

# POS-MAIL

November 2007

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

8. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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



## 5.1 in Eins.

Loewe präsentiert:  
Maßstäbe.

Der Loewe Individual Sound Projector erzeugt echten Raumklang mit nur einer einzigen Komponente. Durch Schallbündelung werden hier die Zimmerwände als Reflexionsfläche genutzt – für echten Cinema-Sound ohne Kompromisse. Mehr unter 0180 122 25 63 93 (3,9 Cent / Minute aus dem Festnetz der Telekom) oder unter [www.loewe.de](http://www.loewe.de).

Produktgestaltung: Loewe Design

**LOEWE.**

# Mobile Navigation



## Der ungebremsste Boom

**Obwohl mobile Navigationsgeräte in den vergangenen Jahren hinsichtlich ihrer Verkaufszahlen zu den Top-Produkten des High-Tech-Handels gehörten, ist ein Ende des Booms nicht abzusehen. Im Gegenteil: Inzwischen ist bereits eine Phase erreicht, in der die Nutzer ihre Erstgeräte durch Neuentwicklungen ersetzen.**

International lässt sich dieser Boom ebenfalls beobachten. So weist diese Produktkategorie auf europäischer Ebene ebenfalls seit Jahren dramatische Wachstumszahlen auf: Wurden 2005 europaweit noch rund 7,2 Millionen Geräte abgesetzt, so fand der Handel 2006 bereits für über zwölf Millionen Navis einen Käufer, und nach Schätzungen des Marktfor-

schungsunternehmens Canals.com aus Großbritannien werden Ende 2007 rund 18,8 Millionen Navigationsgeräte in Europa abgesetzt worden sein.

Und weltweit zeigt der Verkauf von Navis nach einer Pressemitteilung von Canals.com aus dem August allein für das zweite Quartal 2007 mit 7,4 Millionen verkauften Geräten eine Steigerung von 116 Pro-

**Dementsprechend optimistisch sind die Prognosen für dieses Produktsegment: Die Marktforscher gehen für dieses Jahr allein in Deutschland von rund 3,5 Millionen verkaufter Geräte aus – das ist gegenüber dem Vorjahr ein Plus von rund 50 Prozent. Und auch 2008 soll diese Zahl um weitere zirka 300.000 wachsen.**

zent gegenüber dem zweiten Quartal 2006 auf. Diese Zahlen und die Prognosen lassen ein extrem gutes Weihnachtsgeschäft mit diesen Produkten erwarten.

### Trends beim Naviverkauf

Beim Naviverkauf lassen sich drei Trends beobachten: Erstens nimmt die Zahl der Festeinbauten in gleichem Maße ab, wie die Zahl

der mobilen Navis zunimmt. Hier sollten sich die Autohersteller fragen, ob diese Entwicklung nicht auch eine konsequente Folge aus ihrer überzogenen Preispolitik ist. Natürlich fügt sich ein Festeinbau ab Werk oder Autohaus harmonischer ins Gesamtbild eines neuen Fahrzeugs ein, aber offensichtlich sinkt die Zahl der Kunden, die bereit sind, dieses Designplus

**Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!**

**16380 und 16382 KidzCam**

- schicke Digitalkameras für Kinder
- austauschbare Kamerafrontplatten für individuellen Look
- umfangreiche, für Kinder geeignete Software

**Sakar Germany GmbH**  
Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany  
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: [info@sakar-germany.de](mailto:info@sakar-germany.de)  
[www.sakar-germany.de](http://www.sakar-germany.de)

**VIERA**

**DIGA**

**DAEWOO ELECTRONICS**

**LCD-TV DLP-37C3**  
[www.daewoo-electronics.com](http://www.daewoo-electronics.com)

DESIGN PLUS  
PURE & SMART  
Design

# Neuer Spieler

Seit dem 1. Oktober gibt es, so die Selbsteinschätzung des Betreibers, den „ersten Elektronik-Online-Fachmarkt, der die Vorteile eines stationären Fachgeschäftes mit denen eines Online-Anbieters verbindet“: myby bzw. www.myby.de. Dahinter steht die Düsseldorfer myby GmbH & Co. KG, ein Joint-venture der Arcandor AG (früher Karstadt Quelle), die 75 Prozent, und die Axel Springer AG, die 25 Prozent der Anteile hält.



myby hat ehrgeizige Ziele: Dazu gehören nicht nur ein 24-Stunden-Lieferservice, sondern auch kompetente Online-Beratung und zuverlässiger Kundenservice. Und bei alledem möchte das von Daniel Boldin geführte Unternehmen auch noch preiswerter sein als stationäre Fachmärkte.

Ein neuer Preiskrieg – und das auch noch zur Weihnachtssaison – ist so ziemlich das Letzte, was unsere Branche gebrauchen kann. Dennoch muss man den myby-Verantwortlichen konzedieren, dass der Start des „Online-Fachmarktes“ nicht nur von den unvermeidlichen Eröffnungsangeboten geprägt ist. Die Internetseite ist übersichtlich und die Online-Kaufberatung technisch elegant, zur Zeit allerdings auf die Bereiche Waschmaschinen, Navigationssysteme, Drucker und Fernsehgeräte beschränkt. Es gibt eine Kompaktberatung für Kunden, die wenig wissen und nur ihre wichtigsten Kriterien eingeben können, und eine Profi-Beratung, wo man auch nach bestimmten Ausstattungsmerkmalen und Technologien fragen kann. Die Produktvorschläge kommen schnell; es werden Alternativen angeboten und dabei die Unterscheidungsmerkmale benannt. Zudem wird in den Produktbeschreibungen hervorgehoben, bei welchen Merkmalen der Vorschlag nicht exakt den Suchkriterien entspricht.

Das Sortiment ist noch ausbaufähig: Bei Digitalkameras gibt es zur Zeit nur vier Marken (von den großen fehlen zum Beispiel Casio, Panasonic und Sony). Auch bei den Fernsehgeräten ist Sony – ebenso wie Samsung – nicht dabei.

Wie sich die Sache weiterentwickelt, bleibt abzuwarten. Bis Mitte 2008 will myby mehr als 30.000 Artikel mit detaillierten Produktbeschreibungen und besonderen Kaufempfehlungen anbieten. Das ist eine technische und logistische Herausforderung.

Eines ist jetzt schon festzuhalten: Offensichtlich sind die myby-Verantwortlichen der Ansicht, dass auch im Internet ohne Beratung nichts geht. Auf diesem Spielfeld sollte es dem Fachhandel trotz der raffinierten Internet-Technik gelingen, Paroli zu bieten.

Herzlichst

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

durch Preise zu bezahlen, die oftmals ein Vielfaches dessen betragen, was frei erhältliche Systeme kosten – zumal diese in der Regel wesentlich aktueller sind als Festeinbauten. Und auch den Komfort-Vorteil haben Festeinbauten schon längst verloren; aber dazu später.

Besonders beliebt bei mobilen Navigationsgeräten sind jene Varianten, die man mit einem Handgriff aus ihren Halterungen entfernen und mitnehmen kann. Die Vorzüge dieser Geräte liegen auf der Hand: Sie leisten auch außerhalb des Fahrzeugs willkommene Dienste – etwa auf einer Fahrrad-Tour oder einer Wanderung. Und auch als Stadtplan lassen sich viele dieser mobilen Helfer nutzen, obwohl die Routenführung in der Regel auf Straßen abgestimmt ist, die mit einem motorisierten Fahrzeug befahren werden können. Wer aber zu Fuß unterwegs und kreativ genug ist zu erkennen, dass ihn neben der errechneten Route zum Beispiel auch eine Fußgängerbrücke über eine Schnellstraße oder Eisenbahntrasse dem Ziel näher bringt oder er eine Einbahnstraße entgegen der Fahrtrichtung nutzen kann, der findet in den mobilen Geräten ebenfalls Unterstützung.

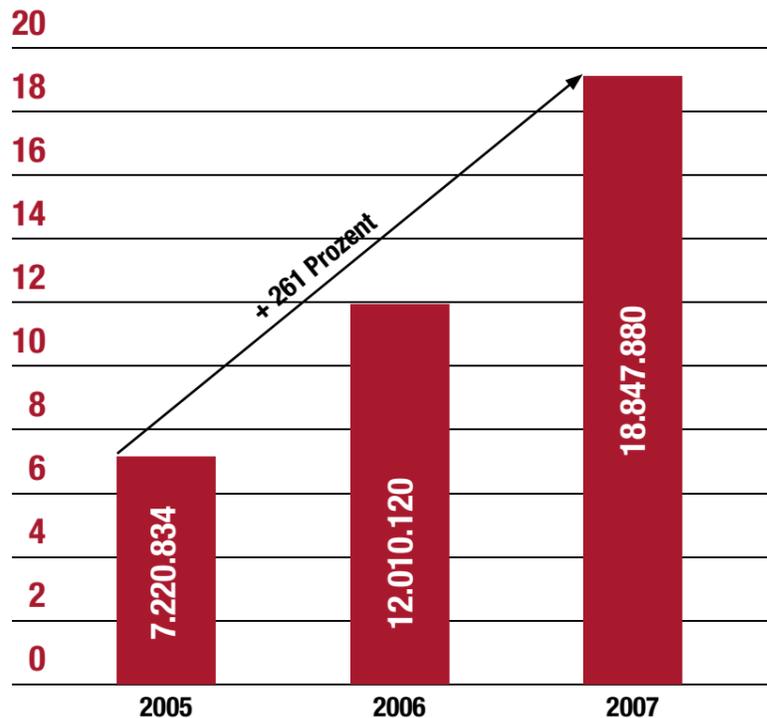
Trend zwei ist die dramatische Veränderung des Preis-/Leistungsverhältnisses: Während sich der Endkunde freuen kann, dass er mit den Geräten immer mehr Ausstattung und Funktionen bekommt, klingeln die Kassen beim Handel immer leiser. Soll heißen: Geräte mit identischer Ausstattung sind heute deutlich preiswerter zu bekommen als vor einem



Das ViaMichelin Modell X-960 ist eines der Geräte, die sich per Software-Update auf den neuesten Stand bringen lassen.

Jahr. Oder andersherum: Der Kunde, der bereit ist, heute den gleichen Preis für ein Navigationsgerät auszugeben wie vor einem Jahr, erhält dafür ein viel besser ausgestattetes Gerät.

Trend drei: Viele Navis, insbesondere preiswerte Varianten, verkaufen sich inzwischen auch in Vertriebskanälen, in denen man sie noch vor kurzem nicht erwartet hat. Ob dies der Kaffeeröster, der Lebensmitteldiscounter oder der Fotohändler an der Ecke ist, Navis sind für viele Kunden zu einem Spontankauf-Artikel gewor-



Das geschätzte Marktvolumen für mobile Navigationsgeräte beträgt in diesem Jahr laut Canalsys.com rund 18,85 Millionen. Diese Zahl wäre mehr als 2,5mal so groß wie die Zahl des Jahres 2005.

den. Aber auch hier gilt: Je üppiger die Ausstattung und Funktionen, desto eher lässt sich das Produkt im qualifizierten Fachhandel als von der Palette verkaufen. Auch die Hersteller haben erkannt, dass ihre Fachhandelspartner Verkaufsargumente brauchen, um sich gegenüber dem branchenfremden Wettbewerber abzugrenzen. Hier heißt die Lösung vielfach „Software-Update“. So garantiert beispielsweise Via

Michelin nicht nur, dass seine Navigationsgeräte stets mit dem neuesten Kartenmaterial ausgeliefert werden, sondern auch, dass „ältere“ Modelle per Software-Update problemlos auf den jeweils neuesten Stand gebracht werden können. Die Auffrischung erfolgt dabei in der Regel über eine DVD, die es im Fachhandel gibt, oder über einen Coupon, den der Kunde ebenfalls bei seinem Fachhändler bekommen kann.

## In Navigationsgeräten sind immer wieder neue Funktionen zu finden

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass gerade im Fachhandel die Geräte nachgefragt werden, die sich durch immer neue Funktionen auszeichnen, während in den alternativen Billigkanälen eher Auslaufmodelle oder Geräte mit einer nicht mehr aktuellen Software angeboten werden.

So lehren die jüngsten Modelle längst nicht mehr nur die errechnete Route herunter, garniert von schlichter Grafik auf winziger Bildfläche. Die Top-Geräte zeigen die Route anschaulich auf großen, hellen 4:3- oder sogar 16:9-Monitoren.

Selbst komplizierteste Kreuzungen stellen sie realistisch dar. Der Wiedererkennungswert hilft dem Fahrer ungemein, sich zurechtzufinden. 3D-Darstellungen, die städtische Landschaften und Gebäude realitätsnah abbilden, tragen ebenfalls zur sicheren Orientierung bei. Auch Sehenswürdigkeiten, öffentliche Gebäude oder Restaurants, die sogenannten Points of Interest (POIs) erscheinen auf Wunsch auf der Bildfläche. Willkommene Informationen nicht nur für Urlaubsreisende, vor allem dann, wenn

diese Infos, wie beispielsweise beim Merian Navigator, zusätzlich redaktionell bearbeitet werden und ein gedruckter Reiseführer so nahezu überflüssig wird.

Darüber hinaus zeigen Fahrspur-Assistenten schon frühzeitig, wie sich das Fahrzeug am besten einordnet, um stets im gleichmäßigen Verkehrsfluss zu bleiben. Andere hilfreiche Funktionen blenden Geschwindigkeitsbeschränkungen ein und erinnern den Fahrer daran, rechtzeitig den Fuß vom Gas zu nehmen. Wer mag, kann sich auch die Verkehrsschilder, die am Straßenrand stehen, ins Display einblenden lassen, um den Überblick über Ver- und Gebote zu wahren.

Und damit die elektronischen Lotsen ihre Schützlinge selbst um Staus herum dirigieren können, haben sie immer öfter eingebaute Empfangsteile für den Verkehrsdatenfunk TMC („Traffic message Channel“) an Bord. Auf diesem Weg empfangen sie aktuelle Verkehrsbeschreibungen und können so Alternativrouten errechnen.

Weiteres und recht junges Ausstattungsmerkmal ist „Premium-GPS“ für eine sekundenschnelle Standortbestimmung des Fahrzeugs auch unter schwierigen Bedingungen. Ermöglicht wird

dies durch die aktuellen Satellitenpositionen, die bei kompatiblen Geräten täglich für die kommenden sieben Tage aus dem Internet heruntergeladen und auf das Navi übertragen werden können oder sogar automatisch aufgespielt werden.

Selbst elektronische Fahrtenbücher gehören heute schon zur Ausstattung von Navigationsgeräten. Mit einem einzigen Handgriff legt der Fahrer fest, ob er dienstlich oder privat unterwegs ist. Den Rest erledigt die Elektronik in Zusammenarbeit mit passender Software – bis zum automatischen Einbau der protokollierten Daten in die Steuererklärung.

Einige Neuheiten funktionieren sogar als Freisprech-Einrichtung. Eingebauter Bluetooth-Funk hält dazu stets Kontakt zum Handy und bindet es so in die Funktionen des Navigationsgeräts ein. Manche Navi-Modelle dienen sogar als musikalische Unterhalter: Ihre Datenspeicher sind dann groß genug, um neben dem digitalisierten Kartenmaterial auch gleich noch die MP3-Musiksammlung mit auf die Reise zu nehmen.

Im folgenden zeigen wir einen Ausschnitt dessen, was derzeit an Navis auf dem Markt ist.



### Garmin pink nüvi

Garmin hat mit dem neuen pink nüvi ein schickes, pink glänzendes Navigationsgerät im handtaschenfreundlichen Design vorgestellt, das vor allem Frauen ansprechen soll. Damit das Gerät keinen Schaden nimmt, ist ein farblich abgestimmtes Lederetui im Lieferumfang enthalten. Das pink nüvi kommt als Special-Edition der beliebten und mehrfach ausgezeichneten nüvi 200er-Serie ab November in zwei Versionen auf den Markt. Für Trips in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Tschechien steht das pink nüvi 200 bereit. Für Reisen oder Geschäftstermine in ganz Europa empfiehlt sich das pink nüvi 250 mit vorinstalliertem Kartenmaterial von 33 Ländern West- und Osteuropas. Beide Versionen haben einen hellen, visitenkartengroßen 3,5-Zoll-Farbbildschirm. Zu den Merkmalen der nüvi 200er-Serie zählen neben den vielfältigen und besonders einfach zu bedienenden Navigationsfunktionen die kompakte Bauweise sowie die vorinstallierten Sonderziele. Ergänzt wird die Ausstattung durch Extras wie Taschenrechner und Währungsrechner – Funktionen, die bei jeder Reise nützlich sind. Unverbindliche Preisempfehlungen: pink nüvi 200/250: 199/249 Euro.



### Garmin nüvi 700er-Serie

Die neue nüvi 700er-Premium-Reihe von Garmin vereint in eleganter Weise mobile Navigationstechnologie mit verbesserten Benutzerschnittstellen für eine intuitive und einfache Bedienung. Das nüvi 700 ist außerordentlich einfach zu bedienen und zeichnet sich durch hochentwickelte und innovative Funktionen aus. Das attraktive Design und eine integrierte Antenne lassen das Gerät kompakt und elegant aussehen. Alle Geräte der nüvi 700er-Serie geben dank TMC (Traffic Message Channel) Verkehrswarnungen aus. Dank moderner Routenplanungsfunktionen können Fahrer bis zu 200 Ziele auf einer Route eingeben. Eine technologische Premiere ist ein Routenprotokoll, das bis zu 10.000 Positionseinträge erlaubt. Diese Track-Logs dienen einer exakten Rückverfolgung der Fahrten. Alle nüvi 700er-Geräte von Garmin besitzen einen integrierten FM-Sender, der die drahtlose Übertragung von Richtungsanweisungen, Telefonanrufen oder MP3-Musik an die Stereoanlage des Fahrzeugs ermöglicht. Eine Bluetooth-Anbindung für das Freisprechen in Verbindung mit kompatiblen Telefonen ist in den Modellen Garmin nüvi 710, 760 und 770 verfügbar. Auch die 700-Serie ist mit einem hellen, im Sonnenlicht gut ablesbaren 4,3-Zoll Touchscreen-Display ausgestattet.

### Delphi liefert moderne Konzepte für die GPS-Navigation und den Fernsehempfang

Delphi bietet ein weltweit ausgerichtetes Portfolio an Navigationssystemen aller Preisklassen an und stellt Geräte für den nordamerikanischen, europäischen und asiatischen Markt her, die flexibel den lokalen Gegebenheiten angepasst werden können. Ein Beispiel für die Strategie von Delphi, leistungsstarke Navigationssysteme zu einem interessanten Preis-/Leistungsverhältnis bereitzustellen, ist die SD-kartenbasierte Navigation. Ähnlich wie bei anderen kostengünstigen portablen Navigationssystemen kommt auch hier eine SD-Karte zum Einsatz, mit der Karten auf kostengünstigen Flashspeichern bereitgestellt werden. Die Karten-Rohdaten sind verlustfrei hochkomprimiert.

In Zusammenarbeit mit dem europäischen Softwareunternehmen Elektrobit kombiniert Delphi hervorragende Navigationsalgorithmen mit dem erstklassigen Delphi Empfänger. Die Routenberechnungsalgorithmen von Elektrobit wurden in einer OEM-Benchmarkstudie als die besten ihrer Klasse ausgewiesen und werden in mobilen Navigationsprodukten auf dem europäischen Nachrüstmarkt bereits mit großem Erfolg eingesetzt.

Das Delphi System bietet ein Farbdisplay für die optisch und akustisch geführte Farbkartennavigation. Ergänzend zu den Entertainment-Funktionen und der Verknüpfung zwischen OE-Umgebung und Unterhaltungselektronik kann der SD-Kartensteckplatz auch für andere Medien (Musik, Podcast usw.) genutzt werden. Ein zusätzlicher USB-Anschluss bietet darüber hinaus noch weitere Anschlussmöglichkeiten für die Medienwiedergabe. Die zuletzt von BMW für die Modelle der Mittel- und Oberklasse ausgewählte Plattform für den Empfang von mobilem Fernsehen von Delphi Fuba erfüllt mit einer hervorragenden Bildqualität und exzellentem Stereosound die Wünsche anspruchsvoller Fahrzeugbesitzer. Das Empfangssystem nutzt mehrere Scheiben- oder Karosserieantennen, eingebaute Verstärker und die ScanDiv-Antennen-Diversity, um TV-Empfang in Fahrzeugen zu ermöglichen. Delphis patentierte ScanDiv-Technik wählt automatisch das beste Audio- und Videosignal von vier Antennen aus, um den Insassen TV-Qualität wie zu Hause zu bieten.

Die einzigartige Plattform für den Empfang von mobilem Fernsehen von Delphi Fuba kann weltweit für praktisch alle Fernsehstandards angepasst werden. Die Plattform ist kompatibel mit den analogen Standards NTSC, PAL und SECAM sowie digitalem DVB-T und ISDB-T. Wenn das digitale Signal beeinträchtigt ist, wird der Empfang automatisch auf das analoge Signal umgeschaltet.



## Trendthema mobile Navigation • Trendthema mobile Navigation



### TomTom GO 920 T

Bei TomTom ersetzt das Modell GO 920 T den TomTom GO 910. Neben einer aktualisierten Navigationssoftware bietet das Gerät auch zahlreiche Extras. Hier ein Auszug der Ausstattungsmerkmale:

- Ein 4,3-Zoll-Touchscreen stellt die hochwertige Grafik und die intuitive Benutzeroberfläche dar; Grundflächen von Gebäuden geben einen besseren Überblick über die Umgebung;
- Die TomTom Map Share Technologie ermöglicht es Nutzern, eigene Karten zu korrigieren, diese Korrekturen mit anderen zu teilen und von den Änderungen anderer zu profitieren;
- TMCpro gibt dem Nutzer Zugang zu Verkehrsinformationen in Echtzeit;
- Spracherkennung: Der Nutzer hat die Möglichkeit, Navigationsanweisungen mit seiner Stimme zu geben;
- Freisprechen in hoher Klangqualität über die Stereoanlage des Autos;
- umfassende Sicherheitsfeatures verschaffen Kontakt zu Notfall-Services;
- aktuelle Verkehrsinformationen werden über den TMCpro Verkehrsinfo-Empfänger empfangen;
- klare Sprachanweisungen und die Sprachausgabe-Funktion geben Straßennamen, Plätze, Verkehrswarnungen und SMS-Nachrichten über die Stereoanlage des Autos oder den integrierten Lautsprecher aus.



### TomTom One 3rd Edition

TomTom hat den TomTom One 3rd Edition ins Programm genommen. Das Navigationssystem ist bedienungsfreundlich und ermöglicht eine qualitativ hochwertige Navigation zu einem Preis von 199 Euro für die Version für Deutschland, Österreich und die Schweiz und 249 Euro für die Westeuropa-Variante. Der neue TomTom One 3rd Edition zeichnet sich durch einfache Bedienung, mobile Handhabung, einen brillanten Touchscreen und die preisgekrönte, neueste TomTom Software aus. Ebenso wie bei der kürzlich eingeführten, neuen TomTom GO Produktfamilie können die Nutzer auch bei dem neuen TomTom One 3rd Edition ihre Karten mit TomTom Map Share aktualisieren. TomTom Map Share ermöglicht, die eigenen Karten zu korrigieren und von den Kartenaktualisierungen anderer Nutzer der TomTom-Community zu profitieren, und zwar täglich, automatisch über TomTom Home – die kostenlose Synchronisationssoftware von TomTom. Die neuesten Karten sind auf dem Gerät vorinstalliert. Für den Fall, dass bei der Erstbenutzung nach dem Kauf eine aktuellere Kartenversion verfügbar ist, bietet TomTom ein kostenloses Update zum Herunterladen innerhalb von 230 Tagen nach Aktivierung an.

### POS-MAIL INHALT

Panasonic Volks-Plasma ... 8



Flachdisplays: Markttrends ... 9

Home Entertainment Neuheiten von Philips ... 10

Sony lässt die Hasen laufen – der neue Bravia Spot ... 12



Samsung mit neuen Camcordern ... 13

Bose: Klangqualität, Bedienungskomfort und noch mehr Musik ... 14



Olympus stellt die E-3 vor ... 15

Panasonic Engagement in Sachen Umwelt ... 16

Sharp mit breitem Marketing-Konzept für Aquos LCD-TVs ... 18



Samsungs flexible MP3-Player ... 19

The Phone House kooperiert mit der Ringfoto-Gruppe ... 31

Siemens: Gigaset-Produkte leisten Beitrag zum Umweltschutz ... 33



Games ... 36

TK-Nachrichten ... 32

TK-Neuheiten ... 34

Neuheiten ... 17, 22

Aktuell ... 6, 8, 16, 22, 35

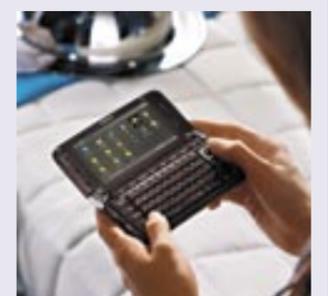
Kleinanzeigen ... 38

Impressum ... 38

Special: Großes Potential bei Lösungen für Mobile E-Mail und Mobile Office ... 23

T-Mobile: Das Büro in der Tasche ... 24

Alle Nokia Businessgeräte unterstützen auch Push-E-Mail ... 26



Freetnet Partner Kerski: Erfolg dank guter Beratung ... 28

Sony Ericsson P1 – für jede Gelegenheit ... 29



Highspeed-Datenversand mit dem Samsung SGH-i620 ... 30



### Sony NV-U52D/NV-U72T

Die „All-in-One“-Geräte NV-U72T und NV-U52D von Sony zeichnen sich durch ein klappbares Befestigungssystem, einen 3,5-Zoll-Touchscreen mit „Personalisierter Symbol-Steuerung“ (PSS) und vielen weiteren Ausstattungsmerkmalen aus. Die einfache Bedienung und das hochwertige Display sind weitere Kennzeichen dieser mobilen Navigationssysteme. Für einfache Navigation und hohe Sicherheit am Steuer sorgen in beiden Modellen die dynamische Routenführung und die „Personalisierte Symbol-Steuerung“. Der Fahrer kann damit für häufig gewählte Ziele wie „Zuhause“, „Parkplatz“ oder „nächste Tankstelle“ voreingestellte Symbole auswählen. Dazu muss er lediglich mit dem Finger eine einfache Linie oder Form auf dem Bildschirm zeichnen. Aktiviert er später eines der Symbole, leitet ihn das Gerät einfach und zielgenau an die gewünschte Position. Die „faltbare“ Halterung der neuen Navigationsgeräte lässt sich in das Gehäuse einklappen. Als „All-in-One“-Modelle passen sie damit in fast jede Handtasche und lassen sich komfortabel transportieren. Der kontrastreiche 3,5-Zoll-Touchscreen ist aus unterschiedlichen Blickwinkeln lesbar. Das TFT-Display ist nicht nur entspiegelt, sondern auch mit einer Anti-Fingerabdruck-Beschichtung versehen.



### Falk P320

Falk Marco Polo Interactive bringt Mitte November unter der Bezeichnung Falk P320 ein neues Navigationssystem der Premium-Klasse auf den Markt. Die Besonderheit der Falk P-Serie ist die Möglichkeit, die Geräte über ein als Zubehör erhältliches Einbausystem an der Mittelkonsole des Autos stabil zu befestigen. Mit diesem innovativen Einbaukonzept vereint das Gerät die Vorteile einer modernen mobilen Navigation mit denen eines Festeinbaus. Das Falk P320 bietet einen integrierten TMCpro-Empfänger für Stauwarnungen, Premium-GPS für einen verbesserten Satellitenempfang, einen Höchstgeschwindigkeitswarner sowie einen Fahrspurassistenten. Ein neues Schnellzugriffsmenü, die Ansage der Namen der Straßen beim Abbiegen und eine automatische Tag/Nacht-Umschaltung machen die Bedienung komfortabel. Das Gerät wird mit der Software Falk Navigator 6 mit City Guide ausgeliefert. Sie ist die Weiterentwicklung des Falk Navigator 5 und hat in der P-Serie viele zusätzliche Funktionalitäten. Der Falk P320 bietet die kompletten Kartendaten für 37 Länder West- und Osteuropas. Kartenmaterial für Nordamerika ist optional verfügbar. UVP: 349,95 Euro.



### Falk N240L Europe

Das Falk N240L Europe bietet nicht nur ein Maximum an Fahrsicherheit, sondern auch viele technische Extras. Dazu gehören der besonders große 4,3-Zoll-Bildschirm und die umfassende Steuerungsmöglichkeit über die Sprache. Das Gerät soll die Sprache dabei ausgesprochen zuverlässig erkennen. Weiterhin bietet der N240L Europe neben TMCpro einen Fahrspurassistenten, ein neues Schnellzugriffsmenü sowie deutlich erweiterte Bluetooth-Funktionen wie beispielsweise das Anzeigen von SMS aus dem Handy. Ebenfalls neu sind der Höchstgeschwindigkeitswarner, Text-to-speech und eine automatische Tag-/Nacht-Umschaltung. Die spektakulärste Neuerung des N240L Europe ist die Sprachsteuerung. Damit wird es möglich, die wichtigsten Funktionen nur mit der Stimme aufzurufen. Der N240L Europe erkennt und verarbeitet gesprochene Orts- und Straßennamen bei der Zieleingabe und Steuerbefehle für das Menü. So lassen sich die Funktionen in den Menüs Zieleingabe, Letzte Ziele, Favoriten und Umkreissuche nach Sonderzielen mit der Stimme aufrufen. Die Spracherkennung arbeitet sehr zuverlässig und toleriert auch eine undeutliche oder variierte Aussprache. Der Falk N240L Europe steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Unverbindliche Preisempfehlung: 399,95 Euro.

### Üppig ausgestattetes Pioneer Navi AVIC-S2

Mit dem AVIC-S2 hat Pioneer eines der weltweit am besten ausgestatteten portablen Navigationssysteme im Sortiment. Neben hochpräziser Routenführung bietet das Gerät auch eine vollwertige Bluetooth-Freisprecheinrichtung. Die Bedienung ist dank Touchscreen und Scrollrad sehr komfortabel, das Kartenmaterial von 30 Ländern ist auf der mitgelieferten 1 GB großen SD-Karte vorinstalliert. Erweiterte Entertainment-Funktionen liefern der integrierte MP3-Player und ein JPG-Viewer. Im Vergleich zum Vorgängermodell AVIC-S1 wurden die Funktionen des AVIC-S2 deutlich erweitert: Neben einer optimierten Routenführung mit verbesserter Darstellung bei Kreuzungen und Abbiegevorgängen ist die Sprachführung jetzt präziser. Das Kartenmaterial wurde auf den allerneuesten Stand gebracht und umfasst jetzt 30 Länder, darunter auch die Türkei, Kroatien und Rumänien. Darüber hinaus hat Pioneer das Design behutsam modernisiert, so dass auch das AVIC-S2 mit seinem 3,5 Zoll (8,9 cm) großen Display und der innenliegenden GPS-Antenne ein Blickfang in jedem Pkw ist.



Ganz neu sind die erweiterten Entertainment-Funktionen für unterwegs: So bietet das AVIC-S2 erstmals einen MP3-Player und einen JPG-Viewer. Das portable Gerät beherrscht alle wichtigen Navigationsfunktionen wie Adress- und POI-Suche oder die Bestimmung von Zwischenstationen. Bei Nutzung des nachrüstbaren TMC-Kits ND-TMC2 ist auch die Verarbeitung von Verkehrsinformationen über einen TMC-Tuner möglich. Im Zusammenspiel mit Bluetooth-Handys wird das AVIC-S2 zur vollwertigen Freisprecheinrichtung. Vom Vorgängermodell übernommen wurde das einfache Bedienkonzept des Systems: Alle Funktionen sind komfortabel steuerbar – per Touchscreen, über nur zwei Hardware-Tasten und ein Scrollrad, mit dem Nutzer schnell durch Listen blättern oder die Lautstärke der Sprachausgabe regeln können. Auch die Bildschirmansicht lässt sich beliebig an persönliche Vorlieben anpassen, zum Beispiel mit einer 3D-Anzeige oder der straßenabhängigen automatischen Skalierung. Der größte Vorteil des AVIC-S2 im Vergleich zu fest eingebauten Systemen: Die portable Pioneer-Navigationslösung kann dank eines besonders leistungsstarken Lithium-Ionen-Akkus problemlos in verschiedenen Fahrzeugen, auf Motorrädern oder sogar Fahrrädern zur Zielführung benutzt werden. Das Gerät ist mit seinen Abmessungen von 107 x 90 mm nicht nur besonders kompakt, sondern auch nur 22 mm flach, so dass es bequem in jeder Jackentasche Platz findet.

## Trendthema mobile Navigation • Trendthema mobile Navigation

### Panasonic Strada Navigationssysteme gibt es jetzt auch in Europa

Nachdem Panasonic mit seinen ersten mobilen Navigationssystemen Strada CN-GP50N und CN-GP50TC große Verkaufserfolge in Japan und Nordamerika erzielt hat, führte das Unternehmen die Strada Geräte auch in Europa ein. Strada markiert die Spitze des In-Car-Entertainments und vereint die Qualitäten von Panasonics Audio- und Videotechnologie mit GPS-Navigation. Das CN-GP50N bietet einen sehr großen Touchscreen-Bildschirm mit einer intuitiven grafischen Benutzeroberfläche und einer Diagonalen von 12,7 Zentimetern (5 Zoll) im Breitbildformat. Hierauf werden alle Informationen groß und deutlich dargestellt, und alle für die Fahrt notwendigen Informationen können mit einem kurzen Blick auf den Bildschirm erfasst werden. Hohe Fahrsicherheit und Komfort garantiert die Spracheingabe des Fahrziels. Damit kann der Fahrer einen Ort eingeben, ohne die Hände vom Lenkrad zu nehmen. Die Fahrsicherheit wird so nicht beeinträchtigt.



Ausgeliefert wird das Strada CN-GP50N mit aktuellem Kartenmaterial von 37 europäischen Ländern. Damit erlaubt es eine Haus-zu-Haus-Navigation in fast ganz Europa. Stehen neue Kartendaten bereit, können diese über eine SD-Karte oder den USB-Anschluss überspielt werden. Während der Fahrt bietet das System hohen Komfort beispielsweise durch eine 3D-Darstellung, die sogar bekannte und berühmte Bauwerke und Wahrzeichen als Icon anzeigt. Falls das GPS-Signal beispielsweise durch hohe Gebäude oder Berge gestört oder unterbrochen wird, berechnet der GPS-Assist anhand vorliegender Informationen über die gefahrene Strecke den aktuellen Standort. Eine Geschwindigkeitsanzeige warnt den Fahrer optisch und akustisch bei einer Überschreitung. Klare und deutliche Ansagen in Verbindung mit großen, übersichtlichen und farbig gekennzeichneten Anzeigen informieren frühzeitig über eine bevorstehende Richtungsänderung. In Verbindung mit dem optional erhältlichen TMC-Verkehrsinformations-Empfänger

zeigt das CN-GP50N Verkehrsstaus und Verkehrsbehinderungen an und berechnet auf Wunsch eine alternative Route. Beim ansonsten baugleichen CN-GP50TC befindet sich das TMC-Modul im Lieferumfang. Das CN-GP50N ist nicht nur ein gutes Hilfsmittel, um komfortabel und schnell von A nach B zu kommen. Höchste Sicherheit während der Fahrt garantiert darüber hinaus das integrierte Bluetooth-Modul. Damit wird das CN-GP50N zu einer vollwertigen und einfach zu installierenden Freisprecheinrichtung – das kompatible Mobiltelefon kann während der Fahrt in Jacke oder Tasche verbleiben. Das komplette Telefonbuch des Handys kann ebenfalls per Bluetooth übertragen werden, eine Direktwahl aus der POI-Datenbank bietet hohen Komfort beispielsweise bei einer Restaurant- oder Hotelreservierung. Die Multimedia-Fähigkeit stellt das CN-GP50N mit seinem integrierten Bildbetrachter unter Beweis. Fotos, die im JPG- oder BMP-Format auf einer SD-Karte gespeichert sind, können direkt auf dem großen Display angeschaut werden. Die Panasonic Strada Mobile Navigationssysteme sind ab sofort für eine unverbindliche Preisempfehlung von 399 Euro für das CN-GP50N und 449 Euro für das CN-GP50TC inklusive Mehrwertsteuer erhältlich.



Für den Point of Sale stellt Panasonic verschiedene Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für die Strada Systeme zur Verfügung.

integrierte Bluetooth-Modul. Damit wird das CN-GP50N zu einer vollwertigen und einfach zu installierenden Freisprecheinrichtung – das kompatible Mobiltelefon kann während der Fahrt in Jacke oder Tasche verbleiben. Das komplette Telefonbuch des Handys kann ebenfalls per Bluetooth übertragen werden, eine Direktwahl aus der POI-Datenbank bietet hohen Komfort beispielsweise bei einer Restaurant- oder Hotelreservierung. Die Multimedia-Fähigkeit stellt das CN-GP50N mit seinem integrierten Bildbetrachter unter Beweis. Fotos, die im JPG- oder BMP-Format auf einer SD-Karte gespeichert sind, können direkt auf dem großen Display angeschaut werden. Die Panasonic Strada Mobile Navigationssysteme sind ab sofort für eine unverbindliche Preisempfehlung von 399 Euro für das CN-GP50N und 449 Euro für das CN-GP50TC inklusive Mehrwertsteuer erhältlich.



### Becker Traffic Assist 7928

Mit dem Traffic Assist 7928 hat Becker ein mobiles Navigationsgerät mit 4,8 Zoll LCD-Touchscreen vorgestellt, das neben ausgezeichneten Multimedia-Qualitäten auch mit dem Bluetooth-Handsfree-Profil 1.5 ausgestattet ist. Der Arbeitsspeicher wurde gegenüber den Vorgängermodellen von 64 MB auf 128 MB verdoppelt. Außerdem können Audioquellen wie MP3 und Sprachausgabe drahtlos über den integrierten FM-Transmitter auf die fahrzeuginterne Stereoanlage übertragen werden. Hinter der hochglänzenden, schwarzen Front verbergen sich rot ausgeleuchtet Sensoren, die bei leichter Berührung schnell zu den Hauptfunktionen führen. Bereits bei der Navigation zeigt das Becker Traffic Assist 7928 zahlreiche Neuerungen. So werden mit „Reality-View“ fast 4.000 Richtungsanzeigen auf europäischen Autobahnen wirklichkeitsnah dargestellt. Der Spurassistent zeigt dem Autofahrer vorab den Straßenverlauf zuverlässig an und bietet Hilfestellung bei Abbiegevorgängen. Als nützliche Beigabe erweist sich die Funktion POIs entlang der Route. Für die Navigation stellt das Becker Traffic Assist 7928 aktuelle, hochauflösende Straßenkarten für 37 europäische Länder auf einer 2 Gigabyte SD-Karte bereit. Das 16:9 Widescreen-Format bildet die Kartenausschnitte groß und kontrastreich ab.



### TravelPilot Lucca 3.5 Edition

Besonders trendy, individuell gestaltet und mit auffällig neuem Styling, eine „runde Sache“, so erscheint der neue TravelPilot Lucca 3.5 Edition der Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt. Technisch basiert das Gerät auf dem eng verwandten TravelPilot Lucca 3.5, der mit schneller Routenwahl präzise Fahrerempfehlungen bietet. Die Bedienung dieser Design-Edition erfolgt per Touchscreen auf dem 3,5-Zoll-Farbdisplay und lässt sich dank der von Blaupunkt benutzergerecht entwickelten Menüführung auch von Navigations-Einsteigern problemlos bewerkstelligen. Im Straßenverkehr eignet sich das auffällig designte, runde Gerät für eine nahezu grenzenlose Zielführung in allen europäischen Ländern, bietet verschiedene Routenoptionen und dynamisiertes Navigieren, es zeigt Hinweise zu Tempolimits und sogar Stauwarnungen bei nicht aktivierter Zielführung an. Wer unterwegs keine Navigationsfunktion benötigt und/oder sich lieber unterhalten lassen will, der kann auf die Entertainment-Funktionen des Gerätes zurückgreifen. So spielt der TravelPilot Lucca 3.5 Edition auch Musik- und Bilddateien ab.

# AUREA



Einfachheit bedeutet, Licht das die Sinne verführt. Aurea von Philips. Als Höhepunkt der Ambilight Innovation schafft Aurea ein überwältigendes Fernseherlebnis, verführerisch wie nie zuvor. Der Full HD

Bildschirm des Aureas ist von einem Active Frame umgeben der in perfekter Harmonie mit den Fernsehbildern in lebendigen Farben erstrahlt. Aurea zieht Sie in seinen Bann und überwältigt Ihre

Sinne – Geben Sie sich dieser Erfahrung hin. Der neue Philips Aurea mit Ambilight ist mehr als nur ein Fernseher – er berührt Ihre Sinne. Powered by Ambilight [www.philips.de/aurea](http://www.philips.de/aurea)

## Pos Aktuell

### Wechsel in der Geschäftsführung von Grundig

Der bisherige Geschäftsführer der Grundig Intermedia, Hans-Peter Haase, hat sein Amt an seinen Nachfolger Dr. Michael Peterseim (Bild unten) übergeben. Peterseim kam Anfang Februar vom Touristik-Unternehmen Thomas Cook nach Nürnberg, um eine wettbewerbsfähige Kostenstruktur zu schaffen sowie das Programm Grundig Plus weiterzuführen und umzusetzen. Peterseim hat an der Universität Hannover Physik und Betriebswirtschaftslehre studiert, anschließend am Laserzentrum Hannover gearbeitet und parallel dazu am Max Planck Institut in Garching promoviert. Nach der Promotion wechselte er im Jahr 2000 als Projektleiter zur Unternehmensberatung Roland Berger und betreute Kunden aus der Tourismus- und Airline-Industrie bei Projekten in den Bereichen Corporate Strategy und Corporate Finance. Mit dem Know-how aus der Beratertätigkeit ging Peterseim 2003 zum



Dr. Michael Peterseim

Reiseanbieter Thomas Cook, um als CFO den Bereich International Markets aufzubauen und das internationale Unternehmensportfolio zu restrukturieren.

### ElectronicPartner erweitert Logistik-Zentrum

ElectronicPartner hat sein internationales Logistik-Zentrum in Augsburg auf 10.000 Quadratmeter erweitert und dadurch 14 neue Arbeitsplätze geschaffen. Von Augsburg aus, wo rund 500.000 Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics gelagert werden, werden neben dem süddeutschen Raum auch die Landesgesellschaften in Österreich, der Schweiz und Teile Norditaliens beliefert.

### Epson mit neuem Direktor Marketing & E-Business

Die Epson Deutschland GmbH ernennt Rolf-Hendrik Arens zum Direktor Marketing & E-Business und beruft ihn außerdem rück-

wirkend zum 1. Oktober 2007 in das Management Board des Meerbuscher Unternehmens. Arens ist seit 2003 bei Epson, wo er 2005 die Leitung der Bereiche Marketing Communications und Channel Marketing übernahm. Im April 2007 wurde ihm darüber hinaus die Gesamtleitung Marketing



Rolf Arens

inklusive des Produktmarketings übertragen. Seit Juni 2007 untersteht ihm zusätzlich der Bereich E-Business. Die Epson Deutschland Führungsmannschaft setzt sich damit zusammen aus Henning Ohlsson, Geschäftsführer, Oliver Leick, kaufmännische Leitung, Paul Schmidt, Direktor Vertrieb, und Rolf-Hendrik Arens, Direktor Marketing & E-Business.

### Ausbau des Strong Vertriebssteams ist abgeschlossen

Mit der Einstellung von Uwe Gangl hat die organisatorische Restrukturierung des Strong Vertriebs für Deutschland jetzt ihren geplanten Abschluss gefunden. Ab dem 1. Oktober wird sich der 43jährige als regionaler Vertriebsleiter um die Steuerung der Außendienstmannschaft in Süddeutschland kümmern und einen Teil des Key Account Managements übernehmen. Aus seinen bisherigen Tätigkeiten in der UE-Branche und TV-Technologie bringt Gangl für seine neue Position umfassende Erfahrungen mit. Vor seinem Eintritt bei Strong war er sieben Jahre als Abteilungsleiter eines großen Warenhauses für die Rundfunk- und Fernseherteilung zuständig, anschließend 14 Jahre Vertriebsleiter Großvertriebsformen beim in Franken ansässigen Antennen- und Zubehörspezialisten Schwaiger und seit 2004 Key Account Manager in Deutschland und Österreich für die SM Electronic.

### Blaupunkt gewinnt iF award für Screendesign

Aus über 1.200 Beiträgen von 31 Nationen wurde die Blaupunkt GmbH mit einem iF communication design award in der Kategorie „digital media: Screendesign“ ausgezeichnet. Gewürdigt durch die international

**ALPINE**  
Mobile Media Solutions

Das erste Steuergerät speziell für den iPod!

Mehr Infos unter [www.alpine.de](http://www.alpine.de)

besetzte Fachjury wurde die Online-Umsetzung der Blaupunkt-Kampagne zum MTV-Kultformat „Pimp My Ride Europe“. Die Auszeichnung der Microsite [www.pimped-byblaupunkt.com](http://www.pimped-byblaupunkt.com), die von der Pixelpark AG, Köln, entwickelt wurde, ist bereits der zweite iF communication award für Blaupunkt in den letzten zwei Jahren. „Der Preis ehrt uns und bestärkt unsere Glaubwürdigkeit im Bemühen, innovative Produkte und kreative Kampagnen für die junge Trendgeneration zu entwickeln“, betonte Clemens K. Krebs, Blaupunkt-Leiter Marketing-Kommunikation. Bereits 2005 konnte Blaupunkt den iF-Preis für den Relaunch seines internationalen Webauftritts [www.blaupunkt.com](http://www.blaupunkt.com) gewinnen.

### Matthias Pyroth ist Leiter Consumer Service bei Philips CE

Zum 1. Oktober hat Matthias Pyroth die Leitung des Consumer Service bei Philips



Matthias Pyroth

Consumer Electronics übernommen. Diese Position hatte Pyroth von Michael Unverwerth übernommen, der den Consumer

Service seit 2005 leitete und jetzt eine weiterführende, internationale Aufgabe als Senior Director Service Marketing bei Philips in Eindhoven übernommen hat. Pyroths Aufgabengebiet umfasst das komplette Serviceangebot gegenüber Handel und Endkunden. Zuvor war er als Senior Manager Logistic und Service für den Bereich Elektro-Hausgeräte tätig; diesen wird er bis auf weiteres führen.

### Roger Gundel ist neuer Leiter Vertrieb von Nintendo

Roger Gundel hat zum 1. August 2007 die Position des Head of Sales bei Nintendo Deutschland übernommen. Er zeichnet damit für den Vertrieb der gesamten Produktpalette in Deutschland verantwortlich. Bereits seit 2001 ist der 42jährige Diplom-Betriebswirt im Key Account & Field Sales Management des Großstheimer Videospieleunternehmens tätig. In seiner neuen Funktion als Vertriebsleiter berichtet er an Dr. Bernd Fakesch, General Manager Nintendo Deutschland.

### Premiere Global Services benennt neuen Vice President

Premiere Global Services (PGS) hat Arnd Hungerberg zum neuen Vice President Central and Eastern Europe benannt. In seiner neuen Funktion verantwortet Hungerberg alle kundenbezogenen Aktivitäten und koordiniert die Ausweitung des Geschäfts in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien und Osteuropa. Dazu zählt auch die Vermarktung der kürzlich per Akquisition erweiterten Webconferencing-Angebote. Hungerberg berichtet direkt an die Europa-zentrale in London. Vor seinem Eintritt bei PGS war Hungerberg fast 20 Jahre lang beim Druckerhersteller Océ in verschiedenen Funktionen tätig, die letzten drei Jahre als Mitglied der Geschäftsleitung und Director der Business Unit Digital Document Systems in der Schweiz. Hungerberg verfügt über fundierte Branchenkenntnisse im Bereich des Dokumentenmanagements.

### Philips, Acer und Fantec sind neue Partner von Duttenhofer

Duttenhofer Großhandel ist ab sofort offizieller Distributionspartner von Acer, Fantec und Philips. Ab sofort hat DGH die Distribution für Acer Digitalprojektoren übernommen. Diese vereinen aufgrund der DLP-Technologie geringe Maße und niedriges Gewicht mit qualitativ hochwertiger Darstellung. In der breiten Modellpalette finden sich sowohl Geräte für den privaten wie für den beruflichen Bedarf. Der Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit der Fantec GmbH liegt im Vertrieb von externen Festplatten und Gehäusen für den Einbau von PC-Komponenten wie Festplatten, CD-ROM oder DVD, aber auch alle anderen Fantec Produkte können über DGH bezogen werden. Die Fantec GmbH ist im Mai 2004 aus der Mapower Computer GmbH hervorgegangen. Das in Hamburg ansässige Unternehmen ist seitdem zu einem marktführenden OEM-Produzenten von Festplatten- und 19-Zoll-Gehäusen geworden. Im Rahmen der Kooperation mit Philips übernimmt DGH den Vertrieb der Philips Digital Photo Frames in Deutschland für den Fotofachhandel.

### Johannes Ippach neuer Leiter Verbandskommunikation des ZVEI

Johannes Ippach hat die neu geschaffene Position des Leiters Verbandskommunikation des ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie) übernommen.

### Positive Bilanz auf dem Euronics Forum in Ulm

Für mehr als 1.000 Mitglieder der Verbundgruppe Euronics gab es im Rahmen des Euronics Forums in Ulm eine positive Nachricht: Benedict Kober, Vorstand der Euronics Deutschland eG, verkündete einen beachtlichen Sonderertrag, den die Geschäftsführung aufgrund von Steuerrückzahlungen exklusiv für ihre Mitglieder realisieren konnte. Der erste Messtag stand ganz im Zeichen der Strategieplanung. Vorstandsvorsitzender Werner Winkelmann erläuterte den Mitgliedern die ambitionierten Ziele der Verbundgruppe, vorgestellt in der Strategie für 2008 bis 2012. „Wir haben neue Ideen entwickelt und bewährte Konzepte auf die Erfordernisse des Marktes angepasst. Passend zum Markenleitbild werden wir eine Vielzahl von Projekten initiieren, um die Werte und Leitlinien der Marke Euronics zu realisieren“, so Winkelmann. Mitglieder, Hersteller und Mitarbeiter der Fachhandelskooperation diskutierten, wie die innovativen Verkaufskonzepte gemeinsam in die Praxis umgesetzt werden können. 210 Aussteller aus den Bereichen Consumer Electronics, Telekommunikation, Haustechnik und PC-Multimedia präsentierten zahlreiche Produktneuheiten und boten Vorführungen. Im Bereich der Unterhaltungselektronik standen abermals Plasma- und LCD-TV-Geräte der neuesten Generation im Zentrum des Interesses. Auch die jüngsten Entwicklungen auf dem Sektor MP3-Player stießen auf großes Interesse der Fachbesucher.

Er verantwortet die Bereiche Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing. Mit der neuen Funktion trägt der Verband der zweitgrößten Industriebranche den steigenden Kommunikationsanforderungen an



Johannes Ippach

Verbände Rechnung. Der diplomierte Physiker Ippach leitete von 2002 bis 2007 die Pressearbeit der Debitel AG. Leitende Positionen in der Pressearbeit und dem Marketing hatte er zuvor bei der Telefongesellschaft RSL COM Deutschland GmbH und dem Buch- und Softwareverlag Data Becker GmbH & Co. KG inne.

### Panasonic mit Heimkino-Bundle in limitierter Auflage

Pünktlich zum anstehenden Weihnachtsgeschäft bringt Panasonic Anfang November 2007 das HDMI-DVD-Komplettsystem SF-PT50, das aus dem Receiver SA-HR50 und dem DVD-Player DVD-S53 besteht, als limitiertes Aktionsbundle in den Handel. Die Sonderedition beinhaltet ein hochwertiges Panasonic 1m-HDMI-Kabel, um die beiden Komponenten für den High Definition Genuss mit 1.080p zu verbinden, und den Action-Abenteuer-Spaß „Nachts im Museum“ von 20th Century Fox. Panasonic hat damit sein bislang umfangreichstes Heimkino-Aktionsbunde geschnürt, das mit einer aufmerksamkeitsstarken Umverpackung ein Hingucker auf der Verkaufsfläche ist. Die UVP lautet 499 Euro.

### Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH startet planmäßig

Fujifilm hat die im Frühjahr dieses Jahres angekündigte Neuorganisation des Bereichs Electronic Imaging, der Digitalkameras, Speicherkarten und Zubehör umfasst, zum 1. Oktober planmäßig umgesetzt. Vertrieb und Service für diese Produkte werden ab sofort für ganz Europa von der neu gegründeten Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH in Kleve betreut. Dort könne das neue Unternehmen auf die Infrastruktur der ebenfalls in Kleve ansässigen Fujifilm Recording Media GmbH zurückgreifen und auf europäischer Ebene länderübergreifend schnell und flexibel auf die Veränderungen des außergewöhnlich dynamischen Foto-Marktes reagieren und den Vertrieb weiter optimieren, heißt es in einer Pressemitteilung. Zudem stelle die Tatsache, dass die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH direkt an die Electronic Imaging Division im Fujifilm Headquarter in Tokyo berichtet, eine perfekte Integration in die weltweite Strategie für dieses Marktsegment sicher. Christopher Brawley, der zusammen mit Go Miyazaki die Geschäftsführung der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH übernommen hat, unterstrich die Notwendigkeit einer auf die Bedürfnisse des Bereichs Electronic Imaging zugeschnittenen Firmenstruktur: „Der Digitalkameramarkt unterscheidet sich drastisch von dem der anderen Produktbereiche, mit denen er in der Vergangenheit den Unternehmensrahmen teilte. Die eigenständige Führung dieses Segments ist das geeignete Instrument, um unsere qualitativ herausragenden Produkte im Digitalkamerabereich in ganz Europa optimal betreuen und vermarkten zu können.“ Für die Endkunden sichtbar wird diese Veränderung nicht nur im neu gestalteten Internetauftritt [www.fujifilm-digital.de](http://www.fujifilm-digital.de), der weiterhin das populäre deutschsprachige FinePix Anwenderforum beherbergen wird. Auch die neue Serviceadresse in Kleve bedeutet nach Ansicht von Brawley einen Schritt nach vorne, z. B. für den schon bisher anerkannt guten Service für Digitalkameras und Zubehör. So wird u.a. das neue Online Tracking System es Verbrauchern ermöglichen, jederzeit den Status ihres Reparaturauftrags abzurufen. Für den Handel bedeutet die neue Struktur eine nahtlose Fortsetzung des bisherigen Vertriebsmodells, wobei die bekannten Ansprechpartner für Digitalkameras, Speicherkarten und Zubehör ab sofort bei der Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH in Kleve zu erreichen sind. Der Vertrieb von Produkten aus der Sparte Photo Imaging (Papier, Filme, Minilabs) bleibt dagegen unverändert bei der Fujifilm Europe GmbH in Düsseldorf. Durch diese klare Gliederung sieht man sich bei Fujifilm perfekt für die gewandelten Anforderungen des Fotomarktes aufgestellt: „Deutlicher kann Fujifilms Bekenntnis zur Kontinuität im Fotobereich kaum ausfallen“, so Christopher Brawley. „Fotografie – gerade auch in ihrer digitalen Variante – ist und bleibt ein zentraler Kompetenzbereich der Fujifilm-Gruppe.“ Adresse und Kontaktdaten des neuen Unternehmens lauten: Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH, Benzstr. 2, 47533 Kleve, Telefon: 02821/7115-0, Telefax: 02821/7115-100, E-Mail: [info@fujifilm-digital.de](mailto:info@fujifilm-digital.de), [www.fujifilm-digital.de](http://www.fujifilm-digital.de)

# ZUKUNFTSMEDIEN

# Der Sound entscheidet



## Jetzt ist es soweit:

Die Bose-Neuheiten 2007 sind jetzt vorführbereit bei den autorisierten Bose-Fachhandelspartnern und bringen noch mehr neue Kunden für das erfolgreiche Home Entertainment-Geschäft der Zukunft.

## Sind Sie dabei?



LIFESTYLE® V30 und V20  
Home Entertainment Systems



3.2.1® GSXL  
DVD Home Entertainment System



SoundDock® Portable  
Digital Music System



Computer MusicMonitor™  
System

**BOSE**<sup>®</sup>  
Better sound through research<sup>®</sup>

# Volks-Plasma von Panasonic

**In Kooperation mit der Bild-Zeitung und T-Online hat Panasonic den Viera TH-42PV7F/S zum Volks-Plasma-TV erklärt. Damit soll die fortschrittliche Flachbild-Technologie bald eine größere Käuferschicht ansprechen.**

Panasonic macht das Großbild-Erlebnis jetzt erschwinglich. Mit dem Viera TH-42PV7F/S wird nun Plasma-Technologie mit einer Bildhöhe von 106 cm für weniger als 1.000 Euro geboten. „Die Penetrationsrate von Flachbildfernsehern in deutschen Haushalten liegt noch unter 20 Prozent. Das heißt vier von fünf Haushalten schauen immer noch in die Röhre“, so Armando Romagnolo, Leiter Produktmarketing CTV bei Panasonic Deutschland. Mit dem Volks-Plasma will Panasonic dem Endverbraucher den Einstieg in



die Welt der Großbild-Fernseher erleichtern und den Handel beim Abverkauf von Erstgeräten unterstützen. „Mit den starken Kooperationspartnern Bild-Zeitung, Bild.de sowie T-Online und einer zusätzlichen Printkampagne, Online-Werbung sowie umfangreichem PoS-Material erreichen wir an die

50 Millionen Kundenkontakte. Entsprechend zuversichtlich sind wir, dass viele Endkunden den Weg in den Handel finden und sich den Volks-Plasma-TV in ihr Wohnzimmer holen“, so Romagnolo. Die Wahl zum Volks-Plasma und der günstige Preis bedeuten nicht,

dass sich das Gerät in punkto technischer Ausstattung verstecken muss. Der Viera TH-42PV7F/S zeichnet sich durch sehr gute Schwarzwerte und kontrastreiche Bilder aus. Darüber hinaus ermöglicht die Plasma-Technologie eine gleichbleibend hohe Bildqualität, ganz gleich, aus welchem Blickwinkel der Bildschirm betrachtet wird – ein wichtiges Argument gerade für diejenigen, die gerne mit Familie und Freunden fernsehen. Das G10 HD Panel wird der Umwelt zuliebe ohne das Schwermetall Blei produziert und bietet ein Kontrastverhältnis von 8.000:1. Die V-Real-Technologie erzeugt darüber hinaus ein tiefes Schwarz, lebendige Bilder und flüssige TV-Sequenzen. Auch in Sachen Tonqualität hält der Volksplasma mit den größeren Panasonic Plasmas problemlos mit. So ist er beispielsweise ebenfalls mit Ambiente Raumklang, der hochwertigen Panasonic Ver-

sion von Virtual Dolby Surround, ausgestattet und hat 20 Watt Ausgangsleistung. Auch hinsichtlich Bedienfreundlichkeit zeigt sich der Viera TH-42PV7F/S „volksnah“. Zum einen ermöglicht die bewährte Panasonic Viera Link Technologie mit HDAVI Control 2, dass entsprechend ausgestattete AV-Geräte wie DVD- oder Blu-ray-Player und HD-Camcorder von Panasonic über die Tasten der im Lieferumfang enthaltenen Viera Fernbedienung und ein spezielles Bildschirmmenü direkt angesteuert werden können. Zum anderen passt er trotz seiner Größe in so gut wie jedes Wohnzimmer. Schließlich empfehlen Experten bei „HD ready“-Geräten einen Sitzabstand, der zweimal so groß sein sollte wie die Bildhöhe – im Falle des Viera-TH42PV7F/S also gute zwei Meter. Aus-Timer, Energiesparmodus und Kindersicherung runden den Bedienkomfort ab. *miz*

## Pos Aktuell

### Epson Projektoren Team jetzt komplett

Epson hat mit dem Eintritt von Damir Hauptert den Ausbau seines Projektoren-Teams abgeschlossen. Hauptert verfügt



Damir Hauptert

über rund zehn Jahre Erfahrung in der Projektorenbranche und ist bei Epson seit dem 1. Oktober als Key Account Manager im Segment Home Cinema tätig. Der 45jährige Vertriebsprofi startete seine

berufliche Laufbahn im Bereich Videokonferenzsysteme bei der AV-Video GmbH in Dossenheim, anschließend machte er Station bei 3M, dem amerikanischen Hersteller InFocus Corporation und dem AV-Distributor Luxion GmbH. Zuletzt war er als Key Account Manager Projektoren für den Bereich Home Cinema bei der Mitsubishi Electric Europe B.V. tätig.

### sky vision baut Außendienst weiter aus

Das niedersächsische Unternehmen sky vision hat sein Team im Außendienst erweitert. Künftig werden 14 Außendienstmitarbeiter den Fachhandel deutschlandweit betreuen. Jörg Thiele wird ab Oktober das Team von sky vision verstärken und die Kunden im Raum Berlin/Brandenburg betreuen. Bereits seit Anfang des Jahres betreut Julia Rogge Nordrhein-Westfalen. sky vision ist ein Vollsortimenter für Satellitenempfangs-

technik und vertreibt zudem neben digitalen Receivern der Eigenmarke skyplus auch Marken wie arcon, Dream, Grundig (GSS), Humax, S-Radix, Reel, Spaun und Topfield.

### Sony Deutschland startet Mehrwert-Aktion

Die Sony Deutschland GmbH hat in Kooperation mit Premiere eine attraktive Mehrwert-Aktion gestartet. Jeder Kunde, der sich bis zum 18. Dezember 2007 für einen Sony Bravia Full HD LCD-Fernseher entscheidet, bekommt ein zwölfmonatiges Premiere Abonnement inklusive. Das Paket umfasst die Kanäle „Premiere HD“ und „Premiere Fußball Plus“ sowie einen Premiere-geeigneten Receiver samt Aktivierungsgebühr und Kautions im Wert von rund 600 Euro. Mit dem High Definition Kanal „Premiere HD“ kommen Film-Highlights und Top-Serien sowie Spitzenfußball der von Sony gesponserten UEFA Champions League in voller HD-Auflösung auf den Schirm. Zusätzlich bekommt der Kunde mit „Premiere Fußball Plus“ auch noch Weltklasse-Fußball für zwölf Monate frei ins Haus. Im Rahmen der Kooperation startet Sony Deutschland über 400 Premiere Platzierungen im Handel mit Bravia LCD-TVs aus und bewirbt das Bundling-Angebot mit einem TV-Spot, mit Gewinnspielen im Rahmen der UEFA Champions League TV-Übertragungen sowie mit diversen PoS-Aktionen.

### Archos Generation 5 jetzt weltweit verfügbar

Archos hat seine neue Produktlinie portabler Media-Player, Generation 5, vorgestellt. Die neue Produktlinie, bestehend aus zehn Modellen, zeichnet sich durch fünf technologische Eigenschaften aus: TV-Aufzeichnung über Online-TV-Geräte (alle Modelle), Web Surfing im Vollbild-Modus (Modelle 605 WiFi und 705 WiFi), Flash-Unterstützung für Video-Stream und das Abspielen von Web-Videos (Modelle 605 WiFi und 705 WiFi), offenes Portal für jeden Content Provider (Modelle 605 WiFi und 705 WiFi), das Streamen

von Content vom PC (Modelle 605 WiFi und 705 WiFi). Die Modelle Archos 105 (UVP: 89 Euro), Archos 405 (UVP: 149 Euro) und Archos 605 WiFi (UVP: ab 199 Euro) sind bereits erhältlich; der Archos 705 WiFi (UVP: ab 399 Euro) und Archos TV (UVP: ab 249 Euro) kommen ab Oktober auf den Markt.

### Panasonic mit Wachstum am Kameramarkt

Panasonic hat weiterhin steigende Marktanteile für seine Lumix Digitalkameras bekanntgegeben. Nach Angaben des Unternehmens stieg der wertmäßige Marktanteil der Kameramarke im Monat August auf 15,5 Prozent und erreichte beim Fotofachhandel sogar einen Mengenteil von 23,6 Prozent. Dabei konnte Panasonic gleich fünf Lumix-Modelle in der Top 15-Rangliste des deutschen Digitalkamera-Gesamtmarktes platzieren. Bei den Kompaktkameras erzielte das Unternehmen 21,5 Prozent Anteil nach Wert und 14,9 Prozent Anteil nach Menge. Besonders erfolgreich war Lumix im Superzoom-Segment (10fach optisches Zoom und höher): Dort führte die Panasonic-Marke mit gleich vier Modellen die Verkaufscharts an und konnte einen wertmäßigen Marktanteil von knapp 60 Prozent auf sich vereinigen. Michael Langbehn, Manager Trade Marketing/PR bei Panasonic Deutschland, rechnet mit einer Fortsetzung dieses positiven Trends: „Die Herbst-Neuheiten sind jetzt allesamt erhältlich und dürften vor allem den Fotospezialisten des Handels einen heißen Herbst bescheren.“

### Grundig Österreich mit neuer Geschäftsführung

Marcus Schulz und Horst Nikolaus stehen künftig als Geschäftsführer an der Spitze der Grundig Intermedia Ges.m.b.H. mit Sitz in Wien. Damit trage Grundig der erfreulichen Geschäftsentwicklung in Österreich Rechnung, die eine Stärkung des Unternehmens und eine Aufteilung der Verantwortlichkeiten notwendig mache, heißt es in einer Pressemitteilung

des Unternehmens. Besondere Hoffnung setzt die neue Geschäftsführung auf das Digi-200-Konzept und auf das breite Produkt-Portfolio.

### Erfolg für Sharp LCD-TVs aus Pappe

Kunden wie Händler haben die Übertragung des Prinzips der russischen Matroschka Puppen auf die neuen Sharp LCD-TVs im XXL-Format begeistert aufgenommen. Jetzt legt Sharp noch einmal nach und stellt die Matroschka im Design der aktuellen besonders schlanken XL2E-Serie vor. Die Sets stehen dem qualifizierten Fachhandel zur Verfügung. Eine Papp-Matroschka beherbergt die Bildschirmdiagonalen 42 Zoll (106 cm), 46 Zoll (117 cm) und 52 Zoll (132 cm). „Unsere XD1E-Serie war als erste Sharp Full-HD-Serie in Größen zwischen 37 und 52 Zoll enorm erfolgreich, jedoch taten sich manche Kaufinteressenten schwer, sich einen Aquos LCD-TV in größeren Dimensionen ab 42 Zoll bei sich zu Hause vorzustellen“, so Petra Siegfanz, Marketing Manager bei Sharp Electronics Germany/Austria. „Unsere Matroschkas nehmen Kunden die Hemmungen, sich an ein größeres Diagonalmodell heranzuwagen, denn sie können ja im Vorfeld schon ausprobieren, welche gute Figur der neue Sharp Full-HD-Bolide im eigenen Wohnzimmer macht.“ Die schlanken LCD-TVs der XL2E Serie bieten noch mehr Heimkino-Erlebnis bei gleicher Größendimension, ein LC-46XL2E beispielsweise benötigt dank des neuen Slim-Line Designs kaum mehr Platz als ein 42-Zoll LCD-TV einer älteren Gerätegeneration. Die neue Gerätegeneration ist noch einmal deutlich schmaler am Rahmen und misst nur noch acht Zentimeter in der Tiefe, so dass großes Fernsehvergnügen jetzt noch weniger Platz benötigt.

Die XL2-Matroschka-Sets sind seit Mitte Oktober verfügbar. Händler können diese unkompliziert direkt bei Sharp ordern. Wie schon die bekannten XD1E-Imitate, sind diese Modelle ebenso stabil ausgelegt und können vielen Kunden zum Heimtest mitgegeben werden.

### BHS-Binkert bietet DMS-Paket zum Aktionspreis

BHS Binkert, Distributor für Foto, Digital Imaging, Unterhaltungselektronik und IT, bietet dem Fachhandel ab sofort ein DMS-Paket zu speziellen Konditionen an. Das Set besteht aus dem Duplex-Scanner Kodak i40 und ELOoffice 7.0, der Software für Dokumentenmanagement und Archivierung. Der Dokumentenscanner Kodak i40 bewältigt bis zu 25 Seiten oder 50 Bilder pro Minute. Mit Doppel-CCD Scan-Technologie lassen sich Auflösungen zwischen 75 und 600 dpi erzielen. Ausgabeformate sind wahlweise BMP, TIFF und JPEG, über die mitgelieferte Software können auch durchsuchbare PDFs erstellt werden. Die Dualstream-Funktion erlaubt die gleichzeitige Ausgabe von Bitonal- und Farbbildern bzw. Bitonal- und Graustufenbildern. Der Dokumenteneinzug umfasst 50 Blatt. Der Kodak i40 empfiehlt sich für einen Tagesdurchsatz bis zu 1.000 Seiten. Im Rahmen seiner DMS-Aktion bietet BHS Binkert ELOoffice 7.0 als Vollversion an. Das Release enthält gegenüber der Vorgängerversion zahlreiche neue Funktionen. Zum Beispiel wurde die Dokumentenansicht in eine benutzerfreundliche Baumstruktur überführt (Treeview). Die direkte Dokumentenanzeige wurde um zehn neue Dateitypen erweitert. Mit ELOoffice 7.0 lassen sich auch in anderen Bereichen des Archivs automatisch Referenzen auf das gerade abgelegte Dokument erzeugen. Über verschiedene Profile können sowohl lokale Archive als auch solche im Netzwerk verwaltet werden. Mit einer zusätzlichen Signaturkomponente erhalten jetzt auch ganze Dokumentenstapel eine qualifizierte digitale Signatur. BHS Binkert vertreibt die Kombination zum HEK von 649 Euro. Der Fachhandel spart damit rund 200 Euro gegenüber dem Einzelkauf. Die Aktion läuft bis Weihnachten.

# Flachdisplays: Markttrends

## Hauptattraktion der CEATEC: Ultraflache Displays

Die diesjährige IT-Fachmesse CEATEC Japan fand vom 2.-6.10.2007 auf dem Gelände der Makuhari Messe an der Bucht von Tokio statt und verzeichnete mit insgesamt 895 angemeldeten Ausstellern, darunter 348 ausländischen Unternehmen, ihre bisher größte Zahl an Ausstellern und genutzter Ausstellungsfläche ihrer Geschichte. Sämtliche zur Verfügung stehenden Flächen waren belegt. Aus dem Ausland reisten 39 Prozent der Aussteller an. Mit 205.859 Besuchern wurde in diesem Jahr ein weiterer Rekord aufgestellt. Wie inzwischen bei jeder IT- oder Consumer Electronics Messe, standen auch bei der CEATEC Displays und Flach-TV-Geräte im Mittelpunkt des Interesses. Besondere Beachtung fanden Produkte wie die neuesten Ultrathin TV-Geräte mit Bildschirm-Tiefen von weniger als 4 cm. Die zahlreichen Medienaktivitäten und Präsentationen von Prototypen vermittelten den Eindruck, dass sich die führenden Display-Hersteller unseres Planeten zu einem globalen Wettbewerb um das dünnste Display zusammengefunden hatten. Ein weiteres Schlüsselthema waren auf OLED-Technologie basierende Bildschirme und Fernsehgeräte, bei denen inzwischen erste Serienmodelle kurz vor ihrer Markteinführung stehen.

## Hitachi stellt 1.9 mm Ultra Slim LCD-TV vor

Der japanische Hersteller Hitachi hat einen nur 19 mm dünnen Ultra Slim LCD-TV mit 32 cm Bildhöhe entwickelt. Ein Prototyp des extrem flachen Displays mit weniger als 2 cm Bautiefe wurde auf der CEATEC Japan 2007 gezeigt. Hitachi plant den Beginn der Massenproduktion von Ultra Slim LCD TV-Geräten für das Fiskal-Jahr 2009. Auch Sharp und JVC zeigten auf der CEATEC superflache LCD-Displays: Sharps 52 Zoll LCD-TV hat eine Bautiefe von nur 20 Millimetern. Das



Display des von JVC gezeigten TV-Geräts ist 22 Millimeter flach. JVC will erste Geräte schon im Frühjahr 2008 auf den Markt bringen. Sharp machte noch keine Angaben über den Zeitpunkt der Markteinführung ultradünner TV-Geräte. Wie die geringe Bautiefe erzielt wird, wurden von keinem der drei Hersteller bekanntgegeben. Hitachi deutete an, dass die Art der Lichtquelle (Backlight-Unit) einen Anteil an der reduzierten Display-Tiefe habe. JVC teilte mit, dass man bei den neuen, ultra-dünnen Panels eine neue fluoreszierende Lichtquelle verwende.

## CPT bringt 22-Zoll-Monitor mit DisplayPort

Chunghwa Picture Tubes (CPT) präsentierte im Oktober auf der FPD Yokohama 2007 einen 22 Zoll großen Widescreen-Monitor mit DisplayPort-Schnittstelle. Mit dem Beginn der Massenproduktion des neuen Modells will CPT gegen Jahresende beginnen. Wie ein Firmensprecher mitteilte, entwickelt CPT zur Zeit auch mit Hochdruck einen 26-Zoll-Widescreen-Monitor mit DisplayPort-Schnittstelle.



## Sharp zeigt 2,88 mm flaches 12,1-Zoll-LCD-Panel

Der LCD-Pionier und Technologieführer Sharp hat ein 12,1 Zoll großes LCD-Panel vorgestellt, das an seiner dünnsten Stelle nur 2,88 mm dick ist. Das ist weniger als ein Drittel der 10-mm-Dicke des bisherigen 12,1-Zoll-Panels. Schon im Sommer dieses Jahres hatte Sharp bei der Vorstellung eines 2 cm flachen LCD-TV-Gerätes mit einem Seitenhieb auf die von Mitbewerbern vorgestellten dünnen OLED-Displays erklärt: „Was LCD ersetzt wird, ist LCD.“ Diese Prognose hat Sharp mit der Vorstellung des neuesten Prototyps erneut unterstrichen. Die Leistungsdaten des ultradünnen Panels sind besser als die bisheriger small-and-middle-sized LCD-Panels: Das Kontrastverhältnis des mit 1.280 x 800 Bildpunkten auflösenden Panels erreicht 2.000:1. Die Reaktionszeit beträgt 8 Millisekunden. Der darstellbare Farbraum deckt hervorragende 80 Prozent der NTSC-Spezifikation ab. Das Backlight-Unit basiert auf LED-Technologie. Sharp teilte mit, dass man bei dem neuen 12,1 Zoll LCD-Panel die gleiche Produktionstechnik einsetze wie bei dem schon zuvor gezeigten 0,89 mm dünnen 2,2 Zoll LCD-Panel. Die Entscheidung über den Start der Massenproduktion sei noch nicht gefallen, erklärte ein Sharp-Sprecher. Als Einsatzgebiete bieten sich industrielle Applikationen und kleine TV-Geräte an.

## HDMI für Monitore: „DisplayPort“

Die Schnittstelle „DisplayPort“ ist ein von der VESA verabschiedeter, universeller Verbindungsstandard zur Übertragung von Bild- und Tonsignalen und soll vor allem zum Anschluss von High Definition-kompatiblen Displays und Fernsehgeräten an Computer, Blu-ray- und HD-DVD-Rekorder oder sonstige Geräte mit HD-Videoausgängen eingesetzt werden. Die von der VESA im April 2007 verabschiedete DisplayPort Version 1.1 ist elektronisch voll kompatibel zu DVI und HDMI und unterstützt ebenfalls den mit HDMI gekoppelten Verschlüsselungsstandard HDCP (High Density Copy Protection). Deshalb lassen sich Geräte mit DisplayPort auch an DVI- und HDMI-Schnittstellen betreiben. Nvidia, ein führender Hersteller von Grafiklösungen für Computer, will seine für Januar 2008 angekündigten G92 und G98 GPUs (Grafik Prozessor Unit) bereits mit Unterstützung für die DisplayPort-Schnittstelle ausstatten. Die beiden neuen Produkte sollen zeitgleich mit den ersten, für Januar 2008 angekündigten DisplayPort-fähigen Displays von Dell auf den Markt kommen. Auch der Chip-

Hersteller AMD will seine für das Frühjahr 2008 angekündigte Grafikchip-Generation ebenfalls mit DisplayPort-Schnittstelle ausliefern. Die äußerlich einem USB-Stecker ähnliche DisplayPort-Steckverbindung ist wesentlich kleiner als D-Sub- und DVI-Stecker, so dass auf den Slotblechen von Grafikkarten mehr als zwei Verbindungsstellen Platz finden können. Im Unterschied zum HDMI-Stecker ist für den DisplayPort eine optionale Verriegelung der Steckverbindung vorgesehen.

## Samsung installiert LCD-TVs im UNO-Hauptquartier

UNO-Mitarbeiter und Besucher können sich zukünftig im New Yorker UN-Gebäude Officials UN-bezogene Nachrichten und Programminhalte auf großformatigen LCD-Flach-TVs von Samsung anschauen: Wie Samsung mitteilte, wurden drei erste 40 Zoll Samsung LCD-TVs in der Lobby, dem Presseraum und einem zur UNO gehören-

Aktuell berichtet Wolfgang Deinert, geschäftsführender Gesellschafter und Filialleiter von Saturn München auf der Theresienhöhe, dass der Trend sich eindeutig zu Modellen mit 40 Zoll Bildhöhe und größer verlagert. Laut DisplayBank soll 2007 der weltweite Anteil von LCD-TVs mit 40 Zoll und höher schon bei 24 Prozent liegen, das sind 18 Millionen Stück. 2010 soll dieser Anteil auf 40 Prozent steigen, 2012 auf 52 Prozent. Der Plasma-TV-Markt soll zwischen 2007 und 2015 um 12 Prozent jährlich von 11 Millionen auf 27 Millionen Stück anwachsen. Rückprojektorfernseher (RPTV) sollen, der Untersuchung nach, 2012 im Marktgeschehen keine Rolle mehr spielen. Der gesamte TV-Weltmarkt wird in dem untersuchten 8jährigen Zeitraum der Studie um 5 Prozent pro Jahr von 196 Millionen auf 290 Millionen Stück anwachsen.

## FPD International 2007: AUO zeigt neueste TV-Panel Technologie

Auf der FPD International 2007 in Yokohama Japan stellte AUO Optronics (AUO), der weltweit größte LCD-Panel-Hersteller, neueste LCD-TV-Technologien vor, die wahrscheinlich schon sehr bald in Serienprodukten zum Einsatz kommen werden.

Die neuen Panels basieren auf Ultradünn-Technologie, erreichen ein Kontrastverhältnis von 1:5.000 und verbrauchen dank neuester eco-LCD Technologie bis zu 50% weniger Energie als bisherige LCD-Panels. Durch Einsatz

von Advanced MVA (AMVA)-Technologie konnte AUO bereits in den vergangenen Jahren stufenweise das Kontrastverhältnis steigern: 1.200:1 in 2005, dann 2.500:1 in 2006, und nun 5.000:1. Die AMVA-Technologie optimiert die Abdunklung (dimmer image performance) bei großformatigen Panels, vermindert Farbauswaschungen in bestimmten Bildbereichen und erweitert die möglichen Betrachtungswinkel. Durch Einsatz von LED-Backlights lässt sich zusätzlich das dynamische Kontrastverhältnis erhöhen. Bisher kommen LED-basierte Backlights bei LCD-TVs nur in Einzelfällen zum Einsatz. Doch nun startet die Technologie in Verbindung mit Ultra-Slim-Technologie im ersten Quartal 2008 in die Massenproduktion.

Mit der Entwicklung von Ultra-slim und Extra-light TV-Panels trifft AUO exakt die aktuellen Bedürfnisse und Trends des Marktes. Die Reduzierung der Paneldicke gegenüber mit herkömmlichen Cold Cathode Fluorescent Lamp (CCFL) beleuchteten Panels ist gravierend: Bei einem 32-Zoll LCD-Panel wird die Dicke des LCD-Moduls von bisher 32,5 mm auf nun 20 mm reduziert und das Gewicht des Panels um 2 kg vermindert. Für die vorwiegend vom Markt verlangten Displaygrößen 32-Zoll, 37-Zoll und 42-Zoll hat AUO die Entwicklung der neuen Module bereits abgeschlossen. Die neue Technik ist aber auch für alle anderen Bildgrößen einsetzbar.

## Sony startet am 1. Dezember Verkauf von 11 Zoll OLED-TVs

Am 1. Dezember 2007 will Sony mit dem Verkauf des ersten OLED-TVs der Welt beginnen. Das Gerät mit der Typenbezeichnung XEL-1 besitzt einen Standfuß mit einem beweglichen Arm und hat eine Auflösung von 960 x 540 Bildpunkten. Es werden auch Full HD 1.080p Videosignale verarbeitet und dargestellt. Die Formate 1.080i, 720p und 480i/p werden skaliert wiederge-



geben. Das organische OLED-Display ist nur drei Millimeter dick, oder besser gesagt, dünn. An Schnittstellen stehen USB, LAN (Ethernet) und 1x HDMI zur Verfügung. Zwei 1-Watt-Lautsprecher sind integriert. OLED-Displays (Organic Light-Emitting Diode) stellen ein scharfes Bild mit hoher Farbaufklärung dar, haben einen sehr geringen Energiebedarf, weil sie keine Hintergrundbeleuchtung benötigen und erfordern extrem geringe Reaktionszeiten. Die Lebensdauer gibt Sony mit 30.000 Stunden an. Das Kontrastverhältnis liegt bei 1.000.000:1, die Helligkeit beträgt 200 cd/m<sup>2</sup> bei 10 bit RGB Farben. Im Betrieb verbraucht das Gerät 45 Watt. Die Abmessungen sind 287 x 140 x 253 mm (Breite x Tiefe, mit Fuß x Höhe). Das Gewicht beträgt 2 kg. „Wir glauben, dass OLED eine mächtige und großartige Technik für zukünftige Displays bereitstellt“, erklärte Graham Keogh, Senior Product Manager für Visual Displays bei Sony. Derzeit kann Sony monatlich nur 2.000 Stück des OLED-TVs herstellen. Deshalb wird der XEL-1 vorerst nur in Japan zum Verkaufspreis von umgerechnet 1.700 US-Dollar erhältlich sein.

## Samsung startet Weltpremiere von AMOLED

Samsung SDI hat den Wettlauf um die erste Serienproduktion von Active-Matrix Light-Emitting Diodes (AMOLED) gewonnen. Damit ist es dem koreanischen Unternehmen gelungen, seinen Vorsprung bei dieser Technologie gegenüber den US-amerikanischen und japanischen Konkurrenten zu vergrößern. Aktuell engagieren sich die Hersteller LG Philips LCD, Sony und Toshiba Matsushita Display Technology (TMD) für den Aufbau von AMOLED Produktionsanlagen. AMOLEDs werden von der Industrie als die idealen Displays für mobile Geräte angesehen. Der Markt für AMOLEDs soll Schätzungen nach im Jahr 2011 mehr als drei Milliarden Euro betragen. Auf einer Pressekonferenz berichtete Cheonan Plant, ein Samsung Sprecher: „Wir haben von Herstellern von Mobiltelefonen und ‚video gadgets‘ schon Aufträge für 90 Prozent der Pro-



duktion des Jahres 2008 erhalten.“ Kim Jae-wook, der Chef von Samsung SDI Display, erklärte, dass man die Produktion seines 2 Zoll AMOLED-Displays von derzeit monatlich 1,5 Millionen auf 3 Millionen in 2008 steigern werden. Aber gleichzeitig entwickelt die Display-Industrie auch schon 20-Zoll-Monitore und will in vier oder fünf Jahren auch 30- und 40-Zoll-Bildschirme mit AMOLED auf den Markt bringen.

## Schärfer geht nicht!

Top Ausstattung     Top Preis  
 Top Marge

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

den, externen Kommunikations-Zentrum installiert. Das New Yorker UNO-Hauptquartier wird jährlich von mehr als 500.000 Besuchern aufgesucht.

## TV-Markt-Prognose bis 2015: jährlich 192 Mio. LCD-TVs

Die weltweite Nachfrage nach LCD-Fernsehern wird laut dem Marktbeobachter DisplayBank bis 2015 um jährlich 13 Prozent ansteigen. Weil sich gleichzeitig die Nachfrage zu Geräten mit größerer Bildhöhe hin verlagert, werden laut DisplayBank ab 2012 für die Verarbeitung von 13,2 qm großen Muttergläsern 12G-Werke erforderlich. Die zur Zeit modernsten LCD-Panel-Werke der 8. Generation verarbeiten 5,3 qm (Sharp) und 5,5 qm (Samsung/Sony) große Muttergläser. Ein im Bau befindliches 10G-Werk, die größte LCD-Panel- und TV-Geräte-Fabrik der Welt, plant Sharp im März 2010 in Betrieb zu nehmen. Auch Samsung hat den Bau einer 10G-Fabrik angekündigt und beabsichtigt, diese eventuell auch ohne Sony zu bauen. Sony, als Partner in dem Gemeinschaftsunternehmen S-LCD, hat bereits zu verstehen gegeben, dass man sich an der Errichtung eines 10G-Werks nicht beteiligen wolle. Vor zwei Jahren hatten Experten noch behauptet, dass Flachbild-TVs mit Bildhöhen größer als 32 Zoll in Europa keine Zukunft haben würden.

# Home Entertainment Neuheiten von Philips

## Technologien mit allen Finessen



**Mit dem neuen Cineos 52PFL9632D präsentiert Philips einen Flat-TV-Fernseher mit Perfect Pixel HD, Ambilight 2 Channel, 1.080p Full HD-Display und 100 Hz Clear LCD-Technologie. Der USB-Anschluss erweitert den Zugriff auf Multimedia-Inhalte.**

Das Full-HD-LC-Display bietet eine Breitbild-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und gewährleistet somit die bestmögliche Bildqualität. Dank der Unterstützung für 1.080p-Signale von allen Quellen einschließlich Blu-ray-Playern und HD-Spielkonsolen ist der LCD-Fernseher absolut zukunftssicher. Um diese höhere Signalqualität und Auflösung zu ermöglichen, wurde die Signalverarbeitung stark verbessert. Sie erzeugt brillante, flimmerfreie Bilder in Progressive Scan-Qualität.

### DVB-T-Tuner

Der Cineos 52PFL9632D ist mit einem integrierten DVB-T-Tuner ausgestattet, mit dem Digitalfernsehprogramme empfangen werden können. Eine zusätzliche Settop-Box wird ebensowenig benötigt wie zusätzliche Kabel.

### Perfect Pixel HD

Wie alle Philips First-Class-Fernseher arbeitet auch der neue Cineos mit Perfect Pixel HD. Dabei handelt es sich um eine von Philips entwickelte, neuartige Technologie, die es möglich macht, die Bildqualität von heutigen LCD-Fernsehgeräten weiter zu optimieren. Sie beinhaltet verschiedene Bausteine zur Bildverbesserung, die bereits früher bei Philips zum Einsatz kamen. Dazu zählt beispielsweise Digital Natural Motion, Luminance Transient Improvement (LTI) und Color Booster. Um den höheren Anforderungen bei der Wiedergabe von High Definition Inhalten gerecht zu werden, wurden diese Elemente entscheidend weiterentwickelt und verbessert. Mit einer zehnmal höheren Rechenleistung als bei ihrem Vorgänger ist die Perfect Pixel HD Engine in der Lage, Informationen für bis zu 248 Millionen Pixel pro Sekunde zu verarbeiten. Dabei versorgt sie die neue Generation von Full HD 1.080p Displays mit der doppelten Auflösung im Vergleich zu aktuellen HD Displays. Die gesamten Prozesse der Bildoptimierung durch die Perfect Pixel HD Engine werden vom Active Control System unterstützt, das automatisch die beste Bildeinstellung

ermittelt und einnimmt. Laut Aussagen von Philips ist Perfect Pixel HD Engine außerhalb jeglicher Konkurrenz im Vergleich zu anderen Bildverbesserungstechnologien.

### 100 Hz Clear LCD

Der Philips Cineos arbeitet außerdem mit der 100 Hz Clear LCD. Diese Technologie erzeugt schärfere bewegliche Bilder – und das auch bei schneller Bildwiedergabe. Laut Philips werden im Vergleich zu einem herkömmlichen LC-Display doppelt so scharfe bewegliche Bilder erzeugt. Die Reaktionszeit beträgt 3 Millisekunden (gemessen in Perceived BEW, Blurr-Edge-Width).

### Ambilight 2-Kanal

Der Cineos 52PFL9632D arbeitet außerdem mit Philips Ambilight 2-Kanal. Durch Erzeugung von Umgebungslicht in Ergänzung zu den Farben auf dem Bildschirm trägt Ambilight, laut Aussagen von Philips, ganz entscheidend zu einem intensiven, völlig neuen Fernseherlebnis bei. Es schafft Atmosphäre, sorgt für augenschonendes und spannendes Fernsehen und verbessert die subjektiv wahrgenommenen Bildkontraste und -farben.

miz

### Philips präsentiert Streamium Wireless Music Center

Mit dem WAC3500D präsentiert Philips ein Streamium Wireless Audio Center, das eine Micro-Stereoanlage mit einer großen internen Festplatte kombiniert. Zudem ist die Anlage mit iPod-Dockingstation, USB Direct-Schnittstelle und WLAN ausgestattet. Die interne 80-GB-Festplatte bietet Platz für bis zu 1.500 CDs. Wahlweise können auch auf einem PC gespeicherte MP3- oder WMA-



Titel auf das WAC3500D übertragen werden, um dort wiedergegeben oder gespeichert zu werden. Dies funktioniert sogar über WLAN per einfachem Drag & Drop. Besonders einfach ist es, eine CD auf die Festplatte zu übertragen: Disc einlegen, und schon werden die Songs in hoher Qualität gerippt, und zwar mit MP3-Bit-Raten zwischen 128 und 320 kbit/s oder VBR und WMA zwischen 16 und 128 kbit/s. Dank des automatischen Titelinformationssystems von Gracenote, das regelmäßig über das Internet aktualisiert werden kann, sind die Tracks unter dem richtigen Namen gespeichert. Wahlweise können die CDs mit normaler Geschwindigkeit während der Wiedergabe oder auch im Speed-Modus auf die Festplatte kopiert werden. Auf Wunsch kann das Music Center sogar noch durch eine optionale iPod Dockingstation erweitert werden, was die Auswahl und direkte Wiedergabe von auf dem iPod gespeicherten Titeln ermöglicht. Zugleich wird der iPod aufgeladen. Für andere MP3-Player ermöglicht USB Direct eine einfache „Plug & Play“-Anbindung und macht es sehr bequem, Titel auf die Festplatte zu übertragen oder direkt wiederzugeben. Das Auffinden eines Titels ist über die Suche nach Genre, Künstler, Album oder Titelname denkbar einfach. Und über das kontraststarke LC-Display mit Hintergrundbeleuchtung sind die Informationen auch in dunkler Umgebung gut lesbar. Besonders komfortabel ist die Möglichkeit des kabellosen Streamings der Musik auf bis zu fünf Stationen im ganzen Haus – und das in unverfälschter digitaler Soundqualität. Ob dabei in jedem Zimmer unterschiedliche Musik zu hören ist oder aber absolut zeitgleich dieselbe, bleibt dem Anwender überlassen. Um sicherzugehen, dass das WAC3500D nicht nur toll aussieht, sondern auch die entsprechende hervorragende Soundqualität bietet, verfügt das Center über einen Class „D“-Verstärker, kompakte Zweizeige-Lautsprecher mit großem Treiber, Dynamic Bass Boost sowie einen Smart Equalizer. Der empfohlene Verkaufspreis für das WAC3500D lautet 499 Euro.



# LUMIX

## AUSSERGEWÖHNLICHE PERSPEKTIVEN MIT LIVE VIEW



### DIE KREATIVITÄT DES BLICKWINKELS

Die digitale Spiegelreflexkamera LUMIX DMC-L10 bietet Ihnen mit dem dreh- und schwenkbaren Live View-Display ungeahnt kreative Gestaltungsmöglichkeiten. Die Echtzeit-Bildkontrolle mit 100% Bildvorschau und Echtzeit-Weißabgleich sorgen für optimale Qualität. Mit den wählbaren Multi-Formaten 3:2, 4:3 und 16:9 geben Sie Ihren Motiven den passenden Rahmen. Innovative Technologie für außergewöhnliche Perspektiven.



Leica D Vario-Elmar  
14-50mm / F3.8-5.6 ASPH Linse

Seit Einführung des Four Thirds Standards in 2002 stehen bereits 27 Wechselobjektive zur Verfügung.



Verfügbar ab Oktober.

Mehr Informationen unter:  
[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

**L10**  
LUMIX

**Panasonic**  
ideas for life

# Der neue Bravia TV-Spot colour like no other Sony lässt die Hasen laufen

**Nach den erfolgreichen Kampagnen „Bouncy Balls“ und „Paint“ präsentiert Sony den dritten Spot der Bravia Trilogie: Der neue „Play-Doh“-Spot feierte am 15. Oktober 2007 TV-Premiere in Deutschland.**

Über 2,5 Tonnen „Play-Doh“-Knetmasse, 200 modellierte Hasen von zehn Zentimetern bis zu zehn Metern Größe, drei Wochen Drehdauer, sechs Kameras und bis zu 40 Animatoren, die gleichzeitig an einer Szene arbeiten: Was zunächst nach nüchternem Zahlenspiel klingt, dokumentiert den enormen logistischen Aufwand für die Dreharbeiten der „Play-Doh“-Kampagne. Der dritte TV-Spot der Bravia Trilogie setzt

Der Spot nutzt für seine surreal anmutende und farbenfrohe Handlung die aus Blockbustern wie „Chicken Run“ oder „Wallace & Gromit“ bekannte „Claymation“-Technologie. Mehrere hundert unterschiedliche Charaktere wurden aus Knetmasse modelliert, um in einer Stop-Motion Animation bewegt und gefilmt werden zu können. Etwa 100.000 Einzelaufnahmen waren nötig, um ausreichend Material für die 60sekündige Variante des Spots zu generieren. Als Schauplatz der aufwendigen Choreographie wurde der Foley Square im Herzen von Downtown Manhattan gewählt. Zwischen acht Millionen, ihrem Alltag nachgehenden New Yorkern nahmen die Animatoren von Passion Pictures die Herausforderung



nach den mehrfach ausgezeichneten Kampagnen „Bouncy Balls“ (2005) und „Paint“ (2006) erneut kreative Maßstäbe.

an, neben zahlreichen hüpfenden und einem stehenden zehn Meter hohen Hasen auch eine 200 Quadratmeter große, purpur-



farbene Welle entstehen zu lassen, die sich zu einem Walformt und durch die Straßen New Yorks schwimmt. „Hinsichtlich der technischen Umsetzung waren die Dreharbeiten zu ‚Play-Doh‘ die größte Herausforderung, die sich mir je

## Starke Präsenz in Deutschland

Die europaweit angelegte Kampagne startete in Deutschland am 15. Oktober 2007 mit einer massiven TV-Präsenz in Form von 30- und 20sekündigen Spots,



gestellt hat. Mehr als vier Stunden waren nötig, um vier Sekunden Film zu generieren. Die Komplexität des Sets war außerordentlich schwer zu kontrollieren: Im einen Moment passiert zu viel, im anderen zu wenig, und immer liefen Passanten durchs Bild, die wir zwar bewusst in die Frames integrieren wollten, deren Steuerung die Produktion jedoch noch ambitionierter gestaltete“, so Regisseur und Animationsprofi Frank Budgen.

die bis Mitte Dezember 2007 eingesetzt werden. Darüber hinaus ist der Spot Bestandteil eines attraktiven Sony-Gewinnspiels, welches im Rahmen der UEFA Champions League-Spiele auf Premiere und Sat1 eingebunden sein wird. Eine integrierte Print-Kampagne in auflagenstarken Special-Interest- und Lifestyle-Magazinen sowie eine breite Online-Platzierung verstärken die Präsenz bis Ende des Jahres.

Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH: „Nach dem großen Erfolg der Bravia Kampagnen ‚Bouncy Balls‘ und ‚Paint‘ dokumentiert die in den Blogs und Foren seit Wochen stattfindende Spekulation die immense Erwartungshaltung der Konsumenten und Fans an den neuen Bravia Spot, der das spektakuläre Resultat mehr als gerecht wird. Wir versprechen uns von der ‚Play-Doh‘-Kampagne im beginnenden Weihnachtsgeschäft erneut deutliche und nachhaltige Impulse im Handel. Mit den neuen Bravia LCD-TVs der Serien X3500, X3000, W3000 und V3000 erneuern und erweitern wir sukzessive unser breites Full HD Line-Up. Der neue TV-Spot visualisiert die beeindruckende Brillanz der dargestellten Farben und transportiert den Claim colour like no other auf einzigartige Weise.“

Online-Fans können den Spot, das spannende Making-of Material und eine große Bilder-Gallery ab sofort auf der Kampagnen-Microsite [www.colourlikenoother.com](http://www.colourlikenoother.com) sehen. Darüber hinaus erfreute sich die „Play-Doh“-Kampagne bereits während der Dreharbeiten großer Beliebtheit in diversen Online-Communities wie Youtube.com und Flickr.com.

miz

# Spielend einfach hochwertige Videos

## Die neuen Camcorder von Samsung

Mit den Modellen VP-HMX10C und VP-MX10A präsentiert Samsung zwei neue Camcorder, die über hohe Speicherkapazitäten von vier (VP-MX10A) und acht GB verfügen. Die Geräte sind außerdem mit zahlreichen Features zur Bildoptimierung ausgestattet und dabei ganz einfach bedienbar.

Ganz gleich, ob man Videos für die Wiedergabe auf dem TV-Gerät, dem PC-Bildschirm oder für die Veröffentlichung im Internet drehen möchte: Der neue Camcorder VP-MX10A zeichnet die Sequenzen im geeigneten Format auf. Im PC-Modus filmt die Videokamera mit 25 Frames pro Sekunde, im TV-Modus im Zeilensprungverfahren (interlaced scan) mit 50 Halbbildern pro Sekunde. Eine optimale Wiedergabequalität ist so garantiert. Der Anschluss an den PC erfolgt einfach und komfortabel über die USB-Schnittstelle. Ein Softwareprogramm hilft bei der Synchronisation der MPEG4-Daten zwischen Computer und Camcorder. Mit einem 34x-Zoom erlebt man selbst entfernte Szenen hautnah und holt die Motive deutlich und groß auf den Monitor. Der CCD-Sensor des VP-MX10A zeichnet die Bilder mit 800.000 Pixeln auf und legt sie in den vier Gigabyte großen Flash-Speicher ab. Dank einer externen Speicherkarte im MMCplus-/

SDHC-Slot kann die Ablagekapazität des Camcorders zusätzlich erweitert werden. Ein elektronischer Bildstabilisator sorgt auch bei Freihandaufnahmen und hohem Zoomfaktor noch für wackelfreie Bilder. Der Camcorder bringt mit den drei Gehäusefarben Weiß, Schwarz und Violett Abwechslung ins Elektronik-Equipment. Bei einem Gewicht von nur 300 Gramm lassen sich auch längere Videosequenzen ermüdungsfrei aus der freien Hand aufzeichnen. Und mit Abmessungen von lediglich 62 x 60 x 121 Millimetern ist das Gerät auch bei sportlichen Aktivitäten wie Fahrradausflügen oder Bergwanderungen ein guter Begleiter. Der empfohlene Verkaufspreis für den Samsung VP-MX10DA lautet 449 Euro.

### HD Camcorder VP-HMX10C

Der erste HD-Camcorder von Samsung Electronics arbeitet nach dem Kompressionsstandard



Samsungs erster HD Camcorder bietet eine Speicherkapazität von bis zu acht GB, zudem passen zur Erweiterung SD- oder MMC-Karten in den Speicherkartenslot.

MPEG 4 (H.264), der für hochauflösende Aufnahmen im HDTV-Format entwickelt wurde, und ist mit einem CMOS-Sensor mit 1,6 Millionen Pixeln ausgestattet. Die Bildausgabe erfolgt dabei mit 1.280 x 720 Bildpunkten mit 50 Bildern pro Sekunde. Ein Objektiv mit dem Zoomfaktor 100 (zehnfach optisch/zehnfach digital) gewährleistet beim Filmen hohe Flexibilität, indem es auch weit entfernte Details formatfüllend in Szene setzt.

Ein elektronischer Bildstabilisator (Electronic Image Stabilizer, ELI) korrigiert Verwacklungen, die besonders beim Einsatz der Zoom-Funktion auftreten, da beim Gebrauch langer Brennweiten selbst kleinste Erschütterungen zu sichtbaren Verwacklungen führen. Damit gute Filme spielend



Der VP-HMX10C ist in den drei Gehäusefarben Weiß, Schwarz und Violett lieferbar und ist somit neben seinen ausgefeilten technischen Features ein edles Lifestyle-Produkt.

sicher in der Hand – die wichtigste Voraussetzung für einwandfreie Aufnahmen.

Das 2,7 Zoll große Display des Camcorders, das beim Filmen das Sucherbild zeigt, dient auch als Touchpanel für die Wahl der passenden Aufnahmeeinstellungen. Außerdem kann der Filmer gleich nach der Aufnahme ausgewählte Szenen aus dem Film heraus-schneiden und nach Bedarf an anderer Stelle wieder einfügen (Copy & Paste). Die Aufnahmen finden im internen Speicher des VP-HMX10C Platz, und wenn die acht Gigabyte belegt sind, passen zur Erweiterung SD- oder MMC-Karten in den Speicherkartenslot des Geräts.

Für die verlustfreie Übertragung der Videoclips steht ein High Definition Multimedia Interface (HDMI) zur Verfügung. Wie auch die Fernsehgeräte, Heimkinoanlagen und AV-Abspielgeräte von Samsung Electronics arbeitet der VP-HMX10C mit Anynet+ (HDMI CEC) und lässt sich mit bis zu neun anderen Anynet+-fähigen Geräten in ein Gerätenetzwerk einbinden, das mit nur einer Fernbedienung gesteuert wird. Der empfohlene Verkaufspreis für den VP-HMX10C lautet 879 Euro. *miz*



**GUTES AUSSEHEN IST KEIN ZUFALL, SONDERN HARTE ARBEIT.**

Dafür bin ich selbst das beste Beispiel. Eine Menge intelligenter Menschen haben sich über mein Äußeres Gedanken gemacht – und natürlich auch über meine inneren Werte. Ich wurde nach strengen Qualitätskriterien produziert und mit der für Grundig geschützten HD Evolution-Technologie mit Motion Compensation für gestochen scharfe und ruckelfreie Bilder ausgestattet. Zum Schluss habe ich auch noch eine verlängerte Garantie um 1 Jahr bekommen, wie alle meine HD Evolution-Geschwister. Andere würden abheben, aber ich bin ja Profi.



Mehr Infos bei Ihrem Grundig Vertriebsberater oder unter [www.grundig.de](http://www.grundig.de)

**GRUNDIG**  
made for you

# BOSE Mehr Klangqualität, mehr Bedienungskomfort und noch mehr Musik

Die Auswahl an digitalen Home Entertainment-Möglichkeiten hat sich innerhalb weniger Jahre vervielfältigt. Ganz gleich, ob digitales Fernsehen, Video on Demand, High Definition Movies, Home Cinema oder Action und Abenteuer-Spiele, fast immer sind es audiovisuelle Anwendungen, mit denen sich die Menschen unterhalten lassen. Mit den gestiegenen Ansprüchen an die Bildqualität und Bildschirmgröße sind auch die Ansprüche an die Qualität der „audio“-visuellen Inhalte gewachsen. Ein beeindruckendes, auf einem 107 cm großen Flachbildschirm im Wide-Format dargestelltes Bilderlebnis kann einen dünnen Begleitton nicht kompensieren, sondern verlangt geradezu nach einem den Bildeindrücken ebenbürtigen Sound-Ereignis.

Die Anzahl und Verschiedenheit der zuspieldenden Programmquellen mit unterschiedlichsten Schnittstellen stellen bei Anschluss und Bedienung eine weitere Herausforderung dar. Mit zahlreichen aktuellen, neu vorgestellten Audio-Produkten kommt Bose den Bedürfnissen dieses anspruchsvollen Marktes entgegen.

## Bose 3•2•1 GSXL Home Entertainment System

Das geglückte Konzept, Musik und Home Cinema Surround Sound mit nur zwei kleinen, kaum sichtbaren Lautsprechern zu realisieren, die im Handumdrehen installiert und ganz einfach zu bedienen sind, haben die vielfach ausgezeichneten 3•2•1 Systeme von Bose zu den meistverkauften kompletten Home Entertainment Systemen der Welt gemacht. Mit den Bose 3•2•1 Systemen etablierte sich die neue wachstumsstarke Produktkategorie der „Two-Speaker Home Cinema Systems“ am Markt. Nun hat Bose die 3•2•1 Produktfamilie um ein neues „Top-of-the-Line-System“ erweitert, das über alle Technologien des 3•2•1 Systemdesigns verfügt und darüber hinaus den uneingeschränkten Genuss individuell ausgewählter Musik-Selektionen noch einfacher und komfortabler macht: das neue „3•2•1 GSXL Home Entertainment System“.

## Lernfähiger Konzert-Meister

Das 3•2•1 GSXL System ist mit dem von Bose entwickelten „uMusic Intel-

ligent Playback System“ ausgestattet, mit dem das Anhören und Organisieren einer persönlichen CD-Sammlung so effektiv und einfach wie noch nie wird: „uMusic“-Technologie ist lernfähig und strukturiert die gespeicherten Musiktitel automatisch. Der individuelle Musikgeschmack der Systemnutzer wird anhand der abgespielten Titel analysiert. Nach einer kurzen „Lernphase“ werden aus der Musiksammlung die im jeweiligen Nutzer-Modus favorisierten Musiktracks ausgewählt und abgespielt. Damit der Anwender das komfortable Vergnügen gleich nach dem Auspacken genießen kann, kommt das 3•2•1 GSXL System schon mit 321 sorgfältig ausgesuchten, vorgespeicherten Music Tracks zu seinem Besitzer. Die wohlbedacht zusammengestellte Musik-Kollektion umfasst, wie Bose betont, sowohl neuere Titel wie auch Evergreens von Rock bis zu leichter Muse. Die Titel der bereits gespeicherten Sammlung sind in drei Kategorien gruppiert. Die Auswahl-Presets sind Hits, Party und Relax und bedienen verschiedene Stimmungen und Anlässe. Dem 3•2•1 GSXL-Besitzer stehen sofort nach dem Anschluss des Systems viele Stunden Musik aus allen Genres per Knopfdruck zur Verfügung. Mit der erweiterten uMusic-Speicherkapazität von bis zu 340 Stunden Nonstop-Musik bietet das 3•2•1 GSXL viel zusätzlichen Platz für die eigene CD-Sammlung.

Die Features und Komponenten des 3•2•1 GSXL Home Entertainment Systems im Überblick: 3•2•1 System Media Center mit integriertem DVD/CD/MP3-CD-Player, uMusic Intelligent Playback System mit 321 vorgespeicherten Tracks und UKW/

MW-Tuner mit RDS, zwei nur Handflächen große Gemstone Speaker Arrays für realistisches Heimkino und mitreißendes Musikerlebnis, Acoustimass Modul für verzerrungsfreie, kraftvolle Bässe, Universal IR-Fernbedienung zur Steuerung des 3•2•1 GSXL Systems, daran angeschlossener Komponenten und der uMusic Datenbank, Videostage 5 Decoding Circuitry, das echten 5-Kanal-Surround Sound von Videos, Stereo-CDs und sogar von TV-Programmen in Mono liefert, Bose Link zur Integration in ein Lifestyle Multiroom-System. Das neue Bose 3•2•1 GSXL Home Entertainment System ist zum UVP von 2.750 Euro wahlweise mit schwarzen oder silbernen Lautsprechern erhältlich.

## Lifestyle V30 und V20

Neue Zuspieldgeräte, Programmquellen und -Schnittstellen machen die Verbindung zwischen den verschiedenen Komponenten und ihre Bedienung oft zu einer komplexen Angelegenheit. Zu Kabelverbindungen wie Composite, S-Video, Component und Scart ist nun noch HDMI mit integriertem HDCP Kopierschutz hinzugekommen. Für Konsumenten, die sich vor der Inbetriebnahme eines Audiosystems nicht einem intensiven Studium unterziehen wollen, präsentiert Bose jetzt die neuen Lifestyle V30 und Lifestyle V20 Home Entertainment Systeme: Beide Systeme verbinden Spitzenklang, einfachste Bedienung und elegantes Design der bereits bekannten Bose Lifestyle Systeme mit unkomplizierter Bedienung und universeller Anschlussvielfalt. Zum Lieferumfang der beiden neuen Home Entertainment Systeme gehören der neue VS-2 Video Enhancer und eine zentrale Fernbedienung, mit deren Hilfe der Benutzer alle zu einem System verbundenen Kompo-



Bose Lifestyle Home Entertainment System 28

nenten und Geräte komfortabel kontrollieren kann.

## Lifestyle VS-2 Video Enhancer

Mit dem VS-2 Video Enhancer können sich Bose-Kunden auf das Vergnügen an Programminhalten von neuesten High Definition-Quellen konzentrieren. Sie brauchen sich weder um die Kompatibilität zwischen Geräten mit HDMI und ohne HDMI zu kümmern, noch um die HDMI-Version, die das eine und das andere Gerät unterstützt. Der VS-2 Video Enhancer sorgt voll-



Der VS-2 Video Enhancer sorgt vollautomatisch für funktionierende Verbindungen und Anpassungen zwischen den Komponenten und ermöglicht die Bedienung aller Programmquellen durch Knopfdruck auf einer Fernbedienung.

automatisch für das Upgrade alter Quellengeräte und unabhängig davon, ob HD-Signal oder nicht, für die beste Wiedergabequalität aller Programminhalte auf neuen High Definition-TVs. In Verbindung mit einem Bose Lifestyle Home Entertainment System ermöglicht der VS-20 Video Enhancer die Optimierung, Steuerung und Bedienung aller Programmquellen durch einen Knopfdruck auf seiner Fernbedienung. Der VS-2 Video Enhancer wird ohne Aufpreis mit allen neuen Lifestyle 48, 38, 35 und 28 Systemen ausgeliefert und ist zu den Lifestyle-Serien II, III und IV kompatibel. Zum UVP von 328,- Euro kann er auch von Lifestyle 18-Kunden und bisherigen Lifestyle-Besitzern erworben werden.

## Lifestyle Systemkomponenten der Serie V

Die Lifestyle V30 und V20 Systeme bestehen aus folgenden Komponenten: 5.1 Surround-Sound-Lautspre-

chersystem, Acoustimass Modul, Lifestyle System Mediacenter mit integriertem DVD/CD/MP3-CD-Player und UKW/MW-Tuner mit RDS, Radiofrequenz-Fernbedienung zur Steuerung des Systems und angeschlossener Komponenten und (bei Lifestyle 48, 38) der uMusic Datenbank. VS-2 Video Enhancer (Lifestyle 48, 38, 35, 28), Videostage 5 Decoding Circuitry, das echten 5-Kanal-Surround Sound von Videos, Stereo-CDs und sogar von TV-Programmen in Mono liefert. uMusic Intelligent Playback System (Lifestyle 48, 38), ADAPTiQ Audio Calibration System. Bose Link zur Systemerweiterung in bis zu 14 weitere Räumen. Lifestyle Serie V Home Entertainment Systeme sind wahlweise mit schwarzen, weißen oder silbernen Lautsprechern erhältlich. Die Lifestyle V30 und V20 Systeme wurden so entwickelt, dass ihre Besitzer nur das sehen, was sie unbedingt sehen müssen: Display und Fernbedienung. Die Media Console bietet Anschlüsse für vier Video- und fünf Audiogeräte. Zusätzlich ist ein leistungsfähiger UKW/MW-Tuner mit RDS integriert. Lifestyle V30 und V20 Systeme besitzen alle Technologien und zahlreiche Lifestyle-Vorteile wie ADAPTiQ, Bose Link, Videostage 5 Decoder, Fernbedienung mit Radiofrequenzen, so dass die Media Console und alle Quellengeräte auf Wunsch aus dem Blick verschwinden können. Das System V20 verwendet vier Direct/Reflecting Cube Speaker Arrays. Jedes System ist zudem mit einem zu den Lautsprechern passenden horizontalen Center Channel Speaker Array ausgestattet, der für eine klare Klangwiedergabe und Lokalisierung aller Stimmen im Bild zuständig ist.

Die UVPs der Lifestyle V-Reihe betragen: V30 Home Entertainment System 3.900 Euro, V20 Home Entertainment System 2.800 Euro.

Das neue Bose 3•2•1 GSXL Home Entertainment System



# Olympus stellt die E-3 vor

**Fast genau ein Jahr ist es her, als Olympus auf der photokina 2006 eine Designstudie gezeigt hat. Seitdem hat das Unternehmen das Geheimnis um seine neue Profi-DSLR-Kamera streng gehütet. Aber jetzt ist sie endlich da, die Olympus E-3, die lang erwartete neue Top-Kamera des Olympus E-Systems.**

Die E-3 hat laut Hersteller das schnellste\* AF-System der Welt. Es basiert auf einem biaxialen AF-System mit elf Kreuz-Sensoren, das sowohl vertikale als auch horizontale Sensorlinien nutzt, um aus insgesamt 44 verschiedenen Datenpunkten den korrekten Fokus zu errechnen.



Zusätzlich greift die E-3 auf Technologien der Pixel-Multiplikation zurück. So wird die Leistung bei schlechten Lichtverhältnissen (-2 LW bei ISO 100) gesteigert. Verschlusszeiten von bis zu 1/8.000 Sekunde und Aufnahmegeschwindigkeiten von bis zu fünf Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung (inklusive RAW-Puffer für 19 Bilder im Burst-Modus) sollen vor allem Sport- und Actionfotografen ansprechen. Weiterhin bietet die Kamera das weltweit effektivste, direkt in das Gehäuse integrierte System zur Bildstabilisation. Mit diesem kann sie Effekte von Kameraverwacklungen bis zu fünf Lichtwertstufen kompensieren. Für gute Bilderergebnisse sorgen außerdem der Zehn-Megapixel-Highspeed Live MOS-Sensor, der TruePic III-Bildprozessor.

Das Live View System, das Olympus bereits in früheren Kameramodellen eingesetzt hat, findet sich auch in der neuen E-3. Es erweitert die Flexibilität beim Fotografieren: So kann etwa der Augenkontakt zum Porträtierten gehalten werden, und Überkopf- oder Bodenaufnahmen lassen sich bequem über das schwenkbare 2,5-Zoll-/6,4-cm-HyperCrystal-LCD komponieren. Die Ergebnisse veränderter Kameraeinstellungen

werden dabei in Echtzeit auf dem Monitor dargestellt. Der optische Sucher liefert ein hundertprozentiges Bildfeld und eine 1,15fache Vergrößerung für die präzise Bildkontrolle. Wie alle E-System-Kameras ist auch die E-3 mit dem Supersonic Wave Filter für effektiven Staubschutz ausgestattet. Durch Staub- und Spritzwasserschutz bieten beide Komponenten – Kameragehäuse und die meisten Objektive – erhöhte Zuverlässigkeit. Außerdem gewährleistet eine Verschluss-Lebensdauer von mind. 150.000 Auslösungen eine sichere und dauerhafte Beanspruchung. Die Olympus E-3 ist ab Ende November 2007 verfügbar.

## Auch vier neue Zuiko Digital Objektive

Zeitgleich zum Launch der professionellen E-3 hat Olympus auch sein Sortiment an Zuiko Digital Objektiven um vier Modelle erweitert. Neu im Programm sind (Brennweitenangaben jeweils entsprechend Kleinbild):

- Zuiko Digital ED 24–120 mm/1:2,8–4,0 SWD: Mit dem SWD Autofokus-System bietet dieses spritzwassergeschützte Fünffach-Zoomobjektiv schnellste Autofokus-Leistung. Die 24-mm-

Weitwinkelbrennweite garantiert außerordentliche Vielseitigkeit – ebenso wie der geringe minimale Arbeitsabstand von 25 cm.

- Zuiko Digital ED 100–400 mm/1:2,8–3,5 SWD: Dieses ultraschnelle SWD-Objektiv bietet zweimal schnellere AF-Geschwindigkeiten als das derzeitige Zuiko Digital 100–400 mm-Objektiv. Mit seiner Vierfach-Zoomleistung ist es optimal für Aufnahmen von Motiven in großer Entfernung geeignet.

- Zuiko Digital ED 28–70 mm/1:2,0 SWD: Mit einer außergewöhnlichen Blendenöffnung von 1:2,0 über den gesamten Brennweitenbereich ermöglicht dieses 2,5fach-Zoomobjektiv Profifotografen sehr flexibles Arbeiten. Auch dieses Objektiv wartet mit den ultraschnellen AF-Geschwindigkeiten des SWD-Systems auf.

- Zuiko Digital 140–600 mm/4,0–5,6: Trotz seiner maximalen Zoomleistung von bis zu 600 mm ist dieser Neuling mit einer Länge von 127 mm (bei einem Gewicht von 620 g) sehr kompakt. Damit liefert das Objektiv den Beweis, dass auch extreme Zoombrennweiten nicht unbedingt die Mobilität des Fotografen einschränken müssen.

www.blaupunkt.com

TravelPilot  
Your Driver  
Assistant



# Der TravelPilot Lucca 5.3 hört aufs Wort.

Mobile Navigation von Blaupunkt – jetzt mit Spracheingabe.



Sie sagen es – der TravelPilot Lucca 5.3 bringt Sie hin. Als perfekter Driver Assistant reagiert er jetzt auch auf Spracheingabe. Eingaben per Hand erleichtern Touchscreen und intuitive Menüführung. Außerdem mit TravelPilot Lucca 5.3 immer an Bord: Bluetooth-Freisprecheinrichtung, dynamische Stauumfahrung, Tempolimitwarner und jede Menge Entertainment. Einfach Lieblingssongs und Filme via SD-Card oder vom Handy laden. Einen flexibleren Kopiloten haben Sie noch nicht mal auf dem Beifahrersitz.

\*Unter den DSLR-Kameras, mit dem Olympus Zuiko Digital ED 2.8–4,0/12–60 mm SWD, Stand Oktober 2007

# Panasonics Engagement in Sachen Umwelt

## Fortschritt mit Verantwortung

**In dem Bestreben, seine Position weltweit zu stärken, hat Panasonic im April dieses Jahres seinen Geschäftsplan „GP3“ vorgestellt. Hauptkriterien sind, bis 2010 ein stabiles Wachstum und Rentabilität zu erzielen. Jetzt hat das Unternehmen seinen Drei-Jahres-Plan um eine Zielsetzung ergänzt: die Reduzierung von Umweltbelastungen in allen Geschäftsbereichen.**



*„Klimaschutz geht alle an und ist nicht zuletzt durch internationale Konferenzen wie den G8-Gipfel in Heiligendamm sowie Spitzentreffen der APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) und Vereinten Nationen in den Blickpunkt der Weltöffentlichkeit gerückt. Mit der steigenden Besorgnis der internationalen Gemeinschaft im Hintergrund, hat Panasonic daher seine Bemühungen im Umweltmanagement forciert. Dies steht ebenfalls im Einklang mit der Panasonic Managementphilosophie“, so Michael Langbehn, Manager Trade Marketing/PR, Panasonic Deutschland.*

Als verarbeitendes Industrieunternehmen verfolgt Panasonic das Ziel, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß seiner Fertigungsstätten zu verringern – und dies nicht nur im Verhältnis zu Verkaufs- oder Produktvolumina, sondern absolut. Das Unternehmen wird den CO<sub>2</sub>-Ausstoß außerdem fortan zu seinen Hauptmanagement-Indikatoren zählen.

„Klimaschutz geht alle an und ist nicht zuletzt durch internationale Konferenzen wie den G8-Gipfel in Heiligendamm sowie Spitzentreffen der APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) und Vereinten Nationen in den Blickpunkt der Weltöffentlichkeit gerückt. Es ist höchste Zeit zu handeln – nicht nur, weil im kommenden Jahr der Fünf-Jahres-Zeitraum anbricht, in dem laut Kyoto-Protokoll die verbindlich teilnehmenden Nationen ihre Treibhausgas-Emissionen bis 2012 senken sollen“, so Michael Langbehn, Manager Trade Marketing/PR, Panasonic Deutschland. „Mit der steigenden Besorgnis der internationalen Gemeinschaft im

Hintergrund, hat Panasonic daher seine Bemühungen im Umweltmanagement forciert. Dies steht ebenfalls im Einklang mit der Panasonic Managementphilosophie“, so Langbehn.

### Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen

Für die aktuell 294 Produktionsstätten des Matsushita Konzerns dienen die für das Geschäftsjahr 2007 (endete am 31.3.2007) ermittelten Werte als Messlatte für die Fortschritte in der Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes. Das bedeutet: Selbst wenn die Produktionskapazitäten in den nächsten Jahren weiter steigen, muss der CO<sub>2</sub>-Gesamtausstoß bis zum Ende des GP3-Planungszeitraums im Jahr 2010 um 300.000 Tonnen

sinken. Nach 3,98 Mio. Tonnen CO<sub>2</sub>-Ausstoß im Geschäftsjahr 2007 sollen im Geschäftsjahr 2010 noch 3,68 Mio. Tonnen in der CO<sub>2</sub>-Bilanz stehen. Für das Fiskaljahr 2011 hat sich das Unternehmen vorgenommen, den Wert auf 3,60 Mio. Tonnen – und damit auf das Niveau des Geschäftsjahres 2001 – weiter zu senken. Beginnend mit dem Geschäftsjahr 2009 wird Panasonic CO<sub>2</sub>-Emissionen in eine Reihe der entscheidenden Management-Indikatoren aufnehmen und stellt sie damit auf eine Stufe mit Faktoren wie Absatz, Gewinn, Bestand und Kapitalerträge. Panasonic bekräftigt mit diesem Schritt seine Anstrengung im Klimaschutz. Im April 2007 startete das Umwelt-Effizienz-System. Es ruft monatlich 23 Einzelwerte aus den weltweit ansässigen Fertigungsstätten ab und zeigt diesen anhand von Analysen Verbesserungsmöglichkeiten auf. Zu den 23 Umwelt-Leistungsdaten zählen neben dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß u. a. auch der Verbrauch von Wasser und Energien wie Elektrizität, Gas und Heizöl. Das System startete im Oktober 2007 in Japan und soll spätestens im Januar 2008 in allen Fertigungsstätten weltweit am Werk sein.

### Partnerschaft für das Gelbe Meer

Eine weitere Umwelt-Aktion seitens Panasonic ist die Unterstützung des Umweltverbandes WWF bei einem siebenjährigen Schutzprojekt für das Ökosystem Gelbes Meer im Pazifischen Ozean.

### „Panasonic Eco Ideas Declaration“

Mit der „Panasonic Eco Ideas Declaration“ bestärkt das Unternehmen seine Verantwortung und Pflicht, als Teil der Weltgemeinschaft den Klimawandel abzumildern.

#### Öko-Ideen für Produkte

Panasonic will die Entwicklung und Einführung energiesparender Technologien weiter vorantreiben und die Zahl industrieweit führender energieeffizienter Produkte steigern. Das bedeutet das Aus für Produkte mit schlechter Energie-Effizienz.

#### Öko-Ideen für die Herstellung

Die Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes wird über die Fertigungsprozesse hinausgehen. Durch eine Steigerung der Produktivität sollen sämtliche Geschäftsbereiche – von der Produktplanung bis hin zum Recycling – ihren Beitrag leisten.

#### Öko-Ideen für jeden und überall

Panasonic wird auch außerhalb des Konzerns mit seinen weltweit mehr als 334.000 Beschäftigten zu mehr Umweltaktivitäten ermuntern. Dazu zählt es, die Reichweite eines Weltkonzerns auch dafür zu nutzen, um die Weltöffentlichkeit z. B. über lokale ökologische Bewegungen und Aktivitäten zu informieren. Ideen und Wissen aus unterschiedlichsten Teilen der Welt sollen so möglichst viele Mitmenschen erreichen und animieren.

Das Gelbe Meer, ein an China und die koreanische Halbinsel grenzender Meeresarm des Pazifischen Ozeans, war früher für seine enorme Artenvielfalt bekannt. Heute ist die Region in den Augen der Umweltschützer ein Sorgenkind. Um das Ökosystem dieses 380.000 Quadratkilometer großen Meeresgebietes zu schützen, haben sich der World Wide Fund For Nature (WWF) und Panasonic zusammengetan. Gemeinsam machen sie sich jetzt für das Umweltschutzprojekt Yel-

low Sea Ecoregion Support (kurz YSESP) stark. Der WWF führt das Gelbe Meer schon seit längerem auf seiner Liste der 200 schützenswertesten Regionen der Welt, aber erst die Unterstützung von Panasonic macht die Umsetzung des Schutzprojektes möglich. Aus diesem Grund verlieh der WWF Panasonic den Titel „Corporate Supporter“. Mit Panasonic fördert erstmals ein japanisches Unternehmen ein internationales Artenvielfalts-Projekt. *miz*

## POs Aktuell

### Neues Siegel für TV-Geräte: „HD ready 1.080p“

Mit dem im Vorfeld der diesjährigen IFA kontrovers diskutierten neuen Logo „HD ready 1080p“ der European Information, Communications and Consumer Electronics Industry Technology Association (EICTA) steht jetzt ein weiteres Siegel zur Kennzeichnung von Fernsehgeräten zur Verfügung, das vor allem dem Konsumenten die Orientierung bei der Kaufentscheidung für ein Fernsehgerät ermöglichen soll. Wenn das neue Siegel dieser Aufgabe gerecht wird, wäre das für den Handel und Verkäufer am PoS eine Hilfe beim Verkaufsgespräch. Daran bestehen jedoch Zweifel. Bei der Namensgebung, wie bei den Voraussetzungen für die Erteilung des neuen Logos, lässt die EICTA Kontinuität vermissen: Das ältere,

weiterhin aktuelle Logo „HD ready“ wird an TV-Geräte vergeben, die High Definition TV-Signale darstellen können, unabhängig davon, ob ihre native Auflösung der „vollen HDTV-Auflösung“ mit 1.080 horizontalen Bildpunkten entspricht oder HDTV-Signale umgerechnet und mit 720i oder 720p dargestellt werden. Deshalb ist die Annahme logisch, dass das „HD ready 1.080p“-Logo Bildschirme kennzeichnet, die 1.080p Videosignale darstellen können, und zwar auch dann, wenn ihre tatsächliche Auflösung niedriger ist. Doch weit gefehlt: Das „HD ready 1.080p“-Siegel dürfen laut EICTA nur Displays tragen, „... die eine Panel-Auflösung von mindestens 1.920 x 1.080 Bildpunkten darstellen können und die 1.080p-Signalvarianten 24 Hz, 50 Hz und 60 Hz entgegennehmen und mit derselben oder einer höheren Bildwiederholrate reproduzieren können.“ Die Gründe sind bekannt: Weil die EICTA nicht rechtzeitig auf die technologische Entwicklung und das zunehmende Marktangebot an Geräten mit „echter“ HDTV-Auflösung von 1.080 Bildpunkten und

progressiven Vollbildern (1.080p) reagierten, halfen sich Hersteller und Anbieter selbst und setzten die Qualitätsmerkmale „Full HD“ und „Full HD 1.080p“ zur Kennzeichnung ihrer Bildschirme ein. Die EICTA hätte diesen inoffiziellen Standard einfach mit einem „Full HD“-Siegel legalisieren können. Das setzte man bei der Organisation offensichtlich mit einem Gesichtverlust gleich und hob stattdessen das eigene „HD ready 1.080p“-Siegel aus der Taufe. Die allgemein adaptierte Bezeichnung „Full HD“ wird, weil sie so schön aussagekräftig ist, wahrscheinlich weiterbestehen. Damit ist die Verwirrung bei allen Beteiligten garantiert.

### Jubiläum für Sharp Shop-in-Shop-Lösungen

Sharp präsentiert seine aktuelle Gerätegeneration der Aquos LCD-TVs im edlen Ambiente der passenden Displaylösungen am PoS. Inzwischen wurde die Regal-lösung schon bei 400 Händlern installiert.

„Dieses Jubiläum der 400. Shop-in-Shop-Installation macht uns sehr stolz, denn es zeigt, wie gut der Handel unsere Angebote zur Vertriebsunterstützung wahrnimmt“, so Jörg Christiansen, Vertriebsleiter bei Sharp Electronics Germany. „Auch unsere Handelspartner verzeichnen mit den Shop-in-Shop-Systemen bereits erste Erfolge und konnten ihre Umsätze zum Teil deutlich steigern.“

### Euronics setzt auf Energieeffizienz

Euronics hat eine Kooperation mit der Deutschen Energie-Agentur GmbH bekanntgegeben. Im Rahmen der Initiative EnergieEffizienz bietet die dena Euronics-Mitgliedern künftig ausführliche Schulungsangebote zum Thema Energieeffizienz an und verlinkt von ihrer Homepage [www.stromeffizienz.de](http://www.stromeffizienz.de) auf Fachhändler, die im Händlernetzwerk der Initiative teilnehmen. Die Initiative ist eine Aktionsplattform für effiziente Strom-

nutzung in allen Verbrauchssektoren. Gleichzeitig stellt die dena den Euronics-Mitgliedern verschiedene Informationsbroschüren zur Verfügung. Zum einen mit Informationsmaterial zur Schulung der eigenen Mitarbeiter und zum anderen Broschüren mit Energiespartips zur Unterstützung in der Verkaufsberatung. Im Gegensatz zur Weißen gibt es bei der Braunen Ware noch keine einheitlichen Umweltlabels. „Das Fehlen von Standards ist die große Profilierungschance für den Fachhandel. Der fachkundige Händler kann hier für Orientierung sorgen und seine Beratungskompetenz voll ausspielen. Unsere Aufgabe als größte deutsche Verbundgruppe ist es auch, gemeinsam mit Regierung, Verbrauchern und Industrie aktiv einheitliche Umweltstandards bei der Braunen Ware zu entwickeln. Mit der Unterstützung der Initiative EnergieEffizienz der dena positionieren wir Energieeffizienz als Qualitätsmerkmal von elektrischen und elektronischen Geräten“, so Euronics-Vorstandssprecher Werner Winkelmann.

**POS Neuheiten**

**SanDisk ExpressCard mit bis zu 16 Gigabyte**

**Mobil**

Mit der ExpressCard Serie bringt SanDisk neuartige Flash-Speicher auf den Markt: Erstes Produkt der SanDisk Express-Serie ist die ExpressCard mit Speicherkapazitäten von 8 und 16 Gigabyte. Der wichtigste Einsatzbereich wird die neue Generation der Profi-Camcorder sein, die bereits für die Aufzeichnung von Videos auf ExpressCard entwickelt wurden und keine Magnetbänder, Festplatten oder optische Medien mehr benötigen. Bei der Speicher- und Lese-Geschwindigkeit wie



der Langlebigkeit und Zuverlässigkeit ist die ExpressCard-Technologie bisherigen Lösungen klar überlegen. Die Aufnahmekapazität für High-Definition Videos mit 35 Megabit/Sekunde beträgt 30 Minuten für die 8 GB- und 60 Minuten für die 16 GB-ExpressCard. Als erster Hersteller integriert Sony ExpressCards als Aufnahme-Medium in seine neuen XDCAM EX Camcorder. Zu diesem Zweck haben SanDisk und Sony gemeinsam den SxS-Standard entwickelt, der sicherstellt, dass

ExpressCards die für den professionellen Video-Einsatz erforderliche Geschwindigkeit aufweisen. SanDisk ExpressCards mit dem SxS-Logo sind voll kompatibel mit dem Sony XDCAM EX Camcorder, der zwei Express-Card-Steckplätze besitzt. „Mit der SanDisk ExpressCard wird professionellen Videofilmen zum ersten Mal eine Lösung für schnelle Solid-State Digitalaufnahmen geboten“, erklärt Wes Brewer, Vice President Cards and Accessories Division, SanDisk. „Wir gehen davon aus, dass weitere Hersteller das vorteilhafte neue Format übernehmen. Die PCI Express-Schnittstelle ist ein freier Industriestandard und die Preise für Flash-Produkte sinken.“ Der ExpressCard Standard wurde von der Personal Computer Memory Card International Association (PCMCIA) als Nachfolger des PC Card Standard festgelegt. Bei Anschluss über PCI-Express ist die Lese- und Schreibgeschwindigkeit von ExpressCard 2,5mal so schnell wie bei der PC Card. Die ExpressCard ist nur halb so groß wie die PC Card und ermöglicht ein schlankeres Design bei Notebooks und Camcordern. Die SanDisk ExpressCard soll ab November auf dem nordamerikanischen Markt in zwei Speicher-Kapazitäten zu folgenden UVPs lieferbar sein: US\$ 499,99 für die 8 GB- und US\$ 899,99 für die 16 GB-ExpressCard. Über den Termin der Verfügbarkeit auf dem europäischen Markt wurden noch keine Angaben gemacht.

**HC6000 Projektor von Mitsubishi Electric**



Mitsubishi Electric präsentiert den neuen HC6000 Projektor mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln. Durch Full-HD-LCD-Panels und der von Mitsubishi weiterentwickelten Auto-Iris erreicht das Gerät ein Kontrastverhältnis von 13.000:1

und projiziert so Bilder mit einem hohen Kontrastumfang, selbst in Schattenpartien. Mit zwei HDMI-1.3-Schnittstellen sind die Anschlüsse ebenfalls ganz auf die Darstellung hochauflösender Bilder ausgerichtet. Die eingehenden Video-Signale werden dank der hochwertigen HQV-Technologie von Silicon Optix optimal umgesetzt. Gleichzeitig vermindert die neuentwickelte Full-HD-kompatible Optik Streulicht und sorgt für brillante Bilder. So ausgestattet, garantiert der HC6000 ein noch umfassenderes und realistischeres Kinoerlebnis für zu Hause. Im Lieferumfang des HC6000 enthalten sind Fernbedienung (inkl. Batterie), Kabelsatz und

Kurzbedienungsanleitung. Der HC6000 ist seit Oktober lieferbar.

**Neue LCD-Serie von Polaroid**



Pünktlich zur Weihnachtszeit bringt Polaroid neue LCD-Fernseher auf den Markt, die durch ihren puristischen Stil bestechen. Sie besitzen einen schmalen Rahmen, eine dezent unterhalb angeordnete Lautsprecherzeile und seitlich versteckte Bedientasten. Die Modelle der neuen LCD-Serie von Polaroid sind alle HD ready. Sie haben eine Auflösung von

bis zu 1.680 x 1.050 Bildpunkten und sind mit HDMI-Schnittstellen für Audio- und Videoübertragung (High-Definition Multimedia Interface) versehen. Die einzelnen Typen sind wahlweise mit Analog- oder Digital-Tuner erhältlich, der den Empfang von digitalen Fernseh- und Hörfunkprogrammen problemlos ermöglicht. Ausgestattet mit Funktionen wie Vollbildverfahren, mehrsprachiger Bildschirm-anzeige oder einstellbarer Abschaltzeit sorgen die neuen Panels von Polaroid für ein komfortables Fernseherlebnis. Durch das 16:9- bzw. 16:10-Breitbild-Format der Geräte und die integrierte Raumklangeffektsimulation entsteht echtes Kinofeeling.

**Panasonic: sechs neue Blu-ray- und DVD-Rekorder für HDTV**



Auf der Ceatec 2007 stellte Panasonic sechs neue Blu-ray- und DVD-Rekorder der „Diga“-Serie vor, die in Japan ab dem 1. November auf dem Markt verfügbar sein werden: Alle Geräte verfügen über die Möglichkeit zur Aufzeichnung von HDTV-Inhalten, also auch die drei auf normalen DVDs aufzeichnenden Rekorder. Dies wird durch den Umstieg von MPEG2- auf MPEG4-Codierung mit AVC/H.264-Profil ermöglicht. Die Aufzeichnungskapazität steigt im Vergleich zu bisherigen HD Video-Rekordern um das Vierfache. Die drei Blu-ray-Modelle zeichnen auf eine 50 GB Double-Layer Blu-ray-Disc bis zu 18 Stunden HD-Videoprogramm auf. Das entspricht 381 Stunden HD-Video auf der 1-Tera-Byte (1.024 GB) fassenden Festplatte des DMR-BW900.

Bei Aufzeichnung von HD-Videos auf normalen DVD-Medien passen auf eine Double-Layer-DVD mehr als eine Stunde HD-Video. Für dieses Aufzeichnungsformat will das DVD-Konsortium einen Standard verabschieden. Unterstützt wird auch die Aufzeichnung von 5.1-Mehrkanal-Audio (Dolby Digital Plus, Dolby-TrueHD und dts-HD). Die für Echtzeit-Codierung und Decodierung der riesigen Datenmengen erforderliche Rechenarbeit leistet ein UniPhier Chip (Ein-Chip-System) mit der weltweit höchsten Integrationsdichte von 45 Nanometer. Beim Start der Serienfertigung von auf 45 nm Prozess-Technologie basierten Chips hat Panasonic sogar den Chip-Riesen Intel um 14 Tage geschlagen, der bei neuesten Prozessoren 45-nm-Technologie einsetzt. Die drei Blu-ray-Modelle DMR-BW800 (500 GB), DMR-BW700 (250 GB) und DMR-BW900 (1 TB) sind zur Farbsignal-Verarbeitung mit einem hochpräzisen „PHL Reference Chroma Processor“ bestückt. Der DMR-BW900 und der DMR-BW800 unterstützen bei der Wiedergabe von Kinofilmen 1.080p mit 24 Frames pro Sekunde.

Unterstützt werden alle interaktiven Blu-ray-Funktionen wie Bild-in-Bild und Internet-Downloads. Als DVD-Rekorder ohne Blu-ray kommen der DMR-XW300 (500 GB), der DMR-XW100 (250 GB) und der DMR-XW200V mit 250-GB-Festplatte und integriertem VHS-Videorekorder auf den Markt. Zum Zeitpunkt der Markteinführung in Europa wurden keine Angaben gemacht.



# Thema der Woche



**e-on**  
Neue Energie

# Sharp mit breitem Marketing-Konzept für Aquos LCD-TVs

# Prominent in Szene gesetzt

## Begeisterung für Heimkino im Großformat

Sharps LCD-TVs HD1E, XL2E, X20E und RD2E haben prominente Unterstützung am Point of Sale bekommen. Hadi Teherani, Ludger Beerbaum, Andrea Sawatzki und Sönke Wortmann sind Paten der aktuellen Sharp PoS-Kampagne „Gönn dir was Großes – mit den Großen von Sharp“.



Hadi Teherani

„Man kann die Zukunft nicht bestimmen, aber man kann auf sie vorbereitet sein“, erklärt der in Hamburg lebende Star-Architekt Hadi Teherani. Mit neuesten Technologien ausgestattet und hochwertigen Materialien verarbeitet, folgen die HD1E-TVs seinem Motto.



Andrea Sawatzki

Andrea Sawatzki zieht seit fünf Jahren als Tatort Kommissarin Charlotte Sänger Millionen Fernsehzuschauer in ihren Bann. „Wer seine Zuschauer begeistern will, muss über sich hinaus wachsen“, sagt Sawatzki über ihre Karriere. Aus dem gleichen Grund setzt die Schauspielerin aus Leidenschaft auf die Großen von Sharp.



Sönke Wortmann

Ruckelfreies Fernsehen ist besonders bei schnellen Bewegungen im Film unabdingbar. Sönke Wortmann, Regisseur von Filmen wie „Das Wunder von Bern“ und „Deutschland ein Sommermärchen“, weiß diese Qualität zu schätzen. „Oft ist es nur eine geniale Idee, die für große Momente sorgt“, so Wortmann. Ludger Beerbaum, der seit vielen Jahren mit sportlichen Erfolgen begeistert, sieht die



Ludger Beerbaum

Aquos Fernseher als Trendsetter. „Wenn andere dich kopieren, bist du deiner Zeit einen großen Sprung voraus“, so Beerbaum.

„Letztlich geht es sowohl bei den Künstlern als auch bei unseren Produkten um Begeisterung und höchste Ansprüche“, ist Petra Siegfanz, Marketing Manager bei Sharp Electronics Germany/Austria, überzeugt. „Unsere Paten begeistern und fesseln ihr Publikum mit ihrem Können, und Sharp fasziniert seine Kunden mit brillanten Farben, perfekten Bildverläufen und hohen Verarbeitungsstandards. Gemeinsam sorgen wir für Premium-TV auf höchstem technischen und künstlerischen Niveau – verpackt in einem ausgefallenen Design.“



Das Sharp Power-Team unterstützt den Handel ganz individuell vor Ort. Ziel ist es, die Erfolge am PoS nachhaltig zu stärken. Dabei erfolgt Beratung in Sachen Verkauf, Platzierung der Geräte und Ausstattung mit Werbematerialien.

**Ab sofort bietet Sharp seinen Handelspartnern einen ganz besonderen Service: Das Sharp Power-Team ist derzeit in ganz Deutschland unterwegs, um Händler im Abverkauf mit Informationen, Schulungsmaßnahmen und in der Warenpräsentation zu unterstützen.**

Das Konzept des Sharp Power-Teams basiert auf drei Säulen: PoS-Management, Merchandising-Beratung und Verkäufertraining vor Ort. Laut Aussagen von Sharp ist dieses Konzept einmalig, da das Power-Team als Handels-Ansprechpartner ein Paket mit individuellen Leistungen anbietet, um den Erfolg am PoS nachhaltig zu stärken und die Umsätze dauerhaft zu steigern. „Wer besser berät, kann besser verkaufen“, erklärt Petra Siegfanz, Marketing Managerin bei Sharp Electronics Germany/Austria das Prinzip. „Weil Qualität Kontinuität

voraussetzt, ist jeder einzelne Mitarbeiter unseres Power-Teams als persönlicher PoS-Manager regelmäßig mit Rat und Tat zur Stelle, und Händler können alle ihre Fragen bei einem einzigen Ansprechpartner platzieren – so etwas hat es noch nie gegeben. Wir sind davon überzeugt, dass unsere Händler und wir mit diesem Konzept erfolgreich sein werden.“

Das Power-Team unterstützt Händler in allen Phasen des Verkaufs und sorgt dafür, dass Verkaufaktionen optimal umgesetzt werden können. Dafür bringt das Team professionelles LCD-Wissen mit und kann vor dem eigenen Erfahrungshintergrund aus den Segmenten Technologie und Verkauf hinsichtlich Produktpräsentationen, Einwandbehandlung und Nutzenargumentation auf einen umfassenden Erfahrungsschatz zurückgreifen.

„Unsere PoS-Manager sind Techniker, Organisatoren und Verkaufstrainer in einer Person“, erklärt Petra Siegfanz den Hintergrund. „Wir setzen mit unserem Power-Team auf die Grundwerte

Kompetenz, Qualität und Nachhaltigkeit.“

Trainingsinhalte stimmen die PoS-Manager mit jedem Händler individuell ab, so dass Verkäufer die Argumente an die Hand bekommen, mit denen sie ihre Kunden am besten überzeugen.

Der Power-Trainer pflegt zudem die Ausstellungsfläche vor Ort und optimiert diese, so dass der Händler von der technisch einwandfreien Warenpräsentation über die Platzierung der Geräte bis hin zur Ausgestaltung der Verkaufsräume mit Werbematerialien auf einen Allround-Profi setzen kann

„Wir wollen mit unseren Händlern an einem Strang ziehen, um den PoS für den Kunden noch attraktiver zu machen und den Absatz der Aquos LCD-TVs gemeinsam voranzutreiben“, so Siegfanz. „Unsere Strategie der gesamten PoS-Kompetenz bei nur einem Ansprechpartner bewährt sich bereits jetzt, und unsere Händler sind glücklich über die vielen positiven Impulse durch unser Power-Team“, freut sich die Marketing-Expertin. *miz*

# Power-Team am PoS

## Professionelle Beratung vor Ort

## Samsungs flexible MP3-Player

# Kompakte Multimedia-Talente

**Samsungs neueste MP3-Player-Modelle können als „Multi-Tasking-Talente“ bezeichnet werden. So ermöglicht der YP-T10, Texte zu lesen, Radio zu hören und Java Games zu spielen. Der YP-S5 ist Taschenkino und Jukebox in einem.**

Der YP-S5 ist das Nachfolgemodell des YP-K5, Samsungs erstem MP3-Player mit ausklapp-

barem Lautsprecher. Ein Schiebemechanismus lässt auf Wunsch die integrierten Miniboxen auf der Unterseite des nur 14,8 mm dünnen Players verschwinden oder hervortreten. Mit der Lautsprecherleistung von 1,5 Watt lässt der YP-S5 auch die Umwelt am Musikgeschehen teilhaben. Dank der Bluetooth-Schnittstelle ist der Anwender selbst mit Kopfhörern nicht an seinen MP3-Player gebunden, denn er kann

die Musik kabellos über ein Bluetooth Headset genießen. Für Musikspaß zu zweit ist es außerdem möglich, den Player an ein zweites Bluetooth Headset anzuschließen. Damit während des Musikhörens keine wichtigen Anrufe verpasst werden, signalisiert der Player alle auf dem Bluetooth-Handy ankommenden Gespräche auf dem Display des YP-S5 und unterbricht die Wiedergabe von Musik, Filmen und Spielen für die Dauer des Telefonats. Das 1,8 Zoll große Display des YP-S5 zeigt ein bedienfreundliches Menü und eignet sich mit seiner Auflösung von 220 x 176 Pixeln auch für die mobile Diashow mit Fotos im JPEG-Format und die Präsentation von MPEG-4 Filmen.

Der YP-S5 ist in den Farben Schwarz und Weiß lieferbar, und es gibt ihn mit Speicherkapazitäten von 2 GB (189 Euro), 4 GB (249 Euro) und 8 GB (279 Euro).



*Samsungs Multimedia-Player YP-T10 spielt neben MP3-, WMA- und WMV-Dateien auch Videos im MPEG-4-Format ab. Samsung bietet das Lifestyle-Produkt in verschiedenen Farbvarianten an.*

### YP-T10

Samsungs kleines Multitalent ist trotz kompakter Maße in der Lage, neben der Musikwiedergabe

von MP3-Files auch Radioprogramme abzuspielen und als Diktiergerät zu dienen. Der Player lädt Java Spiele in seinem bis zu acht MB großen Speicher und zeigt Videos im MPEG-4-Format an.

In einem bis zu acht Gigabyte großen Speicher finden Sounddaten in den Formaten MP3, WMA und WMV Platz. Für Radioempfang muss lediglich der integrierte UKW-Empfänger aktiviert werden. Der Akku kann bis zu 30 Stunden Musik wiedergeben.

Samsung bietet den Multimedia-Player in den Farben Schwarz, Weiß, Violett, Rot und Zitronengelb und mit Speicherkapazitäten von zwei, vier und acht GB an.

Die empfohlenen Verkaufspreise für den Samsung YP-T10 lauten den Speicherkapazitäten entsprechend 169 Euro, 199 Euro und 249 Euro. *miz*



*Das Modell YP-S5 ist wie das erfolgreiche Vorgängermodell YP-K5 mit integrierten Miniboxen ausgestattet, die den MP3-Player in eine kleine Jukebox verwandeln.*



## Strom für morgen suchen wir im Meer.

Für eine sichere Stromversorgung werden erneuerbare Energien eine immer größere Rolle spielen. Deshalb suchen wir jetzt schon nach alternativen Methoden der Energiegewinnung. Auch im Meer. So plant E.ON nicht nur ein weltweit einzigartiges Gezeitenkraftwerk, sondern testet auch grundlegend die Möglichkeiten von Wellenkraftwerken. Denn die ständige Bewegung des Meeres wollen wir in Zukunft nutzen und in Energie umwandeln. Damit wir Ihre Versorgung weiter sichern können.

Mehr zum Thema Wellenkraft erfahren Sie unter [www.eon.com](http://www.eon.com)

# SHARP



„Oft ist es nur eine  
große Mom

**X20E** Sönke Wortmann gönnt sich etwas Großes: AQUOS X20E von Sharp – im eleganten Slim-line Design: Wo bisher nur Platz für ein 42 Zoll Gerät war, passt jetzt ein 46 Zoll Bildschirm. Und durch die extrem leichte Flachbauweise lassen sich die Geräte wie ein Gemälde an die Wand hängen. Mit Sönke Wortmann und anderen Prominenten kommt große Unterstützung an Ihren POS. Freuen Sie sich auf großartige Geschäfte und einen riesigen Erfolg!

Gönn dir was Großes. **DIE GROSSEN VON SHARP.**

# AQUOS



*Sönke Wortmann*

geniale Idee, die für  
ente sorgt."

Sönke Wortmann, Regisseur

## Pos Neuheiten

### Sony Vaio CR21 und NR11 im neuen Design

Die Modelle der neuen Sony Vaio NR11-Serie präsentieren sich als Nachfolger der bisherigen N-Serie in völlig neuem Gehäusedesign mit strukturierter Oberfläche und neuester Hardware-Ausstattung. Die NR11-Serie perfektioniert das ursprüngliche Konzept harmonischer Ausgewogenheit von Funktionalität und Design noch einen Schritt weiter: Das neue Gehäuse vermittelt mit seiner Struktur aus winzigen Vertiefungen in der Oberfläche den Eindruck von eleganter Solidität und Griffbarkeit. Abgerundete Ecken und Kanten unterstreichen das angenehme Erscheinungsbild der silberfarbenen Notebooks. Unter der perfekt gestalteten Hülle verrichtet neueste, leistungsfähige Technologie ihre Arbeit: Intel Core 2 Duo Prozessoren, zwei Gigabyte SDRAM und 15,4 Zoll LCDs im Breitbild-Format mit besonders brillanten, realistischen Farben durch X-black-Technologie. Komfortable Anschlussmöglichkeiten bieten 4 USB-Ports, zwei auf jeder Seite. Als farbliche Alternative wird in edlem Braun ein Modell mit dem Namen der afrikanischen Hartholzart „Wenge“ angeboten. Die NR11-Serie umfasst die folgenden, bereits lieferbaren Modelle: VGN-NR11Z/T zum UVP von 999,- Euro, VGN-NR11Z/S zum UVP von 999,- Euro, VGN-NR11S/S zum UVP von 899,- Euro und VGN-NR11M/S zum UVP von 799,- Euro.

Die Lifestyle-Notebooks der neuen Vaio CR21-Serie sind mit ihren Linien im einzigartigsten, individuellen Stil der

vorangegangenen CR11-Serie gestaltet. Das neue „Sparkling Sand“-Farbschema der CR21-Modelle besteht aus einer harmonischen Palette aus Sand- und Edelmetallfarben und vermittelt den Eindruck von Luxus und Außergewöhnlichkeit. Zur „Sparkling Sand“-Farbpalette gehören „Luxury Pink“, „Indigo Blue“, „Blazing Red“ und „Pure White“. Die CR21-Serie ist mit X-black Breitbild-Displays zur Wiedergabe natürlich wirkender Farben mit hohem Kontrast ausgestattet. Die integrierte MotionEye-Webcam mit 1,3-Megapixel-Auflösung liefert detailreiche Bilder für den Videochat. Die AV-Funktion ermöglicht mit Tastendruck, DVDs anzusehen oder Musik anhören zu können, ohne dazu Windows starten zu müssen. Die technische Ausstattung am Beispiel des Modells VGN-CR21Z/R,N: Intel Core 2 Duo T7250 mit 2 GHz, RAM: 2 GB DDR2 SDRAM, Festplattenspeicher: 200 GB, Grafik: ATI Mobility Radeon X2300, optisches Laufwerk: DVD+-RW/+R DL/RAM, Display: 14,1" X-black LCD (WXGA, 1.280 x 800), integrierte MotionEye-Webcam mit 1,3 Megapixeln, 3 x USB 2, AV-Mode, AV-Tasten, Intel Wireless LAN 802.11 a/b/g/n (Draft 2.0), Bluetooth, Software: Adobe Photoshop Elements 5, WinDVD 8.0 for Vaio, Microsoft Works 8.5, Microsoft Office Trial 2007 (60 Tage kostenlose Testphase) Windows Vista Home Premium. Das Vaio VGN-CR21Z/N, R ist zum UVP von 1.399,- Euro und das VGN-CR21SS/W, P, L zum UVP von 1.199,- Euro lieferbar.

### Microsoft: Neuer Zune-Player mit 4, 8 und 80 GB

Der Software-Konzern Microsoft hat neue Zune-Player vorgestellt und dazu erste Details bekanntgegeben. Das neue Festplattenmodell wird nun mit einem 80-GB-Harddrive geliefert. Das



Der neue „Bose Computer MusicMonitor“ ist das beste zweiteilige Multimedia Speaker System im gesamten Bose Produktangebot. Das Computer MusicMonitor System lässt sich auf einfache Weise an jeden PC oder Laptop anschließen. Durch den Einsatz exklusiver, wegweisender Technologien wird bei geringstem Platzbedarf voluminöse, realistische Klangwiedergabe und akustisches Digital Entertainment der Spitzenklasse realisiert. Die Hyper-Resonator Technologie, kombiniert mit Slot Port Design, sorgt für besonders kraftvolle Bässe aus dem kleinen Gehäuse. Hocheffiziente Neodymium Iron Boron Magnete liefern die Energie für die hohe Leistung der winzigen Lautsprecher-Chassis. Das patentierte Integrated Signal Processing sichert automatisch HiFi-Klangqualität bei jeder Lautstärke. Das Voll-Aluminium-Gehäuse passt perfekt zu jedem modernen Computer-Design. Die Abmessungen des Bose Computer MusicMonitor (2 Speaker) betragen jeweils 6,4 cm x 12,2 cm (B x H) und 12,3 cm Tiefe.

Gehäuse wurde überarbeitet und ist flacher gestaltet als das Gehäuse des Vorgängermodells. Der Preis soll bei etwa 250 Dollar liegen. Neben dem HD-Modell werden zwei kleinere, mit Flash-Speicher ausgestattete Zune-Player angeboten. Die beiden Modelle verfügen über 4 GB und 8 GB Speicherplatz und werden 150,- und 200,- Dollar kosten. Die neuen Zune-Player sind mit WLAN-Modulen bestückt, so dass sich die Synchronisation mit einem PC drahtlos durchführen lässt. Sie sind in verschiedenen Farben erhältlich. Die neuen Produkte stattet Microsoft mit einer überarbeiteten Software-Version aus. Neben neuen Navigations-Funktionen sind nun erweiterte Community-Features enthalten. So können sich z. B. Nutzer über WLAN in die Plattform „Zune Social“ einloggen und dort selbstgemachte Musik bereitstellen oder mit anderen Anwendern austauschen.

### Sharp bringt Blu-ray-Recorder mit 1-Terabyte-Harddisk



Der japanische Hersteller Sharp hat die Markteinführung eines Blu-ray High Definition Video-Recorders mit einer eingebauten 1 Terabyte (1.000 GB) fassenden Festplatte angekündigt. Das ist die bisher größte realisierte Speicherkapazität für ein derartiges Gerät weltweit.

Der gewaltige Speicherplatz ermöglicht es, 127 Stunden High Definition Video-programm-Inhalte zu speichern. Das neue Gerät soll in Japan ab dem 1. Dezember dieses Jahres zu einem Verkaufspreis von 300.000 Yen (2.616 US-Dollar) in den Handel kommen. Laut Aussagen von Firmensprechern plant Sharp, in Japan noch in diesem Jahr acht weitere, neue Blu-ray-Recorder auf den Markt zu bringen, um weitere Anreize zum Umstieg von den bisherigen Video-Cassetten-Recordern und DVD-Geräten auf Blu-ray zu bieten. Wie aus Kreisen des in Osaka beheimateten Herstellers verlautbart, bestehen zur Zeit keine Pläne für die Marktein-

führung der neuen Modelle in Europa oder Amerika.

### Gamer-Traum: Schnelles Display BenQ FP94VW



Mit dem neuen 19-Zoll Wideformat Display FP94VW präsentiert BenQ ab sofort ein Modell, das speziell für den Einsatz bei Spiele-Anwendungen konzipiert ist. Der Gamer-Monitor überzeugt mit seinem stylischen Design, der schnellen Reaktionszeit von 2 ms, Bildwiedergabe ohne Nachzieheffekte, Senseye + Game-Technologie und HDMI-Schnittstelle. Das Kontrastverhältnis beträgt 800:1, und der Helligkeitswert erreicht 300 cd/m<sup>2</sup>. Für exzellente Farbwiedergabe sorgen 16,7 Mio. darstellbare Farben. Mit diesen Eigenschaften erfüllt das BenQ Display FP94VW alle Anforderungen für die perfekte Darstellung von schnellen Film-/Video-Sequenzen und Bildoberflächen realistisch animierter Computerspiele.

Mit der neuen Senseye + Game-Technologie stehen dem Anwender zwei Betriebsmodi zur Verfügung: „Action Game Mode“ und „Racing Game Mode“. Hierbei werden Farbe, Helligkeit und Kontrast jeweils automatisch so eingestellt, dass bei schnell bewegten Bildern oder Animationen die optimale Bildqualität realisiert wird. Für eine hohe Attraktivität sorgt das ausgefallene Design des FP94VW.

Alle wichtigen Bedienelemente sind im Rahmen auf der Vorderseite des eleganten, schwarz-silbernen Gehäuses eingelassen. Die ausgefallene geometrische Gestaltung der Funktionstasten und die

Alu-Optik des Gehäuses machen den FP94VW zum außergewöhnlichen Design-Monitor. Neben dem analogen Sub-D-Signaleingang besitzt das Display eine digitale DVI- und HDMI-Schnittstelle. Der Gamer- und Design-Monitor BenQ FP94VW ist zum UVP von 249,- Euro erhältlich.

## Pos Aktuell

### Samsung beschleunigt Ersatzteil-Lieferung an Händler

Samsung verbessert erneut den Support für seine IT-Produkte. Nach dem Wechsel des IT-Ersatzteil-Distributors garantiert Samsung seinen Partnern ab sofort die Belieferung am nächsten Tag. Gemeinsam mit dem neuen Partner MK-Electronic hat Samsung für seine gesamte IT-Produktpalette und speziell für das Segment Printing einen neuen Ersatzteilvertrieb installiert: Als erster Schritt wurde, basierend auf Erfahrungswerten der Vergangenheit, ein Grundbestand an Teilen ermittelt und eingelagert. In den kommenden Wochen will Samsung sein Ersatzteillager, je nach Bestellvolumen von seiten der Händler, weiter aufstocken. Durch die Partnerschaft mit MK-Electronic in Göppingen wird für Ersatzteil-Bestellungen, die bis 16.30 Uhr erfolgt sind, die Lieferung für den darauffolgenden Werktag gewährleistet. Die Teile werden noch am gleichen Tag kommissioniert, an den Versand weitergeleitet und am nächsten Morgen via

UPS ausgeliefert. Friedhelm Schinkel, Servicechef von Samsung, freut sich über die neue Partnerschaft: „MK-Electronic ist in der Ersatzteildistribution sehr gut organisiert und verfügt über einen ausgezeichneten Kunden-Support. Die Mitarbeiter sind jederzeit dazu in der Lage, Ersatzteile genau zu spezifizieren und den Kunden entsprechend zu beraten.“ Außerdem verstärkt Samsung seinen Support auch personell: Seit dem 1. September ist Ingo Dewald als Printing-Spezialist im Trainings- bzw. Support-Team tätig. Bestellungen

können per Telefon, Fax oder E-Mail bis 16:30 Uhr an MK-Electronic unter folgender Kontaktadresse übermittelt werden: MK-Electronic GmbH, Heilbronner Straße 11, 73037 Göppingen, Telefon: 0 71 61/60 66-300, Fax: 0 71 61/60 66-311, samsung@mk-electronic.de. Bei Fragen steht auch die B2B-Fachhandels-Hotline 0180-5421521 zur Verfügung.

### Sony und Musikportal Musicload kooperieren

Sony Deutschland und das bekannteste deutsche Musik-Downloadportal „Musicload“, mit mehr als drei Millionen registrierten Kunden und einer gestützten Markenbekanntheit von 89 Prozent, haben am 11. Oktober, laut eigener Aussage als „Dream-Team ohne Limits“, eine langfristige Partnerschaft gestartet: Im Rahmen der neuen Kooperation bietet Musicload 2,5 Millionen Songs an und ist mit dieser riesigen Auswahl der ideale Content-Partner für die neuen Sony Walkman-Serien NWZ-A810 und -S510. Die Modelle der neuen Generation spielen alle gängigen Audioformate ab: MP3, WMA mit oder ohne DRM, AAC ohne DRM und Linear PCM in brillanter Audioqualität. Die Handhabung per Drag & Drop ist komfortabel und einfach. Die beiden Partner wollen den Markt für digitale Musik vorantreiben und gemeinsam weitere attraktive Verbraucherlösungen erarbeiten. „Als Erfinder der Marken-Ikone Walkman perfektionieren wir seit über einem Vierteljahrhundert mobile Audiogeräte und bieten unseren Kunden auch unterwegs ein Höchstmaß an Musikgenuss. Exzellente Sound- und Bildqualität sowie die Fähigkeit, ab sofort alle gängigen Musikformate abzuspielen, macht unsere neuen Walkman Player zum idealen Partner für Musicload. Gemeinsam werden wir unseren Kunden interessante zusätzliche Services bieten, die unsere Produkte noch attraktiver machen. Wir freuen uns sehr auf eine erfolgreiche und nachhaltige Zusammenarbeit“, kommentiert Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Consumer Electronics & IT, Sony Deutschland GmbH, den Kooperationsstart. Und Joachim Franz, Vice President Musicload, erklärt zu der gestarteten Kooperation: „Wir begrüßen die Entscheidung von Sony, einem der weltweit bedeutendsten Hersteller von Musikplayern, seine mobilen End-



geräte für das Audioformat WMA zu öffnen. Unsere Kunden haben damit eine noch größere Auswahl an attraktiven digitalen Playern, mit denen sie ihre bei uns gekaufte Musik und Hörbücher abspielen können. Je einfacher der Kauf und Konsum von digitalen Medieninhalten für den Verbraucher wird, desto attraktiver und erfolgreicher werden auch legale Online-Angebote“, erklärt Franz. „Einheitliche Standards sind hierfür ein entscheidender Faktor.“ Die neuen Walkman Serien NWZ-A810 und -S510 eignen sich perfekt für die Wiedergabe digitaler Musikinhalte in den Audio-Formaten WMA (mit und ohne DRM) MP3, AAC ohne DRM oder Linear PCM. Die Modelle der S510-Serie können außerdem auf ihren Displays auch Fotos abbilden und lassen sich durch individuelle Hintergrundbilder zum personalisierten Accessoire stylen. Die Walkman der A810-Serie spielen neben Fotos auch Videos der Formate AVC (H.264/AVC) Baseline und MPEG4 auf ihrem 2-Zoll-Display ab.



# Großes Potential bei Lösungen für Mobile E-Mail und Mobile-Office

Der Traum vieler Geschäftsleute, unterwegs auf intelligente und flexible Kommunikationslösungen zurückgreifen und damit Arbeit und Arbeitszeit optimieren zu können, ist in den vergangenen Jahren immer greifbarer geworden. So nutzen beispielsweise einer aktuellen Studie des US-Unternehmens Cisco zufolge derzeit weltweit etwa 55 Prozent beruflicher Anwender den mobilen E-Mail-Zugriff von unterwegs, und etwa 40 Prozent der Unternehmen haben den Großteil ihrer mobilen Mitarbeiter bereits mit Notebooks oder Smartphones ausgestattet. Dank zunehmender Funktionsvielfalt in den Geräten und immer günstigerer Tarife werden Themen wie Mobile E-Mail und Mobile Office inzwischen auch für Freiberufler, Handwerker und alle Arten kleiner und mittlerer Unternehmen immer interessanter. Und damit auch für den qualifizierten Handel, der hier seine ganze Beratungskompetenz ausspielen kann. Unterstützt wird er dabei nicht nur durch eine Fülle attraktiver Geräte, sondern auch durch komplette Kommunikationslösungen und vielfältiges Zubehör, das weitere Erträge verspricht.



# Surfen, Mailen und Telefonieren mit T-Mobile

## Das Büro in der Tasche

Für Geschäftskunden, die nicht nur im Büro arbeiten, sondern auch bei Außeneinsätzen, Kundenbesuchen etc. auf funktionierende Informationstechnologie- und Telekommunikationsangebote zurückgreifen wollen, hält T-Mobile zahlreiche Produkte, Tarifvarianten und Services bereit. „Office in your Pocket“ heißt das Produktkonzept auf Basis des hochverfügbaren T-Mobile Mobilfunknetzes, das es dem Nutzer ermöglichen soll, auch mobil ähnlich effizient und flexibel zu arbeiten wie im Geschäft oder im Büro.

Das Portfolio des Produktbereichs „Büro in der Tasche“ reicht von Handys mit Organizer-Fähigkeiten und Ausstattung zum E-Mailen über Smartphones mit E-Mail-Push- und Internet-Funktionalität sowie Notebooks mit integrierter Mobilfunktechnik bis zu individuellen, mobilen IT-Lösungen. Darüber hinaus ermöglicht das führende Mobilfunkunternehmen mit den Angeboten T-Mobile@home und web'n'walk@home mobil auch die Information und Kommunikation im Büro.

### BlackBerry für mobile E-Mail in Bestform

Einen der Produktschwerpunkte im Businesskundensegment stellen die BlackBerry-Geräte des US-Herstellers RIM dar, die vor allem mobilen E-Mail-Lösungen den Weg zum Massenmarkt geebnet haben. Mit BlackBerry bringen Geschäftsleute unter-

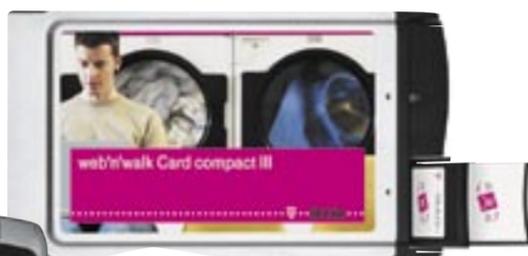


wegs ihre E-Mail-Kommunikation auf Touren: Elektronische Nachrichten, die auf dem Büro-PC eintreffen, leitet der E-Mail Push-Service automatisch inklusive Anhänge an Handhelds wie den BlackBerry Curve weiter – der manuelle Abruf der Mails ist damit nicht mehr erforderlich. T-Mobile geht mit seiner BlackBerry Solution noch einen Schritt weiter: Neben den E-Mails werden auch Kalendereinträge sofort zwischen BlackBerry und Zentrale

abgeglichen. Die mobile Kalendersynchronisation vereinfacht die Terminkoordination ganz wesentlich. Auch der mobile Zugriff auf das Firmenadressbuch trägt zur Arbeitserleichterung bei. Darüber hinaus ermöglicht die BlackBerry Solution (kostenpflichtige Zusatzsoftware) den mobilen Zugriff auf das Firmennetz. Außerdem erfüllt sie höchste Sicherheitsanforderungen.

### Mit Datenkarten mit bis zu 7,2 Mbit/s online gehen

Auch für diejenigen Nutzer, denen ein Handy oder Smartphone nicht reicht und die lieber mit ihrem Notebook arbeiten, hat T-Mobile mit web'n'walk und einer leistungsstarken Datenkarte die passende Lösung zum mobilen



Highspeed-Surfen im Internet: Sowohl die web'n'walk Express-Card III als auch die web'n'walk Card compact III (beide Karten ab Dez. 07 erhältlich) beschleunigen die mobilen Datentransfers im HSDPA-Netz auf bis zu 7,2 Megabit pro Sekunde im Downstream. Im Upstream sind per HSUPA bis zu 1,4 Mbit/s möglich. Mailen, Internetsurfen und Datendownload sind damit so komfortabel wie am DSL-Anschluss im Festnetz. Die Datenkarten unterstützen außerdem den nahtlosen Übergang zwischen den Netzen von T-Mobile, ob nun HSDPA/UMTS oder EDGE/GPRS. Bis Ende des Jahres werden T-Mobile Kunden dank EDGE-Technik so gut wie überall in Deutschland mit bis zu vierfacher ISDN-Geschwindigkeit online gehen können. Per web'n'walk bietet T-Mobile so den Geschäfts-



Bei geschäftlichen Konferenzen wird der mobile Zugriff auf das Firmennetzwerk per Smartphone oder Notebook immer wichtiger.

kunden jederzeit die schnellste verfügbare Verbindung zum Internet. Und das in einer Top-Qualität, die zum Beispiel von den Lesern der Zeitschrift „connect“ auch in diesem Jahr – zum achten Mal in Folge – als „Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres“ ausgezeichnet wurde.

### web'n'walk-Tarifoptionen für das mobile Internet

Für den mobilen Datenaustausch bietet T-Mobile neben dem Mobilfunknetz, internetfähigen Handys und Notebook-Datenkarten verschiedene web'n'walk-Optionen. Sie ermöglichen es Gelegenheitsanwendern ebenso wie Profi-Nutzern, zu niedrigen Preisen unterwegs auf das Internet

oder das Firmennetz zuzugreifen. Mit der seit Mai voreingestellten Option web'n'walk Starter kostet eine Online-Minute 7,5 Cent netto. Für häufigeres Surfen mit dem Handy empfiehlt sich die Option web'n'walk Time 120: Im Preis von 4,20 Euro pro Monat netto sind 120 Online-Minuten enthalten. Außerdem gibt es bei T-Mobile komplette „Sorglos-Pakete“: In den Relax XL-Tarifen mit Minutenpaketen für Telefonate in alle Netze sind neben weiteren Inklusivleistungen auch 120 Minuten web'n'walk pro Monat enthalten. Für mobile Internetzugriffe per Notebook gibt es verschiedene web'n'walk-Datenoptionen. Diese erlauben auch die Nutzung eines

IP-VPN. Eine dieser Optionen ist web'n'walk Medium auf Basis des Datentarifs web'n'walk Connect oder web'n'walk Plus. Zum Monatspreis von unter 30 Euro netto enthält die Option ein Inklusivvolumen von 400 MB für Zugriffe auf das Internet per HSDPA, EDGE & Co. Hinzu kommen 20 Stunden Nutzung der über 8.000 HotSpots der Deutschen Telekom. Richtige „heavy user“-Anforderungen an die mobile Internetkommunikation erfüllt die Option web'n'walk Large. Sie kostet 12,60 Euro netto mehr als web'n'walk Medium. Dafür enthält die Option ein Inklusivvolumen von fünf Gigabyte sowie 200 Stunden WLAN.

### web'n'walk-Optionen fürs Surfen mit dem Smartphone und dem Notebook

| (* Nettopreis)                                 | web'n'walk Basic        | web'n'walk Medium   | web'n'walk Large   |
|--|-------------------------|---------------------|--------------------|
| Monatspreis bis 7,2 Mbit/s (HSDPA, UMTS, EDGE) | 16,81 €*                | 29,41 €*            | 42,01 €*           |
| Inklusivvolumen und -zeiten                    | 200 MB/3 Std. WLAN      | 400 MB/20 Std. WLAN | 5 GB/200 Std. WLAN |
| Folgepreis GPRS/UMTS/HSDPA                     | 0,67 €/MB*              | 0,67 €/MB           | 0,42 €/MB          |
| Optionslaufzeit                                | 3/24 Monate             | 3/24 Monate         | 3/24 Monate        |
| buchbar in                                     | Sprach- oder Datentarif | Datentarif          | Datentarif         |
| Monatspreis Standard (UMTS, EDGE)              | 12,61 €*                | 25,21 €*            | 37,81 €*           |

### web'n'walk@home: schnelle E-Mails und Breitband-Internet ohne DSL auch im Büro

Zur effizienten Bürokommunikation gehört neben der mobilen Erreichbarkeit auch der komfortable, schnelle Internetanschluss. Versand von Angeboten und Aufträgen per E-Mail, das Mitbieten bei Online-Auktionen von Gewerken und Arbeitsmaterialien, die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen – das sind nur drei Beispiele für die Internet-Nutzung im betrieblichen Alltag. Mit web'n'walk, komfortablen Mobilfunkgeräten und transparenten Tarifen sorgt T-Mobile auch dort für die schnelle Internetkommunikation, wo es keine DSL-Versorgung gibt. Mit der web'n'walk Box III und einem der beiden web'n'walk@home Tarife gehen Nutzer bequem und schnell mit ihrem Notebook oder PC online. web'n'walk@home 40 bietet 40 Stunden mobiles Surfen zum Paketpreis von 16,81 Euro netto. web'n'walk@home 100 ermöglicht Geschäftskunden sogar 100 Stunden mobiles Internet für 25,21 Euro netto im Monat. Das günstige Surfen ist in einem Umkreis von bis zu zwei Kilometern um die angegebene Standortadresse möglich. Die web'n'walk Box III sorgt dabei für beste Anbindung – ans lokale Firmennetzwerk, auch kabellos per WLAN, und ans Internet.

### Topaktuelle Handys für das mobile Internet

Die neuen Internet-Handys und -Smartphones für web'n'walk sind Multitalente, die den Arbeitsalltag spürbar erleichtern, denn mit ihnen lassen sich nicht nur E-Mails empfangen oder Kontakte mit dem PC abgleichen, sondern auch Office-Dokumente komfortabel bearbeiten. Unterwegs sind die neuen Internet-Handys aufgrund ihrer Funktionsvielfalt nützliche Begleiter: Smartphones wie der „MDA Vario III“ oder der „MDA compact III“ von T-Mobile bieten ein großes Display mit PC-ähnlicher Benutzeroberfläche. Dank des integrierten GPS-Satellitenempfängers erweisen sich diese Geräte auch als zuverlässige



Navigationsassistenten auf dem Weg zum Kunden. Standard sind mittlerweile integrierte Digitalkameras mit bis zu fünf Megapixeln Auflösung, einige Geräte bieten zur mobilen Unterhaltung sogar MP3-Player, Radio oder Handy-TV.

• Der MDA compact III ist der erste MDA (Mobile Digital Assistant) mit integriertem GPS-Satellitenempfänger für mobile Navigation. Dank umfassender Organizerfunktionen haben Geschäftsleute alle Daten im Griff. Damit ist der „MDA compact III“ eine hervorragende Plattform fürs mobile Mailen, Surfen und Navigieren. Zu den (technischen) Merkmalen gehören: GPS-Satellitenempfänger für mobile Straßennavigation, Betriebssystem Windows Mobile 5.0, PC-ähnliche Benutzeroberfläche, Unterstützung aller aktuellen E-Mail Clients, einfache Bedienung über Trackball und Drehrad, kompaktes Design mit funktionaler Handhabung, Radio und MP3-Player für mobile Unterhaltung, Zwei-Megapixel-Kamera für Fotos und Videos. Das Gerät bietet eine Sprechzeit bis zu 300 Minuten und eine Standby-Zeit bis zu 200 Stunden.

• Ein leistungsfähiges Multimedia-Talent ist das Nokia N95. Seine hochwertige Fünf-Megapixel-Kamera mit Carl Zeiss-Objektiv, Autofokus- und 20fach-Digitalzoomfunktion erlaubt Foto- und Videoaufnahmen in hervorragender Bildqualität. Damit lassen sich Kollegen beispielsweise über Lage und Zustand von Geländen für künftige Baustellen informieren. Der integrierte GPS-Empfänger

bringt viel Komfort in die Navigation, während ein MP3-Player für Musik sorgt. Weitere technische Features des Gerätes sind die Möglichkeit für Highspeed-Verbindungen über WLAN und EDGE, die Unterstützung für schnelle Datenkommunikation per UMTS mit HSDPA bis zu 3,6 Megabit pro Sekunde, das integrierte GPS-Modul, die Speicherkarte mit Kartenmaterial für über 100 Länder, digitaler Musik-Player, UKW-Radio. Die maximale Sprechzeit des Nokia N95 beträgt etwa 390 Minuten, im Standby-Modus kommt das Gerät bis zu 228 Stunden ohne Ladevorgang aus.



Dank günstiger Datentarife ist auch das mobile Surfen im Internet mit T-Mobile problemlos möglich.

• Ein starkes Handy für den Einstieg ins mobile Internet ist das Sony Ericsson K530i. E-Mails und Internet lassen sich mit UMTS-Geschwindigkeit nutzen, gut informiert bleibt der Geschäftsreisende jederzeit mit aktuellen News und Dreitage-Wettervorhersage. In der Mittagspause oder auf der Zugfahrt zum Termin vertreiben Mobile TV und das integrierte Radio eventuell

aufkommende Langeweile. Das SonyEricsson K530i lässt sich in Kurzform so beschreiben: ideal zum E-Mailen und mobilen Surfen im Internet, Unterstützung von UMTS, Mobile TV und Video-Telefonie, Zwei-Megapixel-Kamera mit Vierfach-Zoom, Track-ID zur Identifizierung unbekannter Musikstücke, Bluetooth-Stereo (A2DP), RSS-Feeds bringen aktuelle News direkt aufs Handy, FM-Radio mit RDS. Das Gerät bietet eine Sprechzeit bis zu 540 Minuten und eine Standby-Zeit bis zu 395 Stunden.

### Die Sprachtarife von T-Mobile lassen sich an das individuelle Nutzerverhalten anpassen

Das Handy gehört aber nicht nur in Sachen Datenkommunikation zum Business wie das Firmenfahrzeug, auch für Gespräche unterwegs ist es nahezu unverzichtbar. Mobilität und Flexibilität, die Mobiltelefone ihren Nutzern beschere, sind aus dem beruflichen Alltag längst nicht mehr wegzudenken. Doch anders als die Kosten des Firmenfahrzeugs entwickeln sich die Kosten der Telefonate nach unten, je häufiger sie anfallen und je länger sie dauern. Und zwar mit dem neuen Tarif BusinessOptimal von T-Mobile. Das Neue an diesem Tarif: Der Preis für die Verbindungsminute passt sich flexibel Monat für Monat dem jeweiligen Telefonierverhalten an: Je mehr Minuten der Nutzer telefoniert, desto günstiger wird der Minutenpreis. Er beträgt 25 Cent netto für die ersten 50 Minuten, 17 Cent netto für die 51. bis 100. Minute und neun Cent netto ab der 101. Minute im Abrechnungsmonat. Durch den Mengenvorteil sinkt der Minutenpreis um bis zu 64 Prozent.

BusinessOptimal ist besonders interessant für Branchen, in denen von Zeit zu Zeit unterschiedlich häufig telefoniert wird, wie etwa im Baugewerbe. Denn mit diesem Tarif sind sie einerseits bestens erreichbar in ruhigeren Zeiten. Andererseits können sie in der Hochsaison oder bei umfangreichen Außendienst-Einsätzen mobil mit Kunden, Kollegen oder Lieferanten telefonieren – ohne viel über Grund- und Minutenpreise nachdenken zu müssen. Die fallenden Minutenpreise gelten für Inlandsverbindungen in alle Netze. Der monatliche Grund-

preis beträgt – ohne kostengünstiges Handy – 4,95 Euro netto bei einer Laufzeit von zwei Jahren. Weiteres Sparpotential bieten Optionen wie T-Mobile@home. Damit kosten Verbindungen ins deutsche Festnetz nur drei Cent netto pro Minute. Der günstige Preis gilt im T-Mobile@home Bereich, der einen Umkreis von bis zu zwei Kilometern um die angegebene Standort-Adresse hat. T-Mobile@home kostet 4,16 Euro netto pro Monat.

BusinessOptimal ist auch mit einem neuen Mobiltelefon erhältlich. Der monatliche Grundpreis



Der Tarif T-Mobile@home erlaubt das Telefonieren zum Festnetzpreis in einem Umkreis von bis zu zwei Kilometern um die angegebene Standortadresse.

beträgt dann 12,45 Euro netto. Zu diesem Tarif lässt sich neben T-Mobile@home auch die Option Intern hinzubuchen: Für zehn Euro pro Monat netto sind alle Inlandsverbindungen zu einer festgelegten Tk-Anlage und zu Handys im Rahmenvertrag inklusive. Und ob mit oder ohne neuem Handy – in beiden Fällen können auch Optionen für den mobilen Zugriff auf Internet und E-Mail hinzugebucht werden.

### ElectronicPartner und T-Mobile bauen ihre Zusammenarbeit aus

Zum 1. Januar 2008 intensivieren ElectronicPartner und T-Mobile ihre Kooperation. Die Händlergruppe gewinnt mit Marktführer T-Mobile einen der wichtigsten Anbieter für das strategisch bedeutsame Direktgeschäft mit Mobilfunkkunden. Die Deutsche Telekom bietet damit ihr gesamtes Endkunden-Produktportfolio über die Mitglieder von ElectronicPartner an: Festnetz, Mobilfunk, Internet und Breitband-TV. Mit der Kooperation forciert ElectronicPartner den Strategiewechsel im Bereich Telekommunikation. Die Deutsche Telekom setzt konsequent ihre Fachhandelsstrategie um und vervollständigt ihr Produkt- und Markenangebot.

# Breites Produktportfolio für mobile E-Mail-Lösungen

## Nokia Lösungen für den Handel

Es ist noch gar nicht so lange her, dass die mobile E-Mail-Nutzung in den Kinderschuhen steckte, und renommierte Marktforschungsunternehmen wie Gartner prognostizierten, dass die mobile E-Mail-Nutzung erst ab 2010 mit rund 350 Millionen Nutzern zum Massenphänomen werden würde. Wie schon öfter in der Mobilfunkbranche hat die Realität auch hier die Vorhersagen überholt. Mobile E-Mail

Von dieser Entwicklung profitiert der Handel, denn potentiell kommt jeder Handynutzer und -käufer als Interessent für ein mailfähiges Mobiltelefon oder Smartphone in Frage. Allerdings muss diese Gerätefunktion in der Regel aktiv

ist nicht mehr nur für die Führungskräfte von Unternehmen interessant, vielmehr greifen auch berufliche Anwender anderer Hierarchie-Ebenen, Mittelständler, Selbständige und Freiberufler auf mobile E-Mail-Lösungen zur Optimierung ihrer Arbeit zurück. Auch viele Privatleute, die sich auf ihrem PC ein Mailkonto eingerichtet haben, wissen die Vorteile mobiler E-Mail inzwischen zu schätzen.

verkauft werden. Aber was spricht dagegen, einen Neukunden beim Erstkauf eines Gerätes oder einen Stammkunden bei einer Vertragsverlängerung zu fragen, ob er ein E-Mail-Konto hat und darauf aufbauend ein Beratungsgespräch zu

führen, bei dem der exakte Bedarf des Kunden ermittelt, die Möglichkeiten für mobile Lösungen erläutert und ein individuell angepasstes Angebot erstellt wird? Dies kann auf der Basis eines Nokia Produktes geschehen, denn

### Die Produktfamilie der Nokia Eseries erfüllt die Wünsche nach mobiler und flexibler Kommunikation in Beruf und Freizeit

Die derzeit acht Geräte umfassende Nokia Eseries erfüllt vor allem die spezifischen Bedürfnisse von Geschäftsleuten, aber auch private Anwender, die Wert auf mobile Multimedialösungen und vor allem mobile E-Mail legen. So bietet sich beispielsweise dem Privatanwender, der mit seinem Handy in erster Linie telefonieren will, mit dem Slider Nokia E65 ein Gerät an, das ihm problemlos den Abruf seines Freemail-Accounts bei Google, GMX, Yahoo & Co. erlaubt und eine Reihe von Multimediaanwendungen zur Verfügung stellt.

Für berufliche Anwender, die nicht nur unterwegs E-Mails schreiben und empfangen, sondern auch auf das Firmennetz zugreifen wollen, um etwa Termine und Kalenderdaten zu aktualisieren, stehen dagegen Modelle wie das Nokia E90 und das Nokia E61i bereit. Sie unterstützen den Wunsch nach Mobilität und können mit ihren großen Displays und der kompletten Tastatur statt eines Notebooks benutzt werden.

Alle Modelle der Nokia Eseries bieten grundlegende mobile Anwendungen, die vor allem im Beruf benötigt werden. Dazu gehören in der Zielgruppe beliebte mobile E-Mail-Lösungen und anspruchsvolle Sprachfunktionen. So kann man mit dem neuen Nokia E51 zum Beispiel Gespräche nicht nur per Mobilfunknetz führen, sondern auch per WLAN über das Internet.

Die Nokia Eseries basiert auf der neuesten Version der führenden Symbian-Plattform (S60) für Smartphones. Die Geräte unterscheiden sich im wesentlichen durch den Formfaktor, der sich an den Bedürfnissen der jeweiligen



Nokia E51

Anwendergruppe orientiert. Beispielhaft seien hier die Modelle Nokia E51, Nokia E61i und Nokia E90 Communicator mit ihren wichtigsten Einzelheiten vorgestellt. Das Nokia E51 ist ein besonders flaches, elegantes Business-Smartphone mit Oberflächen aus Edelstahl und umfassenden Funktionen. Es ermöglicht schnelle Datenverbindungen über UMTS, HSDPA und WLAN, und damit einen schnellen E-Mail- und Internetzugriff. Mit dem Smartphone kann darüber hinaus auch in Windows-Programmen gearbeitet werden. So lassen sich Word-, Powerpoint- und Excel-Dateien ebenso öffnen und lesen wie PDFs. Das Nokia E61i fällt vor allem durch seine vollständige Qwertz-Tastatur auf. Weitere Kennzeichen sind die speziellen E-Mail-Tasten und das große Display, das für eine brillante Anzeige sorgt und das mühelose Bearbeiten von E-Mail-Anhängen direkt im Gerät erleichtert. Das Smartphone unterstützt darüber hinaus Highspeed-Verbindungen über UMTS-Netze für den schnellen mobilen Internetzugriff.

Schnellzugriffstasten und eine vollständige Qwertz-Tastatur sorgen beim klappbaren Nokia E90 Communicator für hohe Benutzerfreundlichkeit. Mit seinen Organizer-Funktionen für das Anzeigen, Verwalten und Bearbeiten von Dokumenten, der integrierten GPS-Funktion, der 3,2-Megapixel-Kamera mit integriertem Blitzlicht und Autofokus, einer zweiten Kamera für Video-konferenz-Gespräche, Quadband-Betrieb in GSM-Netzen und UMTS-/HSDPA-Funktionalität dürfte das Gerät auch höchste Ansprüche erfüllen.



Nokia E61i



Nokia E90 Communicator

der finnische Hersteller hat sich schon frühzeitig auf den Trend eingestellt, unterwegs Mails empfangen und versenden und im Internet surfen zu können. Deshalb finden sich im Nokia Portfolio bereits zahlreiche Modelle unterschiedlicher Preisklassen, allen voran die Geräte der Nokia Eseries, die den Wünschen privater und geschäftlicher Anwender nach mobilen und flexiblen Kommunikationslösungen gerecht werden. Doch es geht nicht nur

schiedliche private und berufliche Bedürfnisse stellt Nokia Intellisync Wireless Email dar. Damit können Nutzer von einer großen Auswahl an Geräten aus schnell auf E-Mails, Kalender, Kontaktdaten und Aufgabenlisten zugreifen. Darüber hinaus lassen sich mit dieser Anwendung auch unterwegs E-Mail-Anhänge herunterladen, Terminanfragen beantworten und Unterordner verwalten. Intellisync Wireless Email ist eine Komponente aus der Intelli-



Mit seiner vollständigen Qwertz-Tastatur unterstützt der Nokia E90 Communicator Anwender, die viel und bequem Texte und E-Mails verfassen müssen.

um ein breites Produktsortiment, sondern darum, dem Kunden das für ihn passende Gerät zu empfehlen. Dafür bieten die Nokia Mobiltelefone mit ihren technischen Merkmalen eine Vielzahl von Verkaufsargumenten, die das Beratungsgespräch am Point of Sale erleichtern.

### E-Mails kommen automatisch aufs Gerät

So sollte der Verkäufer wissen, dass die Nokia Business-Geräte zwar auch heute noch den Mail-Abruf im Pull-Verfahren bieten, aber auch die wesentlich attraktiveren und zukunftssicheren Push-E-Mail-Lösungen unterstützen. Im Vergleich zum klassischen Pull-Verfahren, das sich wegen der Notwendigkeit des wiederholten manuellen Abrufens nie richtig durchsetzen konnte, zeichnet sich Push-E-Mail durch aktive Zustellung von neu eingegangenen E-Mails direkt auf das mobile Endgerät aus. Eine komfortable Push-E-Mail-Lösung für unter-

### Das braucht der Kunde

Auf E-Mails jederzeit und überall zugreifen zu können, ist nicht nur für Geschäftsleute interessant. Günstige Flatrates und der Komfort durch den flexiblen Austausch von E-Mails weckt auch zunehmend das Interesse von Privatleuten. Außerdem kommt mancher Unternehmer als Privatnutzer auf den Geschmack. Um privat E-Mails zu senden und zu empfangen, benötigt der Anwender häufig nicht mehr, als er bereits besitzt. Beinahe jeder, der privat ein Mobiltelefon aus dem Mid- und High-End-Bereich besitzt, kann damit auch E-Mails empfangen und versenden. Um lediglich ab



Bis 2010 erwartet Marktforscher Gartner 350 Millionen Nutzer mobiler E-Mails.

und an seine Mails abzurufen, kann ein vorhandener E-Mail-Zugang bei einem Provider wie GMX oder Yahoo genutzt werden. Zusätzlich muss auf dem Mobiltelefon ein E-Mail-Programm installiert sein.

### Einfache Gerätekonfiguration

Keine Angst braucht der Kunde vor komplizierter Technik und Schwierigkeiten bei der Konfigu-

ration seiner Mailaccounts haben. So unterstützt bei den E-Mail-fähigen Nokia Mobiltelefonen das bereits im Lieferumfang enthaltene Programm Setting Wizard den Käufer dabei, sein Gerät problemlos für Kommunikationsfunktionen wie MMS, Internet und Mail einzurichten. Die Einrichtung funktioniert damit genauso einfach wie an einem PC und ist in der Regel nach wenigen Schritten durch Eingabe der Mailadresse,

des Benutzernamens und des Kennworts erledigt. Dies gilt sowohl für Kunden, die einen eigenen Webaufritt inklusive Mailadresse besitzen als auch für diejenigen, die ihren Mailaccount bei einem Freemail- oder einem anderen Anbieter haben. Auch Unternehmenslösungen oder die oben erwähnte Nokia Intellisync Mobile Suite lassen sich problem-

## Nokia Intellisync Mobile Suite als umfassende Lösung für mobile Mitarbeiter

Eine umfassende Unternehmenslösung für mobile Mitarbeiter stellt die von Nokia entwickelte Intellisync Mobile Suite dar. Diese zentrale Plattform mit allen erforderlichen Funktionen ermöglicht den Zugriff auf fast alle Firmendaten mit nahezu allen mobilen Geräten über beliebige Netze.

Mit Nokia Intellisync Device Management – ein Element der Intellisync Mobile Suite – ist die zentrale Verwaltung der mobilen Geräte von Mitarbeitern sowie die Bereitstellung und Aktualisierung von Anwendungen über Mobilfunkverbindungen möglich. Darüber hinaus können Systemadministratoren die Einhaltung der unternehmensinternen mobilen Sicherheitsrichtlinien überwachen. Auf einer Verwaltungsseite für mobile Mitarbeiter können diese ihre eigenen Sicherungen durchführen und Maßnahmen im Falle eines Diebstahls oder eines Verlusts einleiten.

Auch Nokia Intellisync Wireless Email ist Bestandteil dieses Angebots. Nokia Intellisync Wireless Email ist kompatibel mit Microsoft Exchange, Lotus Domino, Novell GroupWise, IMAP, POP3 und XML und unterstützt auch ältere E-Mail-

Serverversionen. Die Software läuft außer auf Nokia Geräten auch auf bestimmten Modellen von Palm, Motorola, Samsung, Audiovox, HP, Sony Ericsson, Vodafone und Sharp.

Mittels der Nokia Intellisync Mobile Suite lassen sich außerdem die in einer Firma verwendeten Mobiltelefone auch komplett in die bestehende Festnetztelefonanlage integrieren – ein zuneh-



mend wichtiger Aspekt für Unternehmen bei der Mobilisierung ihrer Mitarbeiter. Die wichtigsten Telefonfunktionen der Festnetzanlage werden dabei bequem vom Mobiltelefon aus gesteuert. Ein weiterer Vorteil ist die mögliche Kosteneinsparung durch den Verzicht auf Festnetzapparate. Für den Kunden wiederum bedeutet eine solche mobile Lösung, dass er nur noch eine Telefonnummer wählen muss, wenn er seinen Ansprechpartner erreichen möchte.

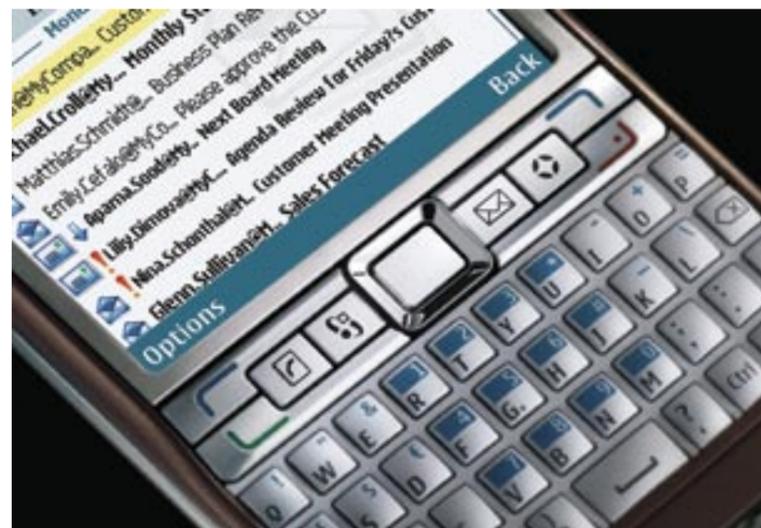
## Mit Nokia „Intellisync in the Box“ eine professionelle Push-E-Mail-Lösung am PoS verkaufen

„Intellisync in the Box“ nennt sich eine professionelle Push-E-Mail-Lösung für maximal zehn Nutzer, die Nokia speziell für den Vertrieb durch Fachhandelspartner entwickelt hat. Das Angebot wurde extrem einfach konzipiert, so dass es auch von Händlern genutzt werden kann, die bisher noch keine oder wenig Erfahrung im Vertrieb von mobilen E-Mail-Lösungen haben. Da Installation und Service von spezialisierten Nokia Partnern übernommen werden, steht dem überschaubaren Beratungsaufwand eine attraktive Ertragsmöglichkeit gegenüber: Derzeit beträgt der Händlerverkaufspreis 1.499 Euro, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 1.999 Euro (alle Preise sind Nettopreise). Das Verfahren zum Verkauf dieser E-Mail-Lösung läuft folgendermaßen ab:

- Der Händler bestellt Intellisync in the Box für 1.499 Euro bei Dangaard Telecom und Komsa.
- Der Händler verkauft das Produkt für 1.999 Euro an einen Kunden. Benötigt der Kunde mehr als zehn Lizenzen, lässt sich das Paket gegen Gebühr erweitern. Damit ist die Arbeit des Händlers erledigt.
- Nach dem Kauf übernimmt ein autorisierter Nokia Installationspartner die Vor-Ort-Installation beim Kunden.
- Hat der Kunde mit dem Produkt Probleme, so stehen ihm im ersten Jahr kostenfreier Websupport bzw. in dringenden Fällen kostenpflichtige Unterstützung per Telefon (0,49 Euro pro Minute) zur Verfügung.
- Nach einem Jahr kann der Kunde seinen Supportvertrag gegen Gebühr verlängern.



Um die Kunden, die erfahrungsgemäß aus dem Bereich Freiberufler, Selbständige, kleine und mittlere Unternehmen stammen, über das Angebot zu informieren, erhält der Händler geeignetes Informationsmaterial.



Auf dem großen Display des Nokia E61i lassen sich die E-Mails besonders übersichtlich darstellen.

los auf ein Modell der Nokia Eseries oder verschiedene andere Geräte aufspielen.

### Maßgeschneiderte Fachhandelspakete

Mit dem steigenden Bedarf nach Endgeräten und Lösungen für mobiles Arbeiten steigen auch für den Handel die Chancen, künftig deutlich mehr Umsatz zu generieren. Insbesondere im Segment Mobile E-Mail steckt jede Menge Potential, steht hier vom Privatnutzer bis zum Geschäftskunden eine breite Gruppe an potentiellen Interessenten vor der Tür. Für Selbständige, Freiberufler sowie kleine und mittelständische Unternehmen bietet sich für Fachhändler beispielsweise die „Nokia Intellisync in the Box“ an.

Der Vorteil dieser professionellen Push-E-Mail-Lösung ist neben den guten Ertragsmöglichkeiten vor allem die Tatsache, dass sie sich auch von Händlern ohne technische Detailkenntnisse verkaufen lässt (siehe Kasten links).

### Nokia Kontakte zum Thema Mobile E-Mail

- [www.business.nokia.de](http://www.business.nokia.de)
- [www.nokiaonline.de](http://www.nokiaonline.de)
- Nokia Händler-Infoline für Deutschland: Telefon 0180- 5015040, Telefax 0180 - 5234241
- E-Mail: [service.de@nokia.com](mailto:service.de@nokia.com)

## Nokia for Business Channel Program unterstützt die Vertriebspartner

In den kommenden zwei Jahren sollen weltweit 180 Millionen Mobile E-Mail-fähige Mobiltelefone verkauft werden – auch in Deutschland rechnet Nokia mit steigender Nachfrage. Für den Handel bedeutet dies ein Umdenken, denn der Verkauf von Geräten wie die der Nokia Eseries erfolgt vor allem über kompetente Beratung. Grund genug für Nokia, in diesem Jahr mit dem „Nokia for Business Channel Program“ ein neues Partnerkonzept einzuführen. Teilnehmende Händler werden dabei für die Anforderungen im B2B-Geschäft geschult und erhalten Zugriff auf das Nokia Partner-Ecosystem. Mit dem Pro-

gramm bringt Nokia Unternehmen und Dienstleister verschiedener Bereiche zusammen, um gemeinsam Projekte umsetzen zu können. Angenommen, ein Händler hat den Auftrag, 20 Mobiltelefone über einen Server miteinander zu verbinden, kann aber nur die Beratung zu den Endgeräten leisten. Aus dem Partner-Ecosystem kann er sich dann ein Unternehmen suchen, das die fehlenden Leistungen übernimmt. Für den Fachhandel bieten sich so vollkommen neue Möglichkeiten, sein Geschäftsfeld auszubauen. Weitere Infos und Ansprechpartner unter: [www.nokiaforbusiness.com/partnerlocator](http://www.nokiaforbusiness.com/partnerlocator).

# Mobilcom/freenet-Partner Kerski hat mit guter Beratung Erfolg

## Mobile E-Mail als Verkaufsargument

„Kompetente Beratung ist für uns das A und O. Wir haben uns in der Stadt und der Umgebung einen guten Namen mit objektiver und fairer Beratung zum Nutzen des Kunden erworben und profitieren von unserer zehnjährigen Marktpräsenz“, sagt Christina Kerski, die gemeinsam mit ihrem Mann Thomas als Mobilcom Premium Partner das Fachgeschäft Comshop Kerski in der Bochumer City betreibt. „Garanten für unseren Erfolg sind dabei natürlich auch die Geräte, Tarife und Services, die Mobilcom und Freenet bieten. Und in jüngster Zeit haben wir viel Spaß am Flatrate-Tarif für mobiles E-Mailen und Surfen.“

Das Interesse der Kunden an diesem Angebot (siehe Kasten unten) steige in gleichem Maße, wie ihre Scheu vor der inzwischen gar nicht mehr komplizierten Technik sinke. „Da es sich unser Verkaufsteam zur Angewohnheit gemacht hat, die Kunden nach ihrem Umgang mit E-Mails zu fragen und sie wann immer möglich auf die entsprechenden Funktionalitäten der Handys hinzuweisen, erzielen wir eine hohe Resonanz auf dieses aktive Verkaufen“, so Kerski.

Beachtenswert sei dabei, dass mobile E-Mail-Lösungen kein typisches Business-Thema mehr sei, sondern sich prinzipiell für jeden Kunden eigne, der E-Mail ansonsten per Festnetz und Com-



Hat sich in Bochum und Umgebung wegen ihrer hohen Beratungskompetenz einen guten Namen gemacht: Christina Kerski vom Comshop Kerski.

puter nutze. „Ob es sich um einen BlackBerry handelt, der ursprünglich speziell für den mobilen E-Mail-Empfang und -Versand entwickelt wurde, um die Geräte der Nokia Eseries, die bei diesem Thema ebenfalls bei den Kunden sehr beliebt sind, oder um jedes andere Mobiltelefon mit E-Mail-Client, das Einrichten der Mail-Accounts ist in jüngster Zeit so

einfach geworden, dass selbst unerfahrene Nutzer dies innerhalb weniger Minuten schaffen können“, so Kerski. Wer dennoch Probleme habe, könne sich natürlich auf die Unterstützung der Mitarbeiter verlassen.

Und dies sogar dann, wenn er das Gerät irgendwo anders, wo es preiswerter zu bekommen war, gekauft habe. Kerski: „Es wäre töricht, einen solchen Kunden unverrichteterdinge aus dem Laden gehen zu lassen. Wir machen auf diese Weise aus zufälligen Kunden oft genug Stammkunden, die sehen, dass es sich lohnen kann, ein paar Euro mehr im Fachhandel auszugeben.“ Zumal die Beratung in Sachen Geräte, das Einrichten von Software und die Konfiguration bestimmter Anwendungen bei Comshop Kerski nicht umsonst sind. „Wir erheben dafür eine Pauschale, die von den Kunden gern



Die hohe Kundenfrequenz zeugt vom Erfolg des Geschäftes Comshop Kerski.

gezahlt wird, wenn wir ihr Problem lösen“, erläutert Kerski. In der Regel werden solche Kunden, ebenso wie Business-Kunden, die ihre Geräte zur Reparatur abgeben, gefragt, ob sie ihren aktuellen Tarif mit Freenet- oder Mobilcom Tarifen vergleichen wollen. „So mancher, der das wollte, war überrascht, dass die angeblich so günstigen Originaltarife der Netzbetreiber gar nicht so günstig sind, wie Werbung und Beratung in den Shops es vermuten lassen, und insbesondere zu vielen Datenoptionen gibt es bei Freenet preiswertere Alternativen“, meint Kerski. Da wundert es nicht, dass die Zahl derer, die nach einer solchen Beratung zu Stammkunden werden, stetig wächst. Diese kommen dann häufig auch, um sich ein Neugerät ohne Vertrag zu kaufen. Kerski: „Wir orientieren uns bei der Preisgestaltung für diese Geräte an dem Betrag, der im Markt zu erzielen ist und von uns mit gutem Gewissen vertreten werden kann.“ Interessanterweise steige die Zahl der Kunden, die gezielt ein bestimmtes Gerät haben wollen, und vor allem beim Thema mobiles Mailen würden die Produkte der Eseries von Nokia sehr häufig nachgefragt.

Kerski führt das insbesondere auf das breite Sortiment dieser Serie zurück, die inzwischen für jeden Bedarf ein passendes Modell habe und vor allem mit Geräten wie dem Nokia E61 oder dem Nokia Communicator E90 mit ihrer kompletten Qwertz-Tastatur die Intensivnutzer von Mails anspreche. Als Händler profitiere man beim Verkauf der Geräte im gehobenen Preissegment natürlich auch von einer guten Marge. Die Ertragsmöglichkeiten hätten ihren Mann, der das Unternehmen vor 15 Jahren noch als D-Plus-Händler gründete, letztlich zur Zusammenarbeit mit der heutigen Freenet AG bewogen. „Die Verdienstmuster, die Mobilcom und Freenet bieten, sind nach unserer Meinung konkurrenzlos, und in Kombination mit dem großen Sortiment und den zahlreichen Unterstützungsmaßnahmen wird eine runde Sache daraus, die uns sehr viel Freude bereitet“, stellt Kerski fest. Vor allem als Premium Partner komme man in den Genuss bevorzugter Belieferung und weitreichender Unterstützung, und die verschiedenen Schulungsmodule trügen ihren Teil zum Erfolg am PoS bei, auch beim Thema mobile Mailing.

### Flatrate fürs mobile E-Mailen und Surfen

Mit der Flatrate „freenetMobile Mail & Surf“ kann jeder Kunde unbegrenzt E-Mails empfangen und im Internet surfen. Die Tarife, die Freenet zur CeBIT 2007 einführt, sind in Kombination mit dem BlackBerry Pearl und dem BlackBerry Internet Service erhältlich. Kunden können damit auf Knopfdruck mobil E-Mails verwalten und unbegrenzt per Handy im Internet surfen. Die Flatrate-Tarife „freenetMobile Mail & Surf“ zielen speziell auf den Endkundenmarkt ab. Das hochwertige BlackBerry Pearl ist mit einer digitalen Kamera, einem Multimedia-Player und einem erweiterbaren Speicher-Slot ausgestattet und bietet alle mobilen BlackBerry Funktionen, inklusive Telefon, E-Mail, Internet-Browser, SMS, Organizer und weiteren Anwendungen. Kunden profitieren außerdem vom kompakten Design des BlackBerry Pearl, der Trackball-Navigation und der einfach zu bedienenden SureType Tastatur, die die Telefon-tasten mit einem „QWERTZ“ Tastatur-Layout kombiniert. freenetMobile bietet drei „Mail & Surf“ Tarife: S, M und L, die sich durch die Kosten für das Endgerät, den monatlichen Mindestumsatz und die Gesprächskosten unterscheiden. Bei allen drei Tarifen gibt es Telefonate zwischen freenet-Mobile Kunden zum halben Preis.



Die Geräte der Nokia Eseries nehmen in der Präsentation im Comshop Kerski breiten Raum ein.

# „Der perfekte Begleiter für jede Gelegenheit“ Sony Ericsson P1

**Neben den technischen Voraussetzungen und der guten Beratung muss ein dritter Faktor stimmen, will man einen Kunden auf der Suche nach einer umfassenden Lösung für mobile Office- und Mailaufgaben beim Beratungsgespräch am PoS zufriedenstellen: das passende Gerät muss vorhanden sein. Richtig liegt der Verkäufer sicherlich dann, wenn er auf das P1 von Sony Ericsson verweist, das im Frühjahr vorgestellt wurde und die jüngste Generation der erfolgreichen Sony Ericsson Smartphones repräsentiert.**

Mehr Effizienz, mehr Bedienerfreundlichkeit, mehr Multimedia für einen entspannteren Alltag, so lautete die theoretische Vorgabe, die Sony Ericsson mit dem P1 in die Praxis umgesetzt hat. „Das P1 zeigt, dass wir einen weiteren Schritt in die Zukunft des mobilen Arbeitsplatzes gehen. Die Menschen werden mobiler, und mit dem P1 bieten wir ein Smartphone, das sie dabei bestens unterstützt“, erklärte Udo Sekulla, Vertriebsleiter von Sony Ericsson

Deutschland, gegenüber PoS-MAIL. „Wir nennen dies 24/7, also rund um die Uhr an jedem Ort erreichbar zu sein – wenn dies gewünscht ist. Ich kann also mehrere Dinge gleichzeitig erledigen und Zeit sparen, beruflich wie auch privat.“

Zur Effizienzsteigerung bietet das Sony Ericsson P1 zahlreiche Anwendungen. So sorgt beispiels-



Udo Sekulla

weise Handy Day\* dafür, dass der Nutzer des Gerätes kein Meeting, keine Aufgabe und keine Nachricht vergisst. Mit Handy Expense\* kann er seine Aufgaben sofort erfassen, und mit Handy Safe\* verwaltet er seine Dateien und legt sie sicher ab. Wer häufig beruflich oder privat unterwegs ist, kann mit WorldMate\* immer und an jedem Ort per P1 auf wichtige Reiseinformationen zugreifen, zum Beispiel auf Weltzeituhren, weltweite Wettervorhersagen, Währungsrechner und aktuelle

Flugstatusinformationen. Darüber hinaus stehen zahlreiche weitere Programme\* zum Einsatz mit dem neuen Smartphone bereit, die das P1 zu einem Tool für den Beruf machen (siehe Kasten unten links), aber das Gerät auch in eine Spielekonsole\* oder ein Navigationssystem\* verwandeln.

„Das Sony Ericsson P1 ermöglicht das Arbeiten an fast jedem Ort“, betonte Sekulla. „Es ist mit den meisten gängigen Push-E-Mail-Lösungen wie Exchange ActiveSync und BlackBerry Connect 4.0 kompatibel, so dass E-Mails sich bequem bearbeiten lassen, Kontakte und Kalenderdaten abgeglichen werden können und selbst Powerpoint-Präsentationen, Excel-Tabellen und Word-Dokumente problemlos geändert werden können – entweder über den Touchscreen und die Handschrifterkennung oder über die vollwertige Qwertz-Tastatur.“ Und damit beim mobilen Datenempfang und -versand keine unnötigen Wartezeiten entstehen, nutzt das P1 die Highspeed-Verbindungen UMTS oder WLAN.

Eine wichtige Neuerung bietet das Sony Ericsson P1 denjenigen, die vertrauliche Daten auf dem Handy speichern. Das Gerät ermöglicht, alle PIM-Daten wie Kalender und Kontakte sowie E-Mails zu löschen. Somit sind bei einem möglichen Diebstahl zumindest die sensiblen Daten geschützt.

Die integrierte 3,2-Megapixel-Kamera dient nicht nur dem Freizeitvergnügen, sondern lässt sich auch beruflich nutzen. So können beispielsweise Visitenkarten in Nahaufnahme fotografiert und die Kontaktdaten mit dem Kartenscanner automatisch per Texterkennung direkt ins Telefonbuch übertragen werden.

Das 2,6" große transflektive Display ermöglicht ein Arbeiten auch in heller Umgebung. Die Reaktionsgeschwindigkeit und der starke Kontrast erlauben die klare

*Ein großes Display, die vollständige Qwertz-Tastatur, die 3,2-Megapixel-Kamera, UMTS-/WLAN-Kompatibilität und jede Menge Anwendungen für Freizeit und Beruf machen das Sony Ericsson P1 zu einem Smartphone, das dem Motto „Der perfekte Begleiter für jede Gelegenheit“ stets gerecht wird.*



*Dank Kompatibilität zu gängigen Push-E-Mail-Lösungen und UMTS-/WLAN-Fähigkeit sind das Abrufen und der Versand von E-Mails mit dem Sony Ericsson P1 unterwegs schnell erledigt.*

Darstellung von Bildern, Videos, Texten und Businessdokumenten. Voll ausnutzen kann man die Größe des Displays auch beim Surfen im Internet. Der Webbrowser Opera stellt die Seiten im Querformat dar und ermöglicht so eine brillante Darstellung herkömmlicher Webseiten.

Dank der offenen Symbian-Plattform lässt sich das Sony Ericsson P1 bei Bedarf noch mit individueller Software ergänzen und den unterschiedlichen Nutzungsbedürfnissen seiner Besitzer anpassen. So kann das Gerät beispielsweise auch als Navi eingesetzt werden. In Zusammenarbeit mit Navicore hat Sony Ericsson

für das P1 ein Paket zusammengestellt, das aus einem sehr kleinen GPS-Empfänger und dem gesamten Kartenmaterial auf einem Memory Stick Micro besteht. Um auch hier ein Höchstmaß an Effizienz zu bieten, werden aktuelle Verkehrsmeldungen bei der Routenplanung einbezogen. Die unverbindliche Preisempfehlung (ohne Vertrag) für das Tri-Band Handy Sony Ericsson P1 liegt bei 599 Euro.

\* Nicht alle Programme sind vorinstalliert. Einige liegen als Try&Buy-Version vor, d. h. sie können zunächst zum Testen heruntergeladen werden, müssen dann aber nach Ablauf der Probierphase gekauft werden.



## Das Sony Ericsson P1 im Internet erleben

Wie für andere Geräte auch, hat Sony Ericsson auf seiner Homepage für das P1 ebenfalls einen eigenen Bereich geschaffen, in dem Interessenten sich ausführlich über das Gerät, seine Funktionen, die zur Verfügung stehende Software und die technischen Daten informieren können ([www.p1-erleben.de](http://www.p1-erleben.de)). Unter dem Motto „Der perfekte Begleiter für jede Gelegenheit“ zeigt die Seite beispielsweise den möglichen Ablauf eines Tages in Begleitung des P1, der um sieben Uhr mit dem Frühstück beginnt und nach Stationen um elf Uhr im Büro, bei der Pause um 14 Uhr, der Geschäftsreise um 16 Uhr, dem Meeting um 17 Uhr, dem Sport um 19 Uhr und dem Warten um 21 Uhr mit dem Partybesuch um 22 Uhr endet. Zu den jeweiligen Zeitpunkten werden hier stets beispielhafte Anwendungen aufgezählt. Darüber hinaus zeigt ein Video die wichtigsten Anwendungen bewegt und in 3D-Ansicht. In einer für den Besucher geografisch optimierten Übersichtsliste finden Kaufinteressenten schließlich auch die Händler, die das Sony Ericsson P1 führen.

# Highspeed-Datenversand mit Samsungs SGH-i620

## Partner für den Geschäftsalltag

„Das Interesse der Unternehmen, flexible und mobile Mitarbeiter zu haben, steigt im selben Maße wie das Interesse von Businessanwendern, auswärtige Arbeits- und vor allem Reisezeiten optimal nutzen zu können. Diese mobilen Menschen brauchen eine ganz besondere Art von Kommunikationsgeräten, die bei Samsung Mobile Intelligent Terminals, oder kurz MITs, heißen“, sagt Norbert Strixner, Marketing Manager der Samsung Telecom Division. „Samsung hat sich frühzeitig auf diese Zielgruppe konzentriert und bietet inzwischen ein gut sortiertes Portfolio an Geräten für Geschäftskunden.“

Samsungs MITs orientieren sich nach Strixners Ausführungen an den individuellen Bedürfnissen des einzelnen Nutzers. Unterschiedliche Windows- und Symbian-Betriebssysteme bieten für jeden Anwender die passende Plattform für uneingeschränktes Arbeiten. So zeichnen sich beispielsweise Microsoft Windows-Mobile-Systeme durch eine intuitive Bedienungsführung, ein



Norbert Strixner

mobiles Office-Paket und eine optimierte Outlook-Anbindung aus. Mit Symbian 60 lassen sich die MITs von Samsung nach eigenen Wünschen personalisieren und ermöglichen den Zugriff auf eine Vielfalt von professionellen Anwendungen.

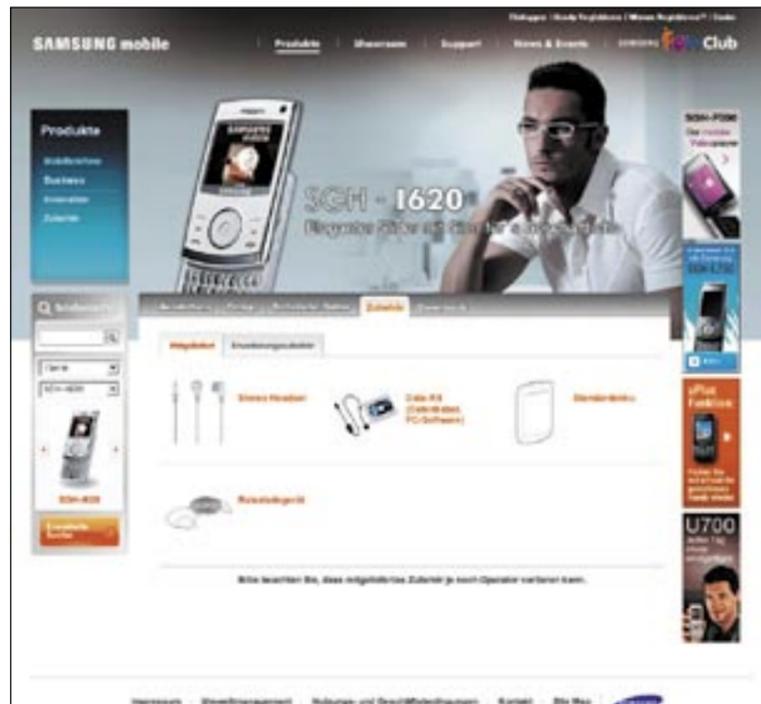
Eine der von den Anwendern derzeit gefragtesten Anwendungen ist Push-E-Mail. „Die Push-E-Mail-Unterstützung der Samsung Geräte ermöglicht die Echtzeit-Synchronisation des mobilen Endgerätes mit Personal Computern. Firmen, in denen Reisen zum Arbeitsalltag gehört, wissen dieses Zusammenspiel aus leistungsfähigem Mobiltelefon und Push-E-Mail zu schätzen“, führt Strixner aus. „So lassen sich zum Beispiel Termine auf dem Firmen-PC in Outlook ändern, und gleichzeitig werden diese Änderungen automatisch auf dem MIT aktualisiert.“ Unterwegs empfängt und versendet das Gerät E-Mails in Echtzeit. Dokumente können schnell und unkompliziert „over-the-air“ auf das MIT übertragen werden. Dadurch haben Mitarbeiter immer und überall Zugriff auf alle Daten, die sie benötigen. Ein Beispiel für ein auf die Not-

wendigkeiten des Geschäftsalltags zugeschnittenes Gerät ist das SGH-i620, das in den nächsten Tagen auf den Markt kommen soll. Beim SGH-i620 handelt es sich um das zweite Smartphone mit dem Betriebssystem Windows Mobile 6.0 und Qwertz-Tastatur. Strixner: „Der Slider mit praktischem Jog-Dial ist mit seinem schwarzen oder weißen Gehäuse nicht nur ein echtes Designerstück, sondern auch der ideale Begleiter für Geschäftstermine: Neben Microsoft Office Mobile unterstützt das SGH-i620 E-Mail Push-Dienste, PC-Synchronisierung, Sprachsteuerung oder Podcasting. Mit HSDPA surfen Business-Anwender mit nahezu DSL-Geschwindigkeit drahtlos im Internet.“

So können auch große Dateien, zum Beispiel hochaufgelöste Fotos oder umfangreiche Powerpoint-Präsentationen, problemlos von unterwegs verschickt oder unterwegs empfangen werden. „Ob die Nutzer E-Mails lesen und versenden, Office-Dokumente bearbeiten oder im Internet recherchieren möchten – mit dem SGH-i620 haben Business-Anwender ihr kleines, mobiles Büro stets zur Hand“, sagt Strixner.

Doch nicht nur mit der technischen Ausstattung, auch mit Blick auf Optik und Haptik überzeugt das SGH-i620: Die kompakte, je nach Farbvariante schwarze oder weiße Oberfläche mit silberfarbenen Elementen und das 2,0-Zoll-TFT-Display mit 65.536

Farben machen das 126 Gramm schwere Gerät zu einem Schmuckstück, das die Blicke auf sich zieht. Mit seiner Qwertz-Tastatur und Jog-Dial bietet das smarte Modell optimalen Bedienkomfort. „Mit dem SGH-i620 präsentiert Samsung ein flaches und in seinem schwarz- oder weißglänzenden Äußeren ein besonders elegantes Smartphone mit



Die Samsung Homepage informiert nicht nur über das passende Zubehör zum SGH-i620, sondern bietet auch die Möglichkeit, zusätzliche Software auf das Gerät herunterzuladen.

leistungsfähigen Business-Funktionen“, betont Strixner. Mit Programmen wie Word und Excel in der Pocket-Version oder Outlook mit dem gemeinsamen Posteingang für E-Mails und SMS-Nachrichten vereint das SGH-i620 alle wichtigen Office-Funktionen. Bei der elektronischen Post unterstützt das SGH-i620 die Formate POP3, IMAP4 und SMTP. Mit E-Mail-Push-Funktion und

mit Kalender, Memofunktion, Aufgabenliste und Sprachmemo wird das SGH-i620 zur zuverlässigen Gedächtnisstütze. Mit Hilfe von ClearVue lassen sich wichtige Dokumente überall ansehen. Das ist mit dem eleganten Smartphone auch im Flugzeug möglich: Im Offline-Modus ist die Telefonfunktion ausgeschaltet, und es kann auch über den Wolken auf alle Daten zugegriffen werden.

Das Samsung SGH-i620 bietet 80 MB freien Speicherplatz, der mit Hilfe von microSD-Karten um bis zu 2 GB erweitert werden kann. So sind wichtige Unterlagen, Fotos und Videos immer griffbereit. Für fotografische Anwendungen steht eine integrierte 2-Megapixel-Kamera (1.600 x 1.200 Pixel) zur Verfügung, die durch eine VGA-Kamera für

Videotelefonie ergänzt wird. Mit Funktionen wie dem Digitalzoom, der Kontrasteinstellung, der Möglichkeit für Serienbilder, Fotoeffekte und verschiedene Bildbearbeitungen sowie der Videokamera-Funktion lässt das Gerät seinem Besitzer hinreichend Spielraum für die unterschiedlichsten Aufgabstellungen.

Im Lieferumfang sind neben dem Gerät, Akku und Ladekabel auch ein Stereo-Headset, PC-Software, Datenkabel und das Handbuch enthalten. Weitere Programme stehen auf der Samsung Homepage zum Herunterladen bereit.



Qwertz-Tastatur, Jog-Dial und 2-Megapixel-Kamera sind nur wenige Beispiele für die umfangreiche Ausstattung des eleganten Sliders Samsung SGH-i620, das mit schwarzer und mit weißer Gehäusefarbe angeboten wird.

PC-Synchronisierung behalten Business-Anwender stets den Überblick über anstehende Termine, Aufgaben oder dringende Mails. Mails, Notizen, Aufgaben und ausgewählte Ordnerinhalte lassen sich bequem per Datenkabel mit dem Rechner abgleichen. Dank des umfangreichen Organizers

### Leistungsmerkmale Samsung SGH-i620

- Plattform Tri-Band (GSM 900/1.800/1.900 MHz), W-CDMA, HSDPA, UMTS, EDGE, GPRS
- Größe: 95 x 59 x 16 mm
- Gewicht: 126 g
- Akku: Li-Ion, 1.200 mAh,
- Gesprächszeit: bis zu 4,2 Stunden,
- Standby-Zeit: bis zu 350 Stunden
- Hauptdisplay: 65.536 Farben, 240 x 320 Pixel, TFT-Technologie, 2,0 Zoll
- Speicher: zirka 80 MB dynamischer Speicher, microSD-Steckplatz
- Kamera: 2,0-Megapixel-Kamera, VGA-Kamera für Videotelefonie
- Schnittstellen: Bluetooth 2.0
- weitere Funktionen: Windows Mobile 6.0, Microsoft Internet Explorer mobile, Microsoft Outlook mobile, Microsoft E-Mail-Push-Unterstützung, Windows Live Messenger, Podcasting, RSS Reader, QWERTZ-Tastatur, Navigation per Jog-Dial, ClearVue zur Dokumentanzeige, MP3-Player, Musikwiedergabe im Hintergrund, Stereo-Lautsprecher, Freisprechfunktion, Sprachsteuerung, Offline-Modus

# The Phone House kooperiert mit der Ringfoto-Gruppe

## Weiter auf Expansionskurs

**The Phone House verstärkt im Zuge seiner Expansionsstrategie die Vertriebsaktivitäten. Das Unternehmen will in den nächsten Jahren bis zu drei Standorte pro Woche eröffnen. Darunter sind eigene Stores, Franchise-Stores und T-Punkte. Ziel von The Phone House ist es nach Angaben der Geschäftsführung, bis zum Jahr 2010 die Zahl der Stores von derzeit über 180 auf mehr als 500 nahezu zu verdreifachen.**

Rund 200 dieser Stores sollen im Franchise-System betrieben werden. Darüber hinaus will das Unternehmen die Zahl der T-Punkte, die es für die Deutsche Telekom eröffnet und mit eigenem Personal betreibt, von derzeit knapp über 30 auf bis zu 100 erhöhen.

Der Expansionskurs von The Phone House in Deutschland wird von der Muttergesellschaft The Carphone Warehouse plc. unterstützt. Der Konzern ist der weltweit größte unabhängige Telekommunikationsfilialist mit über 2.300 Stores in zehn europä-

ischen Ländern und den USA und sieht Deutschland als einen Schlüsselmarkt für sein Wachstum. „Wir wollen unseren Marktanteil am Neugeschäft im Mobil- und Festnetzbereich in Deutschland mittelfristig auf zehn Prozent verdoppeln“, so Phone House-Chef Dr. Ralf-Peter Simon. Flankiert wird der Wachstumskurs durch ein PoS-Konzept, das durch sein den Zeitgeist treffendes Möbel- und Farbkonzept Akzente setzen und von warmen Holztönen, Pastellfarben und weißen Elementen dominiert wird. In das neue PoS-Konzept sind viele Elemente aus unterschiedlichen und außergewöhnlichen Konzept-Stores eingeflossen, die

The Phone House seit dem Sommer 2006 getestet und mit denen das Unternehmen in der deutschen Telekommunikationsbranche eine Vorreiterrolle besetzt hat. Dazu zählen Projekte wie der The Phone House-Store in der Filiale „Q110 – Die Deutsche Bank der Zukunft“ in der Berliner Friedrichstraße, der Pop Up-Store in der Hohe Straße in Köln und natürlich der bundesweit erste Flagship Store von The Phone House auf der Frankfurter Zeil. Diese Vorreiterrolle von The Phone House bei der Gestaltung außergewöhnlicher Storekonzepte wird von Experten bestätigt. Im April 2007 hat der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels das

Frankfurter Flagship Store-Konzept als eines der innovativsten Storekonzepte des Jahres in Deutschland ausgezeichnet. Darüber hinaus ist The Phone House aufgrund seiner Expansionsbestrebungen und einzigartigen Storekonzepte für die MAPIC AWARDS 2007 in Cannes nominiert. Für Dr. Ralf-Peter Simon ist die PoS-Strategie ein zentraler Erfolgsfaktor: „Viele Wettbewerber begnügen sich mit dem Ansatz, ihren Kunden lediglich Technik zu verkaufen. Unser Ziel ist, in unseren Stores Einkaufserlebnisse für Kunden zu schaffen und sie durch gute Beratung und einen guten Service an das Unternehmen zu binden.“

### The Phone House bringt exklusive Handys für Fashion- und Lifestylfans auf den Markt

Im November fällt bei The Phone House der Startschuss für die Vermarktung neuer exklusiver Fashion- und Lifestyle-Handys: Das Unternehmen vereint Geräte der internationalen Top-Marken Levi's und Mandarina Duck in seiner einzigartigen „Limited Collection“ und unterstützt seine Händler damit durch ein weiteres Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb. The Phone House ist bis auf weiteres der einzige Telekommunikationsanbieter in Deutschland, der die Handys von Levi's und Mandarina Duck sowie passendes und trendsetzendes Zubehör zu den Geräten anbietet. „Ein Handy ist inzwischen ein wichtiges Mode-Accessoire. Deswegen gibt es viele Menschen, die mehr als ein Endgerät besitzen und offen für neue Trends sind“, sagte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House. Die „Mobile Life“-Studie des The Phone House-Gesellschafters The Carphone Warehouse hat ergeben, dass über 70 Prozent der weiblichen Kunden ihr Handy eher nach modischen als nach funktionalen Gesichtspunkten auswählen. „Bei uns bekommen weibliche, aber natürlich auch männliche Kunden Handys, die Akzente setzen und bei anderen Anbietern in Deutschland nicht erhältlich sind“, so Simon weiter.

Das Levi's-Handy hat ein ultraflaches Metallgehäuse im „Urban Fashion“-Look und ist mit einem Mobilfunk-Laufzeitvertrag schon ab einem Euro erhältlich. Ohne Vertrag kostet es 499,99



Euro. Das Levi's-Handy, das vom französischen Unternehmen ModeLabs entwickelt wurde, ist in den Farben „metallic brown copper“ und „metallic black“ lieferbar und bietet eine umfangreiche Multimedia-Ausstattung, zu der unter anderem eine Zwei-Megapixel-Kamera, UKW-Radio und MP3-Player gehören. Wer will, kann das Handy durch eine spezielle Kette vor Diebstahl schützen, indem er ein Ende der

Kette am Handy befestigt, das andere Ende zum Beispiel an der Hose. Im Lieferumfang enthalten sind außerdem ein Stereo-Headset und eine stilvolle Handytasche.

Mit Mandarina Duck schickt The Phone House eine italienische Premium-Modemarke auf den deutschen Mobilfunk-Laufsteg. Das von Alcatel produzierte, 83 Gramm schwere Klapphandy wird mit verschiedenen Gehäusefarben angeboten, die Palette reicht von Grün über Rot bis zu Violett und soll speziell Frauen ansprechen. Zur Ausstattung gehört unter anderem ein integrierter MP3-Player. Ein Clip-System sorgt dafür, dass das Handy sicher in der Handtasche fixiert ist und dadurch das lästige Kramen in der Tasche entfällt. Mit einem Mobilfunk-Laufzeitvertrag ist das Mandarina Duck-Handy ab einem Euro erhältlich, als Prepaid-Angebot kostet es 99,99 Euro.



## Ausweitung der Vertriebsaktivitäten auch als Partner des Fotohandels

Zum weiteren Wachstum soll bei The Phone House auch die Intensivierung der Partnerschaft mit dem Fotofachhandel beitragen: Dazu hat das Unternehmen einen langfristigen Vertriebs- und Kooperationsvertrag mit Ringfoto geschlossen. Die Ringfoto-Gruppe wird ihren Mitgliedern ab sofort das komplette Produktportfolio von The Phone House anbieten. „Diese Kooperation ist das Bündnis von zwei starken Partnern. Wir freuen uns darauf, das Zusammenwachsen des Telekommunikations- und Fotomarktes gemeinsam gestalten zu können“, erklärte Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb von The Phone House. Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich sieht in der Kooperation ebenfalls einen strategischen Mehrwert: „Mit The Phone House haben wir einen servicestarken und handelsorientierten Partner gefunden. Beide Seiten profitieren vom Branchenwissen und der Vertriebsstruktur des jeweils anderen.“

Die Fotobranche stellt für The Phone House kein Neuland dar. Bereits im vergangenen Jahr hatten die Münsteraner die Partnerschaft mit dem Fotohandel gesucht und Fotohändlern die Möglichkeit eingeräumt, ihr Sortiment um Telekommunikationsprodukte zu erweitern und damit neue Umsatzquellen zu erschließen. Die jetzige Kooperation mit Ringfoto stellt für Krause deshalb



Auf der Ringfoto-Herbstmesse in Erlangen konnten sich die Ringfoto-Händler umfassend über die Zusammenarbeit mit The Phone House informieren.

auch einen Vertrauensbeweis der Fotohändler dar. „The Phone House hat sich als verlässlicher Anbieter mit einem nachweislich guten Service einen Namen gemacht und bietet seinen Partnern die Möglichkeit, von der Erfolgsgeschichte ‚Telekommunikation‘ zu profitieren“, meinte Krause.

Für Martin Köhler, Leiter Telekommunikation bei Ringfoto, ist die neue Allianz deswegen auch ein deutlicher Zugewinn für seine Händler: „Mit diesem Partner können wir nun alle Top-Marken und Produkte aus Mobilfunk und Festnetz aus einer Hand anbieten. Unsere Händler profitieren zukünftig auch von der Einführung neuer Dienste wie zum Beispiel von T-Home-Entertainment-Paketen.“ Dieter Koßmeier, Leiter Indirekter

Vertrieb bei The Phone House, zählt vor allem die Marktmacht der international tätigen The Carphone Warehouse-Gruppe, zu der auch The Phone House in Deutschland gehört, zu den Vorteilen, von denen jetzt auch die Ringfoto-Händler profitieren können. „The Carphone Warehouse ist der weltweit größte unabhängige Telekommunikationsfilialist. Von dieser Größe profitieren wir unter anderem in Form von Einkaufsvorteilen, Degressionseffekten und exklusiven Endgeräten. Diese Vorteile geben wir an unsere Partner weiter.“

Neben Endgeräten, Tarifen und Zubehör können die Ringfoto-Händler auch einzelne Verkaufsmöbel sowie ganze Shopeinrichtungen samt Themenwelten von The Phone House beziehen.

# Pos Aktuell

## Herweck Schulungen im November 2007

Die Herweck AG hat die Schulungstermine für den Monat November 2007 bekanntgegeben. Alle aufgeführten Seminare finden, wenn nicht anders angegeben, im Schulungszentrum des Unternehmens in Kirkel statt. Interessenten finden den aktuellen Seminarkalender auch im Internet unter [www.herweck.de/seminare](http://www.herweck.de/seminare). Zu jeder Schulung gibt es dort eine detaillierte Agenda.

- 6.11.: Profitable Abrechnung von Dienstleistungen; Referent: Dieter Philippi, Vorstand Herweck AG; Preis: 289,00 Euro (für Herweck Premium-Partner: 219,00 Euro).
- 6.-7.11.: funkwerk: Voice Basic T; Preis: 298,00 Euro.
- 7.11.: NEC: Aspire VoIP (in Kaarst oder in Kirkel); Preis: 249,00 Euro.
- 8.-9.11.: funkwerk: Voice Professional T; Preis: 398,00 Euro.
- 9.11.: NEC: Aspire Routing (in Kaarst); Preis: 199,00 Euro.
- 12.-16.11.: (Vo)IP Netzwerk-Grundlagen/HiPath 2000 V1.0; Kombikurs (in Paderborn); Preis: 1.390,00 Euro
- 13.11.: Professionelle und erfolgreiche Neukundengewinnung für Telefonanlagen-Errichter; Referent: Dieter Philippi, Vorstand Herweck AG; Preis: 289,00 Euro (für Herweck Premium-Partner: 219,00 Euro).
- 13.-14.11.: Auerswald: COMmander Business Workshop Q3; Preis: 395,00 Euro.
- 15.11.: Agfeo Gold Seminar, Preis: 245,00 Euro.
- 20.-21.11.: Lancom-Agfeo Workshop-Voice-over-IP-/IT-Know-how, speziell für den Agfeo/Tk-Fachhandel; Preis: 399,00 Euro.
- 20.11.: Estos: Professionelle CTI-Schulung/3rd Party; Preis: 149,00 Euro.
- 21.11.: Das erfolgreiche und lukrative Mobilfunkgeschäft; Referent: Hans-Jürgen Witfeld, Herweck AG; Preis: 269,00 Euro.
- 22.11.: ADSL/ISDN Messtechnik mit Argus, mit Praxisteil; Preis: 129,00 Euro (für Herweck Premium-Partner: 109,00 Euro).
- 27.-28.11.: funkwerk: Advanced IPsec; Preis: 398,00 Euro.
- 28.11.: Wie verhandle und verkaufe ich als Fachhändler erfolgreich am

- Telefon und im direkten Kundenkontakt?; Preis: 289,00 Euro.
- 28.11.: Starface Vertico Informationsveranstaltung; Preis: 29,00 Euro.
- 29.11.: funkwerk: WLAN Funkmessungen; Preis: 199,00 Euro.
- 29.11.: Elevator Pitch – So gewinnen Sie neue Kunden im Aufzug; Preis: 289,00 Euro.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer und beinhalten die Verpflegung im Herweck Casino (Mittagessen und Kaffeepausen). Anmeldung und weitere Auskünfte zu den Inhalten der Seminare erhalten Fachhändler bei Ingrid Wilhelm, Telefon 06849/9009-122, E-Mail [iwilhelm@herweck.de](mailto:iwilhelm@herweck.de) oder im Internet unter [www.herweck.de/seminare](http://www.herweck.de/seminare).

## E-Plus CTO Elmar Grasser verlässt das Unternehmen

Elmar Grasser, Chief Technical Officer der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch bereits zum Ende des Jahres wieder verlassen. Grasser wechselte im August 2006 vom österreichischen Mobilfunkanbieter tele.ring zu E-Plus. Unter seiner Leitung erfolgte die Auslagerung einzelner Netzgeschäftsbereiche an Alcatel Lucent sowie der weitere Ausbau und die Optimierung des E-Plus Netzes.

## Lars Dittrich verantwortet den debitel-Vertrieb

\_dug-Gründer Lars Dittrich, seit 1. Juli Vorstand Retail bei der debitel AG, verantwortet seit Oktober den Vertrieb der debitel-Gruppe. Damit ist Dittrich dort Ansprechpartner für sämtliche Vertriebsaktivitäten. Marketingvorstand Oliver



Steil, bislang zuständig für diesen Bereich, übernimmt im Gegenzug die Marketing- und Produktverantwortung für die gesamte debitel-Gruppe. Die Partnerschaft mit der Media-Saturn-Holding (MSH) bleibt weiterhin im Verantwortungsbereich von Steil. Durch die Tren-

nung von Marketing und Vertrieb und die Schaffung entsprechender spezialisierter Vorstandsressorts will das Unternehmen die Bedeutung dieser beiden Geschäftsfelder als Kernkompetenzen der debitel-Gruppe betonen. „Die Stärkung der Vertriebskraft wird die Stellung der debitel-Gruppe als Deutschlands führender Service Retailer maßgeblich beeinflussen“, meinte Dittrich. „In enger Kooperation mit dem Marketingressort werden wir hier Maßstäbe im deutschen Telekommunikationsmarkt setzen.“

Dittrich hat mit der \_dug telecom ag in den vergangenen 14 Jahren einen der größten unabhängigen Telekommunikationsfilialisten in Deutschland geformt. Nach dem Start als Direktvertrieb 1993 wurde 1997 der erste Telekommunikationsshop in Oranienburg eröffnet. Heute betreibt \_dug als Retailarm der debitel-Gruppe rund 450 Shops (inklusive 30 T-Punkte) in ganz Deutschland und beschäftigt mehr als 1.350 Mitarbeiter.

## Neue Wachstumschancen für Funkwerk Dabendorf

Funkwerk Dabendorf, ein Unternehmen der Funkwerk AG, geht weiter auf Wachstumskurs: Durch eine Kooperation mit der Anycom Technologies AG aus Mönchengladbach ergänzt das brandenburgische Unternehmen sein Bluetooth-Know-how. Die Partnerschaft beinhaltet die gemeinsame Entwicklung neuer Produkte für automotive Anwendungen und den CE-Handel wie auch die Nutzung gemeinschaftlicher Vertriebskanäle. Ziel beider Unternehmen ist es, von den jeweiligen Kernkompetenzen und der Marktkenntnis des anderen zu profitieren. Die Bluetooth-Technik hat Funkwerk Dabendorf bereits in der Serie der Freisprechanlagen „Ego“ integriert. Dieser innovative Weg soll auch in Zukunft fortgesetzt werden. Anycom stehe für innovative Bluetooth-Produkte, wie Lutz Pfister, Funkwerk-Vorstand für den Geschäftsbereich Automotive Communication, erklärte. „Mit dieser zusätzlichen Expertise können wir noch schneller als bisher neue Produkte auf den Markt bringen. Zusätzlich erschließt Funkwerk Dabendorf mit der Kooperation neue Marktsegmente und kann auf das Vertriebsnetz von Anycom in Nordamerika zugreifen.“ Für Anycom steht neben der Kompetenz in der Produktentwicklung der Zugang zur Automobilindustrie im Vordergrund. „Mit Funkwerk Dabendorf gewinnen wir einen gefragten Partner der Automobilindustrie im Bereich der mobilen Kommunikation“, sagte Walter Daguhn, Vorstand der Anycom Technologies AG, anlässlich der Ver-

## Motorola setzt Händler-Incentive-Programm fort

Motorola setzt ab sofort sein Händler-Incentive-Programm Motowin fort. Unter dem Motto Preise, Prämien und Prestige können Händler künftig nicht nur spektakuläre Gewinne erwarten, sondern auch Prämien und Statusvorteile. Um in den Genuss der Vorteile und Gewinne zu gelangen, können Händler die IMEI Nummern von an Endkunden verkauften Motorola Handys unter [www.motowin.de](http://www.motowin.de) eingeben und später in Prämien eintauschen. Gleichzeitig gilt weiterhin jede registrierte IMEI Nummer als Los und nimmt automatisch an der Motowin Ver-



losungsaktion teil. Unter den Motowin Teilnehmern werden insgesamt sechs Tickets für eine Weltreise verlost. Motorola fliegt die Gewinner komfortabel in der Business Class zu den weltweiten Traumzielen. Die Gewinner der monatlichen Ziehung werden auf der Motowin-Seite bekanntgegeben. In einem umfangreichen Prämienshop können die IMEI Nummern der verkauften Handys in wertvolle Sachpreise und Events eingetauscht werden. Für jedes an Endkunden verkaufte Motorola Mobiltelefon sammelt der Teilnehmer automatisch Prämienpunkte, die ein Jahr Gültigkeit besitzen. Diese können ab November im Shop gegen eine Prämie nach Wahl eingetauscht werden. Im personalisierten „Mein Motowin“-Bereich sind alle Informationen zum individuellen Punktestand für die Verlosung und den Prämienshop live abrufbar. Jeder Händler startet mit dem Silber Status und bekommt die Silber-Premium-Card automatisch mit den Motowin Zugangsdaten zugeschickt. Erfolgreiche Händler können im Laufe des Jahres Gold-Status erreichen und weitere Vorteile genießen.

tragsunterzeichnung. „Damit können wir Neuentwicklungen gezielter vermarkten und für Anycom neue Absatzpotentiale erschließen.“ Anycom bedient mit Produkten wie Car Kits, Head Sets, iPod-Adaptoren und Receivern vor allem die Bereiche Telekommunikation, Unterhaltungselektronik, IT/PC-Zubehör und Automotive.

## F. Schüller neuer Director Sales bei Trendwerk77

Zum 1. November übernimmt Frank Schüller bei der Trendwerk77 GmbH die Position des Director Sales und zeichnet somit für die Betreuung der Key Accounts in Deutschland verantwortlich. Seine Aufgaben umfassen den Aufbau, die Steuerung und die Organisation des nationalen Vertriebs. Schüller blickt auf eine langjährige Karriere im Telekommunikations-Vertrieb zurück, die ihm bei seiner neuen Aufgabe, die Brand-Awareness der klei-



nen Mobilfunkaccessoires der Marke J-Straps in Deutschland noch weiter zu steigern, behilflich sein soll. Vor seinem Wechsel von der Elbe an die Ruhr war Schüller zuletzt als Vertriebsleiter beim Telekommunikations-Distributor SM Electronics tätig.

## A. Gränitz leitet Consumer-Vertrieb bei Epsilon

Die Epsilon Telecom GmbH, ein Unternehmen der HFO Telecom AG, hat die Branchenexpertin Andrea Gränitz zur neuen Leiterin der Unternehmensbereiche Consumer-Vertrieb und Einkauf beru-

fen. Sie unterstützt dabei ab sofort den langjährigen Geschäftsführer Wolfgang Hüttner bei der Fortentwicklung des Hofer Mobilfunk-Distributors. Gränitz war zuvor zehn Jahre bei Komsa tätig, zuletzt als



Produktmanagerin Netze. Ihr Ziel bei Epsilon formulierte Gränitz so: „Ich möchte Vertrieb in enger Bindung an unsere Partner, mit dem Ohr am Markt und mit großer Motivation für die Förderung unserer Geschäftsbeziehungen erleben und umsetzen.“

## T-Online bietet Software zum Schutz von Kindern

Im T-Online Kids-Portal kann ab sofort die speziell für die Anforderungen von Kindern und Jugendlichen entwickelte Software Magic Desktop von EasyBits kostenlos heruntergeladen werden. Sie soll erhöhten Schutz vor nicht kindgerechten Inhalten bieten. Mit diesem Programm, das deutschlandweit derzeit nur im Kids-Portal erhältlich ist, können Eltern festlegen, welche Seiten und Services ihre Kinder nutzen können und welche Bereiche des Internets ihnen nicht zugänglich sind. EasyBits entwickelt familienfreundliche Produkte, mit denen Eltern und Kinder in sicherer Umgebung den Umgang mit Computern erlernen und ihre Kenntnisse erweitern können. Die Qualität der Software, die für Kinder zwischen zwei und zehn Jahren entwickelt wurde, konnte nach T-Online Angaben auch bei einer Benchmarking-Studie überzeugen, die im Auftrag der Generaldirektion Informationsgesellschaft der EU-Kommission durchgeführt wurde.

## Telefónica investiert 3,5 Mrd. Euro in deutsches Mobilfunk- und DSL-Geschäft

Telefónica O<sub>2</sub> Europe konzentriert seine europäischen Investitionen auf Deutschland: Bis 2010 will das Unternehmen 3,5 Milliarden Euro für den Ausbau der Festnetz- und Mobilfunkinfrastruktur in Deutschland bereitstellen. Dieser Ausbau soll die Basis für die künftige Wachstumsstrategie von O<sub>2</sub> Germany bilden. „Die angekündigten Investitionen werden unsere Position im hart umkämpften deutschen Markt stärken. Unsere Mobilfunkkunden werden von einem nahezu flächendeckenden O<sub>2</sub> Netz profitieren“, so Jaime Smith Basterra, CEO von O<sub>2</sub> Germany. „Gleichzeitig soll unser National Roaming Bedarf signifikant sinken. Auch im Festnetzgeschäft werden wir den Ausbau der DSL-Infrastruktur weiter vorantreiben.“ Im Rahmen der sechsten Telefónica Investorenkonferenz in London erläuterte der Konzern seine Pläne für Deutschland: „Wir wollen unsere Umsatz- und Marktanteile in Deutschland ausbauen. Das Land ist mit einer Bevölkerung von 82 Millionen Menschen und einer im europäischen Vergleich verhältnismäßig niedrigen Mobilfunknutzung als Wachstumsmarkt prädestiniert“, meinte Peter Erskine, CEO Telefónica O<sub>2</sub> Europe. „Als Teil der Telefónica Gruppe werden wir dabei einerseits von Skaleneffekten, andererseits von jahrelanger Expertise und Best Practices in der gesamten Gruppe profitieren können.“ Telefónica O<sub>2</sub> Europe gehe derzeit von einer kumulierten jährlichen Wachstumsrate zwischen vier und acht Prozent bis 2010 aus. Deutschland werde dabei eine bedeutende Rolle

spielen. Erskine: „O<sub>2</sub> Kunden in Deutschland nutzen monatlich durchschnittlich 133 Gesprächsminuten, während es in Irland bereits 250 sind.“ Mobiles Internet wird nach Erskines Einschätzung in den kommenden drei Jahren wesentlicher Wachstumsmotor sein. Nach der Anlaufphase sei die Zeit nun reif für den Massenmarkt. Grundlagen dafür seien neben schnellen Netzwerktechnologien und attraktiven Tarifpaketen Partnerschaften mit Geräteherstellern wie Nokia und wichtigen Content-Lieferanten wie Google und Yahoo. Besonders Mobilfunkbetreiber müssten auf Partnerschaften bauen, wenn sie den Kundenwunsch nach hochwertigen Inhalten erfüllen und sich somit im Markt behaupten wollten. Trotz der angespannten Wettbewerbssituation im traditionellen Markt, die von Playern benachbarter Branchen angeheizt wird, sieht Telefónica O<sub>2</sub> Europe großes Potential in Europa. Das Unternehmen verfügt über eine gute Ausgangsposition, das Kerngeschäft auszubauen und gleichzeitig neue Einnahmequellen zu erschließen sowie ein starkes Standbein im Markt für konvergente Dienste, also der Kombination von Festnetz- und mobilen Services, zu etablieren. Allerdings seien auch Kosteneinsparungen ein wesentlicher Bestandteil profitablen Wachstums. In Deutschland ist ein entsprechendes Restrukturierungsprogramm bereits in vollem Gange und liegt den Angaben zufolge auf Kurs. Außerdem soll die Anzahl der O<sub>2</sub> Shops ausgebaut und die IT- und Netzwerk-Infrastruktur effizienter gestaltet werden.

# Gigaset-Produkte leisten Beitrag zum Umweltschutz

## „Jeder Beitrag zählt“

Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) stellt sein Gigaset-Portfolio mit Schnurlostelefonen und Breitbandgeräten überwiegend auf ECO DECT beziehungsweise ECO-Broadband um. Die mit speziellen Logos gekennzeichneten Produkte sind besonders energiesparend und bieten Funktionen, die eine variable Reduzierung der Sende-



leistung ermöglichen. Über „Greentech made in Germany“, das globale Eco-Konzept sowie die Veränderungen bei Siemens und den Gigaset-Produkten informierten SHC-Chef Dr. Jochen Eickholt und Godehard Gerling, Vice President Product Management, eine Gruppe europäischer Fachjournalisten auf einer Pressekonferenz in Bad Tölz.



Durch neue Hard- und Software wurde es sogar möglich, die Sendeleistung der Basis automatisch auf nahezu Null herunterzulegen, wenn nur ein Mobilteil benutzt wird und dieses in der als Ladeschale genutzten Basis steht. Zudem sorgt ein intelligentes

Funktion Mobilteil und Basis manuell herunterregeln“, führte Gerling aus. „Die Reichweite der Telefone verringert sich dann um die Hälfte, das heißt konkret auf 25 Meter innerhalb von Gebäuden und 150 Meter im Freien. Dadurch wird die Stromaufnahme des Mobilteils um 22 Prozent verringert und die Gesprächszeit um 28 Prozent länger. Die Sendeleistung wird sogar um 80 Prozent reduziert.“

Weiterhin konnte bei den Gigaset-Telefonen durch technische Optimierungen des Displays bei der Stromzufuhr eine Energieeinsparung erreicht werden, die in einer um 43 Prozent verlängerten Standby-Zeit resultiert, ohne die Qualität der Anzeige zu beeinträchtigen. Zusätzlich kann der Nutzer sein Display selbst so einstellen, dass es nur im Betrieb leuchtet und im Ruhezustand abschaltet. Die Standby-Zeit verlängert sich dadurch um bis zu 233 Prozent.



Godehard Gerling

Lademanagement dann dafür, dass die Geräte nur geladen werden, wenn sie wirklich Energie benötigen.

„Wer mehrere Mobilteile nutzt oder zusätzlich Stromverbrauch und Sendeleistung reduzieren möchte, kann mit der ECO-Mode-

„Jeder Beitrag zählt, wenn es um die Umwelt geht, und selbst kleinste Beiträge summieren sich zu Riesensummen, wenn sie von Millionen Menschen erbracht werden“, betonte Eickholt. So könnten beispielsweise 200 Kilogramm Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) gespart werden, wenn nur einmal pro Woche ein Tiefkühlprodukt im Kühlschrank aufgetaut würde, und wer täglich mit dem Deckel auf dem Topf kocht, reduziere den

für alle ECO DECT-Schnurlostelefone und ECO-Breitbandprodukte quer durch alle Preisklassen, also auch schon bei den Einstiegsprodukten der Gigaset A-Serie. „Damit setzt SHC konsequent sein Umweltkonzept fort, das nicht nur die Produkte, sondern das gesamte Unternehmen, einschließlich der Produktionsstätte in Bocholt, umfasst“, so Eickholt. „Im September erhielt SHC die Zertifizierung nach DIN EN ISO 14001 für sein Umweltmanagement-System.“

Gehe man von einer durchschnittlichen Nutzung eines Telefons von täglich zwei Stunden aus, werde durch die Schaltnetzteile der Stromverbrauch von 3,5 auf 1,3 Watt reduziert. Außerdem sind für die Produktion eines Schaltnetzteils im Vergleich zu einem linearen Netzteil weniger Rohstoffe wie Kupfer oder Eisen nötig.

Fortschritte wurden auch bei der Reduzierung der Sendeleistung erzielt. Gerling: „DECT-Telefone wie die Gigaset A160, A260, AL145, E360, S670, C470 und deren Anrufbeantworter- und ISDN-Varianten regeln bei Verwendung von nur einem Mobilteil die Sendeleistung automatisch auf nahezu null, sobald dieses in der Basis steht. Die Komfort-Telefone Gigaset C470, S670, SL370, SL560 und deren Varianten mit Anrufbeantworter, ISDN oder IP sind zusätzlich mit dem neuen ECO-Modus ausgestattet. Damit verringert sich sogar beim Betrieb mehrerer Mobilteile, oder wenn das Mobilteil nicht in der Basis steht, die Sendeleistung von Basis und Mobilteil um 80 Prozent.“

Zusätzlich senkten alle Mobilteile bereits seit mehreren Gerätegenerationen automatisch die Sendeleistung in Abhängigkeit zur Entfernung der Basisstation. In einer Entfernung von acht Metern betrage die Sendeleistung der Mobilteile beispielsweise nur noch 15 Prozent. Bei den ECO-Breitbandprodukten wie den Routern Gigaset SE366, SE361 und SE551 sowie dem Ethernet-Adapter SE365 und der Gateway-Serie SX761, 762 und 763 lässt sich die WLAN-Sendeleistung stufenweise auf 25, 50 und 75 Prozent einstellen – oder ganz ausschalten.

### Technischer Fortschritt im Sinne der Umwelt

Welche Fortschritte im einzelnen erzielt wurden, erläuterte Godehard Gerling. Er berichtete beispielsweise von einer deutlichen Energieeinsparung durch die Verwendung neuer Schaltnetzteile. „Sehr viel Energie geht seit jeher bei den Netzteilen verloren. Das merkt der Nutzer beispielsweise schon daran, dass viele Netzteile im Betrieb warm werden“, so Gerling. Siemens Gigaset Telefone würden nun ausschließlich mit Schaltnetzteilen ausgeliefert. Diese sparten im Vergleich zu konventionellen, linearen Netzteilen bis zu 60 Prozent Energie.



Dr. Jochen Eickholt

CO<sub>2</sub>-Ausstoß jährlich um 186 kg. „Beides zusammen entspricht der Entlastung von 39 Bäumen“, so Eickholt.

Das Unternehmen und seine Mitarbeiter seien sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Dieses Bewusstsein spiegelte sich in Ideen, Technologien und Handlungen für eine bessere Welt wider. Eickholt: „Wir bekennen uns zu einer Produktverantwortung, die den gesamten Lebensweg eines Produktes umfasst. Bereits bei der Produkt- und Prozessplanung werden die Umweltwirkungen der Produkte einschließlich der Fertigung, Beschaffung, Vertrieb, Nutzung, Service und Entsorgung bewertet.“

Bei den Siemens Gigaset-Produkten wirken sich die aus diesem Bewusstsein entstehenden Veränderungen vor allem in einer Reduzierung des Energieverbrauchs und einer Verringerung der Sendeleistung aus. Das gelte



Eine Auswahl aus dem neuen Gigaset ECO/ECO DECT-Portfolio: Gigaset A260 (links oben), Gigaset S675 (oben rechts) und Gigaset SX763.



### Kampagne unterstützt den Abverkauf

Das Thema ECO/ECO DECT findet sich auch in einer Kampagne wieder, mit der SHC die Einführung der neuen Produktlinien unterstützt. So werden beispielsweise alle ECO-Tips der Kampagne auf der Website [www.jeder-beitrag-zaehlt.de](http://www.jeder-beitrag-zaehlt.de) gebündelt präsentiert. Über Verknüpfungen sind von dort aus auch alle Produkte des ECO DECT Portfolios zu erreichen. Durch die Schaltung von Online-Bannern auf themenspezifischen Websites erreichen die ECO-Tips die relevante Zielgruppe. Anzeigenschaltungen und Fernsehspots in reichweitenstarken Medien sorgen darüber hinaus bis Weihnachten für hohe Vorverkaufsstärkung der Produkte. Für den PoS steht darüber hinaus ein umfassendes Werbemittelpaket bereit. Dieses enthält eine aufmerksamkeitsstarke Gerätedeko, Poster und Endkundenbroschüren mit den zugehörigen Dispensern. Die PoS-Materialien können ab sofort über das Händler-Extranet unter [www.siemens-partnerinfo.de](http://www.siemens-partnerinfo.de) bestellt werden.



Pos **Neuheiten**

**Sony Ericsson Bluetooth Lautsprecher im „Mozartkugel“-Design**



Sony Ericsson hat sein Zubehörsortiment um den portablen Bluetooth-Lautsprecher MBS-100 erweitert. In edlem Design, das an die beliebte Süßigkeiten-Spezialität Mozartkugel erinnert, sorgt der kugelförmige Lautsprecher für den passenden Sound. Die Boxen können dank Bluetooth-Streaming und integriertem Akku ohne jegliche Kabel betrieben werden und sind deshalb bestens zu

transportieren. Binnen Sekunden lässt sich der MBS-100 mit jedem Handy koppeln, das den Standard A2DP (Stereo-Bluetooth-Streaming) unterstützt. Der



Standard sorgt für eine reibungslose Datenübertragung und somit für hervorragende Soundqualität. Mit Strom versorgt wird die Box über einen integrierten

Akku, der für bis zu fünf Stunden Musik ausreicht. Dank seines kompakten Designs – der MBS-100 hat einen Durchmesser von zehn Zentimetern – eignet sich der Bluetooth-Lautsprecher auch für mobile Unterhaltung unterwegs. Die mitgelieferte Tasche bewahrt den Lautsprecher vor Kratzern und sonstigen Schäden. Die unverbindliche Preisempfehlung für den MBS-100 liegt bei 79 Euro.

**Audioline Funkgeräte Slim PMR 30 sind nur 14 Millimeter flach**



Extrem handlich und komfortabel sind die neuen Walkie-Talkies Slim PMR 30 von Audioline. Gerade einmal 14 Millimeter flach, bieten die lizenzfreien Funkgeräte eine Reichweite von bis zu fünf Kilometern. Zielgruppe der Geräte sind beispielsweise Segler, Mountainbiker oder Reiter, aber auch für Fahrten in der Gruppe mit mehreren Autos bieten die neuen Audioline Funkgeräte eine kostengünstige Alternative zum Handy. Und dank der mitgelieferten Headsets können auch Motorradfahrer auf Tour gefahrlos kommunizieren. Bei den Slim PMR 30 verbindet Audioline Funktionalität und Bedienkomfort mit modernem Design. Mit den beiden extraflachen Geräten können die Nutzer auf acht Kanälen mit je 121 Rufcodierungen funken, die integrierte automatische Kanalsuche sorgt für gute Verbindung. Der Funkkontakt wird entweder über die PTT-Taste am Headset oder durch die Stimme des jeweiligen Benutzers über die automatische Vox-Sprachsteuerung aktiviert. Die Lautstärke beim Sprechen ist in 16 Stufen regulierbar. Eingehende Funksprüche können durch zehn verschiedene Ruftöne angezeigt werden; ein Signalton bestätigt die Funkverbindung. Auf dem gut lesbaren, beleuchteten Display des Slim PMR 30 können die Funker jederzeit Kanal, Funkstatus und Akkukapazität



ablesen. Die leistungsstarken Akkus werden entweder über die im Lieferumfang enthaltene Doppelladestation oder direkt mit dem ebenfalls mitgelieferten Netzteil geladen und ermöglichen eine maximale Betriebsdauer von zwölf Stunden. Ein Warnton zeigt an, wenn die Akkuleistung nachlässt und die Funkgeräte wieder an die Ladestation müssen. Die Audioline Walkie-Talkies Slim PMR 30 sind ab sofort zum Preis von 44,95 Euro (UVP) erhältlich.

**Sony Ericsson nimmt mit dem V640i das 3. Musikhandy ins Programm**



Sony Ericsson hat mit dem V640i das dritte Musikhandy ins Programm genommen, das den schnellen Funkstandard HSDPA unterstützt. Das V640i ist in der Farbe Quick Black exklusiv bei Vodafone erhältlich. Das Handy unterstützt den Memory Stick Micro (M2) mit bis zu 4 GB Speicher – das entspricht etwa 3.600 kompletten Musiktiteln – und bietet eine spezielle Musiktaste, die das Navigieren durch die Songs erleichtert. Das schlanke, 97 Gramm schwere Handy

**Zwei neue Gigaset High-Speed-Datengeräte**



Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) hat seine Datenproduktfamilie um zwei weitere High-Speed-Geräte aufgestockt: den Gigaset SE365 WLAN und den dazu passenden Gigaset USB Adapter 300. Als 3-in-1-Lösung fungiert das Gigaset SE365 WLAN kabellos als Access Point, Ethernet Adapter sowie als Repeater und überträgt dank IEEE 802.11n-Draft-Standard Daten mit bis zu 300 MBit/s. Variabel auf dem Standfuß oder direkt im USB-Slot klinkt sich der Gigaset USB Adapter 300 in ein bestehendes Funknetz ein und ermöglicht Internetdienste von IP-TV-Videostreaming bis zu Online-Gaming in Höchstgeschwindigkeit. Um die Funktion des Gerätes als Repeater, Ethernet-Adapter oder Access-Point auszuwählen, muss nur die Mode-Taste an der Geräterückseite gedrückt werden. Der ausgewählte Funktionsmodus wird per LED angezeigt. Über eine zweite Taste erfolgt die automatische Registrierung des Gigaset SE365 WLAN an einem Router, beispielsweise dem Gigaset SE366 WLAN. Dadurch wird auch die WLAN-Verbindung der Geräte mit dem neuen WPS-Standard (WiFi Protected Setup) gesichert. Zusätzliche Sicherheitseinstellungen können entfallen. In der Funktion eines Access-Points bietet das Gigaset SE365 WLAN schnurlosen Zugang in ein bestehendes LAN oder zu einem Ethernet-Modem, damit PCs oder Notebooks auch kabellos mit bis zu 300 Megabit pro Sekunde (IEEE 802.11n-Draft-Standard) in ein sonst verkabeltes Netz eingebunden werden können. Eingesetzt als Ethernet Adapter verbindet dieses Gigaset-Modell Spielkonsolen und Set-top-Boxen mit dem WLAN-Netzwerk, so dass IP-TV- und HD-Videostreaming ohne Abstriche kabellos verfügbar sind. Um große Datenmengen störungsfrei zu übertragen, unterstützt das Gigaset SE365 WLAN neben dem 2,4-GHz- auch das 5-GHz-Frequenzband, auf das bei Bedarf umgeschaltet werden kann. Die dritte Funktion ist die eines Repeaters, mit dem sich in großen Wohnungen oder Büros die Reichweite erhöhen lässt, mit mehreren Repeatern in Reihe geschaltet sogar um ein Vielfaches. Praktischer Begleiter für den kabellosen High-Speed-Internetzugang ist der Gigaset USB Adapter 300. Er unterstützt ebenfalls den IEEE 802.11n-Draft-Standard mit bis zu 300 MBit/s. Der Stick kann direkt in den USB-Slot eingesteckt, über das mitgelieferte USB-Kabel betrieben oder mit einem Standfuß neben dem Laptop aufgestellt werden. Optimale Funkverbindung gewährleisten zwei eingebaute Antennen für das gleichzeitige Senden und Empfangen von Daten. Beide neuen Gigaset-Datenprodukte sind abwärtskompatibel mit dem IEEE 802.11b/g sowie vorbereitet für den zukünftigen IEEE 802.11n-Standard. Beide Geräte sind ab sofort verfügbar. Das Gigaset SE365 WLAN ist zum Preis von 129,99 Euro, der Gigaset USB Adapter 300 für 69,99 Euro im Handel. Bereits erhältlich sind die Gigaset PC Card 300 für 69,99 Euro und der Router SE366 WLAN für 139,99 Euro (alle Preisangaben sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen).



**Auerswald-Systemtelefon mit Voicemail-Funktion**



In einer befristeten Sonderaktion wird das Spitzenmodell der Auerswald-Systemtelefonfamilie ab sofort auch mit bereits freigeschalteter Voicemail-Funktion angeboten. Die eingebaute 1-GB-SD-Karte ist mit 26 verschiedenen Ansagen vorbespielt. Das Sondermodell COMfortel 2500 AB ist im übrigen Leistungsumfang identisch mit dem COMfortel 2500. Das im Juni veröffentlichte Software-Release für das Systemtelefon COMfortel 2500 bot erstmalig die Option, durch Freischaltung und Einsatz einer SD-Karte das Telefon kostengünstig mit einer Voicemail-Funktion zu erweitern. Die überaus positive Resonanz bei den Kunden hat Auerswald veranlasst, diese Option bereits freigeschaltet und betriebsbereit eingerichtet in einem Sondermodell mit Namen COMfortel 2500 AB anzubieten. Zu den aus dem Standardmodell COMfortel 2500 bekannten Leistungsmerkmalen kommt durch die Voicemail-Funktion eine Reihe komfortabler Features hinzu. Aus einem Pool können 100 verschiedene Ansagen unterschiedlichen Ruf-typen (intern, extern, Tür), Rufgruppen und Amrufnummern zugeordnet werden. Eingegangene Nachrichten werden auf Wunsch am Handy signalisiert. Zur Schnellabfrage der Nachrichten von extern genügt der Anruf der eigenen Mailbox; ist die Handy-Rufnummer im System autorisiert, wird die Nachricht ohne Eingabe einer PIN sofort wiedergegeben. Gesprächsmitschnitte und Sprachnotizen sind ebenso möglich wie die komplette Sicherung der Audio-, Konfigurations- und Telefonbuchdaten des gesamten Telefons auf dem PC. Dank unkomprimierter Aufzeichnung liefert das System beste Audioqualität. Das Sondermodell COMfortel 2500 AB ist ab Anfang Oktober im Fachhandel zum Preis von 259 Euro (unverb. Preisempf. inkl. MwSt.) verfügbar. Die Aktion ist bis zum Jahresende befristet. Weitere Informationen zu den Produkten im Internet unter [www.auerswald.de](http://www.auerswald.de).



**Universelles Türsprechsystem für Telefonanlagen**



Zum Anschluss an Telefonanlagen mit einem noch ungenutzten a/b-Port bietet Auerswald ein universelles Türsprechsystem, das einfach in vorhandene Montagedosen oder Briefkästen eingebaut werden kann. Das System ist damit auch zur Modernisierung älterer Türsprecheinheiten geeignet. Der Anschluss eines Türsprechsystems an eine Telefonanlage erfolgt üblicherweise über eine spezielle TFE-Schnittstelle. Verschiedene Standards zwingen den Kunden jedoch häufig zu Kompromissen bei der Auswahl seiner Komponenten oder zur Anschaffung von teuren Adaptern. Das neue Türsprechsystem TFS-Universal a/b wird einfach über eine Zweidrahtleitung an eine analoge Nebenseite angeschlossen und passt damit zu fast jeder Telefonanlage. Bis zu vier Taster können zum Klingeln oder Lichtschalten angeschlossen werden. Die beim „Klingeln“ gewählten Rufnummern – das können interne oder externe Nummern sein – werden im Programmiermodus des Systems einfach über Nebenstellentelefone eingegeben. Mit großflächigem Klebepad und zehn Schraubösen, von denen die nicht benötigten einfach abgebrochen werden, ist die Befestigung in vorhandenen Montagedosen kein Problem. Eine Spezialität dieses Türsprechsystems ist die Erweiterung um Schaltfunktionen, zum Beispiel für Hofklingel, Rolltor oder Außenklingel. Dazu können bis zu sechs a/b-Schaltmodule einfach auf die Signalleitung aufgeschaltet werden. Ein Taster lässt sich so zur Signalisierung des Türrufs, zum Schalten des Treppenhauslichtes oder sogar für beide Vorgänge zugleich verwenden.



ermöglicht es seinem Besitzer, mit UMTS-Breitbandgeschwindigkeit (HSDPA) im Web zu surfen. Das bedeutet zum Beispiel, dass der Download eines kompletten Musiktitels nur etwa 15 Sekunden dauert: Im Gegensatz dazu brauchen UMTS-Handys durchschnittlich bis zu viermal so lange. Wer wissen will, wie ein Song heißt, der gerade im Radio läuft, kann auf die integrierte TrackID-Funktion des V640i zurückgreifen. Er nimmt damit einfach einen fünfsekündigen Song-Clip auf – entweder direkt vom eingebauten UKW-Radio des Handys oder von einer Stereoanlage – und erfährt dann innerhalb von Sekunden, wie das Stück, der Interpret und das Album heißen. Außerdem liefert die Musikerkennungs-Software TrackID einen Direktlink zur Homepage des Vodafone Music Stores. Von dort kann man das Lied auf Wunsch herunterladen. Das Sony Ericsson V640i hat aber nicht nur Musik im Gepäck, sondern sorgt rundum für Unterhaltung und Information. Videos laufen mit einer Bildfrequenz von 15 Bildern pro Sekunde, und dank des klaren 2,0-Zoll-Bildschirms laufen auch die neuesten Musikvideos, die man sich bequem unterwegs ansehen kann. Außerdem ist das V640i mit vorinstallierten Google-Maps- und eBay-Clients ausgerüstet und unterstützt RSS Feeds, so dass stets die neuesten Nachrichten, der Wetterbericht oder Entertainment abgerufen werden können. Für eigene Videodreh oder Fotoaufnahmen hat das V640i eine 2,0-Megapixel-Kamera an Bord. Via MMS, E-Mail oder per Postkarte können

die Ergebnisse schnell mit Freunden geteilt, in die eigene Online-Galerie oder auf die Blogseite geladen werden. Dann braucht der Nutzer seinen Freunden nur noch die Web-Adresse mitzuteilen, damit diese sich die neuesten Fotos oder Videoclips ansehen können. Das V640i ist darüber hinaus mit der aktuellsten Media Manager Software ausgestattet. Mit deren Hilfe können die Lieblingsmusik, Fotos, Videos und ähnliches mehr zwischen PC und Handy übertragen werden. Musiktitel und Videoclips werden automatisch in handy-freundliche Formate konvertiert, und das Erstellen von Playlists oder Hinzufügen von Album-Covern zu den Tracks ist einfach. „Das neue V640i macht jeden Nutzer zu einem Musik- und Medienmanager“, so Gunter Thiel, Marketingleiter von Sony Ericsson Deutschland. „Neben seinem auffällenden Design steht bei diesem Handy ganz stark die Musik im Vordergrund. Mit dem Medienmanager kann man seine gesamte Musiksammlung, Fotos und Podcasts auf dem PC verwalten und mit dem Handy synchronisieren. Wir freuen uns sehr, im Bereich mobiler Musik mit Vodafone zu kooperieren und unser neues Produkt in ausgewählten Märkten gemeinsam mit Vodafone anzubieten.“





## Wer die Umwelt schützen will, isst Obst aus Nachbars Garten:

Ein aus Übersee eingeflogener Korb Obst setzt mehr CO<sub>2</sub> frei als eine durchschnittliche Familie pro Halbjahr beim Kochen.

### PosAktuell

#### Nokia Handelspartner können 66 exklusive Reisen gewinnen

Zum Jahresendspurt lädt Nokia alle Handelspartner zur Nokia Winter-Challenge ein. Auf die Teilnehmer dieses Verkaufswettbewerbes warten 666 Preise, darunter 66 exklusive Reisen zum Nokia Headquarter in Espoo, Finnland. Die Nokia Winter-Challenge ist Teil des Nokia Bonusprogramms Points for You, das Händler beim Verkauf von Nokia Produkten mit attraktiven Angeboten und Aktionen zur Verkaufsförderung sowie mit Prämien und Werbemitteln unterstützt. Die Nokia Winter-Challenge läuft bis Dezember 2007.

Weitere Informationen rund um Points for You und die Nokia Winter-Challenge finden Händler unter: <https://www.points-for-you.de/>.

Während des fünftägigen Trips lernen die einzelnen Gewinner der 66 Reisen Nokia und die neuesten Produkte hautnah kennen. Dazu steht unter anderem auch ein Besuch des neuen Nokia Flagship Stores,

dem weltweit viertgrößten, auf dem Programm. Außerdem erleben sie zusammen drei aufregende Tage in einer urigen Blockhütte im nordfinnischen Kuusamo. An der Nokia Winter-Challenge können alle Händler teilnehmen, die bei Points for You registriert sind. Neben den 66 Reisen in das Herkunftsland von Nokia warten 600 hochwertige Saunasets auf die Teilnehmer. Die Gewinner der Preise werden per Losverfahren ermittelt.

#### HFO Telecom AG begrüßte neue Handelspartner zum Kennenlern-Treff

Die HFO Telecom AG hat mit einem ersten Neuhändler-Treffen den Startschuss zu einer regelmäßigen Serie von Veranstaltungen dieser Art gegeben. Ab sofort werden neue Partner im vierteljährlichen Rhythmus in die Firmenzentrale eingeladen und dort mit Produktschulungen und dem persönlichen Kennenlernen des HFO-Teams auf die Vertriebs-Partnerschaft eingestimmt. Bei der Auftaktveranstaltung platzten die HFO-Räumlichkeiten fast aus den Nähten – so groß war die Beteiligung der neu gewonnenen Fachhändler. HFO-Vorstandsvorsitzender Achim Hager und Mitarbeiter aus den

Bereichen Vertrieb, Partner- und Geschäftskundenbetreuung, Marketing und Produktentwicklung begrüßten die Händler und stellten die erfolgreichsten HFO-Produkte vor. Im Brennpunkt des Interesses standen dabei die neuen Tarife in der Internet-Telefonie und ihre Realisierung mit Hilfe der eigenentwickelten HFO-Sprachplattform.

Abgerundet wurde das erste HFO-Neuhändler-Treffen von einem gemeinsamen Abendessen und einem außerordentlich stimmungreichen Besuch auf einer Bowlingbahn.

#### freenet informiert mit loser Artikelserie über das mobile Internet

Wie eine aktuelle Umfrage unter freenet-Nutzern ergab, ist das mobile Internet eine interessante Alternative zum klassischen Internet-Anschluss zu Hause oder im Büro. Doch der Technik-Trend steckt noch in den Kinderschuhen und wirft deshalb viele Fragen auf. Mit einem Themen-Special unter <http://mobilewelt.freenet.de> erklärt freenet ab sofort mit einer losen Artikelreihe, wie man zum Beispiel das Internet für die Hosentasche nutzt, welche Möglichkeiten es eröffnet

oder wie es sich überhaupt entwickelt hat. Derzeit stehen interessierten Trendsettern unter <http://mobilewelt.freenet.de> bereits knapp zehn Artikel zu Themen wie „Mobile Messaging“ oder „Mobile Communitys“ zur Verfügung.

Wer mehr über die mobile Zukunft des Internets wissen will, folgt diesem Weg durch das freenet-Portal: Themen – Handy & SMS – Ratgeber & Technik – Das mobile Internet.

„Das mobile Internet ist für viele Menschen – sogar für technikaffine – eine Neuerung, der es aufgrund schlechter Erfahrungen in der Vergangenheit mit Vorsicht zu begegnen gilt“, meinte Eric Berger, Vorstand Online-Dienst der freenet AG. „Es ist uns ein Anliegen zu zeigen, dass es eine mobile Alternative zum stationären Surfen gibt, die den Nutzer nicht in die Kostenfalle tappen lässt. Wir wollen aufklären und die vielfältigen Möglichkeiten aufzeigen.“

Wer aufmerksam liest, kann mit freenet ein Mobile-Internet-Komplettpaket im Gesamtwert von rund 640 Euro gewinnen: Einfach fünf Fragen richtig beantworten, und schon haben Teilnehmer die Chance auf ein Smartphone BlackBerry Pearl 8100 inklusive der Datenflatrate „Mail & Surf S“ von freenetMobile für 24 Monate.

#### Tech Data Deutschland und T-Mobile vereinbaren Vertriebskooperation

Tech Data Deutschland und T-Mobile Deutschland haben eine strategische Vertriebskooperation zur Vermarktung von web'n'walk-Datentarifen und -Services über die Tech Data IT-Fachhändler vereinbart. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen insbesondere die sogenannten Embedded Notebooks mit vollständig integrierter HSDPA/UMTS- und EDGE/GPRS-Mobilfunktechnik für die Datenkommunikation über T-Mobile. Bereits im Februar dieses Jahres hatten die europäischen Gesellschaften der beiden Unternehmen eine entsprechende Rahmen-Vertriebsvereinbarung getroffen. T-Mobile gewinnt mit der neuen Kooperation einen etablierten Vertriebspartner im OEM/IT-Bereich; Tech Data erschließt sich über das Mobilfunk-Portfolio neue, zusätzliche Vermarktungspotentiale mit IT-Reseller Kunden. Zum Launch der Kooperations-Kampagne startete eine erste bundesweite Roadshow für IT-Reseller. Gemeinsam mit Fujitsu Siemens präsentierten T-Mobile und Tech Data konkrete Aktionsangebote, darunter „Try and buy“- und Bundle-Angebote.



## Jeder Beitrag zählt.

Für die Umwelt kann man nie genug tun. Genau wie für Ihren eigenen Umsatz. Siemens wird beiden Ansprüchen gerecht.

Nutzen Sie das steigende Umweltbewusstsein Ihrer Kunden für Ihr Geschäft. Mit unserem kompletten Sortiment an schnurlosen Gigaset Telefonen mit ECO DECT Technologie.

Profitieren Sie von unserer groß angelegten TV- und Print-Werbekampagne.

#### Gigaset Telefone mit ECO DECT.

- Bis zu 60% weniger Stromverbrauch\*
- Variable Reduzierung der Sendeleistung



# Mit dem EA Rail Simulator fahren die Züge immer

**Während gegenwärtig der Verkehr auf deutschen Bahnstrecken immer häufiger zum Erliegen kommt, können Bahnfreunde jetzt auf ihrem heimischen PC, oder im Bahnhof auf den Zug wartend mit dem Laptop, die Signale wieder auf Grün stellen und selbst in den Führerstand steigen. Seit dem 18. Oktober bietet EA (Electronic Arts) mit dem Rail Simulator von Kju Entertainment die bisher realistischste Bahn Simulation an.**

Beim EA Rail Simulator übernimmt der Spieler selbst die Rolle des Lokführers und kann mit einer Reihe aktueller und historischer Züge mehrere detailgetreu nachgebildete Strecken in Deutschland und Großbritannien befahren. Der Spieler übernimmt alle in der Realität existierenden Aufgaben und Tätigkeiten des Lokomotivführers: das Anlassen, Starten und Fahren einer Elektro- oder Diesel-Lok, oder auch einer Dampf-Lokomotive. Er muss dabei Signale und Geschwindigkeitsbeschränkungen beachten, den Kesseldruck beobachten, die Feuerung regulieren und den Zug sicher über gefährliche und kurvenreiche Strecken führen. Die realistische Grafik und Detailtreue des Rail Simulators sind für dieses Spielgenre völlig neu. Die Triebwagen und Lokomotiven sind bis hin zu den einzelnen voll funktionsfähigen Instrumenten, Tasten und Hebeln realitätsgetreu nachgebildet. Der Rail Simulator arbeitet auf der Grundlage exakter Physik-Simulation und auf allen Strecken mit präzise funktionierenden

Signalanlagen. Passionierte Eisenbahn-Liebhaber schätzen es, eigene zusätzliche Strecken entwerfen zu können. Zu diesem Zweck verfügt der Rail Simulator über einen Editor, mit dem neue Umgebungen erstellt werden können. Bei der Entwicklung der Werkzeuge wurde besonders auf Benutzerfreundlichkeit geachtet. [www.railsimulator.com/](http://www.railsimulator.com/)

## Fahrzeug-Designer für „Need for Speed ProStreet“

Coca-Cola Zero verkürzt ungeduldig wartenden Spielern die Zeit bis zur Veröffentlichung des heiß erwarteten „Need for Speed ProStreet“ von Electronic Arts (EA). Auf der Website [www.cokezero.de](http://www.cokezero.de) ist seit kurzem ein exklusiver Online-Fahrzeug-Designer für das neue Rennspiel zum kostenlosen Download verfügbar. Damit können sich Spieler auf ihrem Desktop oder Notebook-PC nach eigenen Wünschen vier verschiedene Rennwagen konstruieren.

Die individuell modifizierten Wagen lassen sich speichern und ab dem 22. November 2007, dem Veröffentlichungstermin von Need for Speed ProStreet, über die neuen Rennpisten jagen. Wem das Warten bis dahin zu schwer fällt, der kann sich ab Anfang November auf [www.cokezero.de](http://www.cokezero.de) oder [www.electronic-arts.de](http://www.electronic-arts.de) schon mal die Demo-Version von Need for Speed ProStreet herunterladen und auf dem virtuellen Asphalt erste Testrunden fahren.

Mit der Demoversion stehen dem Spieler immerhin schon zwei komplette Original-Rennkurse und zwei Fahrzeuge der späteren Vollversion zur Verfügung.

Coca-Cola Zero ist exklusiver Partner des neuen Rennspiels Need for Speed ProStreet von EA, das ab dem 22. November 2007 für die PlayStation 2, PlayStation 3, Xbox 360, PC, Nintendo Wii, Nintendo DS und für Mobiltelefone erhältlich ist.

## „Practise English!“ für Nintendo DS

Fremdsprachen zu verstehen und sich in diesen artikulieren zu können, sind besonders in der „globalisierten“ Welt wichtige Fähigkeiten. Eine der am häufigsten gebrauchten Sprachen der Welt und die am meisten gelernte Fremdsprache ist Englisch. Ist man auf Reisen oder bei einem längeren Aufenthalt im Ausland nicht der Landessprache mächtig, kann man sich zumeist mit Englisch weiterhelfen. Dabei reichen



jedoch einige, vielleicht noch falsch betonte Vokabeln nicht aus. Man muss schon die richtigen Worte zu kurzen Sätzen formen und richtig aussprechen können. Bei der Erlernung dieser Fähigkeiten hilft der neue Spiele-Titel „Practise English!“, mit dem das Erlernen von praktischem Englisch zur Anwendung in über 400 Alltagssituationen so spielerisch und spaßig wie nie zuvor erfolgt. Practise English! für Nintendo DS ist seit dem 26. Oktober lieferbar.

Damit Anwender mehr Sicherheit in ihrem angewandten Englisch erlangen und bereits vorhandene Kenntnisse festigen können, enthält Practise English! unterhaltsame und realitätsnahe Übungen. Alle Lernkontrollen des Spiels entsprechen der offiziellen TOEIC-Schwierigkeitseinstufung (Test of English for International Communication). Seit mehr als 25 Jahren wird der vom Educational Testing Service (ETS) entwickelte Test von Bildungseinrichtungen und Unternehmen dazu genutzt, die Englischkenntnisse von Personen zu bewerten, die eine andere Muttersprache sprechen. Das Programm liest Sätze vor, die der Schüler auf dem Touchscreen des Nintendo DS niederschreibt. Ist das Diktat schriftlich korrekt wiedergegeben, analysiert das Programm zusammen mit dem Lernwilligen die grammatikalischen Besonderheiten, um den vollen

Lerneffekt zu erzielen. Zur Auflockerung beinhaltet Practise English! Ausschnitte aus bekannten Songs, die den Spieler mit englischen Akzenten aus aller Welt vertraut machen. Mit rund 2.000 Extra-Übungen kann die Aussprache erlernt werden. Dazu wird das integrierte Mikrofon des Nintendo DS optimal genutzt: Die Trainees müssen Sätze wiederholen, die ihnen der virtuelle Lehrer vorspricht. Die ausgefeilte Sprach- und Schrifterkennung sorgt dafür, dass DS-Besitzer ihren Handheld individuell auf Akzent und Handschrift einstellen können. Auf diese Weise kann das Programm noch präziser erkennen, wie akkurat eine Übung durchgeführt wurde.

## 40 GB PlayStation 3 für 399,- Euro

Nach einer Zeit mit zahlreichen Gerüchten, unbestätigten Meldungen und offiziellen Dementis ist nun seit Mitte Oktober in Europa ein deutlich preiswerteres Modell der Sony PlayStation 3 erhältlich: Es wurde allerdings nicht der Preis des bisherigen PS 3-Modells gesenkt, sondern es wird zu dem deutlich günstigeren Preis von 399,- Euro ein PS 3 Modell mit 40 Gigabyte fassender Festplatte angeboten. Neben der Reduzierung der Festplattengröße entfällt bei dem neuen Modell die Unterstützung für die Spiele der PlayStation 1 und 2.

Im Gegensatz zu dem bisherigen Modell wird statt bisher zwei nun nur noch ein Controller mitgeliefert. Statt vier USB-Buchsen hat das neue Modell nur noch zwei, und die integrierten Cardslots für Memory Cards gibt es nicht mehr. Letzteres dürfte leicht zu verschmerzen sein, denn über zwei vorhandene USB-Buchsen lassen sich bei Bedarf sowohl weitere USB-Hubs wie beliebige Card Reader anschließen.

Das bisher zum UVP von 599,- Euro erhältliche Modell mit 60-GB-Festplatte wird seit dem 12. Oktober zum UVP von 499,- Euro angeboten. Dieses Modell der PlayStation 3 wird laut einer offiziellen Pressemeldung allerdings nicht mehr produziert, sondern nur noch verkauft, bis die Lager leer sind. In Europa soll nur noch das neue 40-GB-Modell produziert werden.

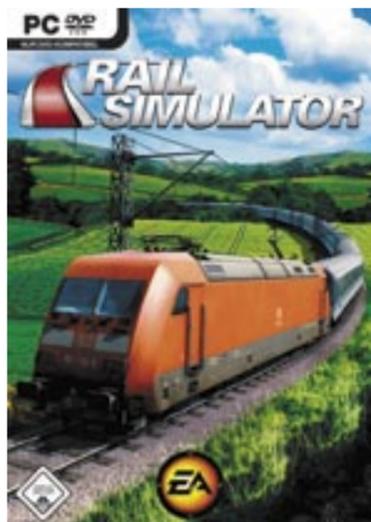
## Preiswerter Blu-ray-Player: Die neue 40 GB PS3

Die neue Sony Konsole ist auch für Filmliebhaber interessant: Für weniger als 400 Euro erhält man ein sehr leistungsfähiges System zum Abspielen von hochauflösenden Blu-ray-Filmen in sämtlichen Auflösungen bis hin zu 1.080p. Für aktuelle Stand alone Blu-ray-Player muss man mindestens genauso viel bezahlen, und sie verfügen über weniger Funktionen.

Die technischen Daten des neuen PS3-Modells: CPU: Cell-Prozessor • GPU: RSX • Sound: Dolby 5.1, DTS, LPCM • Speicher: 256 MB XDR-Main-RAM, 256 MB GDDR3-VRAM • Festplatte: 40 GB 2,5" Serial ATA • Anschlüsse: USB 2.0 (x4) • Ethernet, Bluetooth 2.0 (EDR) • AV-Ausgang: Bildschirmauflösungen 480i, 480p, 720p, 1.080i, 1.080p • HDMI-Ausgang (x1 / HDMI NextGen) • AV-Multi-Ausgang (x1) • Digital-Ausgang (optisch) (x1) • BD/DVD/CD-Laufwerk: DVD-ROM 8-fach, CD-ROM 24-fach, SACD 2-fach • Abmessungen: 325 x 98 x 274 mm.

## Spiel „Halo 3“ bringt Microsoft Rekordumsätze

Im Vorfeld des Launch von Halo 3 hat Microsoft mit einem Feuerwerk an PR-Aktivitäten und koordinierten Aktionen die Aufmerksamkeit auf das neue Spiel und vor allem auf seine Spielekonsole Xbox 360 gelenkt. Der Erfolg blieb nicht aus: Laut Microsoft Pressemitteilungen wurden allein in den ersten 24 Stunden nach Verkaufsstart 170 Millionen US-Dollar Umsatz erzielt. Nach genau einer Woche hatte das Spiel Microsoft bereits mehr als 300 Millionen US-Dollar Umsatz eingebracht. Damit ist das von den Fans begeistert aufgenommene Spiel „Halo 3“ das bisher nach seinem Launch am schnellsten verkaufte Spiel. Seit dem Verkaufsstart von Halo 3 in der letzten Woche haben sich als erwünschter Nebeneffekt die Zahlen der verkauften Xbox 360-Konsolen im statistischen Durchschnittswert verdoppelt. Auch Online ist das Spiel ein Hit: Schon mehr als 3 Millionen Fans spielen Halo 3



„Sony“, „like.no.other“ und „α“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.  
\*Konica Minolta AF-Objektive sind zu 100% kompatibel zum α-Beleucht von Sony.

Es ist die besondere Sicht der Dinge,  
die ein Hobby zur Leidenschaft macht.



Die neue α700 von Sony mit neuem 12.24 CMOS „Exmor“ Sensor, 3" LCD mit 921k Bildpunkten und superschnellem 11-Punkt-Autofokus mit zentralem Doppelkreuz und F2.8 Sensor. Das alles geschützt von einem robusten Metallgehäuse. [www.sony.de/dslr](http://www.sony.de/dslr)

**SONY**

α

detail like.no.other™

MADEIRA • MARC • MIXGETRÄNKE • OBSTBRAND • PUNSCH • RUM • SEKT • SHERRY  
 ANIS • APERITIF • ARMAĞNAC • BITTER • BRANDY • CHAMPAGNER • COGNAC • BENEVEY • GIN • GRAPPA • KORN • LIÖR • WÜRZELSCHNAPS  
 WODKA • WEINBRAND • WACHOLDER • VERMOUTH • TEQUILA • SYRUP • STEINWÄGER • SPUMANTE • SOFTSPIRITUOSEN

## Planen Sie Ihre Weihnachtspräsente schon jetzt!

Wir bieten Ihnen ein überaus großes Sortiment an Spirituosen - auch ausgefallene Produkte - in allen Preislagen.

Zudem bieten wir Ihnen unsere jahrzehntelange Erfahrung in der Abwicklung individueller Kundenaufträge.

Nehmen Sie Kontakt mit unserer Frau Greiner auf: Tel. 0 21 33 / 9 75 60, die Sie gerne berät und Ihnen ein Angebot unterbreitet, das Ihren Wünschen entspricht.

**HGG Handelsgesellschaft mbH**  
 Otto-Schott-Str. 4  
 41542 Dormagen (Delrath)

Tel. 02133-97560 • Fax 02133-975623  
 E-Mail: HYPERLINK mailto:hgg@hgg-online.de  
 cornelia.greiner@hgg-online.de  
[www.hgg-online.de](http://www.hgg-online.de)



Erlesene Getränke aus aller Welt

WEINE AUS AUSTRALIEN, ITALIEN, ÖSTERREICH, SCHWEIZ, SPANIEN, SÜDAFRIKA, USA, ...

**Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung den IT Anwendungssupport (m/w)**

- Ihre Aufgaben:**
- Europaweite Betreuung und Unterstützung des DV-Systems inkl. Anwendungen
  - Gestaltung optimaler Betriebs- und Anwendungsabläufe in den Bereichen Vertrieb und Produktion

- Ihr Profil:**
- Abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
  - Erste Erfahrungen in ERP-Systemen (Software-unterstützte Abbildung und Planung von Geschäftsprozessen)
  - Sehr gute Kenntnisse in MS-Windows/ MS Office und Internet
  - Programmierkenntnisse in SQL
  - Sehr gutes Englisch
  - Reisebereitschaft

**Kennziffer 283**

**Weltweit bedeutendes Unternehmen mit Sitz im Raum München, spezialisiert auf dem Gebiet der Systemintegration kundenspezifischer maritimer Kommunikationsanlagen, sucht:**

**a) für den Bereich Vertrieb zum nächstmöglichen Termin eine(n) Vertriebsingenieur (m/w)**

- Ihre Aufgaben:**
- Vertrieb von kundenspezifischen Funkkommunikationssystemen
  - Akquisition von Neukunden und Betreuung des bestehenden nationalen bzw. internationalen Kundenstammes
  - Ausschreibungsmanagement und Angebotserstellung
  - Kalkulation und Erstellung des detaillierten Systemangebots in technischer und kommerzieller Hinsicht
  - Preis- und Vertragsgestaltung mit dem Kunden
  - Erstellung von Forecasts und Projektplanungen für die zugeordneten Länder
  - Marktbeobachtung und Wettbewerbsanalyse

- Ihr Profil:**
- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik)
  - Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung
  - Mehrjährige Berufserfahrung mit nachrichtentechnischen Anlagen als Systemingenieur
  - und/oder internationale Vertriebserfahrung im Projektgeschäft
  - Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Nachrichten- und/oder Hochfrequenztechnik sowie rechnergestützte Signalverarbeitung
  - Präsentations- und Kommunikationsstärke
  - Ausgeprägtes Verhandlungsgeschick, Eigeninitiative und Flexibilität
  - Reisebereitschaft im In- und Ausland
  - Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift, Sprachkenntnisse in Französisch und/oder Spanisch sind von Vorteil

**Kennziffer 285**

**b) für den Bereich Systems Engineering zum nächstmöglichen Termin eine(n) Senior Systems Engineer (m/w)**

- Ihre Aufgaben:**
- Entwicklung von Systemkonzepten (System-Architektur, funktionale und technische Spezifikationen) für komplexe Kommunikations-Systeme
  - Führung des Systementwicklungs-Prozesses unter Nutzung moderner Vorgehensmodelle des System-Engineering
  - Erstellung von Feinspezifikationen für hard- und softwarelastige Subsysteme als Vorgabe für interne und externe Entwicklungsaufträge
  - Planung und Begleitung der Systemintegration
  - Mitwirkung bei der Akquisition von Neuaufträgen (Auswertung der Spezifikationen; vorläufiger Systementwurf, Aufwandsschätzungen etc.)

- Ihr Profil:**
- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik, Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung)
  - Umfangreiche Erfahrungen in modernen Methoden und Prozessen des Engineerings (Vorgehensmodelle wie z. B. V-Modell XT, Anforderungsmanagement, modellbasierte Entwicklung)
  - Fähigkeit, auf kreative Weise innovative und zukunftsfähige Kommunikations- und IT-Architekturen zu definieren
  - Kenntnisse aktueller Kommunikations- und Netzwerk-Technologien, idealerweise im Umfeld von C2, C3, C4ISR Systemen sowie Kenntnisse moderner Software-Architekturen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)
  - Erfahrung in der Steuerung von Systems-Engineering Prozessen
  - Eigeninitiative und analytisches Denkvermögen
  - Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit
  - Sehr gute Englisch-Kenntnisse, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch oder Spanisch sind von Vorteil

**Kennziffer 286**

**c) zum nächstmöglichen Termin eine(n) Projektmanager (m/w)**

- Ihre Aufgaben:**
- Technische und kaufmännische Steuerung und Realisierung von Projekten
  - Führung der Mitarbeiter des Projektteams
  - Analyse der spezifischen Kundenanforderungen
  - Definition der Projektziele für die jeweiligen Kundenaufträge hinsichtlich Terminen, Kosten, Leistungen und Qualität
  - Organisation des Einsatzes von Ressourcen im Projektteam und Definition der Aufgabenpakete
  - Projektcontrolling
  - Aufbau und Pflege der Projektorganisation und der Projektstrukturen innerhalb des Unternehmens und nach außen zu Kunden und Lieferanten
  - Regelmäßiges Projektreporting zu den Auftraggebern und zur Geschäftsleitung
  - Einsatz und Weiterentwicklung von Projektmanagementinstrumenten

- Ihr Profil:**
- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik)
  - Wirtschaftsingenieurstudium oder vergleichbare Qualifikation
  - Erste Erfahrungen im Projektmanagement im elektro- oder nachrichtentechnischen Umfeld wünschenswert
  - Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Nachrichtentechnik und/oder Hochfrequenztechnik sowie rechnergestützter Signalverarbeitung
  - Präsentations- und Kommunikationsstärke, Durchsetzungsvermögen
  - Ausgeprägte Ergebnisorientierung und Organisationstalent
  - hohe Kundenorientierung und sicheres Auftreten
  - Reisebereitschaft im In- und Ausland
  - Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch und/oder Spanisch sind willkommen

**Kennziffer 287**

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.

**Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH**  
 Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf  
 Tel: 0211 - 370601 • Fax: 0211 - 379468  
 E-Mail: [info@bestjob.de](mailto:info@bestjob.de) • Internet: <http://www.bestjob.de>

**Was ich (25 Jahre, männlich)**

- in über vier Jahren Tätigkeit als Werkstudent in der Marketing- und Kommunikationsabteilung bei einem international tätigen Großkonzern (Automotive & Consumer Electronics)
- in der freien Mitarbeit bei einer Tageszeitung
- sowie in einer Event-Agentur

in der Praxis gelernt habe,

**was ich**

- in meinem Studium der Germanistik, Psychologie und Wirtschaftswissenschaften (Magister Artium, Abschluss zum Jahreswechsel)
- und bei meinem Fernstudium zur PR-Fachkraft Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Fernschule Weber) in der Theorie gelernt habe,

**möchte ich**

mit Beginn des nächsten Jahres in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Marketing oder Event-Management im Berufsleben umsetzen.

Chiffre 42770011

## 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; Dr. 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. 8 v. 1. Januar 2007

**Layout und Herstellung:**  
 Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter  
 Heilenbach, Albert Willmann

**Vertrieb:** Silke Gräbel

**Satz und Repro:**  
 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

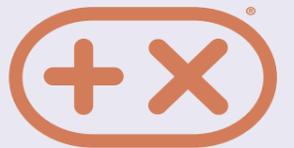
**Druck:** D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.  
 Rückporto ist beizufügen.

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

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

ISSN: 1615-0635



**PLUS X AWARD®**

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der





## Endlich gibt es wirtschaftliche Dokumentenverarbeitung! Samsung und stethos sind Ihre starken Partner.

Das neue Kürzel der Wirtschaftlichkeit: SCX-6345N

Mehr Wirtschaftlichkeit plus mehr Funktionalität waren die klaren Vorgaben bei der Entwicklung des SCX-6345N. Das Ergebnis überzeugt und begeistert: Dieses Multifunktionsgerät ist gleichzeitig ein leistungsstarker Kopierer, ein schneller Drucker, ein präziser Farb-Scanner und optional ein innovatives Fax; und zwar ohne Kompromisse bei den einzelnen Funktionen und einer beispielhaft einfachen und intuitiven Bedienung.

Das A4-Konzept – das Standard-Format, das Kosten spart.

In Zeiten skalierbarer elektronischer Dokumente sind mehr als 95% aller Ausdrücke und Kopien heutzutage im A4-Format. Warum also Platz, Geld, Energie und Service verschwenden für ein Format, das Sie und Ihre Mitarbeiter sowieso höchst selten benötigen? Oder wann haben Sie Ihre letzte A3-Kopie gemacht? [www.samsung.de](http://www.samsung.de)

Drucklösungen: Einsparpotentiale nutzen.

Der Einsatz von stethos SP3 Drucklösungen in Verbindung mit Druckern und multifunktionalen Geräten von Samsung steigert die Produktivität bei gleichzeitiger Reduzierung der Output-Kosten. Diese Lösungen sind speziell abgestimmte Produkte, mit denen die Geräte eine maximale Effizienz in jeder IT-Umgebung bei Firmen, Banken, Versicherungen, Gesundheitswesen, Behörden usw. erzielen. [www.stethos.com](http://www.stethos.com)



Samsung SCX-6345N

**stethos** 

**SAMSUNG**



## Die neue Generation Entertainment.

Der neue Blu-ray Disc™ Player von Sony sorgt mit 1080p High Definition-Bildqualität und 7.1-Mehrkanal High Definition-Audio für ein einmaliges Unterhaltungserlebnis.



**SONY**

entertainment like.no.other™