrierung kann jedes

gewünschte Ziel innerhalb Europa angesteuert werden. Die Navigation basiert auf den Navteq Geodaten. Den TS MobilNavigator Europa 5000 TMC bringt TechniSat gemeinsam mit dem deutschen Unternehmen Navigon auf den Markt.

„Das Engagement im Navigationssektor ist ein weiterer logischer Schritt für TechniSat, sich noch weiter im Produktsegment Automotive zu etablieren“, erklärte Jörg Demmerath, Leiter Automotive bei TechniSat in Daun. Der TechniSat TS MobilNavigator Europa 5000 TMC ist zum UVP von 499 Euro erhältlich.

#### Kingston DataTraveler U3 USB Smart Drives



Kingston Technology hat die Markteinführung der neuen U3 DataTraveler-Familie angekündigt. Die Smart Drives mit U3-basierten USB-Speichern werden aktuell mit einer Kapazität von 512 MByte oder 1 GByte angeboten. „Mit der Einführung des Kingston U3 DataTravelers schaffen wir eine neue Welt von intelligenter Speicher, in der alle PC-Benutzer mit Windows 2000 SP4- oder XP-basierten Systemen an jedem Standort mit ihrer persönlichen Arbeitsumgebung arbeiten können, gespeichert auf einem Gerät, das klein genug ist, um an jeden Schlüsselbund zu passen“, sagte Christian Marhöfer, Geschäftsführer der Kingston Technology GmbH. „Unser Ziel ist es, mobile Computer für nahezu jeden zu ermöglichen, und das ohne traditionelles Notebook oder PDA. Der U3 DataTraveler ist ein bedeutender Schritt in diese Richtung.“ Die neuen U3 DataTraveler Smart Drive-Lösungen sind Windows 2000 SP4- und XP-kompatibel und bieten geschützte Datensicherheit. Kingston Technology gewährt fünfjährige Garantie und kostenlosen technischen 24-Stunden-Support. Der U3 Data-Traveler ist in Silber mit purpurroten (512 MB) oder silbernen Griffen (1 GByte) lieferbar.

# Zwei neue Agfeo Tk-Anlagen sind bald lieferbar

Zwei neue Agfeo Produkte, die Tk-Anlagen AS 45 und AS 200 IT, sind bald lieferbar. Die beiden Telefonanlagen unterscheiden sich durch die Art ihres Gehäuses (AS 45 Standard Wandmontagegehäuse und AS 200 IT 19-Zoll-Metallgehäuse mit Infodisplay). Durch ihr gemeinsames innovatives Konzept sind sie für ISDN-, Analog- und Internettelefonie (Voice over IP) geeignet. Agfeo AS 45 und AS 200 IT können auf Grund ihrer modularen Struktur für bis zu 40 Teilnehmer ausgebaut und bei Bedarf durch einfaches Verbinden zweier AS 45 bzw. AS 200 IT mittels eines CAT.5 Kabels auf 80 Teilnehmer erweitert werden. Im Grundausbau verfügen die Anlagen über fünf Modul-Steckplätze, eine RS 232 C-Schnittstelle, eine USB-Schnittstelle und ein integriertes Audio Informations System, kurz AIS. AIS ermöglicht unter anderem, Musik, allgemeine Infos oder Werbung in die Warteschleife einzuspielen. Die fünf Modulsteckplätze einer Anlage können individuell mit den nachfolgend aufgeführten Modulen bestückt werden:

**S<sub>0</sub>-Modul 540:** verfügt über vier extern/intern schaltbare ISDN-Anschlüsse,

**T-Modul 508:** acht a/b Ports mit erweiterter CLIP-Funktion,  
**K-Modul 524:** zwei intern/extern schaltbare S<sub>0</sub>-Anschlüsse und vier a/b Ports mit erweiterter CLIP-Funktion,  
**UP0-Modul:** acht Anschlußmöglichkeiten für Agfeo Up0-Systemtelefone,  
**LAN-Modul 510:** ermöglicht die Integration der AS 45, AS 200 IT ins LAN/WAN, stellt bis zu acht ISDN over IP-Kanäle zur Verfügung, Anbindung an SIP-Telefonie Provider, acht SIP-Accounts konfigurierbar, acht Kanäle auf dem Modul,  
**AL-Modul 4504:** Anschluß für vier analoge Ämter, CLIP-Funktion, Updatefähige Modul-Firmware, Voice over IP mit ATA = einfache Einbindung sogenannter Analog-Telefonie-Adapter (ATA), wie sie viele Provider bereits anbieten. Zum Lieferumfang der AS 45 und AS 200 IT gehört die Kommunikations-Software Agfeo TK-Suite Basic. Diese ermöglicht auf einfache Art und Weise die als CTI bezeichnete (Computer-Telephony-Integration) Integration von Tk-Anlage und Telefonen in Computernetzwerken. Hierzu wird lediglich ein Server-PC mit Verbindung zur Tk-Anlage,



Die neue Telefonanlage Agfeo AS 200 IT präsentiert sich als 19-Zoll-Metallgehäuse, das mit einem Infodisplay ausgestattet ist.

zum Beispiel seriell, über USB, ISDN- oder Netzwerkkarte benötigt. Alle anderen Client-PC im Netzwerk kommunizieren mit der Tk-Anlage über diesen PC. Eine einfach zu handhabende Bedienoberfläche erledigt die Vergabe von Benutzerrechten. Der auf den Arbeitsplätzen installierte Tk-Suite Client ermöglicht das schnelle Auffinden von Namen und Rufnummern in der Kontaktdatenbank. Die Wiedervorlagefunktion erinnert an fällige Anrufe. Entsprechende Notizen zu Kontakten können per Mausclick bearbeitet werden. Jedem Kontakt

können beliebig viele Rufnummern, E-Mail- und Webadressen zugeordnet werden. Der Tk-Suite Client läuft im Hintergrund. Ein bei Bedarf angezeigtes Fenster informiert über ankommende Rufe oder fällige Wiedervorlagen, ohne daß der Benutzer im Schreibfluß gehindert wird. Eine Stapelwahlfunktion ermöglicht es, speziell markierte Rufnummern nacheinander zu wählen, bis eine Verbindung zustandekommt. Für jede Rufnummer kann die Anzahl der Rufe festgelegt werden, um zum Beispiel rechtzeitig vor der Annahme durch einen Anrufbeantworter

die nächste Nummer anzuwählen. Unter Windows ist eine abgehende Wahl aus jeder standardkonformen Anwendung über die Funktion „Zwischenablage beobachten“ möglich. Dazu wird die zu wählende Rufnummer in die Zwischenablage kopiert, der einstellbare Hotkey gedrückt und die Wahl bestätigt. Über den Hotkey oder einen Klick auf das Symbol in der Taskleiste gelangt man jederzeit in die Suchfunktion des Tk-Suite Client, die eine Suche nach Rufnummer oder Namen bzw. Namensteilen erlaubt. Last but not least ist es möglich, diverse Einstellungen in der Tk-Anlage, wie etwa Systemtelefon-Tastenfunktionen, komfortabel zu ändern, Gesprächsdaten einzusehen und vieles mehr. Tk-Suite Basic ist für alle gängigen Betriebssysteme verfügbar. Tk-Suite Basic paßt sich den Wünschen seiner Benutzer an. Neben der Netzwerkinstallation ist unter Windows und Mac OS X auch eine einfache Einzelplatzinstallation möglich. Damit werden ein Windows PC oder ein Apple Powerbook zum Konfigurationswerkzeug für Agfeo Tk-Anlagen.



## Sicheren Boden unter den Füßen.

Folgen Sie dem Marktführer unter den Projektoren: Die unglaublich breite Produktpalette von NEC macht es Ihnen leicht, im rauen Wettbewerb Oberwasser zu behalten. Kommen Sie deshalb zur Nr. 1 und machen Sie Ihr Geschäft.



NEC Deutschland GmbH  
 Reichenbachstraße 1 · 85737 Ismaning · Tel. 0 89-9 62 74-2 26 · www.de.nec.de

Empowered by Innovation



Home Cinema

Mobile Presentation

Education

Conference

Events

# Flachdisplays: Markttrends

## Samsung: 13 Prozent 40-Zoll- LCD-TVs in 2006

Samsung Electronics geht davon aus, daß LCD-TVs mit 40-Zoll-Bilddiagonale und größer im Jahr 2006 mindestens 13 Prozent des LCD-TV Panel Markts ausmachen werden. Bei diesen Bildschirmgrößen wird mit einem Plus von 370 % bereits in diesem Jahr das größte Wachstum im Markt für LCD-TV Panels beobachtet, so ein Samsung Sprecher. Der Bedarf an großformatigen LCD-Panels werde in 2006 um 24 % wachsen und dann wahrscheinlich ein Volumen von 235 Millionen Panels weltweit erreichen. Mit seinen Produktionslinien der 7. Generation sei Samsung in der Lage, die Panel-Produktionskosten im Vergleich zu Fabriken der 5. Generation um bis zu 45 % zu senken. Zusätzlich zu der in Kooperation mit Sony errichteten 7G LCD-Produktion mit der Kapazität von 60.000 Substraten pro Monat, die bereits die Produktion aufgenommen hat, errichtet Samsung zur Zeit eine zweite 7G Produktionslinie für LCD-Panels. Die neue Fabrik soll im April 2006 mit der Fertigung beginnen und der maximale Gesamt-Ausstoß beider 7G Produktionslinien dann 150.000 Substrate pro Monat betragen. Für 2005 rechnet Samsung mit einem Anteil von 22 Prozent am weltweiten Markt für LCD-TV Panels.

## Samsung senkt Preise für LCD-Monitor Panels

Samsung Electronics will die Preise für LCD Monitor Panels senken: Der Preis für 17-Zoll-Panels soll um 3 US Dollar und der Preis für 19-Zoll-Geräte um 2 US Dollar reduziert werden, berichtete die chinesisch-sprachige Economic Daily News. Während seines aktuellen Taiwan-Besuchs erklärte Keun Hee Park, President and CEO of Greater China, Samsung Group, daß die Nachfrage nach Panels für Notebooks, 17-Zoll- und 19-Zoll-Monitore auch im nächsten Quartal stark bleiben werde.

## Samsung: LCD-TV-Panel Preise fallen weiter

Der Trend zu fallenden Preisen für LCD-TV-Panels werde sich fortsetzen, weil alle Panel-Hersteller weiter bestrebt seien, die Markt-Nachfrage zu stimulieren, meint Keun Hee Park, President and CEO of Greater China, Samsung Group. Keun betrachtet den Geschäftsverlauf der weltweiten Panel-Industrie in den nächsten Quartalen optimistisch: Alle Panel-Hersteller würden ihre Preise für LCD-Panels weiter senken, in dem Bestreben, den eigenen Marktanteil zu vergrößern. Im Wettbewerb der verschiedenen Display-Technologien für großformatige Flachbildschirme würden LCD-TVs gegenüber PDPs und Rückprojektions-TVs weiter den Markt dominieren. Der mittlere Preis für 32-Zoll-LCD-TV-Panels ist auf 560 US-Dollar gefallen und werde bis Jahresende auf 550 US Dollar sinken, prognostizieren übereinstimmend auch nahezu alle Marktforschungsunternehmen.

## LG Electronics führt bei OLED Patenten

LG Electronics ist erfolgreich bemüht, seine Wettbewerbsfähigkeit im Bereich der OLED-Displaytechnologie zu vergrößern und sich gegenüber seinen Mitbewerbern das größte Patent-Portfolio

für Organic Light Emitting Diode zu sichern. Wie der OLED Marktbeobachter „OLEDNET“ (CEO Lee Chung-Hun) berichtet, zeichnet eine im August 2005 durchgeführte Untersuchung und Analyse der Situation bei OLED-Patenten folgendes Bild: Koreanische Unternehmen halten insgesamt 135 der weltweit erteilten Patente. Mit 34 OLED Patenten (25,2%) liegt LG dabei auf Platz 1, gefolgt von Samsung SDI mit 29 Patenten (21,5%). Bei den innerhalb von Korea erteilten 26 Patenten belegt LG.Philips LCD mit vier Patenten nach LG Electronics Platz 2, gefolgt von Epson mit fünf Patenten, Samsung SDI (3) und Neoview Kolon (2).

## Panasonic: „Vision of the Future“ auf der CEATEC 2005

Auf der Ceatec Japan 2005 vom 4.-8. Oktober auf dem Makuhari Messegelände der Chiba Präfektur östlich von Tokyo demonstrierte Panasonic als führende Vertriebs-Marke der Matsushita Electric Industrial Co., Ltd., seine „Vision of the Future“. Mit dem global eingesetzten Slogan „Panasonic Ideas for Life“ als Thema, vermittelte Panasonic den Besuchern und der Fachpresse eindrucksvolle Ausblicke auf ein „State of the Art“ vernetztes Heim mit digitalem Großbild-Flach-TV als Zentrum. Panasonic gehörte zu den nach Fläche und Exponaten größten Ausstellern der Ceatec Japan 2005. Mit zahlreichen digitalen Elektronik-Produkten und Terrestrial Digital Broadcasts (DVB-T) hat die High Definition Ära schon in vielen japanische Wohnzimmern Einzug gehalten, und die jahrzehntelange, intensive Forschung und Entwicklung beginnt für Hersteller und Handel Früchte zu tragen. Nach Panasonics Vision soll „Home Networking“ neben UE- und IT-Komponenten auch digitale Hausgeräte und Einrichtungen einbinden. Wie aus vielen Exponaten ersichtlich wurde, hat Panasonic bei der Zusammenarbeit mit Matsushita Electric Works Ltd. eine neue, höhere Ebene erschlossen, auf der alle Ressourcen der Matsushita Group zusammengeführt werden: Erstmals gezeigte „V-products“, wie State of the Art Digital Electronic, Schlüssel-Technologien und „Black Box Anwendungen“ sollen hohe Marktanteile in High-Volume Märkten erringen und Produkte aller Geschäftsfelder des Konzerns mit einbinden: Auf der Ceatec Japan gezeigt wurden unter anderem „HD-PLC“ (high-definition-ready, high-speed power line communication) Network, „Dokodemolink“ Home Network sowie Digital TV-Viera Large-Screen Flat-Panel TVs und Home Theater. Im Rahmen einer Keynote im Speech Forum der International Conference Hall gab Mr. Kazuhiro Tsuga, Executive Officer in charge of Digital Network and Software Technologies, die Präsentation „A Prospect for Digital Appliances and Home Network“.

## Panasonic will Umsatz mit Plasma-TVs verdreifachen

Panasonic, die wichtigste Anbieter-Marke des weltgrößten Herstellers von Plasma-TV-Geräten, Matsushita Electric Industrial Co., will in Europa seinen Umsatz mit Flach-TVs auf Basis von Plasma-Displays verdreifachen. Die Verwirklichung dieses Ziels unterstützt Panasonic durch eine Modellpolitik, bei der eine zunehmende Anzahl von Modellen mit High-Definition-Eigen-

schaften zu niedrigeren Preisen angeboten werden. Bis Ende des laufenden Wirtschaftsjahres am 31.3.2005 erwartet Panasonic, 500.000 Plasma-TVs in Europa verkauft zu haben, kündigte ein Senior Managing Director des Unternehmens bei einem Interview in Osaka an. Der Anteil der High-Definition Geräte bei Panasonic Plasma-TVs liege im laufenden Jahr bei 25 Prozent. Das Unternehmen will in Europa seine Marktpräsenz bei Plasma-TVs verstärken, weil hier ein geringerer Marktanteil erzielt wird als in Japan oder den USA. Investitionen in moderne und größere Produktionsstätten sollen über die Senkung der Herstellungskosten für weiteren Anstieg der Absatzzahlen sorgen. „Eine Verdopplung oder Verdreifachung unseres Verkaufsvolumens in Europa ist ausreichend, um auch zukünftig gesunde Erträge zu sichern“, erklärte Panasonic-Präsident Fumio Ohtsubo „Die Herstellungspreise für Plasma-Panels können jährlich zwischen 20 bis 30 Prozent fallen.“ Der in Osaka beheimatete Matsushita-Konzern ist der weltweit größte Hersteller von Consumer Electronic Produkten und hält 40 Prozent Anteil des US Marktes für Plasma-TV-Geräte und 80% des japanischen Plasma-TV-Markts. Der Anteil in UK, zur Zeit Panasonics größter Plasma-TV-Markt in Europa, liegt aktuell bei 30 Prozent und muß im harten Wettbewerb gegen Europas größten Flach-TV-Hersteller Royal Philips Electronics NV durchgesetzt werden. „Panasonics Strategie, die Produktionskosten zu senken und in Europa die Verkaufspreise zu reduzieren, ist die richtige Strategie“, erklärt Naoki Fujiwara, Shinkin Asset Management Co. in Tokyo. „Eine Erhöhung des Marktanteils ermöglicht es Panasonic, die Herstellerpreise für diesen Markt zu bestimmen.“ Matsushita U.S. reduzierte inzwischen die Preise für Plasma-TVs im Mittel um 500,- US Dollar. Panasonics neuer 65-Zoll Plasma-TV verfügt über High-Definition Auflösung und kommt zu einem Verkaufspreis unter 1 Million Yen (US \$ 9,100) unter dem Slogan „Weltweit erster 65-Zoll HD-TV“ auf den Markt.

## Drei neue „HD ready“ Panasonic Viera Plasma-TVs

Mit drei neuen Viera-Modellen erweitert Panasonic sein „HD ready“ Sortiment an hochauflösenden Plasma-TVs. Mit dem größten der neuen Bildschirme, dem 65-Zöller TH-65PV500 mit seiner gigantisch anmutenden Bilddiagonale von 165 cm, setzt Panasonic für hochauflösende Flach-TVs einen weiteren Meilenstein, liefert Heimkino-Liebhabern den Stoff für Träume und unterstreicht Panasonics Führungsposition bei Plasma-Flachbildschirmen. Als in Serie hergestelltes High-End Gerät nimmt der TH-65PV500 im Markt eine Sonderstellung ein. Daß das Label „HD ready“ für höchste Bildqualität und Zukunftssicherheit steht, jedoch nicht zwangsläufig auch für hochpreisige TV-Geräte, stellt Panasonic mit den zwei neuen Viera LCD-TVs der 50er-Reihe unter Beweis. Der TX 32LX52 (80 cm Bilddiagonale) und der TX-26LX52 (66,1 cm) ermöglichen den preisgünstigen Einstieg in die Zukunft des Fernsehens, ohne daß der Käufer Kompromisse bei der Bildqualität eingehen muß. Für jeden Käuferkreis beeindruckend, auch dann, wenn vielleicht finanziell noch nicht für jedermann erschwinglich, ist der TH-65PV500 als Gigant unter den Flach-TVs: Seine Größe überwältigt den Betrachter, die technischen Details begeistern den Perfektio-

nisten und die erzielte Bildqualität überzeugt jeden Anwender. Als Modell der Viera 500er-Serie trägt der TH-65PV500 das offizielle „HD ready“ Label der EICTA. Neue, von Panasonic entwickelte BlackBox-Technologien sorgen für überragende Bildqualität. Das auch beim TH-65PV500 eingesetzte Viera Colour Management System und die Bestückung mit Panasonic G8 Hochleistungspanels garantieren sowohl bei den bereits eingeführten 500er-Modellen wie auch bei dem neuen 65-Zoll Flaggschiff lebendig wirkende, naturgetreue Bilder mit 8,6 Milliarden darstellbaren Farben. Mit bis zu 2.048 Graustufen macht der TH-65PV500 auch in dunklen Bildbereichen Details für das menschliche Auge sichtbar, die er bei herkömmlicher Bildqualität nicht wahrnehmen könnte. Das hohe Kontrastverhältnis von 3.000:1 garantiert scharfe und brillante Bilder. Für satte Schwarzwerte sorgt das Real Black Drive System. Über eine auf der Frontseite des Geräts einsteckbare Speicherkarte können Digitalfotos und selbst aufgenommene Videos abgespielt und betrachtet werden. Die UVPs der drei neuen Panasonic Viera Plasma-TVs: TH-65PV500: noch offen, TX 32LX52: 1.799 Euro, TX-26LX52: 1.399 Euro.

## BrightSide: Weltweit erstes HDR Display

Auf der diesjährigen Siggraph in Los Angeles, Messe und Symposium für 3D Displays und interaktive Computergrafik, stellte der in Vancouver, Kanada ansässige Hersteller BrightSide Technology weltweit erstmalig einen Bildschirm mit High Dynamic Range (HDR) Image Technologie vor. Als „Dynamic Range“ wird der Unterschied zwischen dem hellsten und dunkelsten Bildbereich eines auf einem Bildschirm dargestellten Bildes bezeichnet. Das 37 Zoll große Display BrightSide „DR37-P“ erreicht eine 10x so große Helligkeit wie ein Standard LCD-Bildschirm und ein 100-fach höheres Kontrastverhältnis. BrightSide Technology kommerzialisiert mit dem „DR37-P“ eine neuartige Display-Technologie, die an der University of British Columbia and Vancouver entwickelt wurde. Das High Dynamic Range Display kann eine Helligkeit von 3.000 cd/m<sup>2</sup> darstellen, erreicht ein Kontrastverhältnis von 200.000:1 und ist das erste Flach-Display, mit dem sich 16 Bit pro Farbe exakt darstellen lassen. Wie bei den Präsentationen zu sehen war, kann auf dem HDR-Display ein einzelner

Panasonic PDP-65PV500E



Bildpunkt in höchster Helligkeit dargestellt werden, während der Rest der Bildschirmoberfläche in tiefem Schwarz bleibt. Wie Richard MacKellar, Chief Executive Officer of BrightSide erklärt, setzt BrightSide mit dieser Technologie einen neuen Performance-Standard für großformatige Flachdisplays: „BrightSide Displays ermöglichen unseren Kunden, die Bilder auf einem Display so wahrzunehmen, wie sie im natürlichen Originalzustand tatsächlich gesehen werden. Unsere Displays werden aufgrund des noch hohen Herstellungspreises anfänglich in besonders „Vision Critical“ Anwendungen eingesetzt werden. Wir sind jedoch zuversichtlich, daß diese beeindruckende Display-Technologie in naher Zukunft zunehmend auch in Mainstream Consumer Produkten eingesetzt werden wird.“ Zur Zeit sieht BrightSide als Zielgruppen für HDR-Displays: Film Post Production, Satellite Imaging, Geophysical Data Visualization, Gaming und High End Home Theatre Anwendungen. Man braucht jedoch, wie ein Firmensprecher erläutert, nur einen Scheck über US\$ 50.000 an BrightSide Technologies Inc. zu senden, um einen „DR37-P“ HDR-Bildschirm angefertigt zu bekommen.

## Chinesisches Konsortium baut TFT-LCD Fabrik

Ein chinesisches Konsortium hat mit dem Bau einer 1,25 Milliarden US \$ teuren Thin Film Transistor Liquid Crystal Display (TFT-LCD) Fabrik im Nordosten Chinas begonnen. Mit diesem Projekt beginnen die Chinesen in einen Industriezweig zu investieren, der bisher vorwiegend in Korea, Japan und Taiwan ansässig war. Wie das chinesische Ministerium für Informationsindustrie mitteilte, sind die Bauarbeiten für die LCD-Fertigungslinie in Dongying, einer Ansiedlung in der Küstenprovinz Shandong, bereits voll in Gang gesetzt. Das Konsortium, zu dessen Mitgliedern auch ein ungenannter taiwanesischer LCD-Hersteller gehört, erwägt zur Zeit Investitionen in der Größenordnung von 3 Milliarden US \$ in weitere LCD-Panel-Fabriken. Laut Berichten in taiwanesischen Medien wird eine andere, in Kunshan nahe Shanghai im Bau befindliche TFT-LCD Fabrik durch Geld aus Taiwan finanziert. Zwei weitere chinesische LCD-Hersteller sind die Shanghai-basierten Joint-ventures zwischen der SVA Group and Japans NEC Corp. sowie die Beijing-basierte Produktion der BOE Technology Group Co. Ltd. evo



BrightSide-sunset



Stellen Sie sich vor: ein Fernseher,  
der jeden Raum zum Leben erweckt.

So mitreißend wie ein Film. So farbecht wie das Leben. Der Samsung 40" LCD-Fernseher ist HDready und komponiert Rot, Grün und Blau zu 6,4 Milliarden brillanten Farbbildern in einem dynamischen Kontrast von 5000:1. Die dezent verborgenen Lautsprecher ermöglichen ein innovatives Design und sorgen für einen faszinierenden Klang in Kino-Qualität. Erwecken Sie die Leidenschaft Ihres Kunden. Mit einem Samsung LCD-Fernseher ist eben alles vorstellbar. *imagine.*

[www.samsung.de](http://www.samsung.de)



# Bravia – Die neuen Sony HD ready LCD-TVs

# Strahlende Farben und kontrastreiche Bilder

**Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft bringt Sony eine neue LCD- und 3LCD-Rückpro-TV-Range in den Handel, die unter dem Markennamen Bravia vermarktet wird. Bravia steht für Best Resolution Audio Visual Integrated Architecture und löst die bisherige TV-Marke Wega ab. Wega stand über Jahre für die Nachfolge der bekannten Trinitron-Röhrenfernseher von Sony.**



*„Wir wollen möglichst viele Konsumenten mit unserem attraktiven Bravia Produktangebot ansprechen und unseren Marktanteil steigern. Wir sind überzeugt, mit unseren TV-Geräten technisch und preislich bestens positioniert zu sein“, so Oliver Kaltner, Divisional Director Consumer Marketing der Sony Deutschland GmbH.*

Mit einem großen Angebot an Bravia Fernsehern mit analogem Tuner sowie eingebautem DVB-T-Receiver will Sony der Nachfrage nach dem „Überall-Fernsehen“ Rechnung tragen. Neben den beiden im Oktober eingeführten Bravia-3LCD-Rückprojektions-TVs KDF-E42A11 und KDF-E50A11 kommen im November acht neue LCD-Modelle in den Markt, die bis auf einen 23-Zöller alle das HD ready-Siegel tragen. Die neuen Geräte kommen mit 16:9-Flachbildschirmen in den Größen 23, 26, 32 und 40 Zoll auf den Markt. Ab 26 Zoll Bildschirmdiagonale sind sie mit hochauflösenden Bildprozessoren ausgestattet, die Sony speziell für die neue Bravia-Reihe entwickelt hat. Die Bildqualität der neuen TVs zeichnet sich insbesondere durch sehr schnelle Reaktionszeiten von nur acht Millisekunden aus – diesen Wert wiesen

bislang vor allem professionelle PC-Monitore auf. Darüber hinaus überzeugen die Fernsehgeräte durch strahlende Farben sowie kontrastreiche und gestochen scharfe Bilder. Virtueller Raumklang und ein breiter Sichtwinkel von 178 Grad runden die Komfortausstattung der neuen Bravia-TVs ab.

Die S-, V- und W-Serie unterscheiden sich neben dem Design auch in technischer Hinsicht. Die S-Serie ist mit einem PC-Anschluß ausgestattet, die Modelle der V- und W-Serie arbeiten mit Sonys Bildverbesserungstechnologie und haben einen zusätzlichen Scart-Eingang, der den Anschluß einer Settopbox erlaubt. Die W-Serie macht aufwendige Surroundlautsprechersysteme überflüssig, da ein eingebauter Subwoofer und ein S-Master-Digitalverstärker für besten Heimkino-

klang und eine Musikleistung von 2 x 25 Watt sorgt.

## 3LCD-Rückpro-Technologie

Mit den neuen Bravia-3LCD-Rückprojektionsfernsehern präsentiert Sony viel Bildschirm zu einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis. Statt der üblichen einzelnen LCD-Panels werden bei den beiden HDready Modellen KDF-E50A11E (125 cm Bildschirmdiagonale) und KDF-E42A11E (107 cm Bildschirmdiagonale) drei LCD-Panels verwendet, daher der Name 3LCD. Die Geräte zeichnen sich durch einen noch stärkeren Kontrast aus und bieten dank einer lichtstarken UHP-Lampe ein noch helleres Bild mit natürlich wirkenden Farben.

## Marketing-Aktivitäten

Im November will Sony eine großangelegte Kommunikationskampagne starten, die im Fernsehen, in Print-Medien und im Handel umgesetzt wird und für eine Dauer von fünf Monaten angelegt ist. Der TV-Spot soll die eindeutige Botschaft „colour like.no.other“ vermitteln. Der Spot wurde von einem Kreativ-Team der Werbeagentur Fallon entwickelt und in den Straßen von San Francisco gedreht. Im Mittelpunkt steht die Leuchtkraft von 250.000 verschiedenfarbigen Flummibällen, die Farbreferenz und die Brillanz der Bravia-Fernseher symbolisieren.

„Wir wollen möglichst viele Konsumenten mit unserem attraktiven Bravia Produktangebot ansprechen und unseren Marktanteil steigern. Wir sind überzeugt, mit unseren TV-Geräten technisch und preislich bestens positioniert zu sein“, so Oliver Kaltner, Divisional Director Consumer Marketing der Sony Deutschland GmbH. „Um dem Handel mehr Qualität anzubieten, die dem Thema HDTV und Sony gerecht wird, haben wir ein hochwertiges Sony HD ready-Display entwickelt. Dies wird gut plazierte unsere Handelspartner am Point of Sale bei deren Kom-



munikation mit dem Endanwender unterstützen. Diese Maßnahme wird zudem gezielt von unserem breit gefächerten Informationsmaterial flankiert“. Eine ebenfalls sehr weitreichende HD World Kampagne, mit Michael Ballack als Werbebotschafter, wird Sony ebenfalls zu einem etwas späteren Zeitpunkt starten. „Diese Kampagne, die derzeit in der Finalisierungsphase ist, wird aufzeigen, daß Sony, als Nr. 1 Digital Enter-

tainment Brand, der einzige CE-Anbieter ist, der das Thema ‚HD World‘ kompetent und überzeugend übersetzen kann, sowohl mit Sony-eigener Hardware als auch mit Sony Content. Für Sony Deutschland ist jetzt der richtige Zeitpunkt, um das Thema High Definition auch weiterhin mit richtungsweisenden Kampagnen deutlich zu intensivieren, um den HD-Markt in Deutschland maßgeblich voranzutreiben“, so Kaltner. *mit*

## Sony und Videokunst: Eine Verbindung mit langer Tradition

Sony engagiert sich im Rahmen seines Kulturprogramms seit Jahrzehnten für die Bildende Kunst und gilt als Pionier in der Entwicklung von Videokunst. Mit dem aktuellen Konzept BRAVIA motion Art setzt Sony seine Tradition als Sponsor und Impulsgeber für Videokünstler konsequent fort. 1965 erwarb der heute als „Vater der Videokunst“ bekannte Koreaner Nam June Paik in New York eine der ersten von Sony auf den amerikanischen Markt gebrachten Portapak-Geräte: ein leichtes tragbares Videogerät mit Handkamera und Recorder. Kurz darauf präsentierte er in New York sein erstes, selbst bespieltes Videoband. 1976 entwickelte Sony das Betamax-System, das Aufzeichnungen von Fernsehprogrammen auf Videoband ermöglicht. Für die Videokunstszene eröffnen sich damit neue Möglichkeiten. Von 1977 bis 1997 war Sony regelmäßig Sponsor der documenta und trat in diesem Zusammenhang über ein eigenständiges Kulturprogramm in den kreativen Dialog mit seinen Mitarbeitern, Kunden und Partnern. 1981 entwickelte Sony das professionelle Aufzeichnungssystem Betacam, das fortan von zahlreichen Videokünstlern eingesetzt wird. In den 80er Jahren stattete Sony fast alle deutschen Museen mit Displays aus. 1988 veranstaltete das Kölner Museum Ludwig im Rahmen der Internationalen Photoszene Köln eine Veranstaltung zur Videokunst, unterstützt von Sony. Mittels einer Live- und Audioverbindung wurden Videobilder verschiedener Künstler über eine Telefonleitung von Kanada nach Köln übertragen. Von 1997 bis 2001 unterstützte Sony im Rahmen seines Kulturprogramms das Projekt DIGITALE der Kunsthochschule für Medien in Köln – als Forum für den experimentellen Umgang mit digitaler Filmtechnik. Für Sony ermöglichte diese Kooperation den direkten Austausch mit dem künstlerischen Mediennachwuchs. 1998 realisierte Sony das Forum „Brücken bauen“ als Diskussionsreihe zum Thema Multimediasgesellschaft. Medienwissenschaftler und -praktiker debattierten hier über die Möglichkeiten und Chancen des Wechsels von der Industrie zur Informationsgesellschaft. 2005 startete Sony das Videokunstprojekt BRAVIA motion Art, das erstmalig auf der CeBIT präsentiert wurde. Für hochauflösende Aufnahmen (High Definition) kommt Sonys erster HDV-Camcorder mit 1080i-Auflösung zum Einsatz. Und für das Abspielen steht eine ganze Serie von Flachbildfernsehern mit HDTV-Auflösung von Sony zur Verfügung.



Das Flaggschiff der neuen Bravia-Range ist das Modell KDL-W40A11E, das mit zahlreichen technischen Features und Sonys Bildverbesserungstechnologie arbeitet.



# Becker eröffnet neuen Daten-Highway: CF-Card-Navigation.



## Becker Cascade

[Sprach-Dialog-System, CF-Card-Navigation, *Bluetooth*<sup>®</sup> wireless technology, OLED-Vario-Colour-Display, Becker Surround, MP3-/CD-Player/CF-Card, 2-RDS-Tuner, Adressbuch]

Besser können Sie die Straßen Europas nicht nutzen. Die Technik: das erste Radio-Navigations-System mit CF-Card-Navigation von Becker. Die Vorteile: schnelle Adresseingabe, kurze Such- und Zugriffszeiten, flexible Datennutzung. Die Funktionen: länderübergreifend in 32 europäischen

Ländern navigieren und auf 700.000 Points of Interest zugreifen. Mit *Bluetooth*<sup>®</sup> wireless technology als exzellente Freisprecheinrichtung zu nutzen. Mit Sprach-Dialog-System sind Mobiltelefon, Navigations-System, MP3-/CD-Player und 2-RDS-Tuner in 6 Sprachen zu bedienen.

Außerdem mit OLED-Vario-Colour-Display in 15 einstellbaren Farben, „Speed Limits“, „Junction View“ und vielen Funktionen, die für Sie das Reisen auf jedem Meter komfortabler sowie sicherer machen. Der Kauf: Jetzt überall im Fachhandel erhältlich.



A Series of Innovations.

## Weltgrößte Plasma-Fabrik von Panasonic

# Auf dem Weg zur Marktführerschaft

**Die Matsushita Electric Industrial Co., Ltd., bekannt für ihre Panasonic-Markenprodukte, hat Mitte September mit der Produktion von Plasma-Display-Panels in der neuen Fabrikationsstätte, Amasaki City, in der Präfektur Hyogo, Japan, begonnen. Die Produktion der hochwertigen Plasma Panels wurde bereits zwei Monate früher als geplant aufgenommen.**

Das Joint-venture-Unternehmen Matsushita Plasma Display Panel Company Ltd. (MPDP) weist derzeit eine Kapazität von 125.000 Einheiten pro Monat auf. Geplant

ist eine künftige Fertigungskapazität von 295.000 Einheiten pro Monat bzw. 3,54 Millionen Einheiten pro Jahr. Neben der neuen Fabrik hat Panasonic drei weitere Produktionsstätten – zwei in Osaka, Japan, und eine in Shanghai, China. Die Gesamtfertigung der nun insgesamt vier Fabriken soll bis März 2007 rund 5 Millionen Einheiten pro Jahr betragen. Mit der dann weltweit größten Fertigungskapazität strebt Panasonic weiter die Marktführerschaft auf dem globalen Markt der Plasma-TV-Geräte an: „Durch den immensen Bedarf in Japan, den USA und Europa wächst der PDP-Markt schnell“, so Ken Morita, Senior Vice President, Panasonic AVC Networks Company und Exe-



### Panasonics Schnurlos-Telefon KX-TCD820 sorgt für Vernetzung

Mit dem KX-TCD820 präsentiert Panasonic ein Multifunktions-Telefon für zu Hause. Auf dem Handy gespeicherte Melodien und Bilder lassen sich per Infrarot-Schnittstelle ganz einfach auf das neue DECT-Telefon übertragen. Auf dem selben Weg lassen sich auch Telefonnummern und sogar komplette Telefonbücher (bis zu 200 Einträge) kopieren. Für die Datenübertragung mit PC oder Notebook steht eine USB-Schnittstelle zur Verfügung, so daß sich z. B. Telefonbücher in Outlook problemlos aktualisieren bzw. exportieren lassen. Musik ist über einen Kopfhörer-Eingang auch vom MP3-Player, DVD-/CD-Player und Recorder zu überspielen. So können dann nicht nur Tonfolgen als Klingeltöne genutzt werden, sondern auch aktuelle Hits im Originalsound. Bedienen läßt sich alles komfortabel über den Joystick mit 5-Wege-Steuerung, die beleuchtete Tastatur und das große 1,8"-Display. 65.000 Farben sorgen für eine brillante Darstellung. Individuelle Hintergrundmotive oder aber das Bild von Freunden und Bekannten können bei entsprechenden Anrufen (und aktivierter CLIP-Funktion) auf dem Display erscheinen. Das KX-TCD bietet neben den neuen Features auch die komfortable Ausstattung der anderen Panasonic Top-Modelle. So lassen sich damit SMS-Nachrichten versenden und empfangen oder die Nummern der Anrufe anzeigen (bei Freischaltung des entsprechenden Dienstes beim Telefonanbieter). Dank der integrierten Freisprech-einrichtung kann man z. B. bequem Tips vom Gesprächspartner entgegennehmen, auch wenn man gerade beide Hände nicht frei hat oder die Recherche im Internet benötigt. Eine dreistufige Frequenzanpassung erlaubt, den Klang auf das eigene Hörvermögen abzustimmen. Wenn man einmal gar nichts hören möchte, sichert der für das Mobilteil und die Basisstation unabhängig einstellbare Nachtmodus eine ungestörte Ruhe – natürlich auch tagsüber. Schnell ist der Zeitrahmen ausgewählt, in dem das Mobilteil bei externen Anrufen nicht klingelt. Wahlweise läutet das Telefon mit 30, 60 oder 120 Sekunden Verzögerung. Der Nachtmodus läßt sich auch für bestimmte Anrufer außer Kraft setzen. Hierfür muß allerdings die Anrufer-anzeige (CLIP) aktiviert sein. Das KX-TCD820 hat sogar ein Baby-Monitoring. Registriert das Telefon im Kinderzimmer einen bestimmten Geräuschpegel, klingelt ein zweites Mobilteil (optional) in dem Raum, in dem sich die Eltern aufhalten. Die Energie der Standardakkus reicht für 14 Stunden Telefonieren oder 150 Stunden Stand-by. Ein digitaler Anrufbeantworter zeichnet Nachrichten bis zu 15 Minuten auf. Das KX-TCD820 ist seit September 2005 verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 149,99 Euro.



cutive Officer, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. „Die digitale terrestrische Fernsehübertragung wurde in Japan bereits eingeführt, und die digitale Übertragungsinfrastruktur wird jetzt in anderen Regionen der Welt, wie z. B. China und Südostasien, aufgebaut. Dort

finden hochauflösende Plasma-TV-Geräte ihren Weg in die Wohnzimmer. PDPs werden auch als öffentliche Bildschirme und in Anwendungen für Medizin und Bildung immer beliebter. Es wird erwartet, daß der weltweite PDP-Bedarf bereits im Jahr 2008 zehn

Millionen und bis März 2009 15 Millionen Einheiten überschreiten wird.“

In Amasaki City sind rund 800 Mitarbeiter beschäftigt. Die Plasma-Produktionsstätte im Bereich der Bucht von Osaka hat eine Gesamtfläche von 147.000 qm.

### Panasonic mit neuem Shop-in-Shop-System für Viera Flachbildschirme

Panasonic bringt die zweite Generation seines erfolgreichen Shop-in-Shop (SiS)-Systems in den Handel. Der Fokus liegt auf einer maßgeschneiderten und erfolgreichen Warenpräsentation der Viera Plasma- und LCD-TVs. Die Module lassen sich durch ihre flexiblen Aufbau- und Bestückungsmöglichkeiten an die unterschiedlichen Handelsbedürfnisse anpassen. Für die Präsentation von Viera Flachbildschirmen sowie Zuspiegelgeräten – wie dem Diga DVD-Recorder Sortiment – stehen drei Module zur Verfügung. Diese bestehen aus einer 10 qm großen Heimkino-Insel mit Sitzgelegenheit, einem Wandpanel und frei im Raum platzierbaren, beidseitig bestückbaren Lösungen in 1,60 und 2,25 m Höhe, die in der Breite jeweils in 1,52-Meter-Schritten erweiterbar sind. Panasonic und Viera-Logos mit Hintergrundbeleuchtung sorgen für eine unübersehbare Markenpräsenz und stellen

zugleich die Produkte ins rechte Licht. Die neuen Module sind für die Präsentation der Viera-TVs mit Bildschirmdiagonalen von 26 bis 50 Zoll ausgelegt. Auf Anfrage werden aber auch spezielle Lösungen für das 65 Zoll TV TH-65PV500 angefertigt. Nachdem die ersten SiS-Systeme im neuen Look parallel zur IFA im Handel platziert wurden, sollen mittelfristig die über 200 im gesamten Bundesgebiet installierten Shop-in-Shop-Systeme auf das neue Design umgerüstet werden. „Erste Rückmeldungen unserer Geschäftspartner zeigen, daß das neue Design bei den Konsumenten hervorragend ankommt und den Handel bei der Präsentation und im Abverkauf unterstützt. Die Module ziehen die Aufmerksamkeit auf unsere Viera Produkte, mit denen wir im deutschen Plasma-Segment klar führend und bei LCD auf einem sehr guten Weg sind. Mit seinem modernen Design und hochwertigen Materialien unterstreicht das SiS-System die Panasonic Grundwerte Qualität, Design und Innovation. Gleichzeitig sind die Module Botschafter dafür, daß Panasonic die Marke für Flachbildschirm-TV ist“, so Michael Langbehn, Panasonic Trade Marketing/PR.



**BOSE® PARTNER INITIATIVE**

**WENIGER**  
WERDEN IHRE KUNDEN NICHT  
**MEHR**  
**WOLLEN**



**BOSE® 3·2·1 GSX Home Entertainment System**  
Das ideale 2 Speaker Home Cinema- und Musiksystem mit uMusic™ für alle, die das Beste wollen.



**BOSE® CineMate® Home Cinema Speaker System**  
Der einfachste Weg zu Home Cinema-Spitzenklang mit Fernsehen und DVD.



**BOSE® LIFESTYLE® RoomMate® Powered Speaker System**  
Die preisgünstigste, komplette LIFESTYLE® Multiroom-Systemerweiterung.



**BOSE®link AL8 Homewide Audio Link**  
Die einfachste LIFESTYLE® Multiroom-Systemerweiterung kabellos auf bis zu 8 Räume.

**Die Herbstneuheiten 2005 –  
in Kürze bei den BOSE® Partner 2000-Fachhändlern. Auch bei Ihnen?**

**BOSE®**  
Better sound through research®



42 Zoll (107 cm)  
HD ready TV von Toshiba



Das Philips Digital AV Receiver-System mit Video Upscaling DFR9000/01 bringt nahezu jedes Videoformat bis auf HDTV-Auflösung, unterstützt alle verbreiteten Mehrkanalformate und verfügt über 6 x 100 Watt Ausgangsleistung.

„DynaPix“ LCD-Fernseher LT-37M60 von JVC: 94 cm HD ready TV mit HDMI, Multi-format-Cardreader und Microdrive Unterstützung bis 4 GB. Das Gerät konvertiert Video-Eingangssignale (z. B. PAL-TV) perfekt und qualitätssteigernd auf HDTV-Format.



# HDTV: Langer Weg zum Massenmarkt

**Der Markt für großformatige Flach-TVs mit LC- oder Plasma-Displays erfreut sich dreistelliger Wachstumsraten. Auch in Deutschland, dem Fernsehgeräte-Markt mit einer der höchsten Sättigungsraten weltweit, ist ein zunehmender Anteil der Konsumenten entschlossen, sein voluminöses Röhrengerät durch einen großformatigen 16:9-Flachbildschirm zu ersetzen. Nach der 2004 erfolgten Standardisierung der HDMI-Schnittstelle reagierten die Hersteller und bieten inzwischen zahlreiche, zur Darstellung von HDTV-Programminhalten geeignete Modelle an. Die Umstellung auf HDTV wird sich jedoch über viele Jahre hin erstrecken, und deshalb bleibt die Bildqualität der Wiedergabe von PAL-Videosignalen noch lange eines der wichtigsten Kriterien beim Kauf.**

## Der große Unterschied: HDTV

Das Kürzel „HDTV“ (High Definition Television) steht für den weltweit verbindlichen hochauflösenden digitalen Fernsehstandard, mit mehr Bilddetails, schärferen Konturen, brillanteren Farben und bisher unerreicht hoher Tiefenschärfe. Im Vergleich zum aktuellen PAL-Standard kann ein HDTV-Bild aus bis zu fünfmal so viel Bildpunkten (Pixel) bestehen. Damit lassen sich wesentlich mehr Feinheiten und Farbnuancen sichtbar machen als bei PAL. Die Bilder gewinnen an Natürlichkeit und vermitteln dem Betrachter den Eindruck, selbst am Geschehen teilzunehmen. HDTV stellt Bildinhalte ausschließlich im Seitenformat 16:9 dar, wie bei modernen Spielfilmen. Das 16:9-Format entspricht dem menschlichen Gesichtsfeld, das horizontal einen fast doppelt so weiten Öffnungswinkel erfaßt als vertikal. Parallel zur Erweiterung der Bildinformation schließt HDTV die Möglichkeit der Übertragung räumlicher Toninformationen mit ein, so z. B. im 5.1.-Dolby-Digital Mehrkanal-Tonformat.

## Große Bildschirme brauchen „große“ Bilder

Mit modernen Display-Technologien werden Bildschirmgrößen erreicht, die vorher nur durch Projektion zu realisieren waren, so z. B. die 165 cm Bild-

diagonale des neuen hochauflösenden Viera Plasma-TVs TH-65PV500 von Panasonic. Ein großer Bildschirm bedeutet aber nicht zwangsläufig ein größeres Bild. Wird auf einem Großbildschirm nur das herkömmliche PAL-Fernsehbild groß dargestellt, dessen Auflösung für die lange Zeit üblichen Bildschirmgrößen zwischen 35 cm bis 71 cm konzipiert ist, muß der Betrachter den Abstand zum Bildschirm vergrößern, um wieder einen angenehmen Bildeindruck zu erzielen. Das tatsächlich wahrgenommene Bild wird dabei kleiner. Der Vorgang ist der Betrachtung eines Ölgemäldes vergleichbar, bei dem man aus zu naher Entfernung jeden einzelnen Pinselstrich wahrnehmen kann, aber nicht mehr das eigentliche Bild. Um Bilder auf einem Großbild-TV mit höchster Qualität darzustellen, sind Bildsignale mit vielen Details, also mit hoher Auflösung, erforderlich. Die kann HDTV liefern. Bei Betrachtung der aktuellen Situation und der Absichtserklärungen der Sendeanstalten ist mit mindestens einem halben Jahrzehnt zu rechnen, bevor in Deutschland ein ausreichend breit gefächertes Angebot von HDTV-Sendungen verfügbar sein wird. Bis dahin wird vor allem die Qualität, mit der ein großformatiger Flach-TV Fernsehbilder in PAL-Videonorm darstellt, über die Zufriedenheit des Kunden entscheiden und sein Vertrauen in den Händler bestimmen, der ihm diesen Bildschirm empfohlen hat.

## HDTV-Ausstrahlung: Wo? und Was?

Im November startet Premiere unter dem Namen „Premiere HD“ die Abstrahlung von drei HDTV-Kanälen über Satellit. Das neue Angebot besteht aus drei 24-Stunden-Vollprogrammen mit den Themen-Kanälen Filme, Sport und Dokumentationen. Die Ausstrahlung der hochauflösenden Programme erfolgt nach dem Standard DVB-S2, einer Weiterentwicklung des bisherigen DVB-S-Standards für digitalen Satellitenempfang. Die Komprimierung erfolgt mit MPEG4/H.264. Für den Bildaufbau können wahlweise die HDTV-Formate 720p oder 1080i eingesetzt werden. Wie Premiere in seinem Abonnenten-Magazin mitteilt, können Premiere Abonnenten die neuen HDTV-Kanäle bis Mitte Januar 2005 ohne Zusatzgebühren empfangen. Danach kosten die drei HDTV-Kanäle in Verbindung mit einem 24 Monate Premiere-Abonnement zusätzliche 12,- Euro pro Monat. Premiere wird 2006 alle WM-Spiele im hochauflösenden Format übertragen. (Infos: [www.premiere.de/HDTV](http://www.premiere.de/HDTV))

## HDTV-Initiative der ProSiebenSat.1-Gruppe

Die ProSiebenSat.1-Gruppe beginnt am 26. Oktober 2005 mit der entgeltfreien Ausstrahlung der Programme von ProSieben und SAT1 im hochauflösenden HDTV 16:9-Breitbildformat

im Regelbetrieb. Beide Kanäle werden im Format 1080i und mit dem neuen, verbesserten Komprimierungsstandard MPEG4/H264 über Astra-Satellit gesendet. Schon seit Herbst 2004 hatte die ProSiebenSat.1-Gruppe gelegentlich Inhalte in High Definition ausgestrahlt, unter anderem die Spielfilme „Spiderman“, „Men in Black II“, „Panic Room“. Für die neuen HDTV-Kanäle werden Programmteile, die nicht nativ in HDTV produziert wurden, aufwärts konvertiert. Ende 2006 will man die Entscheidung für die mögliche Ausweitung auf Kabel und Terrestrik überprüfen.

## HDTV-Demonstrationskanal auf Astra 19,2°

Seit September 2004 sendet Astra über 19,2° Ost frei empfangbar den HDTV-Demonstrationskanal „Astra HD“. Im 24-Stunden-Betrieb wird in einer einstündigen Schleife ein Querschnitt aus verschiedenen Genres mit brillanten Bildern in HDTV-Qualität geboten. Anfang Oktober hat Astra das einzige Deutschlandkonzert von Robbie Williams live in HDTV-Qualität übertragen. Erster regulärer HDTV Programmanbieter in Europa war der Sender HD-1 mit Musikvideos, Sportaufzeichnungen und Dokumentationen. Ende 2005 will man das Angebot durch Spielfilme erweitern.

## HDTV:

### Welches Empfangsgerät?

Bisherige Set Top-Boxen mit ausschließlich MPEG 2 Unterstützung sind nicht für den Empfang von Premiere HD und der HDTV-Kanäle der ProSiebenSat.1-Gruppe geeignet. Rechtzeitig zum Start im November sollen von Humax, Pace und Philips Premiere HD-geeignete Digital-Receiver mit MPEG 4/H.264 und DVB-S2 Unterstützung auf den Markt kommen. Mit diesen neuen Receivern können auch alle normalen Premiere Programme, digital ausgestrahlte Free-TV-Kanäle und die entgeltfreien HDTV-Programme der ProSiebenSat.1-Gruppe empfangen werden.

## Weitblick: ARD und ZDF

In öffentlichen Diskussionen haben Vertreter von ARD und ZDF erkennen lassen, daß man in absehbarer Zeit noch keine HDTV-Kanäle anbieten werde. Der HDTV-Start öffentlich-rechtlicher Sender müsse über Satellit und im Kabel möglich sein.

Wegen der gestarteten Qualitäts-offensive (mehr Bandbreite für Digitalprogramme und neue Radioprogramme) sei im nicht ausgebauten Kabel dafür kein Platz. Nach Einschätzung des ZDF-Sprechers Alexander Stock könnten jedoch die Olympischen Sommerspiele in Peking im Jahr 2008 eventuell „den Einstieg in einen Umstieg bedeuten“. Mehr Bewegung gibt es beim Wide-Format 16:9. Hier wollen ARD und ZDF den Anteil der Sendungen in 16:9 deutlich erhöhen. Nach Einschätzungen der gfu wird im Jahr 2005 bei Fernsehern über 66 Zentimeter Bild-diagonale der Verkaufsanteil von 16:9-Geräten die 40-Prozent-Marke überschreiten.

## Warten auf HD- und Blu-Ray-DVD

Heimkino-Fans läßt die Frage nach HDTV-Programmen ziemlich unberührt. Sie warten auf das Erscheinen hochauflösender Kino- und Videofilme in den zukünftigen Formaten HD-DVD und Blu-Ray. Aber auch hier wird einige Zeit vergehen, bis ein breites Angebot von nativ in HD produzierten oder entsprechend aufwärts konvertierten Filmen angeboten werden kann. Gerade hat Toshiba den für 11/05 angekündigten Verkaufsstart für HD-DVD-Filme und Abspielgeräte auf das erste Quartal 06 verschoben.

## HD-Eigenprogramm: Digitalfotos und -videos

Immer öfter verfügen Flach-TVs über eine zusätzliche Programmquelle für hochauflösende Bilder und Videos in Form eines Multiformal-Cardreader-Steckplatzes. Auf Memory Cards gespeicherte Fotos und Videos lassen sich ohne zwischengeschaltetes Gerät in voller Bildschirmauflösung betrachten. „Gute Karten“ für die HDTV-Zukunft haben Besitzer eines neuen „DynaPix“ LCD-Fernsehers LT-37M60 von JVC. Das „HD ready“-Gerät mit 94 cm Bilddiagonale unterstützt mit modernsten Technologien das Fernsehen von heute und ist gleichzeitig für das HDTV der Zukunft bereit. JVCs exklusive D.I.S.T.-Technologie wandelt Eingangssignale niedriger Auflösung durch I-P-Konvertierung zu Progressive-Signalen um und paßt sie bis zur vollen HD-Auflösung an das Display an. Der integrierte Multi-Memory Kartensteckplatz für SD, XD, Memory Stick, Compact Flash und Microdrive Speichermedien (bis 4 Gigabyte!) sorgt für eigenes High Definition Programm. evo



## Thomson: intelligente Bildschirme erster Klasse.

Mit den neuen Thomson Intuiva Flachbildschirmen haben Sie direkten Anschluss an multimediale Welten. Die LCD- und Plasma-Bildschirme von 68 cm bis 106 cm bieten völlig neue Möglichkeiten, Heimkino und mobile Unterhaltungselektronik zu verbinden.

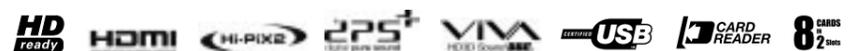
Dank integriertem USB-Anschluss und dem 8-in-2-Speicherkartenleser können Ihre Kunden mit den Thomson Intuiva Bildschirmen digitale Fotos und Videos betrachten oder Musik hören. Ganz einfach und schnell, indem sie den MP3-Player, eine Speicherkarte, einen USB-Stick oder die Digitalkamera direkt mit dem Thomson Intuiva Bildschirm verbinden.

Thomson Intuiva: mehr Umsatz mit vielfältigen Flachbildschirmen.

# THOMSON *intuiva*

Die Plug and Play Bildschirme

[www.thomson-europe.com](http://www.thomson-europe.com)



# Neue DVD-Recorder-Range von Philips

# Festplatten-Kapazitäten für jeden Bedarf



**Philips präsentiert eine umfangreiche Range von neuen Recordern mit Festplatte. Fünf Geräte mit Festplatten-Kapazitäten von 80 bis 400 GB und Ausstattungsmerkmalen wie Pixel Plus, HDMI-Schnittstelle, elektronischem Programmführer oder Double Layer Recording bieten Home Entertainment für jeden Bedarf.**

Alle neuen DVD-Recorder arbeiten mit der SmartAlgo-Technologie

von Philips. Sie ermittelt vor jeder Aufnahme die optimale Brennstrategie für den jeweiligen Rohling, was sichere Aufnahmen und höchstmögliche Kompatibilität gewährleistet. Und damit beim Medieneinsatz die Frage des Formates keine Rolle mehr spielt, können die neuen Recorder, dank des Dual Media Konzeptes, sowohl +R/RW als auch -R/RW Discs beschreiben. Bereits bekannt und geschätzt ist das „Permanent Recording“ bei Philips DVD-Recordern mit Festplatte. Die automatische Aufzeichnung macht unabhängig von Sendezeiten oder

unerwarteten Unterbrechungen. „Pause Live TV“ und „Instant Replay“ sind weitere praktische Features, die die vielfältigen Möglichkeiten von Harddisc- und DVD-Recording besonders einfach nutzbar machen. Während sich das klassische Design des Flaggschiffs DVDR9000H an der Cineos-Range anlehnt, fallen der DVDR7300H und die anderen Modelle durch ein besonders schlankes und elegantes Äußeres auf. Dieser Eindruck wird noch durch die sanften Abrundungen am oberen und unteren Teil der Bedienfront verstärkt.

Auch technisch ist der DVDR7300H mit 250 GB Festplatte, Video Upscaling bis zum HD-Format 1080i und HDMI-Schnittstelle natürlich auf der Höhe der Zeit. Durch den elektronischen Programmführer Guide Plus+ und die automatische Steuerung einer externen Set-Top-Box über ein Infrarot-Signal wird die Aufnahme-Programmierung von TV-Sendungen zum Kinderspiel. Um besonders lange Spielfilme in bester Qualität auf DVD kopieren zu können, bietet der DVDR7300H Double Layer Recording auf Medien mit 8,5 GB Kapazität. Die Modelle DVDR5330H mit 250 GB,

DVDR3330H mit 160 GB und DVDR3300H mit 80 GB sind im Funktionsumfang identisch, entsprechen aber mit ihren unterschiedlichen Festplattenkapazitäten dem unterschiedlichen Nutzungsverhalten ihrer Anwender. Auch sie sind durch SpeedStart innerhalb kürzester Zeit aufnahmebereit und überzeugen durch beste Bildqualität. Dank des Time-Shift Buffers sind Unterbrechungen der laufenden Sendung jederzeit möglich. Die neuen DVD-Recorder sind seit Oktober lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise liegen zwischen 499 und 599 Euro. Das Highend-Modell DVDR900H wird ab Januar 2006 lieferbar sein (UVP: 999 Euro). *miz*

## Pos-Neuheiten

### Packard Bell: drei neue HD MP3-Player



Mit drei neuen Festplatten-Playern der Vibe-Serie erweitert Packard Bell sein MP3-Player Angebot. Alle drei Modelle spielen MP3- und WMA-Dateien ab. Die Lithium-Ionen-Akkus sollen zehn Stunden Dauerbetrieb ermöglichen. Der Vibe 100 ist ausschließlich ein Musik-Player mit drei Gigabyte Speicherplatz und läßt sich mit verschiedenen Gehäuse-Covers individuell gestalten. Der Vibe 300 bietet bis zu sechs Gigabyte Platz für Daten und besitzt eine SD/MMC-Schnittstelle. Auf dem integrierten 1,8-Zoll-Display können auch Fotos und MPEG-Videos abgespielt werden. Über USB lassen sich kompatible Geräte anschließen. Das Topmodell Vibe 500 verfügt über nahezu identische Funktionen und ist mit 20 oder 30 Gigabyte Speicherplatz erhältlich.

### Roxio WinOnCD8 CD & DVD Pro zum Spitzenpreis



In die neue, umfassende Brenn-Software WinOnCD8 CD & DVD Pro hat Roxio 25 erweiterte Anwendungen für die Erstellung und Verwaltung digitaler Medien integriert. WinOnCD8 CD & DVD Pro wird mit leistungsstarken Tools für das Authoring und das Brennen von CDs und DVDs und

erweiterten Anwendungen für die Erstellung und Verwaltung von digitalen Unterhaltungsmedien wie Foto, Video, Musik und Daten ausgeliefert und ermöglicht es dem Benutzer, alle Arten von digitalen Medien auf CD und DVD zu organisieren, zu brennen, zu kopieren und zu archivieren. Hierzu gehören auch Double Layer-DVD-Medien.

Große Dateien können automatisch über mehrere Disks verteilt und in mehreren Laufwerken gleichzeitig gebrannt werden. DVD-Filme lassen sich einfach und problemlos von 9 GByte auf 4,7 GByte-Disks komprimieren und kopieren. Dabei wird dem Benutzer ermöglicht, unerwünschte Extras zu entfernen und die Aufzeichnungsqualität zu optimieren. Mit WinOnCD8 lassen sich auf der Festplatte bis zu 23 virtuelle Laufwerke erstellen und benutzen.

Außerdem enthält WinOnCD8 CD & DVD Pro das DivX 6 Create-Bundle mit DivX Pro, DivX Player und DivX Converter für die unkomplizierte Erstellung, Bearbeitung und Wiedergabe von hochwertigen DivX-Mediendateien. Der DivX Converter wandelt nahezu alle Videos im Handumdrehen in DivX-Mediendateien um: Dazu wird das Ursprungsvideo in den DivX Converter gezogen, das Profil auf „Home Theatre“, „Portable Handheld“ oder „High Definition“ eingestellt und das Video mit optimalen Einstellungen automatisch umgewandelt. Kompilierungen von DVD-Video, DivX- und WMV-Video-dateien können in ein einzelnes DVD-Video umgewandelt werden. WinOnCD8 hilft bei der optimalen Aufbereitung, Zusammenstellung und Aufzeichnung von Audio-Dateien: 50 Stunden Musik können auf einer beschreibbaren Standard-DVD gespeichert und auf

einem beliebigen DVD-Player wiedergegeben werden. Über strukturierte Smart-Menüs wird nach Titel, Interpret, Album und Genre automatisch eine Musik-DVD organisiert, so daß auch mit Fernbedienung darauf zugegriffen werden kann. Auf eine einzige DVD können 65 CD-Alben kopiert oder umfangreiche MP3-, WMA-, OGG-, WAV-, FLAC-, AAC- oder AC3-Kompilierungen aus verschiedenen Quellen wie CD, DVD-Video, analogen Signalen und dem Internet erstellt werden.

Neben Tools zur Foto-Bearbeitung und Korrektur enthält WinOnCD8CD & DVD Pro umfassende Funktionen für das Abspielen von Fotos und Videos: Slideshow können von der Festplatte, Video-CD oder -DVD im Widescreen-Format (16:9) mit animierten Pan & Zoom-Effekten präsentiert und Dolby Digital Sound sowie begleitende Kommentare integriert werden. Mit LiveShare können Benutzer Fotos direkt über ihre PC-Festplatte freigeben und weit entfernten Freunden anzeigen, ohne Dateien per E-Mail versenden zu müssen.

Die erweiterte DVD Authoring-Technologie von Sonic Solutions ermöglicht es mit WinOnCD8, im Handumdrehen Widescreen-DVDs (16:9) mit animierten mehrstufigen Menüs zu erstellen. Unterstützt werden die aktuellsten Video-Formate, einschließlich DivX HD und MPEG-2 HD. WinOnCD8CD & DVD Pro verfügt über leistungsstarke Backup-Anwendungen, mit denen auch Anfängern eine vollständige Wiederherstellung von Daten, Anwendungen, E-Mail-Nachrichten, sogar des Betriebssystems selbst nach einem katastrophalen Systemfehler, möglich ist. WinOnCD8CD & DVD Pro gibt es ab sofort zu einem unverbindlich empfohlenen Endverbraucherpreis von 39,99 Euro.

### Transcend StoreJet 2.5 in drei Farben



„Stabiler, leichter und leiser“ sind die neuen externen Festplatten StoreJet 2.5 des taiwanesischen Speicherspezialisten Transcend, die nun im designorientierten StoreJet Aluminiumgehäuse und drei attraktiven Farbkombinationen verfügbar sind. Die Gehäuseabmessungen betragen nur noch 129 x 79,9 x 13 mm. Die 2,5-Zoll-Festplatte ist in leichtes Dämm-Material eingebettet, das Vibrationen dämpft und Laufgeräusche minimiert. „Diese externe Festplatte im farbenfrohen Aluminiumgehäuse ist eine kostensparende Speicherlösung für alle Desktop- und Notebook-Computer mit USB-Anschluß. Die StoreJet 2.5 ist leicht, stabil und somit einfach zum Transport auch größerer Datenmengen zu gebrauchen“, erläuterte Michael Thedens, Vertriebsleiter bei Transcend. Die StoreJet 2.5 wird wahlweise mit 40 GB (blau), 80 GB (silber) oder als reines Festplatten-Leergehäuse (in rot/blau/silber) angeboten. Die UVPs betragen 134 Euro (40 GB), 189 Euro (80 GB) und 26,40 Euro (Leergehäuse).

### Packard Bell EasyNote W 17-Notebook



Mit der neuen Notebook-Serie EasyNote W will Packard Bell nach eigener Aussage vor allem Privatkunden ansprechen, die einen Desktop-PC-Ersatz suchen. Das mit einem 17-Zoll-Display im Seitenformat 15:10 mit 1.440 x 900 Bildpunkten, TV-Tuner und Fernbedienung ausgestattete Gerät ist auch hervorragend für

Multimedia-Anwendungen geeignet. Das EasyNote W ist in drei verschiedenen Ausführungen zu folgenden UVPs verfügbar: W3 mit Turion 64 ab 1.000 Euro, mit Sempron ab 1.300 Euro und das W7 mit Pentium M ab 1.400 Euro.

### Neues Systemtelefon Agfeo ST 40



Das neue Agfeo ST 40 Systemtelefon soll neue Maßstäbe in Funktion und Bedienung setzen. Die Gehäusekonzeption wurde nach neuesten ergonomischen Erkenntnissen erstellt. Das beleuchtete Grafikdisplay stellt Schrift und Grafik (schwarz auf weißem Grund) mit maximal möglichem Kontrast dar. Die Neigung des Displays ist über eine Feinverzahnung einstellbar. Das Bedienkonzept mit Navigationstasten unter dem Display, die immer die nächsten Bedienschritte vorgeben, plus zwanzig frei programmierbare Funktionstasten, ist logisch aufgebaut. Die Lautstärke des Telefonhörers und des eingebauten Lautsprechers sowie die Empfindlichkeit des Freisprech-Mikrofons sind separat feinregulierbar.

Auf der Unterseite bietet das neue Agfeo ST40 Systemtelefon zwei Modulschächte. Ein Modulschacht ist für das optionale Anrufbeantworter-Modul mit Ansage-Management-System vorgesehen. Der zweite Modulschacht bleibt zukünftigen Technologien (zum Beispiel Bluetooth) vorbehalten. Eine Schnittstelle zur Anbindung schnurloser Headsets mit Rufannahme nach DHS-Standard ist bereits on Board.

# Mit sanft geschwungenem Tastenfeld für steil ansteigende Umsatzkurven.



19,99 EUR

Unverbindliche Preisempfehlung

## Das neue Comfort Curve Keyboard 2000.

Begeistern Sie Ihre Kunden mit einzigartigem Bedienungskomfort:

Das sanft geschwungene Tastenfeld des neuen Microsoft-Desktops garantiert eine natürliche Handhaltung und damit mehr Komfort beim Arbeiten sowie ein komfortables Umsatzplus. Denn ergonomisches Design in Verbindung mit einem edlen Look ist genau das, was Ihre Kunden wollen. Entdecken Sie neue Möglichkeiten: [www.microsoft.de/haendler/hardware](http://www.microsoft.de/haendler/hardware)



Microsoft®  
Wireless Notebook  
Laser Mouse 6000  
UVP: **49,99 EUR**



NEU – mit einzigartiger Lupenfunktion für das schnelle Vergrößern von Bildausschnitten.



Microsoft®  
Comfort Optical  
Mouse 3000  
UVP: **24,99 EUR**

*Ihr Potenzial. Unser Antrieb.*

**Microsoft®**

„Mein CeWe Fotobuch“ – Innovation fürs digitale Bildergeschäft

# „Einkleben war gestern“

Mit dem innovativen Bildprodukt „Mein CeWe Fotobuch“ bietet CeWe Color, Europas größter Fotofinisher, seinen Kunden im Einzelhandel jetzt ein neues Produkt mit hoher Wertschöpfung an. Auf einfache Weise können Digitalfotografen ihr individuelles Fotobuch gestalten, das dann professionell bei CeWe Color gedruckt und über die Handelspartner ausgeliefert wird. Möglich wird das durch die neue und einfach zu handhabende Bestell-Software auf dieser Seite.

Mit „Mein CeWe Fotobuch“ geht CeWe Color über seine klassische Domäne – die Herstellung von Fotos – weit hinaus. Denn ein Fotobuch ist viel mehr als ein Fotoalbum: Es wird professionell gedruckt und gebunden, kann aber

zuvor von den Kunden individuell und persönlich gestaltet werden. Die Software auf der „Mein CeWe Fotobuch“ Bestell-CD bietet alle notwendigen Werkzeuge dafür: Die Bilder können in unterschiedlichen Größen in fertige Layouts geladen oder frei auf den Seiten plaziert werden. Dabei ist die Eingabe individueller Texte zu den Fotos möglich, und es gibt eine große Auswahl von passenden Hintergründen. Die persönliche Note wird schon von außen sichtbar: Denn der Titel kann individuell mit einem Bild gestaltet und mit einem Text versehen werden. Wenn es einmal schnell gehen soll, können die ausgewählten Bilder aber mit dem „Fotobuch-Assistenten“ auch automatisch in fertige Layouts eingefügt werden.

## Vier *verkaufsstärke* Varianten



### Klein, Ringbindung

#### Das Fotobuch im handlichen Taschenformat

Format: 15 x 11 cm • Umfang: 36 Seiten (keine Erweiterung mögl.) • Layouts: über 10 Hintergründe: über 20 • Papierstärke: 200 g/Seite Umschlagfarben: Schwarz, Blau, Rot

UVP: 9,95 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 2,80 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 2,80 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 2,80 €\*



### Mittel, Leineneinband

#### Das Basismodell zum günstigen Preis von unter 20,- €

Format: 22 x 15 cm • Umfang: 26–98 Seiten Layouts: über 20 • Hintergründe: über 20 Papierstärke: 200 g/Seite • Umschlagfarben: Schwarz, Blau, Rot

UVP: ab 19,95 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 2,80 €\*

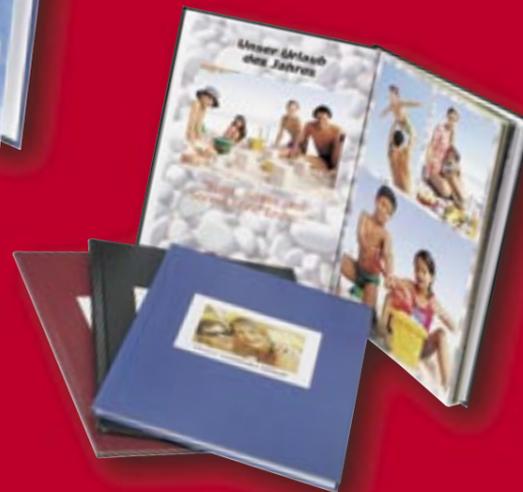


### Quadratisch, Leineneinband

#### Das Designermodell für Kunden, die das Besondere wollen

Format: 22 x 22 cm • Umfang: 26–98 Seiten Layouts: über 30 • Hintergründe: über 20 Papierstärke: 200 g/Seite Umschlagfarben: Schwarz, Blau, Rot

UVP: ab 22,95 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 3,60 €\*



### Groß, Leineneinband

#### Das repräsentative Fotobuch zum überraschend günstigen Preis

Format: 22 x 30 cm • Umfang: 26–98 Seiten Layouts: über 100 • Hintergründe: über 20 Papierstärke: 200 g/Seite Umschlagfarben: Schwarz, Blau, Rot

UVP: ab 24,95 €\*  
Aufpreis pro weitere acht Seiten: 4,00 €\*

„Mein CeWe Fotobuch“ gibt es in vier verschiedenen Varianten, für jeden Geschmack und jeden Geldbeutel. Während das Foto-Ringbuch klein nur in weißer Farbe und in einem Umfang von 36 Seiten zur Verfügung steht, sind die drei anderen Varianten (ab 26 Seiten) mit einem hochwertigen festen Leineneinband versehen und können gegen Aufpreis in Schritten von jeweils acht Seiten erweitert werden – bis zu einem Gesamtumfang von 98 Seiten. Bei dem hochwertigen Leineneinband haben die Kunden die Wahl zwischen den Farben Schwarz, Blau und Rot.

## So *einfach* geht's zum Fotobuch

Überzeugen Sie sich am besten selbst, wie kinderleicht die Bestell-Software von „Mein CeWe Fotobuch“ zu bedienen ist:



**1.** Die Software von der Bestell-CD installieren und starten.



**2.** Mit einem Klick das gewünschte Buchformat auswählen.



**3.** Mit Hilfe des Fotobuch-Assistenten Farbe des Einbandes und Titelfoto wählen, Layout aussuchen, Bilder auswählen und diese automatisch einfügen (auf Wunsch können die Seiten später individuell bearbeitet werden) oder ----->



**4.** Bildgrößen, Hintergründe und Layout für jede Seite manuell festlegen und die ausgewählten Bilder einfügen.



**5.** Für jede Seite Schrift auswählen und Texte eingeben.

**6.** Wenn gewünscht: Größe und Ausschnitt einzelner Bilder verändern oder diese durch Klick auf „Freie Platzierung“ auf der Seite neu anordnen.

**7.** „Mein CeWe Fotobuch“ abspeichern und in den Warenkorb legen.



**8.** Auf CD brennen, an der Bildertheke abgeben und auf der Auftragstasche „Sonderwunsch“ ankreuzen und „Mein CeWe Fotobuch“ eintragen.

**Kinderleicht zum Fotobuch!**



**Harald H. Pirwitz,  
Vorstand Marketing und Vertrieb  
der Neumüller CeWe Color Stiftung:**

**„Jetzt einsteigen“**

Die steigende Popularität der Digitalfotografie bedeutet: Es wird immer mehr fotografiert. Als Europas größtes Fotolabor-Unternehmen hat CeWe Color von Anfang an Pionierarbeit geleistet und Großlabor-Bilder von digitalen Aufnahmen zu einem ertragsstarken Produkt gemacht. Inzwischen haben wir mehr als eine Milliarde digitale Fotos hergestellt – Tendenz: stark steigend.

Mit dem neuen Mehrwert-Produkt „Mein CeWe Fotobuch“ bieten wir jetzt eine echte Innovation mit besonders hoher Wertschöpfung an. Damit können unsere Handelspartner ihren Kunden ein besonders attraktives, persönlich gestaltetes Bildprodukt verkaufen und enorme Zusatzerträge erzielen.

Wenn Sie die beiliegende Bestell-Software ausprobieren, werden auch Sie von diesem Produkt begeistert sein.

Als Profi im High-Tech-Fachhandel kennen Sie sich in der Vermarktung von Innovationen aus. Bieten Sie darum Ihren Kunden die neue Bestell-Software aktiv an und erklären Sie ihnen dieses innovative persönliche Bildprodukt, das wir erstmals ganz bewußt unter unserer eigenen Marke anbieten. Damit setzen wir ein klares Signal, daß hinter diesem innovativen Produkt das größte europäische Fotofinishing-Unternehmen mit seiner gesamten technologischen Kompetenz steht.

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen „Mein CeWe Fotobuch“ zu einem Verkaufsschlager zu machen und damit den Markt für Digitalfotografie weiter zu beleben.



Herzlichst Ihr

Harald H. Pirwitz

**Zu den wichtigsten Werbemitteln gehören:**



**A:** Die handliche Kundeninfo im Format 11 x 17 cm, erhältlich in Packs zu je 100 Stück



**B:** „Mein CeWe Fotobuch“ Plakate, Fensterkleber und Deckenhänger



**C:** „Mein CeWe Fotobuch“ Bestell-CD im 25er Dispenser

Für die platzsparende und aufmerksamkeitsstarke Thekenplatzierung, zum Beispiel im Kassbereich.  
Liefereinheit: Umkarton mit 4 x 25er Dispenser inklusive einem kostenlosen Muster „Mein CeWe Fotobuch“



**D:** Die attraktive Schütte für die Zweitplatzierung

Mit einer Höhe von 165 cm und dem charmanten Motiv nicht zu übersehen. Ein echter Hingucker für Ihre Kunden.



**E:** Anzeigenvorlagen für Ihre Werbung

Damit bietet CeWe Color Ihnen die besten Voraussetzungen, das Fotobuch aktiv zu verkaufen.

Denn etwas Vergleichbares gab es an der Bildertheke noch nie. Erfolgreiche Händler wissen: Um mit einem neuen Produkt erfolgreich zu sein, muß es aktiv angeboten werden.

Nutzen Sie darum die Chance für mehr Umsatz und eine höhere Rendite und sprechen Sie mit Ihrem CeWe Color Kundenberater über „Mein CeWe Fotobuch“.

**Sie sind noch nicht Kunde bei CeWe Color?**

Dann sollten Sie sofort einsteigen – wir helfen Ihnen mit unserem ganzen Know-how beim Aufbau Ihres digitalen Bildergeschäftes.

original **cewe color**  
einfach schöne Fotos

**CeWe Color AG & Co. OHG**

Meerweg 30-32  
26133 Oldenburg

Tel.: 0441-404-434 • Fax: 0441-404-421



**Darauf haben Ihre Kunden gewartet**

[www.mein-cewe-fotobuch.de](http://www.mein-cewe-fotobuch.de)

# Konvergenz gehört bei Delo Computer bereits zum Tagesgeschäft

Für den in Recklinghausen beheimateten Distributor Delo Computer GmbH bedeutet der vielfach überstrapazierte Begriff „Konvergenz“ mehr als ein ohne tieferen Bezug in die Unterhaltung gestreutes Modewort: „Delo richtet bei der Wahl seiner Hersteller und der Auswahl der geführten Produkte besonderes Augenmerk auf die Schwerpunkte Mobility und Vernetzung und bietet Konvergenzprodukte und Komponenten aus dem Bereich UE und IT für den Handel an“, erklärt uns Christine Händler, Marketing, Delo Computer GmbH. „Konvergenz bedeutet für den IT-Handel, seinen Kunden funktionale Lösungen anzubieten und sich nicht mehr ausschließlich über den reinen IT-Hardwareverkauf zu positionieren. Wir haben auf dieses Ziel bereits seit einigen Jahren stetig und initiativ hingearbeitet, und inzwischen gehört „Konvergenz“ für uns zum täglichen Geschäft und ist eine wichtige Prämisse unseres Agierens am Markt.“

## Konvergent zu was?

Begriffe, die gerade Hochkonjunktur erleben, verbreiten sich in der Regel schneller als die Definition ihrer Bedeutung. Das Wort „Konvergenz“ für sich allein gestellt, wie es zur Zeit geschieht, beinhaltet keinerlei Aussage. „Konvergenz“ (lateinisch *convergere*, sich hinneigen) bedeutet: Annäherung,

Zusammenstreben, Aufeinanderzugehen oder Übereinstimmung. Vor fünf Jahren war die „Konvergenz der Medien“ in aller Munde. Gemeint war die sich abzeichnende Entwicklung bei der Nutzung der gleichen Aufzeichnungstechnologien, Speichermedien und Netzwerke durch IT, TK und UE. Wenig später stand „Konvergenz“ dann für die „Konvergenz von IT und TK“, eine Entwicklung, die noch anhält und durch Internet, WLAN, Bluetooth, UMTS, VoIP und den Transport von Datenpaketen in Netzwerken und im Internet bestimmt wird. Spricht oder schreibt man heute von „Konvergenz“ und „Konvergenz-Produkten“, dann ist fast immer das Zusammenwachsen von Informationstechnologie, Unterhaltungselektronik, Foto- und Video-Geräten, Navigations-Lösungen und Telekommunikationstechnik im Handel gemeint. Denn bei den eingesetzten Technologien und den Herstellern ist das Zusammenwachsen schon sehr weit fortgeschritten.

## Konvergenz-Produkte

Mit Konvergenz-Produkten lassen sich Texte, Fotografien, Grafiken, Audio-Informationen und Video-Filme über alle gebräuchlichen Medien und Netzwerke übertragen, auf allen gängigen Bildschirmen darstellen oder wiedergeben und mit allen verbreiteten Speichertechnologien auf Medien aufzeichnen, speichern oder abrufen. Der Übergang von der traditionellen, analogen Unterhaltungselektronik zum digitalen Home-Entertainment beschleunigt im Bereich der gesamten Elektronik-Industrie die Entstehung und Verbreitung von Konvergenz-Produkten.



Wandler zwischen den Welten: Sonys Network Media Receiver VGP-MR100 ist der Schnittstellen-Manager zwischen UE im Wohnzimmer und klassischer IT.

## Für Hersteller und Handel verschmelzen drei Märkte

Die aktuelle Situation ist durch eine Verschmelzung von Consumerelektronik, Informationstechnologie und Telekommunikationstechnik zu einem gemeinsamen Elektronik-Markt gekennzeichnet. Auf Seiten der Hersteller hat diese Entwicklung wesentlich früher begonnen und kann, bis auf wenige Ausnahmen, als abgeschlossen bezeichnet werden. Effektive und kostensparende Vertriebswege haben die Abgrenzungen zwischen den Markt Bereichen weitgehend aufgehoben. Die Digitalisierung und Vernetzung von Komponenten aller Bereiche stellt technisch und unternehmerisch neue Kompetenzanforderungen an den Fachhandel. Nach Meinung von Fachleuten verfügt der IT-Fachhandel über bessere Grundvoraussetzungen zur Bewältigung dieser Anforderungen, denn er hat seine Prozesse und Strukturen bereits stark optimiert und ist in der Lage, mit geringeren Margen profitabel zu arbeiten als Wettbewerber im Consumerbereich. Konvergenz-Produkte basieren überwiegend auf Informations-Technologien. Kunden, die, um ein Beispiel zu nennen, eine ihren individuellen Anforderungen entsprechende Heimvernetzung durchführen möchten, müssen einen Anbieter finden, der lösungsorientiert arbeiten kann. Das ist eine traditionelle Stärke des IT-Fachhandels.

## Distributor Delo Computer: Kompetenz bei Konvergenz

Als Distributor kann man auf eine Entwicklung nicht in letzter Minute wie auf einen fahrenden Zug aufspringen. Bei Delo hat man den Trend zu Konvergenz-Produkten relativ früh erkannt und die Weichen entsprechend gestellt, wie Christine Händler, Marketing Delo, beschreibt: „Durch die Aufnahme des Themas digitale Fotografie in der zweiten Hälfte der 90er Jahre gelang Delo ein erster, entscheidender Schritt in diese Richtung (z. B. Olympus).

Zusammen mit dem Hersteller Sony, der uns durch Öffnung des Zugangs zur kompletten Bandbreite seiner hauseigenen IT-Produkte die Bereitstellung vollstän-



## Voller Erfolg:

## Delo Hausmesse „look & feel“ Open House

Die von Delo veranstaltete „look & feel“ Open House war die erste Hausmesse des seit 18 Jahren erfolgreich tätigen Distributionsunternehmens und wurde für alle Beteiligten, Händler, Hersteller, Handelspartner und Veranstalter, zu einem vollen Erfolg: Schon bis 17:00 Uhr wurden rund 350 registrierte Besucher gezählt. Nicht nur aus der näheren Umgebung waren Fachhändler angereist, sondern sogar aus weit entfernten Orten wie München oder Stuttgart. Trotz musikalischem Abendprogramm, delikatem Büffett und reich sortierter Bar, nutzten die Fachhandelspartner vor allem die Möglichkeit zu informativen Gesprächen mit kompetenten Ansprechpartnern bei Delo und mit Fachleuten der ausstellenden Herstellerfirmen. Alle Aussteller waren sich bei der Beurteilung der qualitativ hochwertigen Kontakte zu den teilnehmenden Fachhändlern einig und sicherten Delo schon jetzt ihre Teilnahme und die Erweiterung der Präsenz für die nächste, angesichts dieses Erfolgs bereits geplante Veranstaltung zu. Gefeierte wurde bis in die Morgenstunden, und in der späteren Bewertung der „look & feel“ Open House wurde besonders die sehr persönliche Atmosphäre hervorgehoben.

diger Lösungen für unsere Händler ermöglichte, wurde die eingeleitete Entwicklung konsequent fortgeführt. Schnell entdeckten Hersteller und Kunden, daß von der umfassenden Verfügbarkeit unterschiedlichster Produkte bei einem Distributor alle Seiten profitieren können. Vorteilhaft für uns war auf diesem Weg, daß wir uns relativ früh einen Namen als Sony Distributor gemacht haben und uns im Verlauf der Ereignisse vom Monitor-Spezialisten zum Anbieter einer Vielzahl von Produkten dieses Brands entwickelten, der sozusagen „alles aus einer Hand“ bieten kann. Andere Hersteller zogen nach, wie z. B. Samsung, und auch von diesen bieten wir ein sehr umfassendes Produktsortiment an. Bei potentiellen Kunden sprach es sich herum, daß Delo zugleich Anbieter von Monitoren, Notebooks, Kameras,

TV-Geräten, Plasma-Displays, Projektoren, Entertainment-Produkten wie MP3, DVD, Media Receivern etc. und von Storage-Devices ist. Erst kürzlich ist der Bereich Opto Electronics hinzugekommen. Unser umfassendes Sortiment spart dem Kunden Zeit und Geld und vermittelt ihm einen guten Eindruck von der Kompetenz seines Distributors. Unser Personal wird regelmäßig geschult, ist über alle Innovationen informiert und hat einen guten Gesamtüberblick über das Marktgeschehen und alles, was das Thema Konvergenz tangiert. Im Projektgeschäft profitieren unsere Kunden sehr von unseren langjährigen und guten Verbindungen zu allen Ansprechpartnern. Dem Fachhandel bietet Delo bei der Umsetzung von Vernetzungs- und Konvergenz-Projekten die erforderliche Unterstützung.“ *evo*

**POS Neuheiten**

**Samsung mit neuen Camcordern**

Samsung präsentiert zwei neue ultrakompakte Camcorder-Modelle, den VP-D353 und den VP-D453. Beide Geräte bieten verbesserte Bildqualität und Benutzerfreundlichkeit – und das in einem handlichen Format. Beide Modelle sind mit einem 900fach Digital-Zoom für gestochene scharfe Nah- und Fernaufnahmen ausgestattet. Der VP-D353 arbeitet mit einem 20fachen-, der VP-D453 mit einem 10fachen optischen Zoom. Die Nachtaufnahme-Funktion (Power Nite Pix bei der VP-D353 bzw. Color Nite Shutter bei der VP-D453) sowie eine längere Belichtungszeit (Low Shutter Speed = LSS)



garantieren auch bei dunklen Lichtverhältnissen saubere, gleichmäßige Video- und Bildaufnahmen. Darüber hinaus unterstützen die beiden neuen Camcorder MPEG4-Format in hoher Bildqualität (720 x 576, 25 fps). Der VP-D353 sowie der VP-D453 sind mit einem integrierten 4-in-1-Multi-Card-Slot ausgestattet, der zahlreiche Speichermedien wie Memory Stick, Memory Stick Pro, Secure Digital Cards oder Multi-Media Karten (MMC) unterstützt. Der USB 2.0-Anschluß garantiert hierbei ein einfaches und schnelles Speichern und Lesen der Bild- und Video-Dateien mit einer Geschwindigkeit von bis zu 480 Mbps. Die Samsung Camcorder VP-D353 und VP-D453 sind ab sofort zu Preisen von 399 Euro (VP-D353) und 429 Euro (VP-D453) im deutschen Handel verfügbar.

**Kodak Easy Share-One mit Hot Spot**

Mit der Verfügbarkeit der ersten kompakten Digitalkamera mit Hot Spot-Zugang zum Internet, der Kodak EasyShare-One, können Fotos ab Mitte Oktober über T-Mobile Hot Spots direkt

**Kamera und digitales Album: Sony Cyber-shot N1**



Mit der neuen Cyber-shot N1 startet Sony eine neue Serie in der Kompaktklasse: Mit Abmessungen von 96,6 x 61,1 x 24,4 mm ist sie nicht ganz so kompakt wie die Modelle der T-Serie, aber deutlich kleiner als die W-Familie. Neben der 8,1-Megapixel-Auflösung ist vor allem das Display bemerkenswert: Es nimmt mit einer Diagonale von 3 Zoll (7,6 cm) fast die gesamte Kamerarückseite ein. Mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln und Sonys „Clear Photo LCD Plus“-Technologie bietet das Display nicht nur alle Voraussetzungen für zuverlässige Beurteilung der Motive und der aufgenommenen Bilder, sondern ermöglicht als Touchscreen auch eine besonders einfache Bedienung der Kamera. Einstellungen und Funktionen werden mit einem Fingerdruck auf den Monitor ausgewählt. So reicht es bei „Free Spot Autofokus“ aus, mit der Fingerspitze auf dem Display das Motiv anzutippen, auf das die Kamera scharfstellen soll. Mit einem Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv mit einer Brennweite von 38–114 mm (KB äquivalent) und elektronischem Verwacklungsschutz soll die Kamera auf unkomplizierte Weise gelungene Aufnahmen garantieren. Das integrierte Pocket Album speichert bis zu 500 Fotos, und zwar als Kopie der Originalaufnahme in VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) im 32 MB großen internen Bildspeicher. So hat man seine Fotos immer dabei. Die Bilder werden nach Aufnahme-Datum geordnet und können deshalb leicht gefunden werden. Über den AV-Anschluß und das im Lieferumfang enthaltene Kabel können die Fotos auch als Diaschau auf dem Fernseher abgespielt werden. Dazu stehen vier Übergangseffekte und verschiedene Layouts zur Verfügung; sie sind mit vier Hintergrundmelodien kombinierbar. Auf Wunsch können sie durch frei wählbare MP3 Musik-Dateien bis zu einem Umfang von 6 MB ersetzt werden. Schließlich gibt es für kreative Fotografen noch die „Paint-Funktion“: Mit Hilfe eines mitgelieferten Eingabestiftes können auf dem Display Schrift, Zeichnungen oder vorgefertigte Grafiken in jedes Bild eingefügt werden. Ein weiteres bemerkenswertes Ausstattungsdetail ist die 16:9 Funktion: Die Breitband-Bilder hält die Kamera in der zwei Megapixel großen HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln fest, so daß sie auf einem High Definition Fernseher formatfüllend wiedergegeben werden können. Die Vorderseite der neuen Kamera ist silberfarbig, die Rückseite schwarz; das bewirkt einen angenehmen Rahmeneffekt für das Display.



Als Zubehör bietet Sony unter anderem verschiedene Taschen, ein Tauchgehäuse und die Cyber-shot Station (UVP: 85,- Euro) zum einfachen Überspielen der Fotos auf den PC oder Fernseher und zur besonders schnellen Akkuladung an. Die Cyber-shot N1 kommt Mitte November 2005 auf den Markt.

von der Digitalkamera über das Internet verschickt oder in Online-Alben hochgeladen und dort betrachtet werden. Möglich ist dies an 5.000 T-Mobile Hot-Spots in Deutschland (in Verbindung mit T-Com), 6.000 in den USA, 800 in Großbritannien sowie mit über 850 Telstra Wireless Hot-Spots in Australien.

Die Kodak EasyShare-One ist die erste kompakte digitale Zoomkamera, die durch eine WiFi Funktion (Wireless Fidelity) den kabellosen Bildtransfer ermöglicht.

Unabhängig von PC, Notebook und Speicherkarte bietet die Kamera dem Anwender neue und außergewöhnliche

Möglichkeiten für Verwaltung und Druck seiner digitalen Bilder. Fotos können kabellos über Hot Spots oder das heimische WLAN Netzwerk direkt von der Kamera an persönliche Ordner in der Kodak EasyShare Gallery (www.kodak-gallery.de) übertragen und jederzeit auf dem hochauflösenden, zirka 7,6 cm (Diagonale) großen Touchscreen-LCD-Bildschirm angeschaut und verwaltet werden. Die Kodak EasyShare-One ist somit



gleichzeitig ein mobiles, digitales Fotoalbum. Voraussetzung ist ein WLAN-Netzwerk mit Internetzugang sowie die Kodak Wi-Fi Karte (802.11b), die bereits im Lieferumfang enthalten ist. Die unverbindliche Preisempfehlung der EasyShare-One, inklusive WiFi-Karte, liegt bei 589 Euro. Als Einführungsangebot erhalten Käufer die Möglichkeit, den Service von T-Mobile mit der EasyShare-One kostenlos zu testen. Zusätzlich führt Kodak mit weiteren Serviceanbietern aus Europa und Asien Gespräche, um den Service mit Free Spots und Hot Spots an öffentlichen Plätzen wie zum Beispiel Flughäfen weiter auszubauen.

**POS Aktuell**

**142.000 Linux-Rechner für chinesische Schulen**

Die Bildungsbehörde der chinesischen Provinz Jiangsu hat für (umgerechnet) 35,4 Millionen Euro 141.624 Rechner mit dem Betriebssystem Linux bestellt. Um den bisher größten Einzelauftrag dieser Art in Asien hatten sich 15 namhafte PC-Hersteller, unter anderem Dell, HP und Lenovo, beworben. Den Auftrag bekamen sechs chinesische PC-Hersteller. Die Auslieferung wird über das Jahr 2006 verteilt erfolgen. Auf den Rechnern kommt die Debian-basierte Linux-Distribution RAYS LX von Sun Wah zum Einsatz. Sun Wah liefert auch E-Learning-Software und Support. Im Rahmen des „School-to-School“-Projekts des chinesischen Bildungsministeriums stattet die in der Nähe von Shanghai liegende Provinz Jiangsu Grund- und Mittelschulen mit Rechnern aus.

**Esten wählen per Internet**

Bei den Kommunalwahlen am 16. Oktober konnten die Bürger Estlands ihre Stimme erstmals auch elektronisch per Klick im Web abgeben und nahmen damit an einer Weltpremiere teil. Die kleine baltische Republik, eines der jüngsten EG-Beitrittsländer, ist bei der Nutzung von Online-Medien weltweit beispielhaft. Der freie und kostenlose Zugang zum Internet wird jedem Bürger Estlands durch die Verfassung garantiert. Zahlreiche Esten geben bereits ihre Steuererklärung im Internet ab oder füllen den Lottoschein per Handy aus. Der computerlesbare Personalausweis wird landesweit als digitale Unterschrift anerkannt. In Estland verfügen mehr als 800.000 Einwohner über eine ID-Karte. Wahlberechtigt sind gut eine Million Esten. Beim „e-voting“ zieht man lediglich den Personalausweis am Computer durch ein Lesegerät und ruft die Wahl-Internetseite auf. Dort kann man sich dann zwischen den Kandidaten eines Wahlkreises per Mausclick und Eingabe einer PIN entscheiden. Das Revolutionäre an diesem Wahlverfahren: Der Wähler kann seine Entscheidung nach der Stimmabgabe überdenken und bis zum Wahlschluß beliebig oft ändern. Er kann aber auch in ein herkömmliches Wahllokal gehen und dort sein Kreuz auf dem Stimmzettel machen. Die „e-Stimme“ wird dann annulliert.

**Tatung und allmaxx starten Uni-Roadshow**

Tatung Niederlande führt zusammen mit „allmaxx“, dem Spezialisten für Studentenmarketing, im neuen Studiensemester eine deutschlandweite Road Show zu 40 deutschen Universitäten durch. Im Zusammenhang mit dieser Promotion-Tour präsentiert Tatung nicht nur sich und seine Produkte vor Ort, sondern macht auch mit diversen Direkt-Mailings, Online-Promotions, Gewinnspielen und redaktionellen Veröffentlichungen im aufgabenstarken Studentenmagazin „Allmaxx“ auf sich aufmerksam. Den über 200.000 allmaxx-Mitgliedern werden beim Kauf von Tatung-Geräten exklusive Studenten-Rabatte gewährt, um die Resonanz der Marketingkampagne zu erhöhen. Außerdem werden an den allmaxx-Ständen direkt in der jeweiligen Universität oder auf dem Campus-Gelände zahlreiche Promotion-Aktivitäten und Gewinnspiele durchgeführt. Die attraktive Zielgruppe der Studenten verfügt in Deutschland über eine geschätzte jährliche Kaufkraft von 9 Mrd. Euro. Vorgestellt wird Tatungs Portable Media

Player-Familie elio vom MP3 Color Flash M100 mit 512 MB über die Tatum Photo Jukebox P722 mit 20 GB, dem PhotoOne P810 mit 4 GB, dem MusicOne M310 mit 4 GB mit sportlich-robustem Gehäuse bis hin zum Portable Media Center V620 mit 20 GB, das Videodateien abspielen und aufnehmen kann. Für Sandra Wimmer, Marketing Manager Tatum DACH, ist die Road Show ein wichtiger Schritt hin zur Verstärkung der Marktpräsenz in Deutschland: „Gerade für uns als Hersteller von innovativen Portable Multimedia Playern sind die jungen Akademiker eine enorm wichtige Käuferschicht. Durch die Kooperation mit dem Unternehmen allmaxx können wir die Studenten als Zielgruppe ansprechen und als Kunden gewinnen.“

**Gerangel um 100 MBit/s WLAN-Technik**

In der Arbeitsgruppe, die den kommenden Standard IEEE 802.11n für Funknetzwerke mit mindestens 100 MBit/s Übertragungsgeschwindigkeit festlegen soll, blockieren sich seit einiger Zeit zwei Interessengruppen, die unterschiedliche technische Konzepte vertreten. Die beiden Lager WWiE und TGnSync haben schon mehrfach einen Kompromiß angekündigt, sich aber noch nicht einigen können. Um die Einigung zu beschleunigen, hat sich unter der Führung von Intel innerhalb der Task Group (n, TGn) eine dritte Gruppe gebildet, der Vertreter aus beiden streitenden Lagern beigetreten sind. Der neuen „Enhanced Wireless“ Gruppierung gehören unter anderem Atheros, Cisco, Marvell, Sanyo, das Sony und Toshiba Consortium, Broadcom, Buffalo, Conexant, Realtek und Winbond, Apple, Lenovo und Netgear an. Neben den Herstellern von WLAN-Hardware warten auch große Internet-Provider und Breitband-Anbieter auf den neuen, mindestens 100 MBit/s schnellen Standard 802.11n, um damit die drahtlose Übertragung von breitbandigen Anwendungen wie Fernsehen und Filmen auch innerhalb von Home-Netzwerken anbieten zu können.

**Maxdata Angebot für comTeam**

Dem comTeam Systemhausverbund ist es gelungen, mit Maxdata einen der führenden IT-Hersteller in Europa für eine Marketingaktion speziell für seine Mitglieder zu gewinnen. Für die Zusammenarbeit mit comTeam hat Maxdata ein Business-Notebook konfiguriert, das auf die speziellen Anforderungen der comTeam-Systemhäuser ausgerichtet ist. Dieses Business-Notebook wird den comTeam-Systemhäusern zu einem äußerst attraktiven Preis angeboten. Zusätzlich gibt es für alle comTeam-Systemhäuser noch ein kostenloses Werbepaket mit jeweils 200 sogenannten „comTeam-Rechnungsbelegern“. Dies sind Angebotsflyer mit Netto-Preisen für Geschäftskunden und einem Feld zum Eindruck der Systemhaus-Bezugsadresse per Laserdrucker. Die Systemhäuser können diese Beleger ihren monatlichen Service- und Wartungsrechnungen und ihrer sonstigen Kundenkorrespondenz beifügen. „Wir wollen mit dieser Maßnahme das Leistungsspektrum von comTeam für unsere Systemhäuser weiter ausbauen. Unsere Mitglieder erhalten die Möglichkeit, durch eine Beilage zu versandten Briefen neue Umsatzpotentiale bei den Kunden zu wecken. Außerdem ist das Angebot und der Flyer ein guter Grund für das Systemhaus, bei seinen Bestandskunden telefonisch nachzufassen und auch den weiteren Bedarf an Produkten und Dienstleistungen zu erfragen. So helfen wir unseren Systemhäusern, ihren Umsatz und Ertrag zu erhöhen“, erläuterte Julian Riedlbauer, Geschäftsführer der comTeam Systemhaus GmbH, die Aktion.

**Hyundai ImageQuest L91A: 19" LCD-Allrounder**



Mit seiner kurzen Reaktionszeit von 12 ms garantiert der neue ImageQuest L91A auch bei schnell bewegten Bildinhalten eine scharfe Bildarstellung ohne Wischeffekte und ist deshalb besonders für den Multimedia- und Gamer-Einsatz geeignet. Die Auflösung

von 1,3 Megapixeln (1.280 x 1.024), das Kontrastverhältnis von 600:1, eine Helligkeit von 250 cd/qm und 16,7 Millionen darstellbare Farben sorgen für die beeindruckende Bildqualität und die hohe Farbbrillanz des ImageQuest L91A. Der mögliche Betrachtungswinkel des verwendeten Aktiv Matrix Panels beträgt 160° horizontal und 150° vertikal. Der Monitor verfügt über einen analogen 15-poligen D-Sub Anschluß.

Die Garantieleistung umfaßt drei Jahre inklusive Vor-Ort-Service. Der UVP des 19-Zoll-Monitors Image-Quest L91A in schwarzem Design beträgt 359,- Euro.



# Im Gespräch mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung Electronics Deutschland GmbH

## „Wir haben ein partnerschaftliches Verhältnis zum Fachhandel“

Die Marke Samsung hat sich in den vergangenen Jahren zum Global Player im Bereich der Unterhaltungselektronik entwickelt. Mit der Emotionalisierung der Marke und einem riesigen Produktportfolio betreibt das Unternehmen weltweite Markenkommunikation. PoS-MAIL sprach mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics der Samsung Electronics Deutschland GmbH, über das Marktgeschehen im UE-Bereich, die digitale Konvergenz, die für das Unternehmen im Vordergrund steht, und über eine fachhandelsorientierte Vertriebspolitik.

**PoS-MAIL:** Herr Wienands, auf der diesjährigen IFA präsentierte sich Samsung mit einer noch breiteren Produktpalette. Im Mittelpunkt stand die digitale Konvergenz, aber auch die Emotionalisierung der Marke. Wie wurden diese Botschaften von den Adressaten aufgenommen?

**Hans Wienands:** Wir hatten auf der IFA eine hervorragende Resonanz, sowohl seitens der Besucher als auch seitens unserer Handelspartner. Die Welten von Home Entertainment, Home Office

und mobiler Unterhaltung wachsen immer mehr zusammen, diese Samsung-Vision konnten wir auf der IFA besonders gut kommunizieren. Außerdem ist es für uns wichtig, die Marke Samsung im Bewußtsein der Konsumenten emotional positiv aufzuheizen, und das ist uns durchweg gelungen.

**PoS-MAIL:** Zum Blickfang auf dem Messestand zählten unter anderem die Flachbildschirme. Plasma-TV mit 13-Bit-Technologie überzeugen ebenso wie LCD-TVs in edler

**Klavierlack-Optik.** Im TV-Markt hat sich Samsung in den letzten Monaten an die Spitze gekämpft. Verraten Sie uns das Geheimnis dieses Erfolges?

**Hans Wienands:** Nun, eine konsequente Linie ist mit Sicherheit nichts Geheimnisvolles. Dank modernem Design und technologischen Neuentwicklungen sind wir in der Lage, innovative Spitzenprodukte in verschiedenen Kategorien zu entwickeln und damit den Markt für Unterhaltungselektronik immer wieder aufs Neue herauszufordern. Im Plasma Segment liegen wir mit einem Durchschnittspreis von 2.176 Euro mit 220 Euro über dem VK der Nummer 2 im Markt. Bei LCD-TVs sind wir bereits die Nummer 2 mit 14,0 Prozent Marktanteil (Wert). Der höchste Durchschnittspreis liegt hier bei 1.312 Euro.

**PoS-MAIL:** Neben der flachen TV-Linien ist Samsung ja in den Rückprojektor-TV-Markt eingestiegen, und Slim-Fit-TV feierte mit seiner Kurzhalsröhre auch Weltpremiere. Wie behaupten sich diese Produktkategorien im Markt?

**Hans Wienands:** Der Einstieg in den Bereich Rückprojektor-TVs ist besonders erfreulich. Hier können wir bereits einen Marktanteil von 16,6 Prozent (Wert) verzeichnen. Die über Jahre bestehende „Dreier-Allianz“ hat sich somit zu einer „Vierer-Allianz“ formiert. Auch der CRT-Markt macht Samsung mit Slim-Fit-TV eine besondere Freude. Dabei wurden die Geräte mit Bild diagonalen von 32" von Handel und Verbraucher besonders gut aufgenommen.

**PoS-MAIL:** Es ist bekannt, daß Samsung eine klare Fachhandelspolitik hat. Wie ist diese ausgerichtet?

**Hans Wienands:** Wir können ganz bewußt von einem sehr partnerschaftlichen Verhältnis mit unseren Fachhändlern sprechen. Hierfür tun wir eine Menge. Im



TV-Bereich bieten wir dem Fachhandel derzeit eine Exklusivlinie an, die besonders gut ankommt, dies ist jedoch nur ein Beispiel. Mit dem Start unseres neuen Werkes in Korea können wir auch für das Jahr 2006 – das für das TV-Geschäft wichtige Jahr der Fußball-WM – eine adäquate Warenverfügbarkeit bieten. Auch die Preisvorteile, die wir unseren Fachhändlern bieten, können diese wiederum an den Endkunden weitergeben. Ich denke, das ist ein sehr wichtiger Ansatz.

**PoS-MAIL:** Wie sieht es in den anderen Produkt-Bereichen von Samsung aus?

**Hans Wienands:** Im Bereich DVD haben wir derzeit eine breite Palette von Playern, Recordern und Kombi-Geräten anzubieten, und in diesem Bereich sind die Zuwachsraten überdurchschnittlich. Bei Camcordern haben wir mit der neuen Miniket Serie auch einen absoluten Hit gelandet. Auch unsere Schwesterfirma Samsung Opto Electronics hat nunmehr mit den neuen Digital Still Cameras den Amateur-Bereich ausgeweitet und bietet mit der 815 ein Spitzenmodell im Prosumer-Bereich an. Unsere MP3-Player Range haben wir deutlich erweitert, und auch dieser Bereich wird weiter ausgebaut. Unser erklärtes Ziel ist, im Jahr 2006 unseren Marktanteil deutlich zu steigern.

**PoS-MAIL:** Wenn bei Samsung von digitaler Konvergenz die Rede ist, was ist dann genau damit gemeint?

**Hans Wienands:** Die modernen Produkte des neuen digitalen Lifestyles kommunizieren immer stärker miteinander. Die Welten von Mobilfunk, Office-Umgebung, Home Entertainment und mobiler Unterhaltung wachsen immer mehr zusammen. Nehmen wir beispielsweise das Mobiltelefon: Die Fähigkeiten der neuen Samsung-Handys sind Kommunikation mit dem Fernseher, direkter Datenaustausch mit dem Fotodrucker und die Übertragung von Musik auf das Autoradio sowie TV im Handy – all diese Funktionen sind benutzerfreundlich in einem einzigen Gerät vereint. Das beispielsweise nennen wir digitale Konvergenz. Das Ende der Fahnenstange ist damit jedoch noch lange nicht erreicht.

**PoS-MAIL:** Wie will sich Samsung künftig im deutschen Markt positionieren?

**Hans Wienands:** Anhand der Leistung bei sämtlichen Kooperationen in Deutschland können wir von einer Akzeptanz als A-Marke ausgehen. Unser Versprechen an Handel und Verbraucher ist, daß wir Qualität, Design und Preis-/Leistungsverhältnis halten und nochmals verbessern werden.

**PoS-MAIL:** Herr Wienands, vielen Dank für dieses Gespräch.

### Samsung mit zwei neuen ultrakompakten Camcordern

Samsung präsentiert zwei neue ultrakompakte Camcorder-Modelle, den VP-D353 und den VP-D453. Beide Geräte bieten verbesserte Bildqualität und Benutzerfreundlichkeit – und das in einem handlichen Format. Beide Geräte sind mit einem 900fach-Digital-Zoom für gestochen scharfe Nah- und Fernaufnahmen ausgestattet. Der VP-D353 arbeitet mit einem 20fachen, der VP-D453 mit einem 10fachen optischen Zoom. Die Nachtaufnahme-Funktion (Power Nite Pix bei der VP-D353 bzw. Color Nite Shutter bei der VP-D453) sowie eine längere Belichtungszeit (Low Shutter Speed = LSS) garantieren auch bei dunklen Lichtverhältnissen saubere, gleichmäßige Video- und Bildaufnahmen. Darüber hinaus unterstützen die beiden neuen Camcorder MPEG4-Format in hoher Bildqualität (720 x 576, 25 fps). Der VP-D353 sowie der VP-D453 sind mit einem integrierten 4-in-1-Multi-Card-Slot ausgestattet, der zahlreiche Speichermedien wie Memory Stick, Memory Stick Pro, Secure Digital Cards oder Multi-Media Karten (MMC) unterstützt. Der USB 2.0-Anschluß garantiert hierbei ein einfaches und schnelles Speichern und Lesen der Bild- und Video-Dateien mit einer Geschwindigkeit von bis zu 480 Mbps. Die Samsung Camcorder VP D353 und VP-D453 sind ab sofort zu Preisen von 399 Euro (VP-D353) und 429 Euro (VP-D453) im deutschen Handel verfügbar.



## Bose – Neuheiten für beste Akustik

# Wer Kino will, muß Kino hören

**Bose präsentiert in diesem Herbst wieder Neuheiten für den Spitzenklang. Dabei legen die Audio-Spezialisten höchsten Wert auf praktische und platzsparende Lösungen, die sich dem Wohnumfeld anpassen und höchstes Hörvergnügen bieten.**

Mit dem neuen CineMate Home Cinema Speaker System ermöglicht Bose konzertsaalgleichen Klang im Wohnzimmer – und das ohne sperriges Equipment und ohne komplizierte Installation. Eine Set-up-DVD führt durch den gesamten Installationsprozeß. Das System besteht aus zwei kleinen Speaker Arrays und einem Acoustimass-Baßmodul, das auch versteckt plaziert werden kann. Für den Anschluß des Speaker Systems an Fernseher oder DVD-Player genügen zwei Kabel und eine Netzverbindung. Speziell gestaltete Stecker garantieren den fehlerfreien Anschluß. Ein kleines Interface-Modul hat die AudiInputs und dient als Empfänger für die Universal-Infrarot-Fernbedienung, über die auch Grundfunktionen des jeweiligen TV-Gerätes sowie des DVD-Players gesteuert werden. Das noch einmal verbesserte TrueSpace Digital Surround Processing sorgt in Kombination mit der speziellen Articulated Array-Anordnung der Driver für das Surround Sound Erlebnis mit nur zwei Lautsprechern. Das Videostage Decoding liefert besten Raumklang von jeder Quelle – auch von Mono-Programmen. Damit werden selbst alte Film-Klassiker sehr lebendig in der Tonqualität. Der empfohlene Verkaufspreis für das Cinema Speaker System lautet 798 Euro.

### Bester Klang in weiteren Räumen

Zur einfachen und preisgünstigen Erweiterung der Bose Lifestyle Systeme auf andere Wohnbereiche präsentiert das Unternehmen jetzt das neue Lifestyle RoomMate Powered Speaker System. Das äußerst kompakte Unit-Lautsprechersystem läßt sich per BoseLink mit allen neuen Lifestyle Systemen einsetzen. Es wird alternativ mit dem Personal Music Center II oder der RC 18-S Radiofrequenz-

### Home Cinema und Wunschkonzert

Ganz neu im Bose Sortiment ist auch das 3 2 1 GSX Home Entertainment System. Neben allen Ausstattungsmerkmalen des im Frühjahr dieses Jahres vorgestellten 3 2 1 GS Systems arbeitet das neue System mit dem uMusic intelligent Playback System. Diese patentierte Bose-Technologie speichert und organisiert die gesamte CD-Sammlung und stellt automatisch ein Wunschprogramm für viele Stunden zusammen. Zudem hat das neue System noch einmal deutlich flachere Media Center mit DVD/CD-Player, UKW/MW-Tuner mit RDS und einem neuen, größeren Display für alle Systemfunktionen. Es ist kompatibel mit DVD-Video, CD, CD-R, CD-RW, MP3 und CD. Das System hat Digital 5.1 Decoding, Dolby Digital, DTS und das patentierte Bose Videostage 5 Decoding und Post Processing. Auf der Rückseite befinden sich Anschlüsse für weitere Klangquellen sowie der BoseLink-Eingang, der es ermöglicht, die neuen Systeme ganz einfach an ein kompatibles Lifestyle System anzuschließen und so eine Multiroom-Installation zu integrieren. Die nur handgroße Gamestone Speaker Arrays besitzen Neodymium Iron Boron Magnete, die für höchste Wiedergabe-effizienz sorgen. Der empfohlene Verkaufspreis für das neue Bose 321 GSX Home Entertainment System lautet 2.880 Euro.



Fernbedienung geliefert. Bei der Nutzung mit dem Lifestyle 48 oder 38 Home Entertainment System zeigt das Display auf dem Personal Music Center II dabei dem Nutzer alle wichtigen Systeminformationen wie etwa Programmwahl, CD-Track, Lautstärke sowie Titel und Genre an. Bei dem Einsatz der Lifestyle 28 oder Lifestyle 18 Home Entertainment Systeme kann die Radiofrequenz-Fernbedienung die Steuerung des Systems übernehmen. Das Lifestyle RoomMate Powered Speaker System erlaubt auch den Anschluß zusätzlicher separater Klangquellen wie CD-Player oder Fernsehgerät im jeweiligen Raum, und es ist mit einer integrierten Mute-Funktion ausgestattet. Das System ist mit dem neuen AL8 Homevideo Wireless Audio Link kompatibel. Somit ist es möglich, eine kabellose Verbindung zum Lifestyle Media Center im Hauptraum herzustellen. Es wird einfach

per Plug 'n Play an einen AR1-Empfänger angeschlossen. Das Lifestyle RoomMate System arbeitet mit einer patentierten innovativen Lautsprecher-Technologie und sorgt für breite, naturgetreue und im Baßbereich besonders kraftvolle Klangwiedergabe. Die Lautsprecher sind magnetisch abgeschirmt und können in direkter Bildschirmnähe platziert werden. Die unverbindliche Preisempfehlung für das RoomMate Powered Speaker System mit RC 18-S lautet 628 Euro, mit Personal Music Center 798 Euro.

### Bausteine zur Systemerweiterung

Das neue AL8 Homewide Wireless Audio Link von Bose ermöglicht die kabellose Übertragung der Audio- und Steuerungssignale eines Lifestyle Systems in weiteren Räumen – drahtlos und auf



Für die kabellose Übertragung von Audio- und Steuerungssignalen eines Bose Lifestyle-Systems in andere Räume genügt das neue AL8 Homewide Wireless Audio Link.



Das neue Lifestyle RoomMate Powered Speaker System läßt sich per BoseLink mit allen Lifestyle-Systemen einsetzen. Somit ist auch in anderen Räumen der Wohnung bester Hörgenuß möglich.

Knopfdruck. Der Anschluß an eines der aktuellen Systeme ist ganz einfach. Die AL8 Sendeeinheit wird im Hauptraum mit einem Kabel an das Lifestyle Media Center angeschlossen, das Netzkabel wird in die Steckdose gesteckt. Der AR1 Empfänger wird in einem ausgewählten, wei-

teren Hörraum an BoseLink-fähige Lautsprecher oder ein System wie zum Beispiel an das neue 3 2 1 Home Entertainment System angeschlossen. Daraufhin wird das Netzkabel des AR1 Empfängers in die Steckdose gesteckt, und fertig ist die kabellose Multiroom-Installation. *miz*

### Roadshow „Performance by Design“

Von September bis November präsentiert Bose im Rahmen einer Roadshow eine aufregende Palette neuer Produkte und Technologien. Station der Roadshow waren/sind (letzter Termin ist der 8. November in Madrid) acht europäische Städte. Mehr als 1.000 ProPartner, autorisierte Händler, Berater und Pressevertreter aus 22 Ländern konnten sich mit der neuen Produktlinie vertraut machen. 'Performance by Design' unterstreicht die Leistungsfähigkeit von Bose und seinen Partnern, voll integrierte Lösungen für Engineered Sound Systems und Mehrzonenanwendungen anzubieten. In Deutschland machte Bose Station in Fulda. Hier demonstrierten Ulrich Kemp, Manager Professional Systems Division, und sein Team eindrucksvoll eine Reihe neuer Produkte für den professionellen Einsatz.

Systemdesign und akustische Prognosen werden jetzt durch eine leistungsstarke Version der Bose Modeler Sound System Software, die jetzt unter Windows XP läuft, und ein neu gestaltetes Bose Audiotoner Playback System weiter optimiert. Diese Design-Tools der nächsten Generation setzen auf die erwiesene Stärke der Modeler Software und des Audiotoner Systems. Sie erlauben den Anlageplanern mehr als je zuvor, noch bessere Soundsysteme zu konzipieren, die sehr spezifisch auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind. Das System läßt sich nun bedeutend einfacher und schneller bedienen, so daß die Tools von mehreren Anwendern für mehr Aufgaben und für ein breiteres Spektrum großer und kleiner Projekte eingesetzt werden können. Das Resultat sind bessere Klangqualität und verständlichere Wiedergabe in mehr Veranstaltungsstätten – und das mit weniger Aufwand. Zugleich kann den Kunden ein verlässliches Bild von der künftigen Leistung ihrer Beschallungsanlage vermittelt werden, indem sie bereits vor Beginn der Installationsarbeiten und sogar vor Errichtung des betreffenden Gebäudes eine präzise Demonstration hören können. Dies wird ergänzt durch die einzigartige Bose Leistungsgarantie. Hier garantiert Bose dem Kunden nach einer wirklichkeitsgetreuen Vorführung das gleiche Ergebnis nach Installation. Sollte das Ergebnis nicht zur vollsten Kundenzufriedenheit sein, baut Bose das Soundsystem aus und erstattet den vollen Kaufpreis.

## POS Aktuell

### Wolfgang Baars verantwortet ab sofort Multimedia bei Sagem

Wolfgang Baars wird mit sofortiger Wirkung bei der Sagem Communication Germany GmbH verantwortlich für den Produktbereich Multimedia. Zu diesem gehören die Bereiche DVB-T, LCD- und DLP-Rückpro-TV. Baars blickt auf eine über elfjährige Vertriebserfahrung in den Bereichen IT/TK und Unterhaltungselektronik zurück. Vor seiner Tätigkeit bei Sagem war er zwei Jahre als Manager für den Bereich Systemhäuser und Global Accounts bei Philips tätig. Während seiner dreijährigen Tätigkeit bei Samsung übernahm er die Markteinführung von Multifunktionsgeräten und Laserdruckern. Seine berufliche Karriere startete Baars bei Raab Karcher, wo er vier Jahre lang für die Volumendistribution für Europa verantwortlich war. Seit zwei Jahren arbeitet Baars für Sagem, zuletzt in der Funktion als Sales Manager im Professional-Office-Equipment-Bereich für Multifunktions- und Präsentationsgeräte.

### O<sub>2</sub> vertreibt Produkte jetzt auch in den Filialen von Fotopoint

O<sub>2</sub> kooperiert ab sofort mit dem Fachhändler Fotopoint: Deutschlandweit sind alle Mobilfunkprodukte von O<sub>2</sub> in Fotopoint-Filialen erhältlich. Zum Vermarktungsstart erhielten die Mitarbeiter ein umfassendes Verkaufstraining durch die Sales Academy von O<sub>2</sub>. Fotopoint verfügt über ein deutschlandweites Filialsystem mit insgesamt 280 Geschäftsstellen. Neben klassischen Fotoprodukten und Unterhaltungselektronik vertreibt der Fachhändler auch Mobilfunkprodukte. Alle Angebote von O<sub>2</sub> sind vorerst in 109, bis Ende des Jahres in sämtlichen Fotopoint-Filialen erhältlich. Um eine umfassende Kundenberatung zu gewährleisten, lud die Sales Academy von O<sub>2</sub> Ende September an sieben Standorten zu eintägigen Verkaufsschulungen ein. Dabei wurden die Teilnehmer mit den Pre- und Postpaid-Produkten sowie mit den vertraglichen Rahmenbedingungen und Richtlinien von O<sub>2</sub> vertraut gemacht. Darüber hinaus gab es professionelle Verkaufstips. „Geräte bei Elektro- und Telekommunikationsprodukten verlangt der Kunde eine fachmännische Beratung. Die Sales Academy von O<sub>2</sub> hat es geschafft, jedem einzelnen Mitarbeiter dazu das nötige Know-how und die nötige Motivation zu vermitteln“, so Holger Brehmann, Geschäftsführer von Fotopoint.

### Mobilfunkunternehmen engagieren sich in Sachen Jugendschutz

In einem gemeinsamen „Verhaltenskodex der Mobilfunkanbieter in Deutschland zum Jugendschutz im Mobilfunk“ haben sich die in Deutschland aktiven Mobilfunkunternehmen zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor entwicklungsgefährdenden und -beeinträchtigenden mobilen Informations- und Kommunikationsangeboten bekannt. Der Verhaltenskodex beschreibt gemeinsame Standards, mit denen die Mobilfunkanbieter dafür Sorge tragen, daß solche Inhalte von Kindern und Jugendlichen üblicherweise nicht wahrgenommen werden. Er regelt außerdem die mobile Nutzung von Chatrooms und den Download von Filmen und Spielen im Hinblick auf den Jugendschutz sowie die Einsetzung von Jugendschutzbeauftragten. Vertreter der Mobilfunkanbieter debitel, E-Plus, mobilcom, O<sub>2</sub>, The Phone House,

Talkline, T-Mobile Deutschland und Vodafone D2 haben die Vereinbarung unterzeichnet und damit in Kraft gesetzt. Entsprechend der technischen Entwicklung im Mobilfunk soll er regelmäßig fortgeschrieben werden. Die Kommission für Jugendmedienschutz begrüßte als zuständige zentrale Aufsichtsstelle der Landesmedienanstalten ausdrücklich den Verhaltenskodex.

Die unterzeichnenden Mobilfunkanbieter verpflichteten sich im Verhaltenskodex nicht nur dazu, selbst keine gesetzlich unzulässigen Inhalte wie Propaganda für verfassungswidrige Organisationen, Volksverhetzung, Aufforderungen zu Straftaten, Kinder- und Gewaltpornografie zu verbreiten. Darüber hinaus schrieben sie im Kodex fest, daß sie die mit ihnen vertraglich verbundenen Anbieter von Inhalten zur Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften verpflichten werden. Pornografische oder andere mobile Angebote, die offensichtlich die Entwicklung und Persönlichkeit von Kindern und Jugendlichen schwer gefährden können, sollen nur Erwachsenen in geschlossenen Benutzergruppen im Rahmen eines Altersverifikationssystems angeboten werden. Dazu soll etwa bei Abschluß eines Mobilfunkvertrags eine zuverlässige Volljährigkeitsprüfung erfolgen und der Nutzer sich vor dem Zugriff auf das Angebot eindeutig authentifizieren.

Bei entsprechenden Inhalten, die geeignet sind, die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und Jugendlichen zu beeinträchtigen, werden die Mobilfunkanbieter Eltern die Möglichkeit einräumen, Mobilfunkanschlüsse, die diese ihren Kindern bereitgestellt haben, für entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte sperren zu lassen. Die Rufnummern der gemeldeten Anschlüsse sollen dann in einer so genannten Blacklist hinterlegt werden, so daß entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte bei Anfragen über die dazugehörigen Mobilfunkkarten nicht übermittelt werden. Die Werbung für solche Inhalte soll strikt getrennt von Angeboten für Kinder und Jugendliche erfolgen. Generell verpflichten sich die Mobilfunkanbieter, in der Werbung zum Beispiel die Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen oder ihr starkes Vertrauen zu Eltern und Lehrern nicht auszunutzen.

Im Hinblick auf mobile Chatrooms – für deren Inhalte sind grundsätzlich die Teilnehmer verantwortlich – streben die Mobilfunkanbieter ein freiwilliges Kontrollsystem im Sinne des Jugendschutzes an. Chatroom-Betreiber werden in ihren Verträgen mit den Mobilfunkanbietern aufgefordert, bei Hinweisen auf problematische Beiträge sofort zu reagieren und gesetzeswidrige Beiträge zu löschen.

Nicht zuletzt regelt der Verhaltenskodex die Aufgaben und Rechte der Jugendschutzbeauftragten der Mobilfunkanbieter: Sie sind Ansprechpartner für Kunden und Interessierte in Sachen Jugendschutz. Bei der Vorbereitung und Gestaltung von Angeboten und bei allen Entscheidungen zum Thema Jugendschutz werden sie angemessen beteiligt.

Diese Maßnahme sei ein gutes Beispiel dafür, daß die deutschen Mobilfunkanbieter bereit und in der Lage seien, gemeinsam effiziente Lösungen für Fragen des Verbraucherschutzes zu erarbeiten und sich dabei selbst zu organisieren, hieß es in einer Pressemitteilung.

### Geschäftskunden können bei O<sub>2</sub> eine flexible E-Mail-Lösung testen

O<sub>2</sub> bietet seinen Geschäftskunden ab sofort ein Einsteigerprogramm für die mobile E-Mail-Lösung OneBridge von Extended Systems an. Das Produkt richtet sich an Unternehmen mit mobilen Mitarbeitern, die eine besonders flexible E-Mail-Lösung benötigen. OneBridge erlaubt es, vorhandene mobile Endgeräte wie den Xda Mini oder den Nokia 9500

Communicator einzubinden. Mit geeigneten Smartphones können Dateianhänge direkt übertragen und bearbeitet werden. Die E-Mail-Lösung, die Nachrichten automatisch auf das Handy weiterleitet, kann mit Microsoft Exchange, Lotus Domino sowie Novell Groupwise Server eingesetzt werden.

Mit dem neuen Testprogramm „Try-Smart“ von O<sub>2</sub> zum Preis von 1.290 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer können Unternehmen das Produkt vier Wochen lang ausprobieren und so die Einstiegsbarriere für IT-Entscheider und Geschäftsführung senken. Das „Try Smart“-Paket bietet bereits alle Funktionen des Produkts und enthält die Kosten für die Software-Installation und Inbetriebnahme vor Ort beim Kunden für bis zu drei Nutzer. Die Beratung, Inbetriebnahme und Betreuung führt O<sub>2</sub> in Kooperation mit dem Systemhaus intellicom durch. Das Testpaket umfaßt darüber hinaus 30 MB Datenvolumen sowie Anschluß- und Grundgebühr für die Nutzer. Der Kunde erhält für den Testzeitraum bis zu drei kostenlose Smartphones. Beratung und Betreuung sind im Preis enthalten. Entscheidet sich der Kunde nach dem Test für OneBridge, bietet O<sub>2</sub> mit dem Start-Paket für 990 Euro eine preiswerte Einstiegslösung für bis zu fünf mobile E-Mail-User. Es umfaßt die Lizenzkosten sowie Wartung und Beratung für zwölf Monate. Die monatlichen Kommunikationskosten sind abhängig vom jeweiligen Vertrag, der für die Nutzer abgeschlossen wird. In jedem Fall ist pro Nutzer ein Vertrag für mobile Datenübertragung abzuschließen.

### Auch Prepaidkunden können Vodafones „Simply“ Handys kaufen

Für Kunden, die einfach nur telefonieren wollen und Wert auf ein ganz leicht zu bedienendes Handy legen, bietet Vodafone seit Juni dieses Jahres die Geräte Vodafone Simply-Sagem VS1 und VS2 an. Jetzt sind die beiden Mobiltelefone, die auf die wesentlichen Telefonfunktionen reduziert sind, sich im modernen Design aber kaum von anderen hochaktuellen Handys unterscheiden, auch für Prepaidkunden zu haben. Beide Vodafone Simply-Handys kosten im CallYa-Paket mit Tarif CallYa-Basic und einem Startguthaben von zehn Euro nur 79,90 Euro. In Verbindung mit einem Laufzeitvertrag über die Vodafone-MinutenPakete kosten beide Modelle nur einen Euro. Die beiden Vodafone Simply Mobiltelefone sind auf die reine Sprachtelefonie ausgerichtet und verzichten auf Datendienste. Ein Konzept, das ankommt, denn es gibt viele Kunden, die ihr Handy in erster Linie haben wollen, um erreichbar zu sein und mit Freunden und Familie in Kontakt zu bleiben. Telefonie und das Schreiben und Versenden von SMS sind für diese Nutzer die gefragtesten Funktionen. In Verbindung mit einem CallYa-Paket bietet Vodafone Simply nicht nur größten Bedienungscomfort, sondern auch Unabhängigkeit und Kostenkontrolle – weitere oft geäußerte Wünsche. Vodafone Sagem Simply VS1 und Vodafone Sagem Simply VS2 überzeugen nach Angaben des Anbieters auch ältere Kunden, die sonst oft vor dem Kauf eines Handys zurückschrecken. Die Handys verfügen über ein großes Display, Wähltasten in komfortabler Größe und eine einfache, intuitive Navigation, die langes Herumsuchen in Menüs überflüssig macht. Neben den normalen Zahlen- und Buchstabetasten haben beide Simply-Handys drei sogenannte „Simply-Keys“. Diese erlauben den schnellen Zugriff auf die Handy-Funktionen, die von der angesprochenen Zielgruppe als am wichtigsten bezeichnet wurden: Telefonbuch, SMS und eine „Home“-Taste, die zum Ausgangsmenü zurückführt. Optisch sind die beiden hochwertigen Sagem Mobiltelefone kaum von anderen aktuellen Handys zu unterscheiden.

## Nokia stellt drei Smartphones der neuen Eseries vor

**Nokia hat sein Portfolio um drei für Business-Nutzer optimierte Geräte erweitert: Das Nokia E60, das Nokia E61 und das Nokia E70 sind die ersten drei Smartphones der neuen Nokia Eseries. Sie präsentieren sich in einem neuen, unverwechselbaren Design und sollen Unternehmen aller Größen ermöglichen, ihre Geschäftsprozesse zu mobilisieren.**

Neben bedienerfreundlichen Design-Konzepten, die verschiedenste Business-Nutzer ansprechen, zeichnen sich die Geräte nach Herstellerangaben durch neue Techniken aus, die den Anforderungen von IT-Abteilungen im Hinblick auf eine effektive Verwaltung von Sicherheitseinstellungen, Firmenanwendungen und Daten gerecht werden. Alle drei bieten grundlegende mobile Anwendungen, die für die berufliche Nutzung wichtig sein können, darunter mobile E-Mail-Funktionen und anspruchsvolle Sprachfunktionen. Die Nokia E60, Nokia E61 und Nokia E70 Smartphones werden voraussichtlich im ersten Quartal 2006 weltweit erhältlich sein.



Das Nokia E60, das Nokia E61 und das Nokia E70 unterstützen mobile E-Mail-Lösungen wie BlackBerry Connect, GoodLink von Good Technology, Inc., Nokia Business Center, Seven Mobile Mail, Seven Always-On Mail und Visto Mobile. Alle Geräte basieren auf der neuesten Version der weltweit führenden Series 60-Plattform für Smartphones. In Verbindung mit dem Betriebssystem Symbian OS, Version 9.1, bietet die Series 60 3rd Edition eine identische Anwendungsentwicklungsumgebung für das Nokia 60, das Nokia E61 und das Nokia E70. Alle drei Geräte unterstützen GSM- und UMTS-Funktionalität (WCDMA). Zusätzlich ermöglichen sie verschiedene lokale Verbindungen wie WLAN, Bluetooth, Infrarot und Verbindungen über USB 2.0.

Das Nokia E60, das Nokia E61 und das Nokia E70 bieten laut Hersteller herausragende Sprachfunktionen und eine ausgezeichnete Sprachqualität, die sich im Vergleich zu anderen Endgeräten abhebt, die PDA-Funktionen mit Mobiltelefonie kombinieren. Zu den Sprachfunktionen gehören die Unterstützung für Internet-Telefonie (Voice-over-IP), Push-to-talk und andere SIP-basierte Telefondienste. So erhalten Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, ihren Mitarbeitern die Arbeit innerhalb und außerhalb des Büros zu erleichtern. Unternehmen, die IP-Telefonanlagen von Avaya oder Cisco implementieren, können die neuen Geräte von Nokia über ein WLAN-Netzwerk oder ein Mobiltelefonnetz direkt mit dem Telefonnetz im Unternehmen verbinden. Auf diese Weise können Mitarbeiter Funktionen wie zum Beispiel vierstellige Durchwahlen oder Computer-gestützte Sprachsysteme nutzen.

Die neuen Geräte sind die ersten der Branche, die Fernverwaltung von Geräten nach den Standards der Open Mobile Alliance (OMA Device Management) unterstützen. Mitarbeiter der IT-Abteilung verfügen damit über leistungsfähige Tools, um Firmendaten auf dem Gerät aus der Ferne zu kontrollieren und zu schützen.



6X Grundpreis frei!\*

# Der Hit für mehr Umsatz!

Zum Jahresendgeschäft dreht debitel noch mal richtig auf: Mit 6 x Grundpreis frei landen wir einen echten Umsatz-Hit! Als begehrte debitel Top-Handys begleiten Sie das neue Walkman-Handy W550i, die Motorola-Neuheiten L6 und PEBL sowie das Nokia 6230i durch ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft. Alle Top-Handys gibt's im attraktiven debitel Vario 25 für nur 1 €. Mit diesem Paket bieten wir Ihnen einen echten Verkaufsschlager – starten Sie durch!

## debitel

T-Mobile

vodafone

e-plus<sup>+</sup>

O<sub>2</sub>

\* debitel Start-Geschenk – Bei Auswahl der Option „6x Grundpreis frei“ entfällt der monatliche Paketpreis im debitel Vario 25-Tarif z. B. im T-Mobile Deutschland-Netz. Näheres erfahren Sie bei Ihrem debitel Händler. \*\* Dieser Preis gilt nur in Verbindung mit dem Aktionsgerät Sony Ericsson W550i und der Freischaltung einer debitel-card mit einer Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten im debitel Vario 25-Tarif im T-Mobile Deutschland-, Vodafone D2-, E-Plus- oder O<sub>2</sub>-Netz. Einmaliger Anschlusspreis 24,95 €, Monatspaketpreis 9,95 €, Minutenpreise Inland von 0,29 € bis 0,49 €. Der Monatspaketpreis des Vario 25-Tarifs gilt nur in Verbindung mit Rechnung Online. Die Erstellung einer Papierrechnung ist gegen einen monatlichen Aufpreis von 1 € möglich. Des Weiteren werden für den nachträglichen Wechsel auf Papierrechnung einmalig 4,95 € berechnet (Auszug aus der debitel Preisliste). Aktion gilt nur bis 31.01.06 bzw. solange Vorrat reicht. Druckfehler, Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

„Wir haben den Meilenstein früher als erwartet erreicht“

# The Phone House ehrt den millionsten Kunden

Der Mobilfunk Service Provider The Phone House hat im Rahmen eines kleinen Empfangs in seiner Unternehmenszentrale in Münster (Westfalen) seinen millionsten Mobilfunkkunden geehrt: Es handelt sich um Diana Buschmann aus Friedberg, die im September einen Zweijahresvertrag für das Vodafone Netz bei ihrem The Phone House Händler Abdul Sayed-Shah (Sayed Telecenter), abgeschlossen hatte – und der ihr in den kommenden beiden Jahren vollkommen kostenlos zur Verfügung steht. „Wir haben diesen Meilenstein früher als erwartet erreicht und sind deshalb besonders stolz auf den Erfolg, weil die Wettbewerbssituation im Mobilfunkmarkt sich zunehmend verschärft und wir das Wachstum aus eigener Kraft realisiert haben“, betonte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der The Phone House Geschäftsführung.

Was genau unter Erfolg zu verstehen ist, erläuterte Simon am Rande der Feier gegenüber PoS-MAIL. Den Ausführungen zufolge steigerte das Unternehmen seine Kundenzahl seit Anfang des Geschäftsjahres (1. April 2005) um 20 Prozent. Dabei sei der August mit 50.000 Neukunden der erfolgreichste Monat der gesamten, inzwischen 19jährigen (siehe Kasten unten) Firmengeschichte gewesen. „Damit hat unser Marktanteil bei Neuverträgen erstmals

alles im Regal, was es im Markt gibt und bieten dem Endkunden mit der Best-Price-Garantie eine Sicherheit beim Abschluß eines neuen Vertrages, die in der Branche längst nicht selbstverständlich ist.“ Alles in allem werde das Engagement sowohl von den Handelspartnern als auch von den Endkunden honoriert.

## Wachstum in allen Vertriebsbereichen

Zufrieden zeigte sich Simon damit, daß das Wachstum in allen Vertriebsbereichen erzielt wurde. „Wir versuchen, unser geschäftliches Risiko auf alle Kanäle gleichmäßig zu verteilen und vermeiden auf diese Weise auch Abhängigkeiten von einem bestimmten Bereich“, erläuterte Simon. Herzstück der Handelsaktivitäten bleibe der Fachhandel, bei dem etwa jeder dritte neue Vertrag abgeschlossen werde. „Wir haben diesen Kanal in jüngster Zeit deutlich gestärkt“, so Simon. Dies zeige sich nicht nur in der Eröffnung von 20 neuen Shops seit Anfang des Geschäftsjahres, sondern auch darin, daß man sich deutlicher als früher am Point of Sale präsentiere.

„Bei unserer Arbeit mit dem und im stationären Handel kommt uns zugute, daß wir die Handlungsperspektive verinnerlicht haben. Der Händler vor Ort ist der Anlaufpunkt für kleinere und mittlere Unternehmen und für Endkunden, die beraten werden wollen“, führte Simon aus. „Es gibt natürlich Produkte, bei denen es weniger



Mit der millionsten Kundin, Diana Buschmann aus Friedberg, freuen sich Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der The Phone House Geschäftsführung, und Reinhard Krause, Geschäftsführer und Leiter Customer Service Plattform The Phone House.

Spaß macht, sie zu verkaufen, aber wir wollen beraten und dem Kunden die für ihn beste Lösung anbieten.“

Positiv auf die Erfolge am Point of Sale wirke sich auch die europäische Aufstellung des Unternehmens bzw. der Muttergesellschaft Carphone Warehouse aus. Simon: „Das hat für uns zwei positive Folgen: Dadurch, daß wir in allen wichtigen Metropolen Europas vertreten sind, bekommen wir

Trends im Mobilfunk oftmals eher mit als andere, und durch die große Einkaufsmacht, die hinter der Gruppe steht, können wir viele Exklusivprodukte anbieten.“

## Erfolgreiches Direktgeschäft

Zufrieden zeigte sich Simon auch mit dem Verlauf des Direktgeschäftes. „Wir haben es heute oft mit online-affinen Kunden zu tun, die sich über Internet-Plattformen wie ebay und Google

ebenso vorinformieren wie über die Fachpresse und die deshalb keine Beratung mehr brauchen oder wollen. Diese erwarten von uns, daß wir auch mit einem Shop im Internet vertreten sind“, meinte der The Phone House Chef. „Für diese Zielgruppe halten wir ein entsprechendes Angebot bereit, das ausgezeichnet angenommen wird.“ Eine zusätzliche Unterstützung habe der Online-Auftritt durch die neugeschaffene Seite [www.bestpricehandy.de](http://www.bestpricehandy.de) und die Übernahme der Onlinemarke [www.handyscout.de](http://www.handyscout.de) erfahren.

## Sich den Herausforderungen der Zukunft stellen

Trotz der jüngst erzielten Erfolge sah Simon keinen Grund, um sich ausruhen zu können. „Unsere Tarife ‚Just 14 Cent‘ und ‚Base‘ sind hervorragend gestartet und haben mit der großen Resonanz der Verbraucher zwei Tatsachen unterstrichen“, sagte Simon. „Erstens ist ein Markt für diese besonderen Tarife ohne allzu hohen Serviceaufwand vorhanden, und zweitens wird der Erfolg der ersten Anbieter, die inzwischen den Markt betreten haben, sicherlich auch weitere Unternehmen zum Start eines Biligangebotes motivieren.“ The Phone House sei auf den sich verändernden Markt vorbereitet und werde sich den Herausforderungen der Zukunft stellen. Dabei sei vor allem eine noch stärkere Segmentierung der Kunden geplant, um allen Gruppen individuelle Angebote machen zu können. hepä



über fünf Prozent gelegen“, stellte Simon fest. Bemerkenswert sei darüber hinaus, daß The Phone House trotz der Kundenzuwächse und des gleichzeitigen Preisverfalls weiterhin den höchsten ARPU der Branche halte. Simon: „Dieser liegt derzeit über 40 Euro und ist damit um 30 bis 40 Prozent höher als bei Wettbewerbern.“

Die positive Entwicklung führte Simon auf verschiedene Gründe zurück. So investiere The Phone House einerseits sehr viel in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und Handelspartner, andererseits stehe den Händlern ein umfassendes Dienst- und Geräteportfolio zur Verfügung. Simon: „Wir haben

## Unternehmensgeschichte begann in einer Studentenwohnung

Es begann 1986 in einer 15 Quadratmeter großen Studentenwohnung in der Goebenstraße in Münster: Unter dem Namen ABC Rufsysteme wurden von dort aus Anrufbeantworter verkauft. Heute, 19 Jahre später, zählt das Unternehmen, das bundesweit etwa 700 Mitarbeiter beschäftigt, zu den größten Arbeitgebern der westfälischen Studenten- und Verwaltungsmetropole.

Das Produktportfolio von ABC Anrufsysteme blieb nicht auf Anrufbeantworter beschränkt. Schon frühzeitig nahm man auch C-Netz-Autotelefone ins Sortiment auf und vollzog damit den ersten Schritt in den Mobilfunkmarkt, und das Unternehmen wurde in ABC Telecom umbenannt. Weitere entscheidende Schritte waren die Übernahme durch den Hongkonger Telekommunikationskonzern Hutchison Whampoa und der Erwerb der ersten Service Provider-Lizenz für das D2-Netz. Aus ABC Telekom wurde Hutchison Mobilfunk. 1996 kaufte die britische Orange plc. das Unternehmen, das 1998 aufgrund einer Erweiterung des Geschäftsbetriebes erneut umbenannt wurde und jetzt Hutchison Telecom hieß. Die Zahl der Mobilfunkkunden kletterte von 100.000 im Jahr 1995 über 500.000 im Jahr 2000 auf heute über

eine Million. Das aktuelle Erscheinungsbild wurde vor allem durch die britische Carphone Warehouse Gruppe bestimmt, die Hutchison Telecom 2003 übernahm. Seit 2004 firmiert das Unternehmen unter dem Namen The Phone House Telecom GmbH.

Heute ist The Phone House an zwei Standorten in Münster vertreten: In Münster-Wolbeck und in der Schmittingheide arbeiten rund 500 Beschäftigte, unter anderem im Dialogcenter, in dem die Mitarbeiter die Kunden telefonisch betreuen, sowie in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Personal, IT und Finanzen.

Auch beim Ausbau der Shopkette hat Münster eine wichtige Rolle inne. Insgesamt dreimal ist The Phone House in seiner Heimatstadt mit Geschäften vertreten. Dabei entwickelte sich der erst vor wenigen Monaten eröffnete Shop in den Münster Arkaden innerhalb kurzer Zeit zur umsatzstärksten Vertriebsstelle unter dem The Phone House Dach. Auch das neue Shopkonzept wurde zuerst in Münster realisiert: In der dortigen Salzstraße eröffnete das Geschäft Anfang September nach einem Komplettumbau im neuen Ladendesign des Unternehmens.

## Plus Neuheiten

### Siemens S75 kommt mit Liedern von Katie Melua

**Mobil** Siemens und die Newcomerin des Jahres 2004, Katie Melua, machen Musikgenuß mobil: Das Siemens-Handy S75 wartet mit einer Auswahl aktueller Lieder und Videos der jungen Künstlerin auf. Das hochwertige Mobiltelefon ist laut Siemens wie geschaffen für das mobile Musikhören. Der große Musikspeicher des S75 ist mit Liedern von Katie Melua bestückt – dem Megahit „Closest Thing To Crazy“ und dem Song „Blues in the night“, einer Auskopplung aus ihrem aktuellen Album. Das Video zur neuen Hitsingle „Nine Million Bicycles“ kann man sich ebenfalls auf dem vielseitigen Multimedia-Handy ansehen. Die im Lieferumfang des Handys enthaltene 128 MB RS-Multimedia-Karte bietet Platz für bis zu zehn Stunden Musik in CD-Qualität. Alle Musikstücke werden automatisch



nach Künstler, Album und Genre sortiert, was einen schnellen Zugang zu den gewünschten Liedern ermöglicht. Dank mitgeliefertem hochwertigen Stereokopfhörer kann man sofort „loshören“. Das S75 ist ab November 2005 erhältlich. Musik und Handy gehören zusammen. Deshalb präsentiert Siemens unter [www.siemens.com/music](http://www.siemens.com/music) ein internationales Internet-Musik-Special. Hier werden nicht nur sämtliche Musikprodukte von Siemens vorgestellt, sondern auch alle Fragen zu mobiler Musik beantwortet und Insides zu Katie Melua verraten. Darüber hinaus gibt es ein Gewinnspiel, bei dem ein exklusives Treffen mit der jungen Sängerin verlost wird.

### Update-Paket für alle Fritz!Boxen

**Mobil** Mit einem großen Update-Paket für alle Fritz!Box-Produkte will AVM einen Meilenstein beim Router-Einsatz setzen. Im Mittelpunkt der aktuellen Firmware stehen über 20 neue Funktionen für mehr Komfort,

erweiterte Möglichkeiten beim Telefonieren und neue Einsatzgebiete. Erstmals zum Einsatz kommen eine Nachtschaltung für WLAN und angeschlossene Telefone sowie der neue Push Service. Dabei meldet sich die Fritz!Box auf Wunsch aktiv per Mail und informiert über angefallene Verbindungen, Daten- und Zeitvolumen sowie besondere Ereignisse. Viele Erweiterungen gibt es auch bei der Telefonie über DSL, ISDN oder in Verbindung mit einer Telefonanlage. Zukunftssicherheit bietet die Unterstützung von ADSL2+ mit Übertragungsraten von bis zu 25 Mbit/s. Und mit der neuen Dual Mode-Technologie läßt sich das DSL-Modem deaktivieren. So ist der Einsatz der Fritz!Box jetzt auch im Netzwerk und an Kabel- oder anderen Breitbandanschlüssen möglich. Das Update ist ab sofort erhältlich. Für die anderen Fritz!Box-Produkte wird die neue Firmware im Laufe dieses Monats bereitstehen.

### Motorola RAZR V3 im Design von Unrath & Strano

**Mobil** Fashion-Fans können sich freuen: Eines der Highlights der Mailänder Modewoche, das Motorola RAZR V3 in der Sonderedition von Unrath & Strano, ist ab November erhältlich. Passend zu ihrer Sommerkollektion 2006 kreierten die Modeschöpfer ein exklusives Modell des ultraflachen Klapphandys in Schlangenoptik. Egal mit welchem stylischen Outfit das Accessoire von Motorola auf dem Mailänder-Laufsteg präsentiert wurde, es zog die Blicke auf sich –



genau wie das mehrfach preisgekrönte silberne RAZR V3 und die „Black Edition“, die bei der jüngsten Oscar-Verleihung in Los Angeles Premiere feierte. Unter [www.unrath-strano.com](http://www.unrath-strano.com) können Designbegeisterte die Sonderedition für 699 Euro (ohne Kartenvertrag, inklusive Mehrwertsteuer) ab Mitte November bestellen. Das RAZR V3 mit Schlangendruck symbolisiert den Beginn der Zusammenarbeit der Modeschöpfer mit dem Telekommunikationsunternehmen. Passend dazu haben Unrath & Strano Motorola Adventure Jeans und T-Shirts entworfen. Unter dem Motto „Iconic design meets fashion“ werden die Partner in Zukunft weitere extravagante Modelle vorstellen.

### LG U8290 exklusiv bei T-Mobile

**Mobil** T-Mobile vermarktet das Mobiltelefon LG U8290 exklusiv im Rahmen einer strategischen Partnerschaft mit dem koreanischen Elektronikhersteller LG Electronics. Das LG U8290 ist ein umfassend ausgestattetes UMTS-Handy zum Aufklappen. Mit der Videotelefoniefunktion können sich Gesprächspartner beim Telefonieren direkt in die Augen sehen; auch Bilder von der Umgebung lassen sich live übertragen. Die hochauflösende 1,3-Megapixelkamera mit Fotolicht ist drehbar im Klappscharnier angebracht. Darüber hinaus läßt sich mit dem LG U8290 via UMTS das umfangreiche Streaming-Angebot von T-Mobile, zu dem beispielsweise neue Handy-TV-Kanäle gehören, empfangen. Aktuelle Informationen und Unterhaltung lassen sich auch per VideoClips von T-Mobile aufs LG U8290 holen. Weitere Ausstattungsmerkmale sind ein integrierter MP3-Player, verschiedene Organizerfunktionen und Bluetooth. Das Gerät gibt es in Verbindung mit einem T-Mobile Laufzeitvertrag im Tarif Relax 200 und der Datenoption Data 30 für 9,95 Euro.



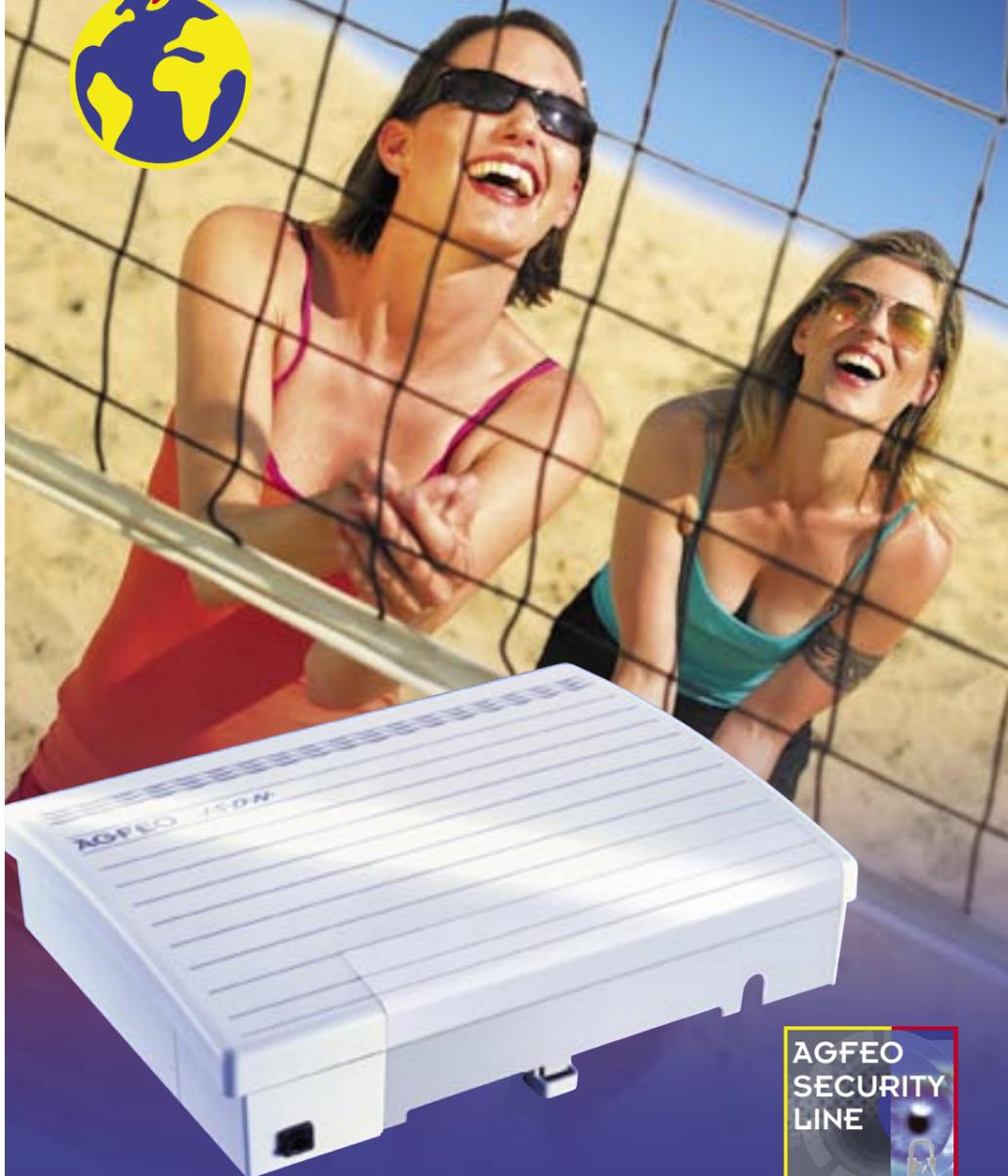
### Digitaler Anrufbeantworter von T-Com für das T-Netz

**Mobil** Mit dem Concept A 412 bringt T-Com einen digitalen Anrufbeantworter für T-Net-Anschlüsse auf den Markt, der laut Hersteller einen besonders hohen Komfort bietet. Das Gerät ist auf die Anforderungen von Familien mit Kindern ebenso zugeschnitten wie auf den Telekommunikationsbedarf von Single-Haushalten, Senioren, Kunden mit einem Heimarbeitsplatz und kleinen Firmen. Der Concept A 412 wird mit einem modernen und ergonomischen Design geliefert und ermöglicht es, Anrufe bis zu einer Länge von 180 Sekunden aufzuzeichnen. Die digitale Aufzeichnungskapazität beträgt maximal 20 Minuten. Ein 14stelliges Display zeigt die Rufnummer des Anrufers an. Durch die kostenfreie Fernvorabfrage lassen sich Telefonkosten sparen. Eine Verbindung kommt nur zustande, falls Nachrichten aufgezeichnet wurden. Über die Funktionstasten und das Display läßt sich das Gerät komfortabel steuern. Der Concept A 412 kann sowohl im Ansage- als auch im Anrufbeantworterbetrieb eingesetzt werden. Das Ansagen der Rufnummer des Anrufers (CLIP-Ansage) kann insbesondere für Menschen mit Sehproblemen hilfreich sein. Diese Funktion kann ein bzw. ausgeschaltet werden. Eine weitere Funktion ist die Möglichkeit, Anrufe während der Aufzeichnung mitzuhören. Das Einschalten und die Abfrage des Anrufbeantworters können auch aus der Ferne erfolgen. Sämtliche aufgezeichneten Nachrichten werden mit Datum und Uhrzeit gespeichert. Auch bei einem Stromausfall bleiben die aufgezeichneten Nachrichten erhalten. Der digitale Anrufbeantworter Concept A 412 ist ab sofort erhältlich.

# Kommunikation über alle Netze

## TK-Anlage AS 35 All-In-One

Zukunftsorientiert!  
Sichere Investition!



## TK-Allrounder – Garantiert flexibel, für alle Technologien

- ✓ Internet-Telefonie mit optionalem Adapter
- ✓ Analoge Technik
- ✓ ISDN

Egal ob Sie analog, digital oder über das Internet telefonieren, mit dieser TK-Anlage liegen Sie immer richtig.

Die AS 35 All-In-One von AGFEO ist die 'Zukunftsorientierte' unter den Telefonanlagen.

### Noch Fragen?

Info-Line: 0700 CALL AGFEO  
(0700 2 255 24336)  
Fax: 0521/447 09-98 555

**AGFEO**  
einfach | perfekt | kommunizieren

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld  
E-Mail: [info@agfeo.de](mailto:info@agfeo.de) · Internet: [www.agfeo.de](http://www.agfeo.de)

**O<sub>2</sub> dokumentiert seine „Corporate Responsibility“**

O<sub>2</sub> Germany hat bei einer Veranstaltung in Berlin den „Corporate Responsibility“ Report vorgestellt. Er umfaßt alle gesellschaftlichen und sozialen Aktivitäten des Unternehmens. Der Schwerpunkt des Engagements von O<sub>2</sub> liegt in den Bereichen Erziehung und Bildung und umfaßt zum Beispiel den verantwortungs- und kostenbewußten Umgang mit moderner Telekommunikation. „Um erfolgreich in der Tk-Branche zu sein, muß ein Unternehmen beweisen, daß es verantwortlich und sozial handelt. Das erwarten unsere Mitarbeiter und Kunden von uns“, stellte Dietrich Beese, in der Geschäftsführung von O<sub>2</sub> Germany verantwortlich für Corporate Responsibility, fest. „Wir veröffentlichen den Corporate Responsibility Report bereits zum dritten Mal und belegen mit ihm den Erfolg unseres Engagements.“ Im Bereich Erziehung und Bildung arbeitet O<sub>2</sub> Germany unter anderem mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung und mit der Deutschen Olympischen Gesellschaft zusammen. Die Kooperation der Deutschen Kindern und Jugendstiftung mit O<sub>2</sub> umfaßt den Ausbau einer Internetplattform für projektorientiertes Lernen. In den vergangenen zwölf Monaten der Zusammenarbeit wurden insgesamt 420 Projekte von Schulen gestartet, davon 86 auf einer englischsprachigen Plattform, die O<sub>2</sub> und die DKJS im Mai 2004 gestartet haben. Mit der Deutschen Olympischen Gesellschaft arbeitet O<sub>2</sub> im Projekt „Kinder bewegen“ zusammen, das Bewegungsfreude und Motorik im Kleinkindalter fördern soll. O<sub>2</sub> unterstützt zehn entsprechende Modell-Kindergärten. Darüber hinaus unterstützt O<sub>2</sub> das Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht (FWU) und die Agentur Outermedia bei dem Projekt „Handykurs mit Polly und Fred“. Mit dieser Software lernen Schüler im Alter von acht bis zwölf spielerisch den Umgang mit dem Handy. Die CD wird bereits an einigen Schulen in Hessen eingesetzt. Bis zum Jahresende ist der Einsatz in drei weiteren Bundesländern geplant. Ein weiterer Schwerpunkt der Aktivitäten von O<sub>2</sub> liegt im Umweltschutz. In diesem Bereich erhielt das Unternehmen bereits 2004, als eines der ersten Unternehmen in Deutschland, die Zertifizierung nach ISO 14001. Zu den Schwerpunkten zählen hier der Aufbau von Mobilfunk-Basisstationen im intensiven Dialog mit den Kommunen und zuständigen Behörden,

Mülltrennung und Papierrecycling sowie die Reduktion von Elektronikschrott durch Handyrecycling in O<sub>2</sub> Shops und in den Unternehmensstandorten. Vor kurzem hat O<sub>2</sub> einen Vertrag mit dem World Wildlife Fund aufgesetzt. Danach erhält der WWF für jedes gebrauchte Handy, das von O<sub>2</sub> gesammelt wird, einen Euro. Das Erlöste Geld wird der WWF für das Naturschutzgroßprojekt Mittlere Elbe einsetzen. Dieses Gebiet war besonders von der Flutkatastrophe im August 2002 betroffen.

**O<sub>2</sub> überarbeitet Tarife für die Datenkommunikation**

O<sub>2</sub> hat die Tarife für mobile Datenkommunikation überarbeitet und dabei die Kosten pro Megabyte um bis zu 75 Prozent gesenkt. Bei unverändertem monatlichem Basispreis wird O<sub>2</sub> in den Data Packs das enthaltene monatliche Datenvolumen um das Zwei- bis Vierfache erhöhen. Seit Anfang Oktober profitieren Bestands- und Neukunden automatisch von den günstigen Data Packs. Zahlte bisher ein Kunde im Volume 50 bei einem Basispreis von 29 Euro pro Monat umgerechnet 58 Cent pro Megabyte, erhält er nun im Volume 200 beim gleichen Basispreis 200 MByte monatliches Inklusivvolumen. Damit sinkt der Preis pro Megabyte auf 14,5 Cent, sofern der Kunde das Datenvolumen vollständig ausnutzt. Im neuen Volume 1000 Tarif, der sich ausschließlich an Geschäftskunden mit Business-Tarif richtet, liegen die Kosten pro MB bei nur 10,2 Cent (neun Cent plus MwSt.), ebenfalls bei voller Ausnutzung des Volumens.

**Bei Herweck unterstützt „Zoe“ die Fachhändler**

Bei Herweck gibt es neuerdings eine ganz spezielle neue Kollegin. Es handelt sich um eine virtuelle Mitarbeiterin, die unter [www.herweck.de](http://www.herweck.de) zu erreichen ist. Ihr Name ist Zoe. Sie verfügt über umfang-



reiches Know-how rund um die ITK-Welt von Herweck. Es handelt sich um einen sogenannten Avatar (genauer gesagt eine Avatardin), eine animierte Figur, der man Fragen stellen kann und die dann mit

Support und Hilfe aufwartet. Sucht der Fachhändler zum Beispiel ein bestimmtes Formular oder eine bestimmte Telefonnummer, braucht er die Frage einfach nur einzutippen, dann hilft ihm Zoe weiter. „Unsere neue virtuelle Mitarbeiterin ist sehr hilfsbereit und äußerst schlagfertig! Wir hatten sehr viel Spaß bei der Programmierung und hoffen, daß sie unseren Fachhändlern gefällt. Sie ist außerdem sehr hilfreich, wenn man auf direktem und schnellem Weg eine bestimmte Information braucht“, so Sabine Frisch, Marketingleiterin bei Herweck. Herweck lädt alle Fachhändler ein, Zoe persönlich zu befragen. Man findet die virtuelle Schönheit unter [www.herweck.de](http://www.herweck.de) – am rechten Bildschirmrand.

**Bei Dangaard gibt es zum Siemens Handy „Glamour“**

Dangaard Telecom startet glamourös in den Herbst: Ab sofort erhalten alle Dangaard Telecom Kunden beim Kauf eines Siemens CL75 flower red einen Gutschein für drei Ausgaben der Trendzeitschrift „Glamour“ als Gratiszugabe. Das Mini-Abo kündigt sich automatisch nach drei Exemplaren. Das neue Klapp-Handy Siemens CL75 flower red soll der perfekte



Begleiter für die anspruchsvolle und trendbewußte Frau von heute sein. Das Fashion-Gerät mit integriertem Spiegel-Display ist speziell auf die Bedürfnisse weiblicher Handy-Nutzer abgestimmt und präsentiert sich bereits jetzt als modisches Accessoire für die Herbst-/Winterzeit. Auch technisch befindet sich das Gerät auf hohem Niveau. Dank der modernen Multimedia Ausstattung wie MMS, GPRS, Push to Talk und Instant Messaging bietet das Mobiltelefon ein breites Spektrum für die mobile Kommunikation. Mit Hilfe der integrierten Digitalkamera mit vierfacher Zoomfunktion können Fotos und kurze Videofilme aufgezeichnet werden. „Händler sollten sich bereits jetzt für das anstehende Weihnachtsgeschäft rüsten. Mit segmentbezogenen Kampagnen wie dem Siemens Bundle möchten wir unsere Partner unterstützen, das Jahresendgeschäft erfolg-

reich anzukurbeln“, so Torben Pedersen, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. Das Mobiltelefon inklusive Zeitschriftenabo wird zum Händler-Aktionspreis von 147 Euro vermarktet. Besonders erfolgreiche Verkäufer honoriert Dangaard Telecom mit einem Jahresabo des Magazins. Das Jahresabo winkt bereits beim Kauf von fünf Siemens CL75 flower red oder schwarz. Details zum Produkt und dem umfangreichen Zubehörangebot erhalten interessierte Händler unter [www.dangaard.de](http://www.dangaard.de) oder über die Hotline unter 0651/8245-333.

**Colt Telecom festigt Position beim Festnetz**

Der Telekommunikationsanbieter Colt Telecom GmbH hat nach eigenen Angaben im ersten Halbjahr seine Position als zweitwichtigster alternativer Festnetz-anbieter für Geschäftskunden gefestigt und zum Ende des ersten Halbjahres einen Marktanteil von 12,1 Prozent unter den alternativen Anbietern erreicht. Zu diesen Ergebnissen kommt eine aktuelle Branchenstudie der Unternehmensberatung Dialog Consult für das Geschäftskundensegment im Telekommunikationsmarkt. Nach dieser Prognose wird der Markt für Geschäftskunden, der von den neuen Anbietern bedient wird, in diesem Jahr um 8,9 Prozent auf 5,89 Mrd. Euro nach 5,41 Mrd. Euro im Vorjahr steigen. Für 2006 prognostiziert Dialog Consult ein Segmentvolumen von 6,6 Mrd. Euro. Die Studie der Unternehmensberatung zeigt zudem, daß seit Beginn der Deregulierung die Bedeutung der alternativen Festnetzanbieter erheblich gestiegen ist: Bis Jahresende wird sich der Marktanteil der neuen Anbieter von 26 Prozent im Jahr 1998 auf 43 Prozent erhöhen. Seit 1998 ist der Gesamtmarkt für Tk-Dienstleistungen für Geschäftskunden (inklusive Deutsche Telekom) um 20,4 Prozent auf voraussichtlich 13,6 Mrd. Euro in diesem Jahr gestiegen.

**Gesamtmarkt für Tk-Dienste wächst**

Der Gesamtmarkt für Telekommunikationsdienste in Deutschland wächst in diesem Jahr voraussichtlich um rund vier Prozent auf insgesamt 66,9 Mrd. Euro. Sowohl im Festnetz als auch im Mobilfunk wird das Marktwachstum im wesentlichen von den Wettbewerbern der Deutschen Telekom getragen, die ihren Anteil von 29,5 Mrd. Euro auf 32,6 Mrd. Euro steigern können. Zurückzuführen ist dieses überdurchschnittliche Umsatzwachstum seitens der Wettbewerber – noch stärker als in den Vorjahren – auf die erfolgreiche Vermarktung festnetz-basierter Breitbandanwendungen. Diese schlägt sich nicht zuletzt in der steigenden Zahl der Breitbandanschlüsse von über zehn Mio. nieder. Dies sind die Ergebnisse einer aktuellen Marktstudie von Dialog Consult, die im Auftrag des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM) erstellt wurde. „Mit einem umsatzbezogenen Marktwachstum von rund vier Prozent setzt die Tk-Branche nach Jahren der Konsolidierung ihren positiven Wachstumstrend des Vorjahres fort“, erklärte Gerd Eickers, Präsident des VATM. „Es zeigt sich, daß die Bedeutung des Kommunikationssektors angesichts des allgemeinen schwachen Wirtschaftswachstums als Motor für die Gesamtwirtschaft nach wie vor ungebrochen ist.“ Auch der Mobilfunkmarkt erhält durch das Angebot und die Vermarktung breitbandiger Dienste weitere Impulse. Während der Datendiensteannteil kontinuierlich ansteigt, stehe die sprachgebundene Kommunikation von Mensch zu Mensch mit insgesamt 118 Mio. vertelefonierten Minuten pro Tag auch zukünftig im Mittelpunkt innovativer Telekommunikationsanwendungen, hieß es. Mit einem

**mobilcom Händler starten Vermarktung von freenet DSL**

Der Büdelsdorfer Serviceprovider mobilcom ermöglicht seinen über 1.000 aktiven Fachhändlern ab sofort die Vermarktung von freenet DSL-Angeboten. freenet liegt mit diesen Angeboten nach Unternehmensangaben – gemessen an den T-DSL Neuanschlüssen – mit 15 bis 20 Prozent Marktanteil sehr komfortabel im Rennen. „Die bisherigen Breitbandkunden sind in der Regel online-affine Nutzer“, stellte Dr. Jens Gerhardt, mobilcom Leiter Vertrieb/Handel, fest. „Wir wenden uns jetzt der breiten Masse zu, die Beratung und Service braucht. Da kommen die Synergieeffekte von freenet und mobilcom zum Tragen.“ Nur wenige Mitbewerber hätten die Möglichkeit, DSL über einen so leistungsstarken stationären Vertrieb zu vermarkten, bestehend aus Fachhandelspartnern und Shop-Kette, meinte Gerhardt. Die Fachhandelspartner werden zum Vermarktungsstart mit einem Rundum-Sorglos-Paket ausgestattet. Es enthält sowohl Werbematerialien als auch die Zugangskennung für das freenet-Online-Portal, um eine schnelle und unkomplizierte Bearbeitung von Vertragsangelegenheiten zu ermöglichen. Zusätzlich bietet das Unternehmen deutschlandweite Schulungen in 14 Städten an. „Gut vorbereitete Partner sichern uns im Wachstumsmarkt DSL mit seinen erklärungsbedürftigen Produkten einen wichtigen Qualitätsvorsprung“, so Gerhardt. „Die Fachhändler sollten jetzt die Chance nutzen, am Wachstumsmotor DSL teilzunehmen.“ Als erstes Angebot steht ab sofort das freenet DSL-Paket bereit. Bei diesem Angebot erhält der Kunde eine DSL-Flatrate für 8,90 Euro pro Monat.

Umsatzvolumen von 20,5 Mrd. Euro machen die Mobilfunkdienste nach wie vor fast zwei Drittel des Umsatzvolumens der Wettbewerber im Telekommunikationsmarkt aus und tragen mit über 1,5 Milliarden Euro zum Investitionsvolumen der Wettbewerber von insgesamt 2,5 Mrd. Euro bei. „Die Tk-Branche zeigt einmal mehr, daß Wettbewerb Milliardeninvestitionen auslöst und neue Arbeitsplätze schafft. Seit Beginn der Liberalisierung sind vollkommen ohne Subventionen über 50.000 neue Arbeitsplätze entstanden, die den zur Effizienzsteigerung erforderlichen Rückgang bei der Deutschen Telekom AG mehr als wettmachen. Die Hälfte der Investitionen geht dabei auf das Konto der Wettbewerber. Dank der überdurchschnittlichen Wachstumsraten wird die Branche auch zukünftig einen wichtigen Beitrag zum Beschäftigungswachstum leisten. Voraussetzung dafür ist allerdings eine konsequente Regulierungs- und Wettbewerbspolitik“, betonte Eickers.

**Martin Knauer wechselt zu T-Mobile International**

Martin Knauer (41), bisher Geschäftsführer Marketing T-Mobile Deutschland, wird ab 1. Dezember neue Aufgaben bei T-Mobile International wahrnehmen. Im Vorstandsbereich „Sales and Service Operations“ ist er zukünftig für die Bereiche „Customer Service“ und „Business Excellence“ zuständig. Knauer verantwortet in dieser Funktion die Weiterentwicklung und Koordination des Kundenservices in Europa sowie das gruppenweite Qualitätsmanagement.

**BenQ Mobile startete sein operatives Geschäft vom Standort München aus**

BenQ Mobile hat Anfang Oktober wie geplant sein operatives Geschäft gestartet. Der neue Geschäftsbereich der BenQ Corporation verkauft ausschließlich Endprodukte für die mobile Kommunikation. Im Juni hatte BenQ den Kauf der Siemens Mobile Devices Division angekündigt. Ausgehend von einem geschätzten gemeinsamen Marktanteil von 5,2 Prozent und einem sechsten Platz in der Reihe der internationalen Handyhersteller, hat sich das neue Unternehmen zum Ziel gesetzt, zu einem der führenden Hersteller im globalen Mobilfunkmarkt zu werden (basierend auf den Halbjahreszahlen 2005, Quelle: Gartner Dataquest). Das Unternehmen mit Hauptsitz in München beschäftigt weltweit über 7.000 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung, Design, Vertrieb, Marketing, Logistik, Fertigung und Kundenservice. Clemens J. Joos wurde zum Chief Executive Officer (CEO) von BenQ Mobile ernannt. Jerry Wang, Executive Vice President und Chief Marketing Officer der BenQ Corporation, nimmt seine Verantwortung als Chairman für BenQ Mobile wahr. „Wir freuen uns über diese Partnerschaft. Sie vereint die Stärke unserer beiden Organisationen und ermöglicht es uns, voneinander zu profitieren und das Beste aus beiden Unternehmen weiterzuentwickeln“, sagte Joos. „Wir haben mehr als 7.000 engagierte Mitarbeiter, die sich darauf freuen, ein neues Unternehmen aufzubauen und im kommen-

den Jahr neue und aufregende Produkte auf den Markt zu bringen.“ Mit der Akquisition will BenQ seine Stärke im Consumer-Electronics-Bereich mit der Mobilfunk-Expertise von Siemens kombinieren. BenQ hat sich als einer der führenden und schnell wachsenden Hersteller von vernetzten digitalen Heim-elektronik-Produkten etabliert. Dazu gehören LCD-Fernseher, Bildschirme, MP3-Spieler, Digitalkameras und Projektoren ebenso wie optische Speichermedien. Siemens genießt einen exzellenten Ruf am Markt für sein klares Industrie-Design, hohe Qualität und die Fähigkeit, Handys an die Anforderungen der Netzbetreiber anzupassen. BenQ Mobile startet als globale Marke in den Markt und profitiert von Siemens' führender Stellung in wichtigen europäischen Märkten sowie auf dem wachsenden lateinamerikanischen Markt und BenQs Stärke in Asien. Die Partnerschaft stärkt BenQs Position als führender Innovator im 3C-Bereich (Communications, Consumer Electronics und Computing). BenQ treibt die Integration dieser drei Bereiche weiter voran. Eine Lizenzvereinbarung erlaubt es BenQ Mobile, die Marke Siemens allein für die kommenden 18 Monate und als kombinierte Marke mit BenQ bis zu fünf Jahre zu nutzen. Bis 2006 existieren beide Marken nebeneinander. Die neue kombinierte Marke BenQ-Siemens startet im Frühjahr 2006.

# Fachhändler vermarkten debitel-light

Mit einem ganz klar auf Discount setzenden Markenauftritt ist die debitel-light GmbH mit ihrem Produkt debitel-light vor einigen Wochen an den Start gegangen. Die Tochtergesellschaft der debitel AG, Stuttgart, setzte dabei auf einen einprägsamen Claim, eindeutig „discountige“ Signalfarben, die Marke debitel, die sympathische „Frontfrau“ SIMone, die komische „Backup-Frau“ Mirja Boes (bekannt aus „Die dreisten Drei“ auf SAT.1) und einen smarten Kommunikationsmix. War der Discount-Tarif zunächst nur im Internet, per Telefon und bei den Großflächen-Partnern von debitel zu bekommen, so steht das Angebot jetzt auch dem Fachhandel zur Vermarktung offen.

„Unser Claim ‚Mobil telefonieren ohne Schnickschnack‘ bringt das Produktversprechen von debitel-light auf den Punkt: Alles Überflüssige fällt weg, dafür gibt es immer Discount-billige Preise“, erläuterte debitel-light Geschäftsführer Dr. Jörg B. Kühnapfel. „Unter Schnickschnack verstehen wir dabei Monatsgrundgebühr, Mindestgesprächsumsatz, Vertragslaufzeit, Klingeltöne und subventionierte Handys. Kein



Dr. Jörg B. Kühnapfel

Schnickschnack sind dagegen flexible Auflademöglichkeiten und Vertriebskanäle oder auch hilfreiche Services wie der kostenlose Einzelverbindungsanruf.“

Wer auf Dienstleistungen des Mobilfunkanbieter und/oder subventionierte Handys verzichten kann, bekommt mit debitel-light einen Tarif, dessen wichtigstes Kennzeichen der einheitliche Gesprächspreis von 19 Cent pro Minute rund um die Uhr und Tag für Tag ist. Dazu muß der Kunde das Starterpaket für 19,95 Euro kaufen, das innerhalb von maximal 48 Stunden mit der freigeschalteten Karte bei ihm eintrifft. Als Startgeschenk ist

die Karte schon mit 52 Gesprächsminuten von debitel-light aufgeladen.

„Daß der Verzicht auf Schnickschnack nicht mit dem Verzicht auf guten Service gleichzusetzen ist, beweisen wir auch bei der Guthaben-Aufladung“, erläuterte Kühnapfel. Neues Gesprächsguthaben sei jederzeit telefonisch oder via Internet direkt aufladbar – bezahlbar per Kreditkarte, Lastschrift oder über die Festnetzrechnung. Bequem sei die automatische Aufladung, bei der wöchentlich, monatlich oder bei Unterschreiten eines Mindestguthabens automatisch ein vereinbarter Betrag aufgeladen werde. Kühnapfel: „So viele verschiedene und einfache Auflade- und Bezahlungsmöglichkeiten gibt es nur bei debitel-light.“

Darüber hinaus erhalten debitel-light-Kunden bei jeder Direktaufladung und jeder automatischen Aufladung einen Treue-Bonus von zwei Prozent des Aufladebetrags, der nach einem Jahr bei der näch-



Mit debitel-light haben Händler eine gute Möglichkeit, in das Geschäft mit TK-Dienstleistungen einzusteigen.



SIMone repräsentiert die Marke debitel-light.

sten Aufladung gutgeschrieben wird. Über die Geschenk-Aufladung können debitel-light-Kunden Gesprächsguthaben an andere debitel-light-Kunden aus ihrem Familien- und Freundeskreis verschenken.

## „No Frills“-Trend hält Einzug im Mobilfunk

Wie Tarife anderer Netzbetreiber und Service Provider greift auch debitel-light einen Trend auf, der dem Verbraucher beispielsweise bei Fluggesellschaften, Autovermietungen und dem Lebensmittel-Einzelhandel schon lange bekannt ist: einfache und günstige Angebote, die auf alles Überflüssige verzichten und deshalb auch „No Frills“-Angebote (frills bedeutet im Englischen etwa Kinkerlitzchen, Schnickschnack) heißen.

Für den stationären Handel ergibt sich mit diesen Angeboten die Chance, ohne großen Beratungsaufwand in das lukrative Geschäft mit Mobilfunk einzusteigen. Bei attraktiven Margen (Ringfoto-Händler erhalten derzeit beispielsweise über 20 Prozent für die Vermarktung von debitel-light, siehe Kasten rechts) lohnt sich schon allein die Vermarktung des „nackten“ Angebots. Aber es eignet sich

auch hervorragend dazu, es als Teil eines individuellen Paketes zu verkaufen, mit dem sich der Händler von Angeboten der Wettbewerber abheben kann.

Denkbar ist beispielsweise, ein Fotohandy mit debitel-light-Karte und einem Gutschein für das Drucken einer bestimmten Anzahl von Digitalfotos zu verkaufen. Mit einem solchen Angebot dürfte der Händler nicht im Preisvergleich stehen, und er hat die Möglichkeit, als Einsteiger hochwertige Geräte ohne Vertragsbindung

zu verkaufen, ohne sich in eine Tarifwelt einarbeiten zu müssen, die oft als unübersichtlich und kompliziert angesehen wird.

## Comic-Figur SIMone wirbt für debitel-light

Bei der Markteinführung des neuen Produktes kommt der debitel-light GmbH die Nähe des Markennamens debitel-light zur Muttergesellschaft debitel zugute. „So nutzen wir die hohe Bekanntheit der Marke debitel für unsere eigenen Zwecke und schaffen einen Vertrauenstransfer auf die neue Marke“, stellte Kühnapfel fest. „Dadurch reduzieren sich unsere Markteintrittskosten, da debitel-light deutlich weniger in den Aufbau ihres Bekanntheitsgrades investieren muß.“

„Frontfrau“ von debitel-light ist die Comic-Figur SIMone. Sie steht für die Einfachheit des Mobiltele-

fonierens mit debitel-light. Ihr Stil ist direkt auf die Kernzielgruppen von debitel-light ausgerichtet: junge, aktive Menschen, die smart shoppen und Geld sparen wollen, ohne zu verzichten.

Sie kommt in der gesamten Kommunikation prominent zum Einsatz. Ihr Haupteinsatzfeld ist auf www.debitel-light.de. Dort übernimmt SIMone die Rolle der Online-Beraterin. Kunden können im Internet im interaktiven Dialog mit SIMone ihre Fragen rund um debitel-light beantworten lassen. Die Dialogmanuskripte für SIMone umfassen 300 Seiten.

Bei Fragen, die nicht mit debitel-light zu tun haben oder nicht jugendfrei sind, springt die aus der SAT.1 Comedy-Serie „Die dreisten Drei“ bekannte Comedian Mirja Boes ein, die als menschliches Backup zu SIMone ausschließlich auf der Website zum Einsatz kommt.

## Ringfoto-Gruppe vermarktet debitel-light

Die Fürther Fotohändler-Kooperation Ringfoto und die debitel-light GmbH, eine selbständige Tochtergesellschaft der Stuttgarter debitel AG, haben eine umfassende Vertriebskooperation abgeschlossen. Derzufolge können Kunden der Ringfoto ab sofort die SIM-Karte von debitel-light erwerben und damit für nur 19 Cent pro Minute in alle Netze deutschlandweit telefonieren. Vertragsbindung, Monatsgrundgebühr oder Mindestumsätze entfallen bei debitel-light. Weitere Handelspartnerschaften sollen folgen, hieß es in einer Pressemitteilung. Ringfoto-Händlern erleichtert debitel-light vor allem den Verkauf von hochwertigen Fotohandys. Modelle wie das Nokia N90 mit Zwei-Megapixel-Kamera und Carl Zeiss Objektiv, die sich für manchen Endkunden als Alternative zu einer Einstiegs-Digitalkamera eignen, können so angeboten werden, ohne sich mit den umfangreichen Tarifangeboten der Mobilfunkbetreiber und Service Provider auseinandersetzen zu müssen. Aber auch für diejenigen, die nur debitel-light ins Sortiment nehmen möchte, könnte sich der Entschluß rechnen, denn, so war auf der Ringfoto-Messe in Erlangen zu hören, die Marge für Ringfoto-Händler beträgt bis zu 26,2 Prozent.



Marco Spina, Manager Sales Cooperations bei der debitel-light GmbH, informiert auf der Ringfoto-Hausmesse in Erlangen über das neue Mobilfunkangebot „debitel light“.

„Mit der Kooperation mit Ringfoto setzen wir unsere Strategie fort, neben dem Verkauf über Internet und Call Center stark auf den Präsenzhandel zu setzen. Und Ringfoto ist ein idealer Partner für uns mit den über 2.800 angeschlossenen Fotofachhändlern, denn Fotografieren und Mobiltelefonieren wachsen seit dem Aufkommen der Handys mit integrierter Kamera immer mehr zusammen“, meinte Jörg B. Kühnapfel, Geschäftsführer der debitel-light GmbH. Und Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich betonte: „Die Kooperation mit debitel-light bietet eine optimale Möglichkeit für unsere Händler, sich neue Kunden und neue Einnahmequellen zu erschließen. Vor allem ist es ein ideales Einstiegsprodukt in den Mobilfunkbereich für alle diejenigen Ringfoto-Mitglieder, die bisher noch keine Mobilfunkprodukte vermarktet haben. debitel-light ist aufgrund der traditionell starken Partnerschaft der Muttergesellschaft zum Fachhandel für uns ein idealer Partner.“

# Zahlreiche Neuheiten von T-Com für das Festnetz

**Innovative Produkte für hohen Telekommunikationskomfort: Auf der Internationalen Funkausstellung hat T-Com attraktive Schnurlostelefone, Telekommunikationslösungen und Multifunktionsgeräte vorgestellt. Die Angebote richten sich an Privatkunden, Selbständige und kleine Unternehmen.**

Zu den Highlights zählen zum Beispiel Schnurlostelefone mit Farbdisplay: Mit dem Sinus 300 erweitert T-Com die Produktfamilie komplett ausgestatteter Endgeräte für analoge Anschlüsse. Das schnurlose Telefon im modernen Design verfügt über ein vierzeiliges beleuchtetes, grafisches Display mit 4.096 Farben. Über die menügesteuerte Benutzerführung lassen sich die Telefonfunktionen intuitiv und ohne Bedienungsanleitung anhand graphischer Symbole aufrufen und nutzen. Vier Display-Hintergrundbilder stehen zur Auswahl. Zusätzlich ist das Modell Sinus A 300 mit integriertem Anrufbeantworter erhältlich, der eine digitale Speicherkapazität von rund fünf-

zehn Minuten besitzt. Spezielle Bedientasten auf der Basisstation machen die Nutzung einfach und bequem.

Noch mehr Komfort bietet das Schnurlostelefon Sinus 500. Das Gerät bietet ein großes achtzeiliges beleuchtetes, graphisches Display mit 4.096 Farben. Zusätzlich ist das Modell Sinus A 500 mit integriertem Anrufbeantworter erhältlich, der eine digitale Speicherkapazität von zirka fünfzehn Minuten besitzt.

Die Schnurlostelefone Sinus 300 und Sinus A 300 stehen dem Handel voraussichtlich ab Ende November zur Verfügung, die Modelle Sinus 500 und Sinus A 500 gibt es voraussichtlich bereits ab Anfang November.

Weitere Highlights bilden die Schnurlostelefone Sinus 30 und Sinus 50, die als Sinus A 30 und Sinus A 50 auch mit integriertem Anrufbeantworter erhältlich sind. Die Schnurlostelefone verbinden die Bewegungsfreiheit und typische Designmerkmale moderner Mobiltelefone mit einer Vielzahl praktischer Telefonfunktionen. Das Sinus 30 ist mit einem fünfzeiligen beleuchteten grafischen Display mit 4.096 Farben und einer menügesteuerten Benutzerführung ausgestattet. Die Aufzeichnungskapazität des in das Sinus A 30 integrierten Anrufbeantworters beträgt 15 Minuten. Sinus 50 und Sinus A 50 bieten modernste Telefonfunktionen und mehr Komfort. Das schnurlose Telefon verfügt über ein sechszeiliges beleuchtetes grafisches Display mit 4.096 Farben. Der in das Sinus A 50 integrierte Anrufbeantworter besitzt eine digitale Speicherkapazität von

zirka 30 Minuten. Sinus 50 und Sinus A 50 sind mit einem in die Basisstation integrierten SIM-Kartenleser ausgestattet, über den sich die aktuellen Einträge der SIM-Karte eines Mobiltelefons auslesen und in das Telefonbuch übertragen lassen. Die Schnurlostelefone Sinus 30, Sinus A 30, Sinus 50 und Sinus A 50 stehen voraussichtlich ab Anfang November exklusiv für die Telekom-Fachhandelspartner bereit.

## Neues ISDN-System

Auf der IFA hat T-Com außerdem eine kompakte Kombination aus ISDN-Telefonensystem mit integrierter W-LAN-Basisstation und T-DSL-Router mit der Bezeichnung Sinus PRO 800 gezeigt. Das System für Sprache und Daten vereint die Funktionen eines lokalen Funk-Netzwerksystems und einer ISDN-Telefonanlage mit Bildschirm in einem einzigen, einfach zu bedienenden Gerät. Mit dem Mobilteil Sinus PRO 800 M läßt sich die Basisstation zu einer kleinen schnurlosen Tk-Anlage mit bis zu acht Teilnehmern ausbauen. Außerdem können die Nutzer an die Basis mehrere PCs oder Laptops oder ein Faxgerät anschließen, ohne jede einzelne Komponente separat verkabeln zu müssen – eine besonders anwenderfreundliche Kommunikationslösung für Privathaushalte, Heimarbeitsplätze und kleine Unternehmen.

## Schnelles Laserfaxgerät

Mit dem neuen Fax 900 präsentierte T-Com auf dem Messestand ein vielseitiges Laserfaxgerät, das über einen großen Send- und Empfangsspeicher verfügt. Neben intelligenten Fax-Funktionen ermöglicht das Fax 900 auch Drucken, Kopieren und Scannen – und das mit einer maximalen Auflösung von 600 x 600 dpi. Das Fax 900 bietet neben der schnellen Übertragung einer Seite in rund drei Sekunden (Modem mit 33.600 bit/s) einen Send- und Empfangsspeicher für jeweils bis zu zirka 340 Seiten. 15 Zielwahl-tasten und ein Kurzwahlspeicher für bis zu 100 Rufnummern ermöglichen den komfortablen Fax-Versand. Das Fax 900 steht dem T-Com-eigenen Vertrieb und den Telekom-Fachhandelspartnern ab sofort zur Verfügung.

## T-Online ermöglicht mobilen Internetzugriff unabhängig von Gerät, Provider und Vertrag

T-Online ermöglicht mit seinem neuen Service T-Online mobil den kompletten Zugriff auf das offene mobile Web – unabhängig vom gewählten Mobilfunkprovider, dem genutzten Endgerät oder einem T-Online Vertragsverhältnis. Etwa 70 Millionen deutsche Mobilfunkkunden können sich dadurch über aktuelle Nachrichten aus verschiedenen Bereichen informieren, shoppen oder mobile Datendienste nutzen. Abrufbar ist T-Online mobil unter mobil.t-online.de.

„Internet und Handy verschmelzen zunehmend. Mit T-Online mobil möchten wir Nutzer über gewohnte Portalstrukturen von den Vorteilen des mobilen Surfens überzeugen und damit die Entwicklung des mobilen Internets forcieren“, begründete Burkhard Graßmann, Vorstand Marketing T-Online International AG, den Schritt in die mobile Welt. „Egal, ob sie sich über PC, Notebook oder ein Mobilfunktelefon ins Internet einwählen – wir bieten unseren Kunden durch eine konvergente Portalwelt Orientierung.“

Analog zum T-Online Internetportal gliedert sich T-Online mobil unter anderem in die Kategorien „Themen“, „Service“ und „Shopping“. Aktuelle Nachrichten und Videoclips aus Politik, Sport und Showbusiness sowie Dienste wie Liveticker oder Kinoprogramm stehen im Bereich Themen zur Verfügung. T-Online Kunden finden in der Rubrik „Service“ die bekannten Dienste E-Mail Mobil und SMS-Banking. Der Shoppingbereich von T-Online mobil bietet für T-Online

Kunden Handydownloads wie Klingeltöne, Logos oder Spiele. Darüber hinaus steht allen mobilen Internetnutzern in der Rubrik „Unsere Partnershops“ der Zugriff auf ausgewählte mobile Internetshops offen. Als mobiler Webnavigator führt die Katalogsuche – analog zur Suche im stationären Internet – zielgerichtet zu den vielseitigen Angeboten des offenen mobilen



Internets. Die Katalogsuche liefert eine redaktionelle Zusammenstellung von Angeboten der verschiedenen Bereiche. So erhält der Nutzer im Vorfeld Anhaltspunkte zu Inhalt und Services der Seite. Über die Direktverlinkung gelangt er auf das ausgewählte Angebot. Die Nutzung des Portals ist ohne Zusatzkosten möglich. Die Angebote in den Bereichen Themen sowie die Katalogsuche stehen allen mobilen Internetnutzern zur Verfügung. Kostenpflichtige Mehrwertangebote – wie Downloads, ausgewählte Videostreams oder aktuelle Verkehrsinfos – sowie die Dienste der Kategorie Service sind registrierten T-Online Kunden vorbehalten.

## Family Whiteboard von T-Com soll die Kommunikation vereinfachen

Geht es nach den Vorstellungen von T-Com, dann wird die Organisation des Familienalltags künftig erheblich komfortabler erfolgen, und zwar mit dem Family Whiteboard. Die interaktive Nachrichtentafel und elektronische Service-Plattform für den privaten Haushalt vereint Organisations-, Kommunikations- und Infodienst-Anwendungen in einem Gerät. Familienmitglieder jeden Alters können damit einfach, sicher und schnell kommunizieren – zu Hause oder unterwegs über WLAN. Die Nachrichtenzentrale ist gleichzeitig Pinwand, Briefkasten, Adreßbuch, Kalender, Fotoalbum und Infothek – oder kurz gesagt: ein digitaler Dokumentenordner. Jedes Familienmitglied besitzt ein persönliches Postfach, in dem alle Anrufbeantworternachrichten, E-Mails oder SMS beziehungsweise MMS gespeichert werden und individuell abrufbar sind. Darüber hinaus hat der Nutzer Zugriff auf diverse Infodienste (Nachrichten, Börse, Wetter, Verkehr).

Das Endgerät für den Handel soll Lautsprecher und Mikrofon beinhalten, um Sprachnachrichten aufzuzeichnen und abzuhören. Ebenso soll die Kommunikationszentrale mit den Diensten Music on Demand oder Web-Radio die Stereoanlage ersetzen.

Das Family Whiteboard ist laut T-Com dank seines Touchscreens extrem einfach zu handhaben. Der weitere Vorteil gegenüber einem herkömmlichen PC: Das Gerät ist ständig in DSL-Geschwindigkeit online. Gleichzeitig können bewährte Peripherie-Geräte wie eine Tastatur oder Web-Cam problemlos über eine USB-Schnittstelle integriert werden.

In den kommenden Wochen beginnt in rund 200 Haushalten ein mehrmonatiger Test des Family Whiteboards. Darüber hinaus wird es weiterhin von den Bewohnern des T-Com Hauses, das bis 9. Juli 2006 weiter in der Berliner City steht, ausprobiert. Auf Grundlage dieser Erfahrungen wird das Leistungsspektrum des Geräts den Alltagsbedürfnissen der Nutzer noch präziser angepasst. Die Anwendung kommt voraussichtlich im Herbst 2006 in den Handel.

# Interview mit Talkline-Geschäftsführer Torben Rick

## Überdurchschnittliche Unterstützung

**Talkline setzt seinen Wachstumskurs fort: Nachdem der Elms-horner Service Provider vor einigen Monaten den Fokus auf die Expansion in Richtung Endkunden legte (PoS-MAIL berichtete), sucht das Unternehmen jetzt Partner, die im Geschäftskundensegment aktiv sind. PoS-MAIL sprach mit Talkline-Geschäftsführer Torben Rick über die Erwartungen, die Talkline an potentielle Partner hat, und darüber, was potentielle Partner von dem Tk-Unternehmen zu erwarten haben.**

**PoS-MAIL:** Herr Rick, verschiedene Marktstudien haben gezeigt, daß sowohl Breitbanddienste als auch die Geschäfte mit Businesskunden im Tk-Markt für Zuwachs sorgen. Wie läuft das Geschäftskundengeschäft bei Talkline?

**Torben Rick:** Sehr gut! Denn seit wir vor rund einem Jahr unser Business-Partner-Programm gestartet haben, konnten wir viele besonders leistungsstarke Fachhändler an uns binden. Mit deren Hilfe ist es gelungen, die Freischaltungszahlen im Geschäftskundensegment zu verdoppeln – und das auf der Grundlage eines ohnehin hohen Anteils. Beispiels-

**PoS-MAIL:** Wie sieht denn das Business-Portfolio von Talkline aus? Wo sind Sie besonders stark?

**Torben Rick:** Unsere Business-Partner können den Geschäftskunden speziell zugeschnittene Tarife und Produkte anbieten. So hat Talkline zum Beispiel gerade seine Office-Tarife nachgebessert. Dabei können jetzt auch SMS auf den – neuerdings gesenkten – Mindestumsatz angerechnet werden. Außerdem bietet Talkline die gesamte Blackberry-Palette an – einige Geräte schon zu einem Preis von null Euro. Und nicht zu vergessen die UMTS-Laptop-Card, die es bei uns mit einem Vertrag ebenfalls für null Euro gibt.

**PoS-MAIL:** Und welche Zielgruppe wollen Sie im Detail mit diesem Portfolio erreichen?

**Torben Rick:** Der Schwerpunkt liegt auf klein- und mittelständischen Unternehmen sowie den Sohos. Außerdem vereinbaren wir beispielsweise mit Verbänden und Vereinigungen gerne auch spezielle Rahmenverträge.

**PoS-MAIL:** Wie sollte demnach der Händler, der als neuer Partner mit Ihnen zusammenarbeiten will, aufgestellt sein?

**Torben Rick:** Business-Partner konzentrieren sich komplett auf den Geschäftskunden-Vertrieb. Sie sollten bereits über einen relativ großen Stamm an Geschäftskunden verfügen, den sie mit ihrem eigenen Außendienst betreuen. Ein Ladenlokal ist nicht notwendig. Business-Partner sollten außerdem über eine hohe Beratungskompetenz verfügen und technisch versiert sein – das heißt, sie müssen beispielsweise Einbau- oder Reparaturdienste erbringen können.

**PoS-MAIL:** Marge ist ein wichtiger Begriff für den Handel. Wie sehen die Verdienstmöglichkeiten für einen Talkline Partner aus, der im Geschäftskundensegment tätig ist?

**Torben Rick:** Unsere Business-Partner erhalten eine absolut überdurchschnittliche Unterstützung. So gibt es beispielsweise bei Talkline sowohl eine Abschluß- als auch eine Airtime-Provision, was bei den werthaltigen Tarifen



im Geschäftskundensegment natürlich besonders attraktiv ist.

**PoS-MAIL:** Und welche sonstigen Unterstützungsmaßnahmen kann der Händler von Ihnen erwarten?

**Torben Rick:** Business-Partner erhalten neben attraktiven Provisionen eine besondere Betreuung: Umfassende Schulungen, eine eigene Business-Partner-Hotline und spezielle Ansprechpartner runden den Service für die Business-Partner ab. Hinzu 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.

**PoS-MAIL:** Was unterscheidet Ihre Art der Zusammenarbeit mit Handelspartnern von anderen Service Providern?

**Torben Rick:** Die Business-Partner von Talkline werden durch einen speziellen Außendienst bei der Kundenbetreuung unterstützt. Wichtig ist dabei, daß die Außendienstler bei Talkline keine Eigeninteressen verfolgen – das heißt, kein Händler muß Angst haben,



Für Business-Partner hält Talkline eine ganze Reihe von Betreuungsangeboten bereit. So steht beispielsweise eine eigene Business-Partner-Hotline mit speziell geschulten Mitarbeitern bereit (Bild oben). In die Ausbildung der potentiellen Business-Partner wird viel Zeit investiert, um sie in die Lage zu versetzen, späteren Kunden die richtigen Lösungen anbieten zu können (Bild unten).

daß der Talkline-Mitarbeiter ihm die Kunden abwirbt.

**PoS-MAIL:** Und was muß ein Händler tun, um mit Ihnen ins Gespräch zu kommen?

**Torben Rick:** Fachhändler, die sich für eine Zusammenarbeit mit Talkline interessieren, können sich an [businesspartner@talkline.de](mailto:businesspartner@talkline.de) wenden oder an Dominique Tast, Telefonnummer 04121-412-264.

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



Torben Rick

weise schaltet Talkline allein im Soho-Bereich jeden Monat Mobilfunk-Karten im vierstelligen Bereich frei. Allerdings geben wir uns damit noch lange nicht zufrieden, sondern werden in absehbarer Zeit diesen Bereich deutlich ausbauen.

**PoS-MAIL:** Was heißt das konkret?

**Torben Rick:** Wir werden die Zahl unserer Business-Partner verdoppeln und zwar von rund 50 auf etwa 100. Hierzu suchen wir noch Fachhändler, die in diesem Bereich mit Talkline zusammenarbeiten wollen.

### Flexibles Marketing für Talkline Partner

Talkline Vertriebspartner sind ab sofort noch flexibler bei der Gestaltung ihrer Marketingaktionen zur Kundengewinnung. Mit vier neuen Marketingtools können sie – ohne großen Aufwand – noch individueller auf die Wünsche ihrer Kunden eingehen als bisher. Die Bandbreite reicht dabei von der Anschlußgebühren-Befreiung bis zur Gewährung von Gesprächsguthaben.

„Der indirekte Vertrieb ist für Talkline der wichtigste Vertriebskanal, deshalb unterstützen wir mit vielfältigen Maßnahmen unsere Vertriebspartner bei ihrer Tätigkeit“, sagte Talkline-Geschäftsführer und CCO Torben Rick. Bei den neu vorgestellten Aktionen erhält der Händler gegen einen teilweisen Provisionsverzicht beispielsweise die Möglichkeit, dem Kunden die Anschlußgebühr zu erlassen.

Mit weiteren Marketingtools kann der Händler seinen Kunden ein zusätzliches Gesprächsguthaben in Höhe von 20, 50 oder sogar 75 Euro gutschreiben. Diese Gesprächsguthaben gelten für Gespräche ins nationale Festnetz und die nationalen Mobilfunknetze. Die Aktionen können nur in Kombination mit Talkline-Tarifen verwendet werden. Abhängig davon, welche Aktion der Fachhändler wählt, verzichtet er auf einen Teil seiner Provision. Jeder Provisionsverzicht wird automatisch mit den monatlichen Provisionsansprüchen gegengerechnet. Die Gesamtabzugsbeträge werden für jede Aktion einzeln ausgewiesen, so daß der Händler seine einzelnen Aktionen jederzeit nachvollziehen kann.

„Mit den vier neuen Marketingaktionen können unsere Vertriebspartner die Talkline Dachkampagnen hervorragend ergänzen“, so Frank Bösenkötter, Geschäftsbereichsleiter Vertriebsinnendienst bei Talkline. „denn der Fachhändler gewinnt so zusätzliche Flexibilität und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten gegenüber den Kunden.“

## POS Neuheiten

### Big Easy: Allround-Talent von One For All



Schon in den Neunzigern war die Big Easy ein großer Erfolg für One For All. Die Funktion der Tasten der übersichtlichen Universal-Fernbedienung bestimmte ihre Form. Dieses Design hat One For All aufgegriffen und optimiert. So fällt es zum Beispiel auch Weitsichtigen, die kleine, schwach beschriftete Tasten nicht (mehr)



gut erkennen können, ganz leicht, die Big Easy zu steuern. Die OFA TV Big Easy (11-7210) ersetzt die Original-Fernbedienung jedes Fernsehers. Das Schwestermodell OFA 4 Big Easy (11-7240) steuert bis zu vier unterschiedliche Geräte (Fernseher, Videorecorder, DVD-Player, Sat-/Kabel-/DVB-T-Receiver). Beide Modelle bedienen alle Geräte aller Marken und sind ab Oktober im Unterhaltungselektronik-Fachhandel erhältlich.

### Pace zeigt erstmals HDTV-Digital-Receiver



Pace Micro Technology plc stellt seinen ersten Digital-Receiver für hochauflösendes Fernsehen der nächsten Generation vor: Ende des Jahres liefert Pace die Geräte, die zum Start der HDTV-Programme von Premiere eingesetzt werden, an den Handel aus. Der Sat-Receiver im edlen Design birgt die neuesten Technologien für beste Bildqualität, Sicherheit und die optimale Vernetzung mit der gesamten Heimkino-Peripherie: Dazu gehören unter anderem – als Weltneuheit von Pace eingesetzt – das neue Decodierungsverfahren MPEG-4/H.264, das die Übertragungsbandbreite gegenüber dem bisherigen Komprimierungsverfahren MPEG2 deutlich reduziert. Premiere und Pace setzen zudem erstmals auf den neuen Satelliten-Übertragungsstandard DVB-S2, der die Ausnutzung der Transponderkapazität des Satelliten optimiert. HDMI

(High-Definition Multimedia Interface)-Schnittstellen vernetzen den Receiver mit Bildschirmen, Soundsystemen und anderen Geräten, während der HDCP-Standard für die erforderliche Kopiersicherheit der HDTV-Programme sorgt.

### TechniSat präsentiert digitalen Kabelreceiver



TechniSat stellt mit dem Digit Kabel NCI einen brandneuen digitalen Kabelreceiver für den universellen Einsatz in nahezu allen Kabelnetzen vor. Das Gerät verfügt über einen integrierten Kartenleser für das Nagravision Verschlüsselungssystem und hat die „Geeignet für Premiere“ Zertifizierung erhalten. Des Weiteren wird der Digit Kabel NCI im Rahmen der Selbstzertifizierung bei Kabel Deutschland angemeldet und somit auch zum Empfang des Pay-TV Angebotes „Kabel Digital Home“ bzw. „Kabel Digital International“ einsetzbar sein. Der uneingeschränkte Einsatz des Digit Kabel NCI in den Kabelnetzen von ish, iesy und Kabel Baden-Württemberg ist ebenfalls möglich.

### teling-Kompass – Die Marke kann's besser



Der LCD-Fernseher von der Palette und der DVD-Player zum Preis von einer Stange Zigaretten – in Deutschland scheint das Gefühl für Qualität zu schwinden. teling will dem jetzt Abhilfe schaffen und hat einen Qualitäts-Leitfaden in Form eines Büchleins, den „teling-Kompass“, herausgebracht. „Damit wir unsere Fachhändler bei der Vermarktung ihrer hochwertigen und damit höherpreisigen Markenware unterstützen können, müssen wir ihnen vor allem die richtigen Argumente liefern“, so teling-Geschäftsführer Franz Schnur. Unter den Leitsprüchen „Die Marke kann's besser!“ und „Billig bringt's nicht“ sind auf 60 Seiten für jeden Produktbereich die wichtigsten Argumente pro Marke und contra billige No-Name-Produkte aufgelistet. „Im Verkaufsgespräch kann der Verkäufer anhand dieser Argumente den Wert eines Markengeräts bzw. den Unwert eines Billigproduktes seinen Kunden plausibel darlegen, erläutert Franz Schnur den praktischen Nutzen des ‚teling-Kompasses‘. „Denn nur wenn der Kunde davon überzeugt ist, keinen zu hohen, sondern einen fairen Preis zu zahlen, wird er sich für das Markengerät und nicht für das Billigprodukt entscheiden.“

## POS Aktuell

### Samsung Electronics verstärkt Management

Samsung hat zum 1. Oktober 2005 drei erfahrene Manager an Bord geholt: Achim Tubbesing leitet künftig als General Manager die deutsche Telecom Division bei Samsung Electronics. Er wird sich unter anderem um eine nachhaltige Positionierung der Marke sowie um eine ausgewogene Vertriebspolitik des Premiumanbieters kümmern. Zuvor war Tubbesing bei Nokia und E-Plus tätig. Zeitgleich mit Tubbesing verstärken zwei weitere neue Manager die Telecom Unit bei Samsung: Sven Greier und Norbert Strixner. Letztgenannte kommen von Alcatel und Siemens. Achim Tubbesing ist in der Branche kein Unbekannter: Acht Jahre lang war er erfolgreich in verschiedenen Vertriebs- und Marketingfunktionen im Mobilfunkmarkt – unter anderem bei den Unternehmen E-Plus und Nokia – tätig, zuletzt in der Position des Business Director für die DACH Region. Zuvor absolvierte der studierte Diplom-Ingenieur eine siebenjährige Vertriebskarriere bei E-Plus in Düsseldorf. In seiner neuen Funktion als General Manager der Telecom Division wird Achim Tubbesing von zwei ebenfalls neuen und bereits erfahrenen Managern unterstützt: Norbert Strixner, zuvor Marketingleiter für Schnurlos-Telefone bei Siemens Mobile in München, übernimmt bei Samsung die Position als Marketing Manager der Telecom Division in Deutschland. Strixner war insgesamt fünf Jahre bei Siemens Mobile und zuvor über zehn Jahre in verschiedenen Vertriebs- und Marketingpositionen bei Siemens Nixdorf und Fujitsu Siemens. Sven Greier verantwortet zukünftig als Senior Account Manager Operator Business in der Telecom Unit von Samsung Electronics die Zusammenarbeit mit den deutschen Netzbetreibern. Greier kommt von Alcatel SEL und hat in seiner zehnjährigen Tätigkeit bei Alcatel dort zuletzt die Position als Country Manager Germany für das Operator Business verantwortet. Beide berichten direkt an Achim Tubbesing.

### Sony mit neuem Europachef

Chris Deering, Präsident Sony Europe, wird das Unternehmen zum 1. November 2005 verlassen, um sich „persönlichen Zielen in den USA zu widmen“, so der Wortlaut einer Pressemitteilung. Sein



Nachfolger ist Fujio Nishida. Deering war seit April 04 Präsident von Sony Europe. Nishida ist derzeit Corporate Executive für Electronics Marketing bei Sony in Tokio. Einen Großteil seiner Karriere hat er bei Sony außerhalb Japans verbracht. Zu seinen Stationen zählen Kanada, Australien und die USA. Vor seiner jetzigen Position war Fujio Nishida bei Sony Electronics in den Vereinigten Staaten als Präsident und COO beschäftigt.

### Wechsel im Aufsichtsrat der expert AG

Karl-Friedrich Albrecht ist neuer Vorsitzender im Aufsichtsrat der expert AG, den Vorstandsvorsitz wird am 1. April 2006 Volker Müller übernehmen. Das teilte der Aufsichtsrat während der Jahreshauptversammlung der expert AG in Würzburg mit. Karl-Friedrich Albrecht, Geschäftsführender Gesellschafter der Herfag GmbH in Worbis, tritt die Nachfolge von Dirk Benning aus Cuxhaven als Aufsichtsratsvorsitzender an. Albrecht ist seit 1999 Mitglied des Aufsichtsrates. Nach 16jähriger Tätigkeit im Beirat und Aufsichtsrat von expert, davon 13 Jahre als Vorsitzender, stand Benning für eine weitere Amtsperiode nicht zur Verfügung. Zum Nachfolger von Dirk Benning im Aufsichtsrat wählte die Gesellschafterversammlung den Rundfunk- und Fernsehmechanikermeister und geschäftsführenden Gesellschafter der Zeesener Rundfunk Fernsehen Technik GmbH, Manfred Schlumm. Dem Aufsichtsrat der expert AG gehören jetzt an Karl-Friedrich Albrecht (Vorsitzender), Prof. Dr. Karl-Georg Loritz (stellvertretender Vorsitzender), Robert Feuchtgruber, Dr. Bruno Hall, Friedrich-Wilhelm Ruf und Manfred Schlumm. Heinz Heer wird zum 31. März 2006 nach 25jähriger Zugehörigkeit zu expert turnusgemäß auf eigenen Wunsch als Vorstandsvorsitzender ausscheiden, jedoch weiterhin beratend für die expert-Gruppe tätig sein.

### Sony mit überarbeitetem Online-Auftritt

Sony Deutschland präsentiert sich ab sofort unter [www.sony.de](http://www.sony.de) mit einem überarbeiteten Online-Auftritt. Die Gestaltung der neuen Website entspricht dem neuen Markenauftritt von Sony: like.no.other. Nicht nur das Design wurde vollkommen erneuert, auch die Anzahl der interaktiven Elemente ist gestiegen. Die Website bietet eine übersichtliche Seitennavigation. Diese erleichtert das Aufsuchen von Informationen zu Sony Produkten und übergreifenden Themen. Über einen Klick auf ein ausgewähltes Produkt gelangt der Besucher direkt zu der dazu gehörigen Produktbeschreibung. Darüber hinaus sind die Websites der Sony Schwestergesellschaften über die integrierte Navigation zu erreichen. Ein Magazin mit Informationen zu Sony-Produkten und Entertainment-Programmen gibt dem Besucher Einblicke in die digitale Erlebniswelt von Sony. Auch Veranstaltungshinweise und Aktionen wie Online-Gewinnspiele sind im Sony Magazin zu finden. Außerdem hat der Sony-Kunde die Möglichkeit, seine Produkte unter der Rubrik „My Sony“ zu registrieren. Zu dem registrierten Produkt erhält der Besucher zusätzlichen Content zum Download, Pro-

duktinformationen, Tips und Angebote, die speziell auf sein Produkt zugeschnitten sind.

### Sagem tourte durch deutsche Städte

Unter dem Motto „Life is Colour“ zeigte Sagem im Oktober und Anfang November in verschiedenen deutschen Städten topaktuelle Office-Trends, die Farbe in den Büroalltag bringen. Highlight der Roadshow war das neue Multifunktionsgerät Sagem Agoris 6890, das Dokumente brillant in Farbe druckt, scannt, faxt und kopiert. Mit einem Papiervorrat von max. 2.100 Seiten und automatischem Papierkassetten-Management garantiert das Sagem Agoris 6890 einen reibungslosen Arbeitsablauf. Eine Druckgeschwindigkeit von 16 Seiten pro Minute in Schwarzweiß und in Farbe, Farb-Display, Duplex-Scanner (Sagem Agoris 6890d und 6890 dn) und -Drucker (Sagem Agoris 6890dn) sowie LAN-Schnittstelle gehören zur umfangreichen Ausstattung. Auf der Roadshow standen außerdem die neuen Sagem Agoris 6890, Schwarzweiß-Laser-Multifunktionsgeräte (A3 und A4) sowie Projektoren und Foto-Drucker im Mittelpunkt. Die letzte Veranstaltung findet am 4. November in München statt.

### Neuer Geschäftsführer bei Canon Deutschland

Dr. Roderich Graf von Stomm, Geschäftsführer und Präsident der Canon Deutschland GmbH, Krefeld, zieht sich in den Funktionen als Geschäftsführer und Präsident zum Ende dieses Jahres zurück. Sein Nachfolger wird der derzeitige Geschäftsführer von Canon Italien, Jeppe Frandsen. Dr. Stomm arbeitet bereits seit 1985 als Präsident und Geschäftsführer für den Canon Konzern. Vor seiner Tätigkeit in Deutschland hatte er den Aufbau der Vertriebsniederlassung in Österreich sowie die Gründung der Canon East Europe Holding und ihrer zahlreichen Tochterfirmen erfolgreich vorangetrieben. Anfang 1999 übernahm er als Nachfolger von Hajime Tsuruoka, dem heutigen Europa-Präsidenten, die Geschäftsführung von Canon Deutschland, um die Entwicklung des Unternehmens zum Solutions Provider zu forcieren. Zusätzlich zu dieser Funktion wurde er zu Beginn des Jahres 2002 zum Executive Vice President und Head of Shared Services von Canon Europa N.V. benannt. Als Leiter des Bereiches Shared Services zeichnete er verantwortlich für die Implementierung des paneuropäischen Beschaffungswesens und der Logistik. Er steht dem Konzern für Sonderprojekte weiterhin zur Verfügung. Jeppe Frandsen ist bereits seit 1999 für Canon tätig. Im Januar 2004 übernahm er die Geschäftsführung von Canon Italien. In seiner zweijährigen Tätigkeit bei der italienischen Niederlassung war er für die Reorganisation des Unternehmens mit 500 Mitarbeitern im Hinblick auf eine einheitliche europäische Struktur verantwortlich. Gemeinsam mit dem lokalen Management-Team hat er die Vertriebskanäle neu strukturiert und damit die Position von Canon im italienischen Markt deutlich gestärkt. Zuvor war Frandsen bei Canon Dänemark zunächst als Leiter des Geschäftsbereiches Canon Business Solutions verantwortlich, später wurde er zum Geschäftsführer der dänischen Niederlassung ernannt. In dieser Funktion war er für die strategische Führung sowie die Entwicklung des Unternehmens zum Solutions Provider und für die Leitung von 450 Mitarbeitern verantwortlich. Zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn arbeitete Frandsen als Managing Director für den Büroartikelhersteller Esselte Meto sowie als Country Manager für Agfa-Gevaert. Neben seiner neuen Funktion als Geschäftsführer wird er wie sein Vorgänger als Country Manager für den Geschäftsbereich Canon Business Solutions fungieren.

### Neue DVD/VHS-Recorder und -Player von Schneider Electronics



Mit dem DVD 400 HDMI präsentiert Schneider Electronics einen ultraflachen DVD-Player. Das Gerät bietet einen Mehrfach-Anschluß für weitere Signalquellen, liefert hochauflösende



Bilder und perfekten Sound. Ganz nebenbei ist der Player durch sein edles Design auch noch ein echter Hingucker. Wie der Name es schön verrät, ist der neue Player mit einem HDMI-Anschluß ausgestattet. Zudem zeichnet das Gerät alle gängigen Formate auf, dazu gehört auch das DivX-Komprimierungsformat.

Für die digitale Fotoshow kommt einfach der 4 in 1 Flash Karten-Slot an der Vorderseite zum Einsatz. Weitere vorteilhafte Features des DVD 400 HDMI sind eine hohe Auflösung, Progressive Scan und der Dolby Digital Decoder. Der empfohlene Verkaufspreis für den DVD 400 HDMI lautet 149,90 Euro.



Ebenfalls neu im Schneider Electronics Sortiment ist der DVD-Recorder DVDR HDD 160 Dual. Das Gerät zeichnet sowohl im DVD-R/-RW-Format als auch im DVD+R/+RW-Format auf. Aber auch die Impressionen von unterwegs können für immer festgehalten werden, denn dank des

frontalen DV-Eingangs finden auch digitale Camcorder problemlos Anschluß. Abspielen kann der Recorder sogar die Formate DVD, DivX, DVD+R/+RW, DVD-R/-RW, MP3-CD, CD-DA, CD-R/-RW, JPEG, Kodak Picture CD, MP3-DVD. Die 160 GB Festplatte zeichnet bis zu 200 Stunden Filmmaterial auf. Mit dem DVHS150 DivX bringt Schneider Electronics eine DVD/VHS-Kombi-Lösung auf den Markt. Das Gerät eignet sich besonders für Anwender, die ihre alten VHS-Cassetten auf DVD verewigen wollen. Dank 6-Kopf-HiFi-Stereo-Technik ist der Videorecorder sogar in der Lage, Sound in Stereo-Qualität wiederzugeben. Zudem ist das Gerät mit einem Kabel-/Hyperband-Tuner ausgestattet, der 99 Programmplätze bietet. Der empfohlene Verkaufspreis für die DVD-/Video-Kombi DVHS 150 DivX beträgt 199 Euro.



# Pos Aktuell

## Samsung-Tour

### „Klick den Augenblick“

Im Rahmen einer deutschlandweiten Roadshow präsentiert Samsung Opto-Electronics in neun Städten seine aktuellen Digitalkamera-Highlights aus der Digimax-Familie. Im Rampenlicht des actiongeladenen Foto-Events: Samsungs lifestyle-kompakte Digimax i5 mit 5,1-Megapixel-Sensor, 2,5-Zoll-Display und SafetyFlash-Technologie sowie das neue Spitzenmodell Pro815 mit 15fach-optischem Zoom, 8-Megapixel-CCD und 3,5-Zoll-Display.

Digitaltechnik zum Anfassen und Erleben: Aktionsstände zum Mitmachen, kompetente Fachberatung, spannende Gewinnspiele, pfiffige Giveaways und attraktive Bundle-Angebote sollen Digimax-Fans (und solche, die es werden wollen) auf die Stärken und die technischen Besonderheiten der aktuellen Samsung Digital-kamera-Generation aufmerksam machen. Auch die Information kommt nicht zu kurz: Samsung-Experten stehen den Roadshow-Besuchern kompetent Rede und Antwort zu allen Themen rund um die Digitalfotografie mit den leistungsstarken Digimax-Kameras. Großzügige Aktionsstände führen in die faszinierende Samsung Multimedia-Welt und die komplette Digimax-Produktreihe ein. Die Stars der Tour zum Anfassen: Wer möchte, kann die Digimax i5 und Pro815 gleich vor Ort ausprobieren und sich von der Leistung der neuen Modelle selbst überzeugen. Für hochwertige Direkt-ausdrucke der gemachten Bilder stehen während der Roadshow zwei verschiedene Samsung-Thermosublimationsdrucker zur Verfügung, die professionellen Fotodruck in nur 60 Sekunden möglich machen und dabei hochkompakt und elegant sind: Das Topmodell SPP 2040S bietet ein 2-Zoll-Farbdisplay, einen praktischen 7-in-1-Kartenleser und kann sogar Bilder via Bluetooth-Schnittstelle empfangen.

## Erstes Garantiesystem für Elektro-Altgeräte

Das bundesweit erste kollektive Garantiesystem für Elektro-Altgeräte startet. Die Servicegesellschaft des High-Tech-Verbands Bitkom bietet ab sofort eine unbürokratische und verlässliche Lösung für die betroffenen Unternehmen. Die Firmen sind durch ein neues Gesetz gezwungen, bis zum 23.11.2005 eine finanzielle Sicherheit gegenüber den Behörden nachzuweisen. Ab dem 28.09.2005 können sich nun alle Hersteller und Importeure von Elektrogeräten im Garantiesystem Altgeräte anmelden. Das System wurde inzwischen durch die zuständige „Stiftung Elektro-Altgeräte-Register“ offiziell anerkannt. „Jetzt haben die Unternehmen endlich Planungssicherheit, um ihre gesetzlichen und finanziellen Pflichten bei der Garantiestellung zu erfüllen“, sagt Anja Olsok, Geschäftsführerin der Bitkom Servicegesellschaft mbH. Von dem neuen Gesetz sind in Deutschland 5.000 Unternehmen betroffen. Nach dem Gesetz über

das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten (Elektrogesetz) dürfen Hersteller und Importeure nach dem 23. November 2005 Elektro- und Elektronikgeräte nur noch an private Nutzer verkaufen, wenn sie auch die Rücknahme und Entsorgung sicherstellen. Für die entsprechenden Kosten müssen sie ab dem Stichtag auch jährlich eine insolvenz-sichere Garantie nachweisen. Das von der Bitkom Servicegesellschaft gemeinsam mit der Industrie und der Versicherung Zurich Gruppe Deutschland entwickelte „Garantiesystem Altgeräte“ (GSA) ermöglicht Herstellern, diesen Pflichten sicher, kostengünstig und unbürokratisch nachzukommen. Das Garantiesystem steht Unternehmen unabhängig von Größe und Branche offen. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen bietet das GSA attraktive Konditionen, die insbesondere die eigene Kreditlinie schonen. „Der Liquiditätsabfluß ist wesentlich geringer als bei individuellen Sicherheiten“, hebt Olsok die Vorteile gegenüber Treuhandkonto oder Bankbürgschaft hervor. Je mehr Unternehmen an dem Garantiesystem teilnehmen, umso geringer sind Ausfallrisiko und Kosten. Die BSG erfüllt zudem für die Teilnehmer alle entsprechenden gesetzlichen Pflichten: Im Garantiefall übernimmt sie die gesamte Abwicklung, ohne daß der Hersteller etwa einen gesonderten Treuhänder bestellen muß. Namhafte Hersteller garantieren auch weiterhin eine enge Einbindung der Industrie in das GSA: Brother International GmbH, Cherry GmbH, DeTeWe Systems GmbH, Deutsche Telekom AG, Fujitsu Siemens Computers GmbH, Ingram Micro Distribution GmbH, Kyocera Mita Deutschland GmbH, Motorola GmbH, Sony Deutschland GmbH, Toshiba Europe GmbH, Vodafone D2 GmbH haben bereits ihre Bereitschaft erklärt, in einem Beirat des GSA mitzuwirken. Mit der Zurich Gruppe Deutschland ist es gelungen, einen kompetenten Partner für die finanzielle Absicherung zu gewinnen.

## Alpine startet Händlerschulungen

Alpine Electronics hat vom 29.-30.9.2005 in seiner Münchner Firmenzentrale die erste AlpineF#1Status Händlerschulung durchgeführt. Mit dieser zentralen Unterstützungsmaßnahme für den Fachhandel verfolgt Alpine das Ziel, seinen Geschäftspartnern ein maßgeschneidertes Beratungs-Know-how zu vermitteln. Die Schulungsteilnehmer wurden hier in Theorie und Praxis mit dem breiten Spektrum technischer Neuheiten und dem Aufbau des neuen AlpineF#1Status-Systems vertraut gemacht. Das F#1Status Dealer-Training von Alpine schafft die Voraussetzung dafür, daß für jeden einzelnen autorisierten Händler der Verkauf der exklusiven DVD-Audio/Video-Anlage ein voller Erfolg wird. Dabei wird eine Fülle von Vorteilen für den Endkunden präsentiert und so den Kursteilnehmern wichtige Bausteine für ein effektives Verkaufsgespräch vorgestellt. Zum Auftakt der F#1Status Händlerschulung erklärte Uwe Keuchel, Senior Manager Marketing & Sales der Alpine Electronics GmbH: „Wir freuen uns sehr, daß nun der Start-

schuß zum F#1Status Dealer-Training gefallen ist. Unsere neue High-End-Anlage ist zugeschnitten auf Kunden mit allerhöchsten Ansprüchen, was vom Verkäufer ein hohes Maß an Beratungs- und Einbaukompetenz voraussetzt. Mit den Schulungen möchten wir daher unseren Geschäftspartnern gezielt das optimale Know-how für ihren Verkaufserfolg vermitteln.“

## Tetental vertreibt Kodak Papier und Chemie

Die Tetental AG & Co. KG, Norderstedt, vertreibt seit dem 1. Oktober auch Color-negativ-Papiere und Fotochemikalien von Kodak. Insbesondere soll das Unternehmen die Kodak Express Kunden und Fachlabore betreuen, die bislang von Kodak direkt beliefert wurden. Auch bestehende Lieferverpflichtungen von Kodak soll Tetental ab sofort übernehmen. In einer Pressemitteilung wird betont, daß alle Marketing-Aktivitäten für die von Tetental vertriebenen Kodak Produkte bei Kodak selbst verbleiben. Mit der Maßnahme will Kodak sicherstellen, daß die Qualität der Belieferung und Beratung in vollem Umfang erhalten bleibt.

## Partnerschaft zwischen Samsung und Pentax

Samsung und Pentax haben eine strategische Partnerschaft im stetig wachsenden Segment der digitalen Fotografie angekündigt. Die beiden Unternehmen wollen, einer Pressemitteilung zufolge, „ihre außerordentlichen Kompetenzen bündeln und vielfältige Synergien für gemeinsame Produktvorteile nutzen“. Die intensivierte Zusammenarbeit im digitalen Kameramarkt soll zudem die Entwicklung neuer Technologien zum Ziel haben. Samsung verfügt über Schlüsseltechnologien auf den Gebieten digitaler Bildaufzeichnung und multimedialer Vernetzung und genießt Weltruf als Hersteller digitaler Produkte. Kooperationspartner Pentax blickt auf eine erfolgreiche Tradition als Fotohersteller zurück und hat eine lange Tradition als Hersteller von Spiegelreflexkameras. Neben einer großen Palette an SLR-Wechselobjektiven bringt Pentax auch langjähriges Know-how bei der Entwicklung und Konstruktion von Kameras in die Partnerschaft mit ein.

## Samsung senkt Preise für Fotodrucker

Samsung hat ab sofort die Verbrauchsmaterialpreise für die Fotodrucker SPP-2020, SPP-2020R und SPP-2040 gesenkt. Das Kit aus Thermosublimationsfolie und -papier für 120 Fotos kostet ab sofort 32,90 Euro (UVP inkl. MwSt.). Mit einem Preis von 27,4 Cent pro Foto bieten die Samsung-Geräte somit sehr günstige Verbrauchskosten. Die Fotodrucker SPP-2020, SPP-2020R und SPP-2040 von Samsung sind Thermosublimationsdrucker auf dem neuesten Stand der Technik für Fotos im DIN-A6-Format (4 x 6 Zoll). Die kleinen Geräte benötigen wenig Stellfläche, bieten ein brillantes Druckbild und überzeugen darüber hinaus mit ihrer anwenderfreundlichen Handhabung. Alle drei Modelle ermöglichen Direktdrucke von Digital-kameras, Kamera-Handys und digitalen Camcordern per PictBridge-Protokoll.

## Metz Hausmessen an 15 Standorten

Unter dem Motto „Welcher TV-Typ sind Sie?“ hat Metz im September und Oktober eine Reihe informativer Hausmessen veranstaltet. Ganz fachhandelsgerecht fanden die Veranstaltungen an 15 verschiedenen Orten statt. Metz hat auf den Hausmessen unter anderem spannende Neuheiten aus den Bereichen LCD-TV, Slim-TV und Classic-TV demonstriert.

# Pos Neuheiten

## Wisi mit neuem Satelliten-Receiver



Die Wilhelm Sihn Jr. GmbH & Co. KG (WISI) baut ihre Receiverfamilie mit dem DVB-S Receiver OR 94 mit Common Interface weiter aus. Der neue Digitalreceiver eignet sich für den Empfang verschlüsselter und freier TV- und Radioprogramme via Satellit. Wisi hat den OR 94 mit vielen interessanten Features ausgestattet und liefert den Receiver ab sofort an den Handel aus. Der UVP beträgt 119,00 Euro. Der OR 94 ist mit zwei Common Interface Slots für den Empfang von unterschiedlich verschlüsselten Satellitenprogrammen verschiedener Pay-TV-Anbieter bestückt. Zur umfangreichen Ausstattung gehören u. a. ein benutzerfreundliches On-Screen-Menue, 4.000 Programmspeicherplätze sowie ein elektronischer Programmführer mit mehrtägiger Programmorschau. Zugleich kann sich der Zuschauer über die mitgelieferte Fernbedienung eigene Favoriten-Programmlisten zusammenstellen. Über einen optischen Dolby-Digital-AC3-Ausgang sorgt der OR 94 für ein echtes Heimkino- und Klangerlebnis. Der Receiver besitzt ein modernes silberfarbenes Design und die Abmessungen 300 x 210 x 60 mm (BxHxT). Über die zwei Scart-Buchsen können zudem ein TV-Gerät und ein Videorekorder angeschlossen werden. Unterstützt werden die Videostandards PAL und NTSC sowie die Formate 4:3 und 16:9.

## Sony Ericsson UMTS-Smartphone mit WLAN



Sony Ericsson hat in London den Nachfolger seiner bisherigen Symbian-OS-Smartphones (P900 und P910i) vorgestellt: Die neue Handy-PDA-Kombination P990i funkt in GSM-Netzen bei 900, 1.800 und 1.900 MHz (Triband) und in europäischen UMTS-Netzen. Außer-

dem kann das P990i über WLAN Kontakt zu Firmen-Funknetzen, Home-Networks in der eigenen Wohnung und zu WLAN Public Access Points (Hotspots) aufnehmen. Das Smartphone P990i läßt sich über seine ausklappbare Wähltastatur und den seitlichen Jog-Dial wie ein Handy bedienen oder wie ein PDA auf der virtuellen Tastatur des mit QVGA-Auflösung von 240 x 320 Pixeln und 18 Bit Farbtiefe großzügig bemessenen Touchscreens. Unter der Handy-Wähltastatur befindet sich außerdem eine kleine Qwertz-Tastatur für die bequeme Texteingabe. Wahlweise kann auch Handschrifterkennung benutzt werden. Auf der Rückseite des P990i befindet sich eine Zwei-Megapixel-Kamera mit Autofokus-Objektiv und Fotoflicht, die aufgenommene Schnappschüsse, Bilder und Video-Clips per MMS oder E-Mail-Anhang versenden kann. Speziell für Videotelefonate und Selbstportraits ist oberhalb des Displays eine weitere, zweite Kamera in das Gehäuse eingelassen. Für mobile Unterhaltung sorgen der Media-Player für verschiedene Audio- und Video-Formate und ein RDS-fähiger UKW-Empfänger. 80 MByte interner Speicher und ein Steckplatz für Memory Stick Pro Duo bieten Platz für Dokumente, Multimedia-Dateien und zusätzliche Programme. Ein 64 MByte fassender Memory Stick soll zum Lieferumfang gehören. Auf dem P990i setzt Sony Ericsson erstmalig das neue Symbian OS 9.1 mit überarbeiteter Bedienoberfläche und der Software-Plattform UIQ 3 ein. Für UIQ 3 ist eine neue Entwicklungsumgebung in Arbeit, die nach der Fertigstellung für registrierte Software-Entwickler auf den UIQ-Webseiten zum Download bereitgestellt wird. Zur Software-Ausstattung des P990i gehören E-Mail-Clients für alle wichtigen Push-Dienste einschließlich RIMs BlackBerry, ein Java-Interpreter und der Browser Opera 8, der auch Frames und Javascript unterstützt.

Neben den Organizer-Anwendungen stehen Betrachter für Word-, Excel-, PowerPoint- und PDF-Dateien zur Verfügung. Der Abgleich der Organizer-Daten mit einem PC kann über WLAN, die Schnittstellen IrDA und Bluetooth oder den USB-Port, der auch zum Aufladen des P990i geeignet ist, erfolgen.

## Programmführer Plug-In für Windows Media Center Edition und Windows Mobile



Lothar Kerestedjian, Geschäftsführer der High-Def Technology GmbH, und Bernd Zabel, Leiter des Ressorts Digitale Medien bei TV Digital, entwickeln gemeinsam einen elektronischen Programm-Guide für die Freunde von digitalen Entertainment Centern und Pocket PCs. High-Def steht dabei als technische Entwicklungsfirma für die Umsetzung digitaler Medien auf Mobile-, Portable und Home Entertainment Produkten. Die Redaktion von TV-Digital liefert die redaktionell aufgewerteten aktuellen Programminformationen, TV-Empfehlungen und die Benutzerführung. Zunächst werden gemeinsam zwei elektronische „TV-Digital“ Programm-Guide (EPG) Applikationen auf Microsoft Technology gemeinsam entwickelt. Die ersten Früchte ihrer Zusammenarbeit präsentierten die beiden Hamburger Unternehmen bereits auf der Internationalen Funkausstellung Anfang September in Berlin. High-Def Technology hat sich in den letzten zehn Jahren auf die Digitalisierung von Arbeits- und Wohnwelten spezialisiert. High-Def steht für ein Höchstmaß an Optik, Qualität und Funktionalität.

Seit Oktober diesen Jahres sind die High-Def-Produkte inklusive TV-Digital EPG im gut sortierten Fachhandel erhältlich. Geleitet wird die High-Def Technology GmbH, mit Sitz in der Hamburger Rothenbaumchaussee, von den Geschäftsführern Lothar Kerestedjian und Thorsten Meiners. Zu den neuesten Produkt-Highlights des Unternehmens zählt die High Def-BoxOne. Bei der BoxOne handelt es sich um mehr als die Verschmelzung von IT und Unterhaltungselektronik: Die Fähigkeiten der BoxOne, DVDs und CDs abzuspielen und zu erstellen, das Internet auf den Fernseher zu bringen, dort E-Mails zu bearbeiten und sich nebenbei eine Diashow anzusehen, online den Videorekorder zu programmieren und auf einer 200 GB-Festplatte DVDs, Videos und Musik kinderleicht zu archivieren, hat es in einer so eleganten Form noch nicht gegeben. Denn sicher ist: Der Weg in deutsche Wohnzimmer führt über das Auge. Der Formfaktor und ihr zeitloses Design harmonieren bestens mit gängiger Unterhaltungselektronik. Daß die BoxOne dabei als Hochleistungscomputer genutzt werden kann, versteht sich von selbst: Für Zuverlässigkeit sorgt die auf Windows XP basierende Software Media Center Edition 2005. Ausgesuchte Hardware-Komponenten wie das hauseigene entwickelte Intel Pentium Motherboard, das Heatpipesystem zur Wärmeabfuhr, das flüsterleise Laufwerk, eine gedämpft aufgehängte Festplatte und das lüfterlose Chassiskonzept sorgen für nahezu geräuschlos Betrieb und damit angenehme Wohnzimmer-Tauglichkeit.

## HDTV-Kanäle bei Premiere zunächst ohne Zusatzgebühren

Zur Markteinführung will der Münchener Abo-Sender Premiere seinen Abonnenten die drei neuen HD-Kanäle bis Mitte Januar 2006 ohne Zusatzkosten anbieten. Dies kündigt Premiere in der aktuellen Oktober/November-Ausgabe seines Magazins an. Um dieses Angebot überhaupt nutzen zu können, muß der Anwender natürlich über eine HDTV-taugliche A/V-Anlage verfügen – einschließlich Fernsehgerät beziehungsweise Projektor mit HD-ready-Siegel und Premiere-HD-tauglichem Receiver. Später soll es dann die drei Kanäle für hochauflösendes Fernsehen (HDTV) in Verbindung mit einem Premiere-Komplett-Abo über 24 Monate zu einem Preis von 12 statt der üblichen 14,90 Euro pro Monat geben.

## QUAD Musikwiedergabe

hat den Vertrieb für HEIL A.M.T.  
und ERGO Kopfhörer  
übernommen

**Fachhändler und Handelsvertreter  
bekommen die Informationen 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

## 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

## 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 Leistungsszenarien, 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

## 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



## Dem Zahnarzt beim Bohren zuschauen

Was die elektronische Industrie produzieren und der Handel den Consumern verkaufen wird, wenn hohe Marktsättigung bei Computern, Großbild-TVs, Home-Cinema-Systemen und Audioplayern die Umsätze schrumpfen läßt, konnten Besucher der japanischen Messe „Ceatec“ bei der Besichtigung diverser Prototypen von elektronischen Lebenshilfen erahnen. Noch in diesem Jahr wird in japanischen Videorecordern eine von Mitsubishi Electric entwickelte Wiedergabetechnik für aufgezeichnete Fußballspiele verfügbar sein: Anhand der während des Spielgeschehens herrschenden Geräuschkulisse selektiert eine Software-Routine die spannendsten Szenen des Spiels und reiht sie in einem wenige Minuten dauernden Zusammenschnitt nahtlos aneinander. Viel Interesse fand ein einem Plüschtier ähnelnder elektronischer Hase, der Sprachbefehle versteht, den Videorekorder für Aufnahmen programmieren und die Video-Sammlung verwalten kann. Dienstbereitschaft signalisiert das eifrige Tier durch Lidschlag, im Ruhezustand legt es die Ohren an. Golfspieler dürfen sich auf einen sensorbestückten Putter freuen. Auf einem seitlich ausgeklappten LCD-Bildschirm wird dem Spieler bei Probeschlägen angezeigt, ob er mit dieser Schlagtechnik den Ball ins Loch befördern würde. Die Berechnungen führt ein Minicomputer anhand der von Beschleunigungsmesser und Kreiselkompaß gelieferten Meßwerte durch. Schon in der Zukunft angekommen ist Masahiko Tsukamoto, 41jähriger Assistenzprofessor der Universität Osaka, der vor einem Auge ständig ein „Head Mounted Display“ und einen „Wearable Computer“ in der Tasche trägt. Masahiko bestückt die Instrumente seines Zahnarztes mit wireless Minikameras und sieht dann auf seinem „Head Mounted Display“ beim Bohren zu. Fragen des Zahnarztes beantwortet Masahiko auch bei offenem Mund mit Sprachgenerator, Lautsprecher und Auswahl der Antworten per Mini-Maus.

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 Geschäftsbedin-  
gungen 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



# DGH

GROSSHANDEL

# Ihr Schaufenster für mehr Umsatz!

Testen Sie jetzt unsere kostenlose Demoversion unter [www.produktberater.de](http://www.produktberater.de)!



Automatische Zubehörvorschläge

**Zeigen Sie 20.000 Artikel mehr – ohne Lagerrisiko!**



Detaillierte Produktbeschreibung

- Einzigartig in Deutschland – nur bei DGH erhältlich!
- Warenlieferung innerhalb 24 Stunden\*
- Automatische Zubehörvorschläge (mehr Umsatz und Ertrag für Sie)
- Angebotserstellung für Ihre Kunden
- Sie benötigen lediglich einen PC mit Internetzugang

**Weitere Informationen unter: 09 31 - 9 70 84 44**

\* Vorausgesetzt Sie sind im Nachtsprung der Deutschen Post AG erreichbar und die Ware ist verfügbar!

**SAMSUNG**

# Die innovativsten Monitore



SyncMaster 710N

17" (43,2 cm) a-siTFT/TN, Auflösung (native): 1280 x 1024 Pixel, Helligkeit: 300 cd/m<sup>2</sup>, Kontrastverhältnis: 600 : 1, Blickwinkel: H 160° / V 160°, Reaktionszeit: 12 ms, Signaleingang: 15 Pin D-Sub (analog)

HEK € 215,00



Extra schmaler Rahmen, MagicRotation-Software, uvm.

SyncMaster 940T

19" (48,3 cm) a-siTFT/PVA, Auflösung (native): 1280 x 1024 Pixel, Helligkeit: 250 cd/m<sup>2</sup>, Kontrastverhältnis: 1000 : 1, Blickwinkel: H 178° / V 178°, Fuß höhenverstellbar, Pivot-Funktion mit T&S, Signaleingang: 15 Pin D-Sub (analog), DVI-D (digital)

HEK € 365,00



Exklusives 20" TFT-Display mit S-Video und extra schmalen Rahmen inkl. MagicRotation-Software.

SyncMaster 204Ts

20,1" (50,8 cm) a-siTFT/PVA, Auflösung: 1600 x 1200 Pixel (4 : 3), Helligkeit: 250 cd/m<sup>2</sup>, Kontrastverhältnis: 700 : 1, Blickwinkel: H 170° / V 170°, Fuß höhenverstellbar, Pivot-Funktion mit T&S, Signaleingang: 15 Pin D-Sub (analog), DVI-D (digital), CVBS und S-Video

HEK € 569,00



**3** Jahre Herstellergarantie inkl. 3 Jahre Vor-Ort-Austauschservice



Weltweit erstes TFT-Display im 40 Zoll Format - ideal für Präsentationszwecke.



SyncMaster 403T

40 Zoll (101,6 cm) a-siTFT(MVA), Auflösung (native): 1920 x 1200 Pixel, Helligkeit: 450 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast (max.): 600 : 1, Betrachtungswinkel: H 170° / V 170°, Dual-Input: Analog (15 Pin D-Sub) und Digital (DVI-D, Besonderheiten: S-Video, PIP, PBP, RS232C, Support NTSC/PAL/SECAM, Pivot und Fernbedienung, schwarzes Gehäuse

HEK € 2.390,00 (Gehäuse - schwarz)

HEK € 2.490,00 (Gehäuse - silber)

## Die leichtesten Notebooks



R50 WVM 1730

Intel® Pentium® M Prozessor 740, 1,73 GHz, 512 MB PC2-4200 (2 x 256), 80 GB EIDE-Festplatte, DVD-Super-Multi Double Layer, 15,4" WXGA SuperBright Glare™ TFT, 128 MB Hypermemory ATI Mobility Radeon X300, WiFi, AV Station Now, 5 in 1-Kartenleser, Gehäuse aus Magnesium-Legierung, Windows XP Home

HEK € 982,00



Gewicht: nur 2.900 g

R50 WVM 1730 II

wie R50 WVM 1730, jedoch mit: 1024 MB Speicher PC2-4200 (2 x 512)

HEK € 1.064,00



R50 WVM 1730 III

wie R50 WVM 1730, jedoch mit: 1024 MB Speicher PC2-4200 (2 x 512), 128 MB DDR ATI Mobility Radeon X700

HEK € 1.228,00



R50 WVM 1860

wie R50 WVM 1730, jedoch mit: Intel® Pentium® M Prozessor 750, 1,86 GHz, 1024 MB Speicher PC2-4200 (2 x 512), 100 GB Festplatte, 128 MB DDR ATI Mobility Radeon X700

HEK € 1.391,00



Alle SAMSUNG Notebooks mit 2 Jahren Fast-Guard Euro Abholreparatur-Service, optional erweiterbar auf 3 Jahre.



DELO Computer GmbH

Lise-Meitner-Straße • 145659 Recklinghausen  
Tel. 0 23 61 / 60 99 - 599 • Fax 0 23 61 / 60 99 - 140  
E-Mail: vertrieb@delo.com • Internet: www.delo.com

## Die leisesten Drucker



Eleganter und platzsparender Laserdrucker mit professioneller Druckqualität.

ML-2010

A4 Laserdrucker (elektrofotografisch mit Halbleiterlaser), Druckformat: von 76 x 127 mm bis max. 216 x 356 mm, Druckgeschwindigkeit bis zu 20 Seiten pro Minute (A4), Auflösung 1200 x 600 dpi, 150 Blatt Mehrzweckpapierzufuhr, 1 Blatt manuelle Papierzufuhr, Schnittstellen: USB (Standard), optional: 10/100 Base TX oder 10/100 Base TX + IEEE 802.11b Wireless LAN automatische Schnittstellenerkennung, 2 Jahre Herstellergarantie inkl. Vor-Ort-Service

HEK € 96,00

Fotodrucker (Thermosublimation) - Fotografieren, bearbeiten und drucken, professioneller Fotodruck in nur 60 Sekunden!

Fotoausdruck schon ab 27,40 Cent

120 Blatt A6 Fotopapier

HEK € 22,50



SPP-2040

Fotodrucker A6 (Thermosublimation), Geschwindigkeit: bis zu 60 Sekunden (A6-Format), Speicherkapazität: 4 MB Flash / 32 MB DRAM, Auflösung: bis zu 300 x 300 dpi, Fotos via Bluetooth (optional) direkt vom Handy übertragen und ausdrucken, Schnittstellen: USB 1.1 (DSC- & Kamera-Handy-Anschluß) / USB 2.0 (PC-Anschluß), CompactFlash, SmartMedia, x-Picture Card, 7-in-1-Speicherkartenleser, ... Samsung Fotopapier - 40 und 120 Fotos (Auslieferung erfolgt mit einem Starter-Kit für 10 Fotos), 2 Jahre Herstellergarantie inkl. Bring-In-Service

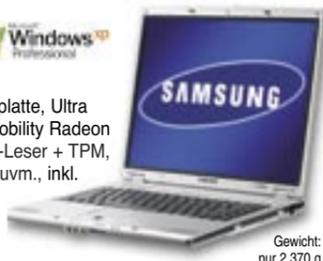
HEK € 131,00



X25 XVM 2000

Intel® Pentium® M Prozessor 760, 2 GHz, 1024 MB PC2-3200 (2 x 512), 80 GB EIDE-Festplatte, Ultra Slim DVD-Super-Multi, 15" SXGA, 128 MB ATI Mobility Radeon X600, WiFi, 100/1000 Mbit Ethernet, FingerPrint-Leser + TPM, Bluetooth, Gehäuse aus Magnesium-Legierung, uvm., inkl. Windows XP Professional

HEK € 2.199,00



Gewicht: nur 2.370 g

Alle HEK's sind freibleibend netto, Irrtum und Druckfehler vorbehalten (10-2005).

Original Verbrauchsmaterial auf Anfrage, bzw. im DELO Online-Shop!