



Produktgestaltung: Phoenix Design.

Null  
08/15.

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

**LOEWE.**



## Starker Empfang Sat, Antenne und Kabel

Seit längerem hört und liest man häufig „Die Zukunft ist digital“. Doch wann wird aus der digitalen Zukunft die digitale Gegenwart? Wie bei jeder langfristigen Entwicklung sind die Übergänge fließend. In einigen Produktkategorien der Consumer Electronics ist die Digitalisierung so gut wie vollendet, in anderen steckt sie noch in den Kinderschuhen. Laut Planungen der Bundesregierung soll die Digitalisierung der Fernseh- und Radionetze spätestens im Jahr 2010 abgeschlossen sein. Die analogen TV-Übertragungen laufen

Für den Fachhandel bieten sich mit der Weiterentwicklung der Digitaltechnologie vielseitige Möglichkeiten, den Endanwender mit dem Thema vertraut zu machen. Dem Verbraucher bleibt nichts anderes übrig, als sich auf die neue Technik einzustellen. Die Hersteller sind seit längerem schon auf diesen Markt vorbereitet. So sind die meisten neuen TV-Geräte für den Empfang und

die Verarbeitung digitaler Signale gerüstet. TV-Geräte, die nicht für den digitalen Empfang ausgerüstet sind, können mit einer Set-Top-Box nachgerüstet werden.

### Die digitale Übertragungsnorm

Der Begriff digital ist abgeleitet vom lateinischen Wort digitus: Finger, Ziffer. Gemeint sind

dann aus und werden von der Digitaltechnik abgelöst. Digitale Technologie im TV-Segment verspricht mehr Programme in einer besseren Qualität. Dort wo ein analoger TV-Sender ausgestrahlt wird, finden künftig bis zu zehn digitale Kanäle ihren Platz. Bereits jetzt kann eine Vielzahl digitaler Programme über Kabel und Satellit empfangen werden. Die terrestrische Verbreitung (DVB-T) über die normale Hausantenne ist bereits in vielen Regionen eingeführt. Berlin sendet bereits seit dem Jahr 2003 ausschließlich digital.

Darstellungen von Signalen bzw. Schwingungen. So wird beispielsweise die kontinuierliche Schwingung eines Bild- oder Tonsignals in schneller Folge abgetastet. Die jeweilige Höhe der Schwingung an der betreffenden Stelle (Amplitudenwert) wird dann gemessen und durch rasch aufeinanderfolgende Zahlenfolgen – meist in binärer Form – durch 0 und 1 dargestellt. Zur Speiche-

rung oder Übertragung des Signals werden ausschließlich diese Zahlenfolgen verwendet. Das digitale Fernsehen überträgt Bilder wie Computerdaten. Das digitale Bild- oder Ton-Signal, das vom Satelliten, Kabelanschluß oder Antenne empfangen wird, wird wieder in ein analoges umgewandelt, damit der Fernseher es verarbeiten kann. Es gibt somit (noch) kein digitales Fernsehen,

#### Hitachi Plasmas zu fairen Konditionen

Gemeinsam mit der Royal Bank of Scotland unterbreitete Hitachi den Kunden das Angebot, 42-Zoll-Plasma-Fernsehergeräte mit Null-Prozent-Finanzierung zu erwerben ... S. 6



#### BenQ FP93V: Ein Traum in Weiß

Schon beim ersten Blick auf den neuen 19-Zöller FP93V von BenQ wird deutlich, daß die Zielgruppe der designorientierten Benutzer angesprochen werden soll ... S. 8



#### Pioneer Lautsprecher der EX-Serie

Mit der neuen EX-Serie hat Pioneer professionell anmutende Lautsprecher für den Consumermarkt vorgestellt, die das Attribut „perfekt“ verdienen ... S. 11



**DC**  
**DAEWOO**  
ELECTRONICS

# Gute Vorsätze

Wie immer schneller als erwartet, ist das neue Jahr da. Und der High-Tech-Fachhandel hat – nach einem hoffentlich guten Weihnachtsgeschäft – allen Grund, sich darauf zu freuen. Bereits Ende November zog die Gesellschaft für Unterhaltungs- und



Kommunikationselektronik (gfu) ein positives vorläufiges Fazit des Jahres 2005. Sieben Prozent Umsatzsteigerung erwartete gfu- Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Rainer Hecker – das würde einen CE-Gesamtumsatz von rund 21 Milliarden Euro bedeuten. Und 2006 wird voraussichtlich sogar noch besser: Flachbild-Fernseher, von denen im Jahr 2005 vermutlich mit 1,8 Millionen Exemplaren 140 Prozent mehr verkauft wurden als im Vorjahr, sollten schon allein wegen der kommenden Fußball-Weltmeisterschaft weiterhin reüssieren, ebenso wie DVD- und Festplattenrekorder, die es 2005 auf Stückzahl-Steigerungen von 70 bzw. 100 Prozent gebracht haben. MP3-Player siedelten sich mit 7,5 Millionen verkauften Exemplaren (plus 135 Prozent) knapp unter den Digitalkameras an, von denen acht Millionen Stück über die Ladentheken des High-Tech-Handels gingen. Und das ist noch wenig im Vergleich zu den 20 Millionen Mobiltelefonen (plus 11 Prozent), die 2005 verkauft wurden. Dagegen fällt die Zahl von 630.000 verkauften Navigationssystemen geradezu bescheiden aus – die explosive Steigerungsrate von 150 Prozent läßt aber einiges hoffen.

Die für 2007 geplante Mehrwertsteuer-Erhöhung sollte im Jahr 2006 zudem für vorgezogene Anschaffungen der bekanntlich sparsamen Verbraucher führen. Und damit sind wir beim wichtigsten guten Vorsatz für das neue Jahr angelangt: Handeln Sie bitte mit Weitsicht. Denn wer im Eifer des Gefechtes im Jahr 2006 die Preise in den Keller zieht, wird im Jahr 2007 ein böses Erwachen erleben. In diesem Sinne: Viel Erfolg im neuen Jahr!

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

sondern zunächst einmal den digitalen Übertragungsweg. Normen gibt es für die Satellitenübertragung (DVB-S), für die Verbreitung im Kabel (DVB-C) sowie für die terrestrische Ausstrahlung (DVB-T). Hinzu kommen Standards für die Mikrowellenübertragung, für die Rückkanäle bei interaktiven Anwendungen und natürlich Vorschriften für die interne Datenstruktur und Steuerung (SI: System Informations).

## DVB-T breitet sich deutschlandweit aus

Die Digitalisierung ist die treibende technologische Kraft im Bereich der elektronischen Medien. Entsprechend verleihen die zügige Umstellung auf digitales Antennenfernsehen in allen Regionen Deutschlands sowie die Akzeptanz der neuen Technik dem Markt für Consumer Electronics wichtige Impulse.

Bis Ende 2004 wurden bereits mehr als 1,5 Millionen Empfänger verkauft, nach Schätzungen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt, wird der Absatz im Jahr 2005 bei etwa 1,8 Millionen verkaufter Geräte liegen. So ist DVB-T eine positive Facette im gesamten Prozeß der Digitalisierung von Technik und Medien in Deutschland.

Das Angebot an DVB-T-Empfängern umfaßt mittlerweile eine ganze Reihe technischer Varianten: Set-Top-Boxen machen klassische Fernsehgeräte mit analogem Empfangsteil fit für den Digitalempfang, winzige Empfangskomponenten im Format von USB-Sticks verwandeln Notebooks in

## HD-Receiver mit MPEG4/H.264-Technologie im Einsatz

Premiere ist erfolgreich in ein neues Fernsehzeitalter gestartet: Im Rahmen eines Feldtests für Abonnenten zeigte der Abo-Sender am Samstag, 3.12.2005, ab 15.00 Uhr die HDTV-Live-Übertragung des Bundesligaspiels VfB Stuttgart gegen FC Bayern München. Bereits einen Tag zuvor wurde der weltweit erste HD-Receiver mit der neuen MPEG4/H.264- und DVB-S2-Technologie von Premiere zertifiziert. Erste Geräte wurden noch am Freitag an Abonnenten ausgeliefert. Premiere-Abonnenten sind damit die ersten Zuschauer weltweit, die das hochauflösende Fernsehen mit der neuen MPEG4/H.264- und DVB-S2-Technologie erleben.



Interessierte Kunden des Abo-Senders hatten sich in den vergangenen Monaten für Premiere HD registriert. Wegen der großen Nachfrage erhalten im derzeit laufenden Feldtest jedoch nicht alle Abonnenten einen HD-Receiver. Der breite Publikumsstart von Premiere HD ist für Anfang 2006 geplant, wenn die notwendigen Receiver in größeren Stückzahlen erhältlich sind. Neben dem Hersteller Pace, der den ersten HD-Receiver für Premiere ausgeliefert hat, kommen Anfang nächsten Jahres auch HDTV-Receiver der Hersteller Philips und Humax in den Markt.

Der PR-HD1000 von Humax empfängt über den neuen Übertragungsstandard DVB-S2 hochauflösende Bilder sowohl im verbesserten MPEG4-Kompressionsverfahren als auch im herkömmlichen MPEG2-Standard. Neben dem für den Empfang von HDTV obligatorischen HDMI-Ausgang mit integriertem HDCP-Kopierschutz hat der Satellitenreceiver zwei Scartanschlüsse für den Anschluß weiterer Geräte sowie eine Schnittstelle für Softwareupdates. Das bereits integrierte Nagravision-Verschlüsselungssystem ermöglicht den Empfang aller Premiereangebote einschließlich des neuen HD-Programms mit Spielfilmen, Dokumentationen und Sport, welches im November startet. Über zwei weitere CI-Schnittstellen wird der Empfang zusätzlicher Pay-TV-Angebote möglich. Humax wird pünktlich zum Start von HDTV-Angeboten im Kabel auch eine Kabelversion des PR-HD1000 ausliefern. Dieser Receiver wird auch für die Programme von Kabel Digital geeignet sein. Humax beweist mit der Vorstellung des PR-HD1000 erneut seine Rolle als Technologieführer und Wegbereiter für Innovationen in Deutschland.

## TechniSat präsentiert digitale PCI-Karte mit Common Interface

Wer digitale TV- und Radioprogramme via Satellit an seinem PC empfangen, dabei aber nicht auf Pay-TV oder Pay-Radio verzichten möchte, der kann seinen Windows Computer in Kürze mit der TechniSat „SkyStar 1 CI“ PCI-Steckkarte zur Empfangsstation für digitales Fernsehen und Radio aufrüsten.

Im Zusammenspiel mit einer entsprechenden Smartcard können über das im Common Interface eingelegte CI-Modul sowohl abonnierte Pay-TV- als auch abonnierte Pay-Radioprogramme entschlüsselt werden. Darüber hinaus ist die „SkyStar 1 CI“ selbstverständlich ausgelegt für den Empfang aller digitalen Free-to-Air TV- und Radioprogramme. Neben bekannten Standardfeatures bietet die „SkyStar 1 CI“ eine digitale Videorekorderfunktion inklusive Time-Shift, womit das Aufzeichnen von Programmen am PC zum Kinderspiel wird. Die „SkyStar 1 CI“ wird in zwei verschiedenen Varianten vertrieben. Zum einen als Standard-Paket (89,99 Euro) und zum anderen als Mehrwert-Paket inklusive Conax CI-Modul, mit einer bis zum 31.07.2006 freigeschalteten TechniSat-Smartcard zum Empfang des verschlüsselten TechniSat-Radio Bouquet via Astra 19.2° Ost (129,99 Euro). Was den Funktionsumfang angeht, sind beide Varianten identisch. Im Lieferumfang ist außerdem eine Fernbedienung samt USB-IR-Empfänger enthalten.

Systemvoraussetzungen für den Einsatz der SkyStar 1 CI sind: Betriebssystem Windows 98SE/ME/2000/XP, Prozessor: 1000 MHz und höher, Arbeitsspeicher: 256 MB RAM oder höher, eine 3D Grafikkarte, eine SoundBlaster compatible Soundkarte, ein freier PCI-Steckplatz, Microsoft DirectX 9.0, Microsoft Media Player 9.0 sowie ein freier USB-Port zum Anschluß der Fernbedienung.



## Neue Antennen von One for All

Pünktlich zum 6. Dezember hat der Nikolaus das digitale terrestrische Fernsehen DVB-T auch nach Mecklenburg-Vorpommern und Mitteldeutschland gebracht. Für den perfekten Empfang braucht der Anwender einen DVB-T-Receiver und auf jeden Fall eine geeignete Antenne.

Drei von One For All speziell fürs digitale Fernsehen entwickelte Antennen bieten exzellente Empfangseigenschaften. Neu entwickelte eingebaute Filter schützen vor Störungen durch Mobiltelefone und andere Quellen. Die Beschränkung auf den digitalen Empfang ermöglichte eine besonders kompakte Bauform. Die Stabantenne verstärkt mit 18 dB, die pfiffige drehbare Zimmerantenne zweistufig mit bis zu 20 dB. Diese beiden Modelle sind die optimale Lösung in Bereichen mit hohen und mittleren Sendestärken. Die wettergeschützte Außenantenne verstärkt ebenfalls zweistufig bis zu 15 dB und eignet sich auch für problematische Randgebiete der DVB-T-Sender. Alle drei können sowohl über den Ausgang des DVB-T-Receiver als auch über das mitgelieferte Netzteil mit Strom versorgt werden. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Stabantenne SV-9310 lautet 19,95 Euro, für die Zimmerantenne SV-9320 29,95 Euro und für die Außenantenne SV-9350 für 39,95 Euro.



Stabantenne

mobile Fernsehgeräte, komplett digitale Taschen-Fernseher bieten sich als Reisebegleiter an. Darüber hinaus gibt es immer mehr Fernsehgeräte mit serienmäßig eingebautem DVB-T-Empfangsteil, die ganz ohne zusätzliche Set-Top-Boxen auskommen. Sogar die Hersteller von DVD-Recordern mit Festplatte stellen sich jetzt auf das digitale Antennen-Fernsehen DVB-T ein: Zur IFA im September dieses Jahres erschienen die ersten Modelle mit eingebautem Digital-Empfangsteil.

Das digitale Überall-Fernsehen DVB-T geht in eine weitere Phase seiner Entwicklung: Die regionalen Inseln, in denen die neue Übertragungstechnik ursprünglich gestartet war, wachsen zusammen. ARD und ZDF haben schon im vergangenen Jahr den weiteren, zügigen Ausbau des digitalen Antennenfernsehens DVB-T in der Fläche beschlossen. Mit dieser Entscheidung wird nach und nach für über 90 Prozent der Haushalte ein kostengünstiger digitaler Fernsehempfang über Dachantenne möglich. Bis zum Jahr 2008 soll der flächendeckende Ausbau im wesentlichen abgeschlossen sein. Schon jetzt können 47 Millionen Menschen in Deutschland digitales Antennenfernsehen empfangen – mehr als die Hälfte aller Bundesbürger.

Noch in diesem Jahr wuchs die technische Reichweite um 1,7 Millionen weitere potentielle Zuschauer: Am 6. Dezember hat Mecklenburg-Vorpommern mit der DVB-T-Ausstrahlung begonnen. 90 Prozent der Bevölkerung des norddeutschen Bundeslandes werden dann DVB-T über Dachantenne empfangen können. Mit dieser nahezu flächendeckenden

Versorgung steht Mecklenburg-Vorpommern an der Spitze der neuen Bundesländer. Zugleich schließt sich eine große Lücke in der bisherigen digitalen Fernseh-Geografie: DVB-T-Empfang ist ab Dezember bereits von Friesland bis zur Oder und von der Ostseeküste bis zum südlichen Brandenburg möglich.

Ohne Aufgabe der bisherigen analogen Ausstrahlung kann die Einführung von DVB-T jedoch gar nicht realisiert werden. Das dem Rundfunk aufgrund internationaler Vereinbarungen zugewiesene Frequenzspektrum reicht nicht aus, um analog und digital zugleich und in vergleichbarer Qualität zu senden. Deshalb muß mit der Einführung des digitalen Regelbetriebs nach und nach die Ausstrahlung des analogen terrestrischen Fernsehens zunächst eingeschränkt und schließlich ganz beendet werden. Darauf müssen sich sowohl Anwender als auch Sendeanstalten rechtzeitig einstellen. Dies gilt auch für einige Kabelnetzbetreiber, die ihre Programme bzw. einen Teil davon heute noch auf terrestrischem Weg beziehen.

### Digitale Programme

Digitale Programme sind heute bereits in großer Vielfalt verfügbar, und zwar via Satellit ebenso wie auch im Kabel. Zusammengekommen sind es weit mehr als die herkömmlichen analogen Programme – beinahe täglich kommen neue hinzu. Dazu kommt auch eine Fülle von digitalen Radioprogrammen in allen Sparten.

Eine Vielzahl von „normalen“ Programmen, sogenanntes „Free-TV“ ist ebenfalls digital verfügbar. Von diversen internationalen Satelliten ist außerdem eine bunte

Palette von ausländischen, z. T. auch exotischen Programmen verfügbar. Schließlich stellen auch verschiedene Internet- und Dienstanbieter ihre für bestimmte Zielgruppen maßgeschneiderten Angebote für private und berufliche Anwender zur Verfügung. Interaktive Dienste, die es bisher nur im Internet gab, werden wohl bald das Wohnzimmer erobern. Schneller als ursprünglich geplant, will der Hessische Rundfunk den Ausbau des digitalen Antennenfernsehens im Herzen der Republik vorantreiben. Bis Mitte 2006 sollen die Hessen landesweit DVB-T empfangen können. Helmut Reitze, Intendant des Hessischen Rundfunks, will zu Beginn der Fußballweltmeisterschaft im Juni 2006 mit insgesamt sechs weiteren Senderstandorten eine hessenweite Verbreitung des Digitalfernsehens sicherstellen. Nordhessen, bisher noch eine DVB-T-freie Region, werde dabei nicht auf die lange Bank geschoben: Hier soll der digitale Fernsehempfang über Dachantenne zeitgleich mit den anderen Landesteilen ermöglicht werden. Nach Mecklenburg-Vorpommern wird Hessen dann als weiteres Flächenland eine nahezu vollständige Versorgung mit digitalem Antennenfernsehen anbieten.

### Heimvernetzung

Ein weiterer deutlicher Trend ist die sogenannte Heimvernetzung. In nahezu jedem Haus, jeder Wohnung gibt es heute eine Vielzahl elektrischer und elektronischer Netzwerke für die unterschiedlichsten Anwendungen: das Telefonnetz, das Breitbandkabelnetz, die Satelliten-Empfangsanlage, aber auch Leitungen für Klingel, Türöffner, Sprechanlage

usw. In dem Maße, wie auf diesen Leitungen und Netzen mehr und mehr digitale Signale transportiert werden, liegt es nahe, sie alle zu einem einzigen „Hausnetz“ zusammenzufassen. Bestrebungen hierzu gibt es seit längerer Zeit in den unterschiedlichsten Branchen. Sie zu vereinfachen und zu kanalisieren, ist unter anderem auch das Ziel der Kongreßmesse e/home, die im Herbst 2006 stattfinden wird. Bereits heute gibt es eine Reihe von – allerdings noch unterschiedlichen – Heimnetzen. Dazu gehören sowohl drahtlose als auch verdrahtete Netzwerke. Auch die bekannten Zugangsnetze (Kabel, Satellit, terrestrische Empfangsantenne, Telefon, GSM) können in verdrahtete und drahtlose unterteilt werden. Speziell für Geräte und Anlagen der Unterhaltungselektronik wurde in den letzten fünf Jahren das

HAVi System entwickelt (Home Audio Video interoperability). Es soll Audio- und Videogeräte verschiedener Hersteller miteinander verbinden.

Andere Systeme sind z. B. „Jini“ (Java intelligent network infrastructure) von Sun Microsystems, UPnP (Universal Plug ‘n Play) von Microsoft oder PLC (Power Line Communication). Zu den drahtlosen Systemen zählen Multimedia-DECT, WLAN und Bluetooth.

Der Trend in Sachen Hausvernetzung geht zu einer Mischung aus drahtgebundenen und drahtlosen Netzelementen.

Betrieben werden die Geräte mit intelligenter und leistungsfähiger Software. Vorhandene Infrastrukturen sollen genutzt werden, dennoch soll das vernetzte Haus von morgen von speziellen Infrastrukturen unabhängig bleiben. *miz*

## POS-MAIL INHALT

Hitachis Plasma TVs zu fairen Preisen	... 6
BenQs 19-Zöller FP93V: Ein Traum in Weiß	... 8
Flachdisplays: Markttrends	... 10
Lautsprecherserie Pioneer EX	... 11
Die neuen GoGear Jukeboxen von Philips	... 12
Microsoft und Samsung kombinieren Xbox 360 mit HD ready Produkten	... 13



Wirklich „All in One“: High-Def BoxOne	... 15
NECs neue Präsentationsprofis mit WLAN und hoher Lichtstärke	... 16
Die PMA in Orlando erwartet die Foto- und Imagingbranche	... 18

CeWe Color will 2007 eine Million Fotobücher verkaufen ... 19



Bietet 600.000 Titel zum Download: MusicShop von Vodafone ... 21



Wann ist die Zeit reif für „Triple Play“? ... 23

debitel Hauptsponsor des bundesweiten Street Soccer Cups ... 24

Tk-Nachrichten ... 20

Tk-Neuheiten ... 22

Neuheiten ... 9, 14

Aktuell ... 4, 7, 8, 12,

Kleinanzeigen ... 25

No(?)sense ... 26

Impressum ... 26

## Pos Aktuell

### WMAN-Standard 802.16e verabschiedet

Die IEEE hat mit der Spezifikation 802.16e den neu geschaffenen Standard für „Mobile Wireless Metropolitan Area Networks“ (WMAN) verabschiedet. WiMAX kann ab jetzt legal mobil genutzt werden und ist nicht mehr ausschließlich auf standortgebundene Nutzung beschränkt, sondern läßt sich jetzt, wie WLAN, unterwegs als drahtlose Verbindungstechnik einsetzen, zum Beispiel zur Internetanbindung eines mitgeführten Notebooks. Mit den Arbeiten an der IEEE 802.16e wurde bereits 2002 begonnen. Ursprünglich sollte die Standardisierung nach 18 Monaten abgeschlossen sein, hat aber statt dessen doppelt so viel Zeit in Anspruch genommen. Die Funktechnik 802.16 eignet sich hervorragend für die Überbrückung der letzten Meile im Festnetz. Im Vergleich zu WLAN (802.11) bietet WirelessMAN (WMAN) eine deutlich höhere Reichweite, und kann ganze Häuserblocks oder Stadtviertel an ein Breitbandnetz anbinden.

### 2,4 Prozent Wachstum für IT-Branche in 2006

Laut Branchenbarometer des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien, (Bitkom), erwarten die Anbieter von Informations- und Telekommunikationstechnik (ITK) für das Jahr 2006 eine positive Geschäftsentwicklung. Besonders optimistisch äußerten sich Software-Anbieter und IT-Dienstleister. Laut Bitkom erwarten 70 Prozent der befragten Unternehmen steigende Umsätze, 16 Prozent ein gleichbleibendes Niveau und 14 Prozent rechnen mit einem

Umsatzminus. Auf dieser Basis bestätigt Bitkom seine Wachstumsprognose von 2,4 Prozent auf 137,3 Milliarden Euro im kommenden Jahr. Das Jahresendgeschäft scheint die hohen Erwartungen zu bestätigen: 55 Prozent der befragten Firmen rechnen für das vierte Quartal 2005 mit einem Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Bei 36 Prozent der befragten Firmen ist die Mitarbeiterzahl bis zum Jahresende 2005 angewachsen, bei 39 Prozent bleibt sie stabil. Ein Viertel der Firmen mußte Arbeitsplätze abbauen. Nach der Bitkom-Schätzung nahm die Zahl der Beschäftigten in der ITK-Branche im Jahr 2005 um 4.000 Stellen auf 749.000 zu. Die an der Bitkom-Umfrage beteiligten Unternehmen beschäftigen rund 360.000 Mitarbeiter. Auch im kommenden Jahr tragen besonders Software-Anbieter und IT-Dienstleister das Wachstum. 72 Prozent der Software-Firmen erwarten im Jahr 2006 steigende Umsätze und Erträge, 43 Prozent wollen zusätzliche Mitarbeiter einstellen. 73 Prozent der IT-Dienstleister rechnen mit einem Umsatzplus und 60 Prozent wollen sogar zusätzliches Personal einstellen. Bei den Herstellern von IT-Hardware gehen 64 Prozent der Befragten von einem Umsatzplus im Jahr 2006 aus.

### Boom bei Online-Weihnachtseinkäufen

Das Weihnachtsgeschäft 2005 wird die Kassen der Online-Händler am Jahresende voraussichtlich mit 3,6 Milliarden Euro gefüllt haben, schätzt der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE). Der betrachtete Zeitraum sind die Monate



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

November und Dezember 2005. Wenn sich die Prognose erfüllt, wären das zwölf Prozent mehr als im Weihnachtsgeschäft 2004.

Der Online-Handel erzielt im November und Dezember der jeweiligen Jahre etwa 25 Prozent seiner Jahresumsätze, so der HDE. Wenn die Prognose für 2006 aufgeht, dann würden beim Internet-Shopping im Jahre 2006 in Deutschland etwa 16,3 Milliarden Euro umgesetzt. Das würde im Vergleich zu 14,5 Milliarden Euro in diesem Jahr eine erneute Steigerung von 12,5 Prozent bedeuten. Laut HDE-Umfrage bieten 25 Prozent der stationären Einzelhandelsgeschäfte Waren auch im Internet an, 80 Prozent davon auf eigenen Webseiten. Etwa ein Viertel der Unternehmen bietet auch auf Internetmarktplätzen

Waren an, 15 Prozent der befragten Unternehmen auch bei eBay. Anbieter von Veranstaltungstickets und kostenpflichtigen Downloads werden laut HDE im Jahr 2006 überproportional zum Wachstum im Internethandel beitragen. Der HDE berücksichtigt bei diesen Zahlen Transaktionen mit wirtschaftlichen Gütern im B2C-Bereich. Außer Handelswaren zählen dazu Dienstleistungen wie Lieferservices, Nutzungsrechte, Reisen, Tickets, Informationen und kostenpflichtige Downloads.

### ZVEI-Fachverband bestätigt H.-J. Kamp als Vorsitzenden

Hans-Joachim Kamp, Philips GmbH, ist auf der Mitgliederversammlung des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie im Amt des Vorsitzenden bestätigt worden. Zum stellvertretenden Vorsitzenden wurde Dr. Rainer Hecker, Loewe AG, gewählt. Neu in den Vorstand wurden Frank Bolten, Sharp Electronics Europe GmbH, Manfred Gerdes, Sony Deutschland GmbH, und Hans Wienands, Samsung Electronics GmbH, gewählt. Als Vorstände in ihren Ämtern bestätigt wurden André B. Hermann, Panasonic Europe Ltd., sowie Walter J. Struwe, Thomson Sales Germany & Austria GmbH.

### CE-Branche rechnet mit Umsatzsteigerung

Die Consumer Electronics-Branche (CE) verzeichnet im gegenwärtigen Weihnachtsgeschäft eine rege Nachfrage. „Nach einem starken Jahr 2004 zeichnet sich für 2005 im CE-Markt wieder ein erfreulicher Umsatzzuwachs ab“, so eine Pressemitteilung der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu). „Eine starke und äußerst erfolgreiche IFA 2005 hat als Konjunkturprogramm zusammen mit den innovativen Techniken und Produkten dem Markt deutliche Wachstumsimpulse gegeben. In der Weihnachtssaison werden weiterhin vor allem die neuen digitalen Produkte – von flachen TV-Displays über DVD- und Festplatten-Recorder, MP3-Player, digitale Kameras und Navigationsgeräte bis hin zum Handy – für Wachstum im Markt der Consumer Electronics sorgen. Wir gehen davon aus, daß der CE-Gesamtmarkt 2005 in Deutschland um zirka sieben Prozent auf rund 21 Milliarden Euro wächst. Im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik rechnen wir sogar mit einer Steigerung um rund zwölf Prozent auf mehr als zwölf Milliarden Euro Umsatz. Unsere durchaus optimistische Marktprognose zur IFA 2005 in Berlin, in der wir für Deutschland erstmals das Überschreiten der 20 Milliardenengrenze vorausgesagt hatten, werden wir – gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel – entsprechend sogar übertreffen können“, so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu).

### Digital Living findet parallel zur CeBIT statt

Die Deutsche Messe AG startet in Kooperation mit dem Medienunternehmen CMP-WEKA zur CeBIT 2006 vom 9. bis 15. März erstmals die unabhängige Veranstaltung „Digital Living“. Der Bereich Unterhaltungselektronik ist seit Jahren Bestandteil der CeBIT. Unternehmen wie die Deutsche Telekom, Intel, LG Electronics, Microsoft, Panasonic, Samsung und Sharp zeigen immer deutlicher, wie Informations- und Kommunikationstechnik zunehmend in das tägliche Leben eingreifen. „Mit ‚Digi-

### Sony Deutschland zieht nach Berlin

Die Sony Europe hat bekanntgegeben, daß der Standort der Sony Deutschland GmbH, der deutschen Vertriebszentrale, innerhalb des nächsten Geschäftsjahres, das am 1. April 2006 beginnt, von Köln nach Berlin verlegt wird. Das Sony Center am Potsdamer Platz, eines der Wahrzeichen der Stadt, ist gegenwärtig Sitz von Sonys Europazentrale sowie weiterer Sony-Gesellschaften. „Die Standortverlegung in die Hauptstadt Berlin wird Sony Deutschland weiteren Antriebsvermögen und die Wettbewerbsfähigkeit steigern. Dies wird auch den positiven Umsatztrend verstärken“, erklärte Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH. Darüber hinaus wird Sony eine „Restrukturierung des derzeitigen Personalbestandes“ bis Frühjahr 2006 durchführen. Diese Maßnahme sei erforderlich, um die Wettbewerbsfähigkeit von Sony auf dem deutschen Markt zu verbessern und das Unternehmen wieder in die Gewinnzone zu bringen. Gleichzeitig sei zu erwarten, daß auf diese Weise die effizienteste Nutzung der verfügbaren Flächen im Sony Center in Berlin erlangt wird. Sony werde alle Anstrengungen unternehmen, um die sozialen Konsequenzen für die Mitarbeiter so gering wie möglich zu halten, hieß es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

tal Living‘ bieten wir dem Handel und den interessierten Anwendern erstmals die Möglichkeit einer herstellerübergreifenden Erlebniswelt mit Lifestyle-Charakter“, so Ernst Raue, Vorstand der Deutschen Messe AG, Hannover. „Digital Living“ ist eine eigene Veranstaltung, täglich von neun bis 22 Uhr geöffnet und kostet zehn Euro Eintritt. Für CeBIT-Besucher ist der Eintritt kostenlos.

### Nur jeder Zweite kennt HDTV

50 Prozent der Deutschen haben noch nie etwas von HDTV gehört. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von fischerAppelt Kommunikation und dem Meinungsforscher forsa. Immerhin 40 Prozent der Umfrageteilnehmer wünschen sich ein schärferes und detailreicheres Fernsehbild. Jeder zehnte Befragte betrachtet den Start des neuen Fernsehstandards bei Premiere, Sat.1 und ProSieben als einen Grund zum Umstieg auf ein HDTV Gerät. Drei Prozent der Befragten geben an, bereits für den Empfang von HDTV ausgestattet zu sein, fünf Prozent planen dies. 50 Prozent der Umfrageteilnehmer wollen jedoch erst dann auf HDTV umstellen, wenn es keine technische Alternative mehr gibt und der Bildschirm anderenfalls schwarz bleiben würde. „Die bisherige Werbe- und Kommunikationsstrategie der Hersteller und TV-Sender macht keinen Appetit auf die neue Technik“, kommentiert Christian Pott, Teamleiter Technologie bei fischerAppelt, die Umfrageergebnisse. „Die Menschen lassen sich nicht mit Pixelzahlen, Bildschirmdiagonalen und Claims wie ‚HD ready‘ von HDTV überzeugen. Damit der neue Fernsehstandard zum Erfolg wird, muß er frühzeitig einem breiten Publikum schmackhaft gemacht werden“, meint Pott. Fakt ist allerdings auch, daß die Industrie dem Handel und den Verbrauchern zwar HDTV-kompatible Displays, aber so gut wie keine HDTV Receiver oder Settop-Boxen liefern kann. Im Rahmen der Umfrage „fischerAppelt TechnologyTrends“ wurden insgesamt 1.002 Deutsche telefonisch befragt.

## Nokia eröffnet den ersten Flagship Store

Nokia hat Anfang Dezember die geplante Eröffnung mehrerer Nokia Flagship Stores in den „Shopping-Zentren der Welt“ bekanntgegeben. Neben einer attraktiven Vertriebsmöglichkeit ist das Hauptziel der neuen Nokia Flagship Stores, das komplette Nokia Portfolio aus Produkten und Anwendungen zu zeigen und Kunden die Möglichkeit zu geben, diese in einer angenehmen Atmosphäre zu erleben und in Ruhe auszuprobieren. Der erste Nokia Flagship Store wurde in Moskau eröffnet. Innerhalb der nächsten Jahre werden weltweit weitere Nokia Flagship Stores folgen.

„Die innovative Inszenierung am PoS im Rahmen unserer Nokia Flagship Stores soll unsere Kunden inspirieren und mit den Möglichkeiten und Vorteilen mobiler Produkte und Anwendungen vertraut machen“, so Olli-Pekka Kallasvuo, President und COO Nokia bei der offiziellen Eröffnung des Flagship Stores in Moskau. „Gleichzeitig ist es das Ziel, die Attraktivität der Marke Nokia zu stärken. Ein Nokia Flagship Store wird ein Ort der Entdeckung und der Unterhaltung sein.“ Das Unternehmen wolle seinen Kunden eine spannende und interaktive Umgebung bieten, in der er erleben könne, was mobile Kommunikation bedeute.

Unabhängig davon, ob er die Funktionen und Leistungsfähigkeit des neuesten Nokia Multimedia-Smartphones testen möchte oder ob er Hilfe bei der Konfiguration von E-Mail-Einstellungen im Mobiltelefon benötige.

In einem Nokia Flagship Store können Kunden die neuesten Nokia Geräte testen und sich über mobile Anwendungen und Techniken informieren. Umfassend geschultes und erfahrenes Personal soll Kunden helfen, ein Produkt oder einen Service zu finden, der ihrem Lebensstil und ihren individuellen Bedürfnissen gerecht wird. Interaktive, multimediale Displays werden die Besucher des Flagship Stores animieren, Fotos zu übertragen oder Mitteilungen zu senden – und auf diese Weise mit anderen Menschen irgendwo auf der Welt Kontakt aufzunehmen.



Olli-Pekka Kallasvuo

Den darüber hinaus können Kunden auch ihre neuen Handys konfigurieren lassen, sich über Angebote von Diensteanbietern informieren und die Auswahl an Zubehör-Produkten für ihr neues Mobiltelefon testen.

Ein Bereich der Nokia Flagship Stores wird exklusiv dem Thema „mobile Gaming“ gewidmet. Hier erhält der Nutzer direkten Zugang zur N-Gage Arena, der weltweiten Gaming-Community von Nokia. Besucher des Gaming-Bereichs können spannendes Online-Gaming erleben. Ihre Top-Ergebnisse können sie in Online-Ranglisten laden und auf einem Monitor anzeigen lassen. Mit zunehmender Anzahl an Nokia Flagship Stores werden die Besucher auch direkt gegen Besucher in anderen Nokia Stores antreten und versuchen können, deren Ergebnisse zu übertreffen.

„Der Kunde selbst ist das Herzstück unserer Strategie: Mit den Nokia Flagship Stores verstärken wir die Konzentration auf den Handel“, erläutert Cliff Crosbie, Director, Global Retail and Trade Marketing. „Über die Flagship Stores möchten wir eine enge direkte Beziehung zu unseren Kunden herstellen, ihnen zuhören und ihre Vorstellungen kennenlernen. Auf diese Weise gewinnen wir wertvolle Erkenntnisse, die uns ermöglichen, noch gezielter Produkte und Anwendungen zu entwickeln, die den Wünschen und Bedürfnissen unserer Kunden entsprechen. Das Konzept hinter den Nokia Flagship Stores ist etwas ganz Besonderes. Die Nokia Flagship Stores werden anders als alles sein, was Kunden, die auf der Suche nach einem Mobiltelefon sind, bisher erlebt haben.“

Wie in Moskau werden auch alle anderen Nokia Flagship Stores in ausgewählten 1A Lagen in den wichtigsten Shopping-Metropolen weltweit entstehen. Der Kundenservice ist dabei der Dreh- und Angelpunkt. Die Nokia Flagship Stores sind Nokia eigene Shops, die auch von Nokia verwaltet und betrieben werden, um so das Optimum an Erlebnis, Erfahrung und Inspiration beim Kauf eines mobilen Endgerätes zu bieten.

Die Nokia Flagship Stores bilden die Spitze der vor kurzem überarbeiteten Handelsstrategie von Nokia, die Handels- und Netzbetreiberpartner und mehr als 300.000 Verkaufsstellen weltweit beinhaltet. Diese bleiben für den kontinuierlichen Erfolg von Nokia von wesentlicher Bedeutung und werden auch in der Zukunft der wichtigste Vertriebskanal bleiben. Feedback und Erkenntnisse, die durch die Nokia Flagship Stores gewonnen werden, werden mit den Handels- und Netzbetreiberpartnern von Nokia gemeinsam genutzt und umgesetzt.

# Für eine noch präzisere Steuerung Ihrer Kunden zur Kasse.



**24,99 EUR**

Unverbindliche Preisempfehlung

## Die neue Comfort Optical Mouse 3000.

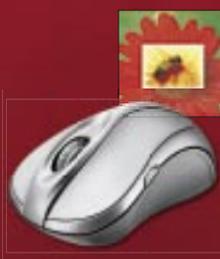
Begeistern Sie Ihre Kunden mit High Definition Technology von Microsoft:

Dieser neue Standard in Sachen Abtastung sorgt für ein Höchstmaß an Präzision und Geschwindigkeit beim Arbeiten mit der Maus und für eine deutliche Beschleunigung Ihres Umsatzes. Denn innovative Technik in Verbindung mit ergonomischem Design ist genau das, was Ihre Kunden wollen. Entdecken Sie neue Möglichkeiten:

[www.microsoft.de/haendler/hardware](http://www.microsoft.de/haendler/hardware)



Microsoft®  
Comfort Curve  
Keyboard 2000  
UVP: 19,99 EUR



Microsoft® Wireless  
Notebook Laser  
Mouse 6000  
NEU – mit einzigartiger Lupen-  
funktion für das schnelle  
Vergrößern von Bildausschnitten.  
UVP: 49,99 EUR

*Ihr Potenzial. Unser Antrieb.*  
**Microsoft®**

# Finanzierungskosten = null Prozent

# Hitachi Plasma-TVs zu fairen Konditionen

**Vom 15. September 2005 bis zum 31. Dezember wurde dem Endkunden für die beiden Hitachi 42-Zoll-Plasma Fernseher 42PD6600 und 42PD7200 ein besonderes Angebot unterbreitet. Gemeinsam mit der Royal Bank of Scotland ermöglichte Hitachi für die beiden Plasma-TVs eine Null-Prozent-Finanzierung.**

Das Einzigartige an dieser Aktion war die lange Angebotsdauer von drei Monaten. Dem Kunden wurde die Möglichkeit geboten, in Ruhe über den Kauf nachzudenken.

„Mit solch innovativen Konzepten können wir gegen die Flächenmärkte in Deutschland weiterhin bestehen“, so Torsten Führer von EP: Meyer-Arend. „Neben unserer fachkompetenten Beratung konnten wir dem Kunden anbieten, bei der Geburtsstunde von hochauflösendem Fernsehen in Deutschland dabei zu sein.“

Solche Aktionen verdeutlichen, wie wichtig es insbesondere für den Fachhandel ist, den Endkunden mit innovativen Angeboten Qualität nahezulegen.

Spätestens seit der IFA 2005 wirft HDTV einen großen Schatten vor-

aus: Die ersten Fernsehsendungen in neuer hochauflösender Qualität laufen an, und spätestens zur Fußball Weltmeisterschaft 2006 ist HDTV ein ganz großes Thema. Plasma-TVs zählen zum Premium-Segment unter den Flachbildfernsehern. Hitachis Fachhändler sind mit dieser Aktion bestens auf das Weihnachtsgeschäft vorbereitet gewesen.

## Picture Master-TVs mit Top-Bildqualität

Die Hitachi Fernseher der Picture Master Produktreihe sind alle HDTV-fähig. Hitachi setzt die Picture Master Technologie sowohl in seinen Plasma- als auch LCD-TVs ein. Die Plasma-TVs erzielen eine enorme Lichtstärke von 1.200 Candela/m<sup>2</sup>. Die Geräte sind mit HDMI- und DVI-Eingang jeweils mit HDCP ausgestattet. Zusätzlich zu diesen beiden HDTV-Eingängen gehören drei Scart-Anschlüsse sowie Eingänge für Component, S-Video und Composite zur Ausstattung der Picture Master TVs. Peripheriegeräte wie DVD-Player und -Recorder, Videorecorder und Set-Top-Boxen können somit problemlos angeschlossen werden. Die Fernseher haben zudem digitale und analoge PC-Eingänge für PCs oder Multi-room-Fernbedienungen.

Die Anschlüsse für Kopfhörer und portable Geräte wie z. B. Camcorder sind auch im Falle einer Wandhalterung unkompliziert zu erreichen, da sie seitlich hinter den Lautsprechern angebracht sind.

„Hitachi hat mit den Picture Master-TVs seinen technologischen Vorsprung von neuem bewiesen und ein eigentlich perfektes Produkt noch weiter verbessert“, so Carsten Landshöft Account Manager Consumer Chanel, Hitachi DMG. „Picture Master Fernsehgeräte bieten eine beeindruckend gute, bisher so nicht mögliche Bildqualität, die von Konkurrenzprodukten nicht erreicht wird.“

Die Picture Master Produktreihe erreicht durch die verbesserte Panel-Technologie und einen intelligenten Grafikchip eine außergewöhnlich gute Bildqualität. Der Grafikchip arbeitet sozusagen als „Gehirn“ des Panels. Er berechnet die eintreffenden TV-Signale und paßt Helligkeit und Gamma-Werte der einzelnen Bildbereiche entsprechend an. Ein Helligkeits-Histogramm berechnet die optimale Einstellung für Helligkeit und Kontrast der einzelnen Bilder und verringert Flimmern speziell in dunklen und hellen Sequenzen. Ein Kanten-Histogramm verbessert die Bildschärfe in den Ecken. Zudem steigert die Rechenleistung des Grafikchips die darstellbare Farbpalette auf 68 Milliarden Farben bei Plasma-Panels und auf eine Milliarde Farben bei LCD-Bildschirmen. Das Plasma-Modell 42PD7200 beispielsweise nutzt das preisgekrönte 1.024 x 1.023-Pixel H4 AliS-Panel (Alternate Lighting of Surface). Die Wiedergabe der Blau- und Grüntöne wird durch den Einsatz von Multi-Band-Paß-Filtern deutlich verbessert, die Oberfläche des Plasmas ist gegen Lichteinfall geschützt und entspiegelt.

Der Endkunde profitiert jedoch nicht nur von der High-Tech im Hintergrund, sondern auch von den zahlreichen Features für ein verbessertes Fernseh-Erlebnis. Mit dem Multipicture-Modus kann der Anwender den Bildschirm vertikal in zwei Felder für TV und Videotext oder eine AV-Quelle unterteilen. Ein Splitscreen für Bilder aus zwei getrennten AV-



Quellen ist ebenfalls möglich. Die Picture Master Reihe bietet auch 4-Bild- und 12-Bild-Modi an. Im 4-Bild-Modus kann man neben dem Hauptbild drei kleinere Bilder sehen. Wenn beispielsweise das Hauptbild das TV-Programm zeigt, können die drei Bilder daneben aus AV-Quellen stammen. Alternativ kann auch der Input aus einer AV-Quelle als Hauptbild definiert werden, mit dem TV-Bild und zwei anderen AV-Quellen neben dem Hauptbild. Im 12-Bit-Modus werden die zwölf Bilder

der TV-Sender in Thumbnail-Größe angezeigt, die gerade eingestellt sind. Im Freeze-Modus (Standbild) kann der Bildschirm ebenfalls in zwei vertikale Felder unterteilt werden, wobei links das normale TV-Programm weiterläuft und rechts das Standbild der Szene gezeigt wird, die der Nutzer eingefroren hat. Um die Bilder an die jeweilige Raumsituation anzupassen, gibt es drei verschiedene Bild-Modi – dynamisch, natürlich und Cinema, die per Knopfdruck ausgewählt werden können. *miz*

## Hitachis High-Definition Projektor

### PJ-TX200 mit einem Kontrastwert von 7.000:1

Auf der IFA 2005 hat Hitachi für das Vorserienmodell des neuen PJ-TX200 einen Kontrastwert von 5.000:1 kommuniziert. Das Gerät ist seit Oktober 2005 für den Handel lieferbar und bietet nun einen Spitzen-Kontrastwert von 7.000:1 auf. Carsten Landshöft, Account Manager Consumer Chanel, Hitachi Digital Media Group, erklärt die Verbesserung: „Bei unseren Vorserienmodellen gibt es immer Komponenten, die sich auf dem Weg zur Serie verändern. Ein Beispiel dafür ist die Lampe und wie diese mit dem Chassis funktioniert. Unsere Ingenieure schätzen technische

Werte im Vorfeld immer konservativ ein – umso mehr freuen wir uns über den finalen Kontrastwert der Serienmodelle von 7.000:1 und einen Geräuschpegel von nur 24 dB im Flüstermodus.“



Werte im Vorfeld immer konservativ ein – umso mehr freuen wir uns über den finalen Kontrastwert der Serienmodelle von 7.000:1 und einen Geräuschpegel von nur 24 dB im Flüstermodus.“

## „Exactly“ – Hitachis neue Werbekampagne

Die Hitachi Digital Media Group startet in ganz Europa mit einer neuen Branding- und Werbekampagne. Slogan der Kampagne ist: „Sieh die Dinge exakt, wie sie sind“. Die zentrale Botschaft lautet „Exactly“ und greift die japanische Idee von Qualität auf, die aus der besonderen Aufmerksamkeit für Details resultiert. Die Farbe Schwarz ist Kernthema für alle Motive und soll für Stil und Prestige stehen. Eine Point-of-Sale-Promotion erstreckt sich auf die komplette Palette von Hitachis neuen Produkten – Plasma- und LCD-Fernseher, Festplatten-DVD-Recorder, Projektoren und DVD-Camcorder. Die Werbekampagne wird neben Deutschland auch in England, Frankreich, Spanien, Holland, Belgien, Griechenland, Italien, Norwegen, Schweden und Dänemark durchgeführt und läuft seit Dezember. „Wir setzen damit die Strategie fort, Hitachi in Europa modern und zukunftsorientiert zu präsentieren. Die Botschaften der Kampagne sind im Sinne unserer japanischen Wurzeln auf Einzigartigkeit, Unabhängigkeit, Authentizität gerichtet mit dem Anspruch, größtmögliche Perfektion in unseren Produkten zu erreichen“, so Sue Tucker, Leiterin europäische Marketing Kommunikation, Hitachi Digital Media Group.

## Pos Aktuell

### Fred Breuer ist neuer Vertriebsdirektor UE bei LG Electronics

Seit dem 1. Dezember steht der Vertrieb des Bereichs Unterhaltungselektronik von LG Electronics Deutschland unter neuer Leitung: Als Nachfolger von Gunter Kürten verstärkt Fred Breuer (51) das Team in Willich. In seiner Position als Vertriebsdirektor berichtet er direkt an Heinz H. Fischer, Director Consumer Electronics von LG. Breuer



Fred Breuer (rechts) ist neuer Vertriebsdirektor des Bereichs UE bei LG Electronics. Er berichtet direkt an Heinz H. Fischer, Director Consumer Electronics von LG.

startete 1977 seine Karriere bei Sony Deutschland. Er war dort viele Jahre in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen tätig. Als eine seiner wichtigsten Aufgaben bei LG sieht Breuer den Ausbau der guten Beziehungen zu den Handelspartnern und die Weiterentwicklung der hochwertigen Marken- und Premium-Strategie von LG.

### Blaupunkt erhält Filmpreis des Bundesministeriums für Wirtschaft

Die Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt wurde bei der Verleihung des Deutschen Wirtschaftspreises 2005 ausgezeichnet und erreichte in der Kategorie „Filme aus der Wirtschaft“ den dritten Platz. Blaupunkt hatte sich mit dem Imagefilm „Ein Punkt bewegt“ als eines von mehr als 100 Unternehmen beworben. Die Jury verlieh diese wichtigste deutsche Auszeichnung für Wirtschaftsfilme im Rahmen einer Preisverleihung in Ludwigsburg. Der Preis wird seit 1967 bereits zum 38. Mal vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit verliehen und gilt als der älteste deutsche Filmpreis. Anlässlich der Preisverleihung betonte der Leiter der Marketing-Kommunikation von Blaupunkt, Clemens K. Krebs: „Der Filmpreis ist für uns eine schöne Bestätigung – vor allem für unsere weltweite Kampagne.“

### api ist neuer Distributor der Archos Deutschland GmbH

Ab sofort ist die api Computerhandels GmbH Vertriebspartner für alle Produkte von Archos in Deutschland. Die api Computerhandels GmbH mit Sitz in Aachen betreut als Distributor für IT und Consumer Elektronik den Fach- und Großhandel. Ein entsprechender Letter of Intent wurde zwischen den Partnern Mitte November unterzeichnet. Sven Kohrs, Manager European Business Development bei Archos: „Wir freuen uns über die Partnerschaft mit der api Computerhandels GmbH. Mit diesem neuen Distributor sind wir in der Lage, unsere Marktpräsenz und Marktposition in Deutschland weiter voranzutreiben.“ Archos trägt somit dem Wachstum des CE Marktes Rechnung und optimiert in Zusammenarbeit mit der api Computerhandels GmbH Service, Verfügbarkeit und Qualität für den deutschen Markt. „Mit den hochwertigen Produkten von Archos runden wir unser CE Portfolio weiter ab und können so unseren Kunden eine ausgewogene Produktpalette bieten“, freut sich Dirk Bartz, Product Manager bei api.

### WISI investiert in die Zukunft des Standortes Niefern-Oeschelborn

WISI investiert in die Zukunft und erweitert ihre Produktionskapazitäten am Stammsitz in Niefern. Dort wird zur Zeit für 1,5 Millionen Euro eine neue Bestückungsanlage für Leiterplatten in der Fertigung eingerichtet. Mit dieser Investition reagiert der Spezialist für Empfangs- und Verteiltechnik auf die anhaltend starke Nachfrage vor allem nach hochwertigen technischen Modulen für den Ausbau von TV-Kabelnetzen. In diesem Bereich ist WISI inzwischen mit in Niefern eigenentwickelter und produzierter Technologie Marktführer und Hauptlieferant der wichtigsten Kabelnetzbetreiber in Deutschland. Diese WISI-Produkte sind zudem auch im Ausland stark gefragt und werden von Niefern aus weltweit exportiert. Das Unternehmen ist seit 79 Jahren in Niefern ansässig und beschäftigt dort aktuell 520 Mitarbeiter.

### Sennheiser verstärkt Marketing und Organisation

Um mit dem auch im Jahre 2005 wieder starken Wachstum des Unternehmens Schritt zu halten, werden bei Sennheiser zum 1. Januar 2006 die bisher an die Geschäftsführung berichtenden drei Marketingbereiche in einem neugeschaffenen Unternehmensbereich Marketing zusammengefasst. Zur Leiterin dieses Unternehmensbereiches wurde die Diplom-Ökonomin Susanne Seidel ernannt. Die 42jährige ist nach Stationen bei Philips und General Electric seit mehr als vier Jahren im Marketing bei Sennheiser tätig und seit zwei Jahren für die Steuerung der Märkte des Unternehmens verantwortlich. Susanne Seidel berichtet an Rolf Meyer (54), Geschäftsführer Marketing und Vertrieb.



### Astra und Premiere kooperieren im Bereich des interaktiven Fernsehens

Premiere zeigt seit dem 25. November in der Premiere Sportsbar des Hotels Marriott in München erstmals den interaktiven Dienst Bluecom in Verbindung mit seinem Weltkanal Premiere Win. Die Besucher der Sportsbar können direkt am Wettgeschehen über das Handy per SMS oder GPRS teilnehmen. Die gelieferten Zusatzdaten selbst, beispielsweise Wettquoten, Informationen über Pferde, Jockeys, nachfolgende Rennen, usw. sind kostenlos. Für den Rückkanal beim Wetten wird nur der SMS-Versand berechnet, der über die vorhandene Telefonnetzinfrastruktur erfolgt. Premiere plant, auch Premiere Direkt, Premiere Sport und Premiere Start voraussichtlich im 1. Quartal mit Bluecom auszustatten. Wolfgang Elsäßer, Geschäftsführer von Astra Deutschland: „Uns freut besonders, daß sich mit Premiere einer der bedeutendsten Programmveranstalter aus dem deutschsprachigen Markt für Bluecom entschieden hat.“ Die Bluecom-Funktion ist einfach: Um die neuen Anwendungen nutzen zu können, benötigt der Nutzer eine Bluetooth-fähige Set-Top-Box und ein Bluetooth-fähiges Mobiltelefon. Sendet der Programmanbieter via Satellit oder Kabel zusätzlich zu Bild und Ton weitere digitale Daten, die ergänzende Informationen und Dialogangebote enthalten, dann filtert die empfangene Set-Top-Box diese Zusatzdaten aus dem Signal heraus und kommuniziert direkt während der Sendung mit den in der Nähe befindlichen Handys. Somit haben bis zu sieben Nutzer gleichzeitig einen interaktiven Zugang. Auf dem Display des Mobiltelefons erscheint alles, was die Fernsehmacher auf diesem Weg anbieten. Fühlt sich der Konsument angesprochen, dann wandelt das Handy die Aktivitäten seines Besitzers auf Wunsch automatisch in SMS-Botschaften um, die direkt zum Programmveranstalter zurückgehen und dort verarbeitet werden.



# Die Zukunft hat schon begonnen

## Innovation

Neue Entwicklungen gibt es nicht nur bei der Technologie. Was zählt ist, wie man sie im Einzelhandel kundenorientiert einsetzt, um den Verbraucher durch geschicktes Kombinieren von Produkten und Dienstleistungen sowie einem „Einkaufserlebnis“ langfristig an sich zu binden.

## PMA 2006

Ideen und Konzepte dieser Art finden Sie in Seminaren - Imaging Produkte und Dienstleistungen von Morgen, Marketing Magic, Loyalty Disney Style - und „zum Anfassen“ auf der Messe selbst - im Mobile Imaging Pavillion, bei den Shoot-Out Wettbewerben und bei den Ausstellern. Machen Sie sich selbst ein Bild davon, wie Sie und Ihr Geschäft von den neuesten Entwicklungen profitieren können.



PMA International Headquarters  
3000 Picture Place  
Jackson, MI, 49201 USA

Telefon 001 517 788-8100  
Telefax 001 517 788-7809

PMA Büro für Europa  
Hiltensperger Straße 9  
80798 München

Telefon 089 54558128  
Telefax 089 2730291



**PMA 2006 International Convention and Trade Show**  
26. Februar - 1. März 2006

Orange County Convention Center, West Building • Orlando, Florida USA

[www.pmai.org/pma2006](http://www.pmai.org/pma2006)

# BenQ 19-Zöller FP93V

Schon beim ersten Anblick des neuen 19-Zoll-Displays wird deutlich, welche Zielgruppe vorrangig mit dem klaren Design-Konzept des neuen Monitors angesprochen wird. Die Linienführung und Farbgebung, aber auch die Gestaltung des Standfußes des BenQ FP93V weisen zweifellos auf seine Eignung für eine „Weiße Hochzeit“ mit einem Exemplar des erfolgreichen Apple Mac mini hin. Mit seinem ansprechenden Äußeren und der hervorragenden Bildqualität wird dieser Monitor sicher auch im Lager der PC-Anwender zahlreiche Liebhaber finden und für sich begeistern können.

## Wenn der BenQ mit dem Mac

BenQ selbst betont, daß ein FP93V zusammen mit einem Mac mini eine „optische Einheit“ in vollen-



Der FP93V bildet zusammen mit einem Mac mini eine „optische Einheit“ in vollendeter Harmonie. In seinem Standfuß unterhalb des Displays findet ein Mac mini seinen idealen Platz. Dank der hervorragenden Bildqualität wird der FP93V auch zahlreiche PC-Anwender für sich begeistern können.

deter Harmonie auf dem Schreibtisch der Besitzer eines Apple Kult-Rechners darstellt. Schneeweiß und mit schnörkelloser Linienführung folgt das Design des Moni-



Design-Monitor BenQ FP93V: Auflösung 1.280 x 1.024 Bildpunkte, Helligkeit 270 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 550:1, Reaktionszeit 8 Millisekunden.

tors unverkennbar der Gestalt des als idealer Partner auserwählten Rechners. Deshalb erscheint es nur folgerichtig, daß der FP93V in seinem geschwungenen Standfuß unterhalb des Displays eine maßgenaue Stellfläche bereithält, auf der ein Mac mini seinen idealen Platz findet. Spätestens hier wird klar: BenQs Flachbildschirm „FP93V“ wurde passend zu Apples „Mac mini“ gestaltet, der sich über ein DVI-Kabel digital mit diesem verbinden läßt. „Design muß Sinn machen“, bemerkt dazu Conway Lee, Präsident von BenQ Europa. „Dieser neue Monitor ist einmal mehr ein Beweis dafür, daß unsere Kreativabteilung bei der Entwicklung von Produkten großen Wert darauf legt, Nutzen und top-modisches Design miteinander zu verbinden und Innovation in ihrer schönsten Form Gestalt zu verleihen.“

## Außen Top-Design – innen High-Tech

Bei der Entwicklung des neuen Design-Monitors wurde nicht nur auf Ästhetik Wert gelegt. Der BenQ FP93V verfügt auch über die entsprechenden inneren Werte:

# Ein Traum in Weiß

Mit der Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten, einem Helligkeitswert von 270 cd/m<sup>2</sup> und dem hervorragenden Kontrastverhältnis von 550:1 werden unterschiedlichste Bildinhalte detailliert und kristallklar mit natürlich wirkenden Farben dargestellt. Mit der kurzen Reaktionszeit von nur 8 Millisekunden zählt das schneeweiße Display zum Kreis der schnelleren Geräte seiner Klasse und kann deshalb dynamisch bewegte Bildinhalte in Actionfilmen, bei Videospiele und Sportereignissen scharf und ohne Schlieren oder Wischeffekte darstellen. Neben einem herkömmlichen, analogen Signaleingang besitzt der FP93V auch einen digitalen DVI Videoeingang. Das ist generell vorteilhaft, aber besonders für anspruchsvolle, grafische Anwendungen optimal, denn bei rein digitaler Signalübertragung vom PC zum Display treten keinerlei Wandlungsverluste auf. So wird die höchstmögliche Bildqualität erreicht. Bei der herkömmlichen analogen Signalübertragung sind Qualitätsverluste dagegen unvermeidbar. Die technischen Daten: 19 Zoll, TFT-Bildschirm, Kontrastverhältnis: 550:1, maximale Auflösung: 1.280 x 1.024 Pixel (SXGA), Bildschirmfläche: 37,63 x 30,11 cm, Blickwinkel: 140° horizontal, 135° vertikal, Bildschirmhelligkeit: 270 cd/m<sup>2</sup>, Reaktionszeit: 8 ms, Anschlüsse: analog (VGA) und digital (DVI), Zertifizierung nach ISO 13406-2, Pixelfehler-Reflektionsklasse II/I, OSD-Menü On Screen und I-Key (automatische Kalibrierung).

## Abmessungen, Lieferumfang, Preis

Der BenQ FP93V kann an Stromnetzen mit 90V–264V AC betrieben werden und besitzt ein internes Netzteil. Sein Leistungsbedarf beträgt 40 Watt. Das Gerät unterstützt Stromsparmanagement nach VESA DPMS. Die Abmessungen des Monitors mit Fuß betragen (B x H x T) 420 x 484 x 267 mm, das Gewicht 5,77 kg. Der Bildschirm ist für VESA Wandhalterung vorbereitet. Im Lieferumfang enthalten ist eine Kurzanleitung, ein Netzkabel, ein DVI-Kabel für digitale Verbindung sowie ein Sub-D-VGA Kabel, ein Handbuch und eine Treiber-CD. BenQ bietet für seine Bildschirme 36 Monate Garantie und Service mit Vor-Ort-Austausch-Service. Der 19-Zoll-Design-Monitor BenQ FP93V ist zum UVP von 399,- Euro erhältlich.

## AUO: BenQs Monitor-Schmiede

Das zur Gruppe der größten LCD-Panel-Hersteller zählende Unternehmen AU Optronics (AUO) ist ein Teil der BenQ Unternehmensgruppe und ermöglicht BenQ als Anbieter die ständig aktualisierte, marktorientierte und kundennahe Entwicklung neuer, eigener Modelle. Mit einem Investment in Höhe von 770 Millionen Euro errichtet AUO zur Zeit in Taichung (Taiwan) eine neue TFT-LCD Panel Fabrik. Das neue 7.5G Werk wird Glas-Substrate mit den Abmessungen von 1.950 mm x 2.250 mm verarbeiten und eine monatliche Kapazität von 30.000

Stück erreichen. Mit der Massenfertigung soll Ende 2006 begonnen werden. „Als einer der weltweit größten Hersteller von TFT-LCDs möchten wir auf die vielfältigen Kundenwünsche eingehen. Deshalb bauen wir die Produktion aus und erhöhen unsere Möglichkeiten, flexibel zu agieren und ein differenziertes Produktportfolio anzubieten. Die neue Fabrik sorgt in bezug auf Produktionsflexibilität und Größe dafür, unsere Position weiter auszubauen“, kommentiert H. B. Chen, President von AU Optronics, den Bau der neuen Produktionsstätte. 7.5G ist zur Zeit der höchste Generationsschritt für LCD-Panelwerke. Nur Sharp hat sich zum Bau einer Produktionsanlage der achten Generation mit Mutterglasflächen von über fünf Quadratmetern entschlossen. Die neue Produktionslinie von AUO zielt vor allem auf den HDTV-Markt mit Panels größer als 40 Zoll, die ideal für Heimkinolösungen sind. Substratplattengrößen von 1.950 mm x 2.250 mm bieten sich für eine effiziente Produktion von Panels der Größe 42 Zoll und 47 Zoll an und können sogar drei 56-Zoll-Breitbild-TFT-LCD Panels liefern. AUO wird im zweiten Quartal 2006 mit der Ausstattung der Fabrik beginnen und im vierten Quartal 2006 die Produktion starten.

Dr. Hui Hsiung, Executive Vice President von AUO, bemerkt dazu: „Unsere Strategie ist immer gewesen, den Zeitablauf für die Produktion der nächsten Panel-Generation zu optimieren und so die Top-Drei-Position weltweit zu halten.“ Dr. Hsiung glaubt: „Durch eine höhere Produktionskapazität von Panels wird eine wesentliche Kostenreduktion erreicht. Die niedrigeren Preise werden unter anderem eine höhere LCD-TV Nachfrage mit sich ziehen. AUO bietet im Moment ein komplettes Produkt-Line up von LCD-Panels (14 Zoll bis 46 Zoll) mit schnellen Reaktionszeiten (unter 5 ms) und exzellenter Bildqualität an.“ *evo*

## POS Aktuell

### Internet Explorer 7: Öffentliche Beta-Version im ersten Quartal 2006

Die allgemein zugängliche Bereitstellung einer offiziellen Beta-Version des neuen Internet Explorers 7 plant Microsoft für das erste Quartal 2006. Damit wird erstmals direkt aus Redmond ein solcher Termin genannt. Bisher ging man auf der Grundlage eines Statements des Microsoft-Insiders Paul Thurrott im September 2005 davon aus, daß die erste öffentliche Beta-Version des neuen Internet Explorers am 7. Dezember 2005 erscheinen würde. Microsoft nannte aber auch jetzt noch

keinen Termin, zu dem mit der Final-Version des Internet Explorers 7 gerechnet werden kann. Deshalb ist es möglich, daß sich der Termin für die Veröffentlichung der Final-Version des Internet Explorers 7 bis in den Sommer 2006 verschiebt.

### Panasonic produziert Blu-Ray-ROMs mit 50 GB

Panasonic hat mit der Herstellung von zweilagigen beschreibbaren Blue-Ray Medien mit einer Speicherkapazität von 50 GByte begonnen. Zu diesem Zweck wurde die bisherige Pilotproduktion für einlagige Blu-Ray-Discs modifiziert, um auf der gleichen Anlage auch Dual-Layer-Scheiben mit der doppelten Kapazität von 50 GByte herstellen zu können.

Blu-Ray Medien stellen auf einer Datenschicht (Layer) eine Kapazität von 25 GByte bereit. Mit zwei Schichten werden 50 GByte erreicht. Die beiden Schichten der neuen, zweilagigen BD-ROM befinden sich auf der gleichen Seite der Blu-Ray-Disc.

### DE-CIX: Traffic übersteigt die Marke von 50 GBit/s

Der über den zentralen deutschen Internet-Austauschknoten „DE-CIX“ (Deutscher Commercial Internet Exchange) abgewinkelte Datenaustausch hat sich innerhalb eines Jahres mehr als verdoppelt und inzwischen den mittleren Datenfluß von 50 GBit/s überschritten. In diesem Verkehrsaufkommen ist der Internet-Datenverkehr der Deutschen Telekom

nicht enthalten, denn die Telekom nimmt nicht am DE-CIX teil. Der Betreiber des DE-CIX führt den deutlichen Anstieg auf den verstärkten Ausbau der DSL-Verfügbarkeit für Endverbraucher zurück. Bundesweite und regionale Anschlussnetzbetreiber versorgen 1,7 Millionen direkt geschaltete DSL-Kunden. Mit rund 8,2 Millionen direkten DSL-Kunden dominiert die Deutsche Telekom den Markt für Breitband Internet-Zugänge.

### NEC: Biegsame, wiederaufladbare Batterie

NEC hat eine besonders dünne und wiederaufladbare Batterie vorgestellt, die sich biegen läßt. Die flexible, drei Millimeter dünne Batterie basiert auf dem Prinzip der Organic Radical Battery,

besitzt aber eine Kathode aus einem speziellen Kunststoff. Das flexible Polymer befindet sich in einem gelartigen Zustand.

Für die Batterie ist eine Reihe neuer Anwendungsgebiete denkbar. Sie könnten auch Geräte mit Energie versorgen, die Belastungen durch Verformungen ausgesetzt sind, wie zum Beispiel Smart-Cards, aktive RFID Tags und elektronisches Papier. Der Ladevorgang dauert nur 30 Sekunden. Dann hat der Akku seine volle Kapazität erreicht. Mit der Energiedichte von einer Milliwattstunde pro Quadratzentimeter liefert er genug Energie, um kleine aktive RFID-Geräte mehrere zehntausend Mal ein Signal auszusenden zu lassen. Als weitere Anwendungen sind z. B. Uhren denkbar, deren Akku sich im Armband befindet.

## Neuheiten

### Foto-Schlüsselanhänger mit 1,1-Zoll-LCD



Catcorner hat sein Angebot um einen Schlüsselanhänger mit integriertem 1,1-Zoll-LCD erweitert. Der digitale Bildrahmen mit der Typenbezeichnung C-2 ist mit einem 4 MByte großen internen Flash-Speicher ausgestattet. Per USB-Schnittstelle lassen sich auf das Schlüsselbund-Medaillon bis zu 56 Bilder übertragen, die der Anwender unterwegs betrachten kann. Unterstützt werden die Datenformate BMP, JPEG, PNG und GIF. Vor der Übertragung müssen die Fotos jedoch auf das passende Maß heruntergerechnet werden, sonst würden sie auf 4MB Speicher keinen Platz finden und sich nicht formatfüllend auf dem Anhänger anzeigen lassen. Im Lieferumfang ist eine Windows-Software enthalten, mit der die gewünschte Skalierung der Bilder automatisch vorgenommen wird. Das 1,1-Zoll-Farb-LCD verfügt über eine Auflösung von 96 x 64 Pixeln. Das entspricht in etwa der Bildqualität eines Klapphandy-Displays. Der eingebaute 3,7-Volt-Akku kann den hintergrundbeleuchteten LCD-Bildschirm bis zu vier Stunden mit Energie versorgen. Auch bei hellem Umgebungslicht sollen die angezeigten Bilder gut zu erkennen sein. Der 30 Gramm wiegende LCD-Schlüsselanhänger C-2 ist bei Catcorner zum UVP von 30 Euro lieferbar.

### Vinyl-Plattenspieler mit USB-Anschluß



Mit dem Schallplattenspieler „iTUSB“ des US-Herstellers ION lassen sich ganze Schallplattensammlungen komfortabel ins digitale Zeitalter retten: Neben einem normalen Line-out zum Anschluß an herkömmliche Stereoanlagen besitzt der iTUSB-Plattenspieler auch einen USB-Ausgang zum Anschluß an einen Rechner und kann Musiktitel auf den abgespielten Platten direkt digitalisieren und zur Aufzeichnung an den Computer übertragen. Der Antrieb läßt sich auf 33 1/3 und 45 Umdrehungen pro Minute einstellen. Ein Adapter für Single-Schallplatten wird mitgeliefert. Mit dem integrierten Geschwindigkeitsregler kann die Drehzahl um acht Prozent nach oben und unten verstellt werden. Zum Lieferumfang gehört die GPL-Software „Audacity“ für die Digitalisierung und eine Testversion von Bias Soundsoap 2 zum Ausbessern von Kratz- und sonstigen Störgeräuschen in den digitalen Aufnahmen. Als Betriebssystem wird Mac OS und Windows unterstützt. Der Plattenspieler wird nach dem Einstecken als USB-Gerät erkannt und kann in den Audacity-Einstellungen als Aufnahmegerät ausgewählt werden (Audiodevice on USB Bus). Der USB-Plattenspieler „iTUSB“ von ION soll zum UVP von 200 US-Dollar in den Handel kommen.

### Acer stellt drei neue LC-Displays vor



Acer erweitert sein Monitor-Angebot um zwei neue 17-Zoll-Geräte und ein 19-Zoll-Display seiner „Value Line“, mit der hochwertige LCD/TFT-Bildschirme zu günstigen Preisen offeriert werden. Die Modelle AL1717As und AL1917As arbeiten mit einer Reaktionszeit von 8 ms, das Modell AL1716As mit 12 ms Reaktionszeit. Das 17-Zoll-Modell AL1716As besitzt eine maximale (physikalische) Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten, eine Bildhelligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> und das Kontrastverhältnis von 500:1. Der Betrachtungswinkel beträgt vertikal 150 Grad und horizontal 135 Grad. Das Videosignal wird an einem VGA-Ausgang (D-sub) bereitgestellt. Das Modell AL1717As verfügt über nahezu identische Daten, ist mit integrierten Lautsprechern und neben dem VGA-Ausgang mit einem digitalen DVI-Anschluß ausgestattet. Das dritte der neuen Modelle, das 19-Zoll-Display AL1917As, besitzt eine Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten und ist mit integrierten Lautsprechern bestückt. Das Kontrastverhältnis beträgt 700:1, die Helligkeit 300 cd/m<sup>2</sup> und die Betrachtungswinkel horizontal wie vertikal 140 Grad. Der Monitor kann wahlweise über VGA oder DVI an einen Computer angeschlossen werden. Nach Angaben von Acer sind alle drei Modelle bereits verfügbar, das Modell AL1716As zum UVP von 239 Euro, das Modell AL1717As zum UVP von 249 Euro und das 19-Zoll-Modell AL1917As zum UVP von 325 Euro.

### Club 3D: Passiv gekühlte GeForce 6600 für Heimkino-PCs und Multimedia-Server



Mit dem Produkt „Club 3D 6600 Passive 256 MB“ liefert nun auch Club 3D eine passiv gekühlte GeForce 6600 Grafikkarte aus, die sich besonders gut für den Einbau in leise Heimkino-PCs und Multimedia-Server eignet. Die Club 3D 6600 belegt nur einen PCI-Express-Steckplatz, weil der benachbarte Steckplatz nicht durch voluminöse Kühlkörper blockiert wird. Die neue Grafikkarte ist mit 256 MByte DDR-Speicher (128 Bit) ausgestattet, der mit 400 MHz getaktet wird und somit über dem Standardtakt der konkurrierenden, ebenfalls passiv gekühlten GeForce-6600-Grafikkarten liegt. Den GeForce 6600 selbst taktet die Club 3D hingegen mit den für diesen Grafikchip üblichen 300 MHz. Falls die 3D-Leistung des mit acht Pixel-Pipelines aufwartenden GeForce 6600 für die vom Anwender gestellten Anwendungen nicht ausreicht, lassen sich zwei Club 3D 6600



Passiv per SLI auch miteinander koppeln. Allerdings wäre in diesem Fall die Wärme von zwei Grafikkarten über das Gehäuse abzuführen, was eine effiziente und trotzdem leise Lüftung erforderlich machen würde. Die Club 3D 6600 Passive 256 MB besitzt einen VGA-, einen DVI-I- und einen analogen TV-Ausgang. Ein DVI-zu-VGA-Adapter und ein Komponentenkabel (YPrPb) liegen bei. Ein Video-Eingang steht nicht zur Verfügung. Zum Lieferumfang gehört das Spiel Colin Mcrae 2005 auf DVD und das Video-Software-Paket Cyberlink Powerpack, bestehend aus PowerCinema 4, PowerProducer 3, PowerDirector 3.2, PowerDVD 6 und Media Show 3. Die Club 3D 6600 Passive 256 MB soll zum UVP von 130,- Euro verfügbar sein.

### Spatz: DVI/Analog-Wandler und HDMI/DVI-Umschalter



Mit zwei neuen Geräten für die kritische Verbindung von TV-Bildschirmen und Zuspiegelgeräten mit und ohne HDMI-Schnittstelle liefert der deutsche Hersteller Spatz Lösungen für die auftretenden Probleme. Wie zahlreiche Käufer leidvoll feststellen müssen, ist es mit dem Erwerb nur eines Receivers oder HDTV-tauglichen Flachbildschirms oft nicht getan. Rein digitale Verbindungen sind nur dann möglich, wenn beide miteinander zu verbindenden Geräte über eine HDMI-Schnittstelle verfügen. Das ist oft nicht der Fall und läßt sich auch nicht immer gleich realisieren. Der neue „DVI-YPRPB Konverter“ von Spatz verbindet DVI-Quellen, wie HD-DVD-Player



und HDTV-Receiver mit Fernsehern oder Projektoren, die nur über einen analogen HD-Video-Eingang verfügen. Mit dem zweiten neuen Gerät „HDMI3X“ hat Spatz einen Dreifach-Umschalter für HDMI- oder – mit Wandler – auch DVI-Signale ins Angebot genommen. Der DVIYPRPB-Konverter empfängt DVI-Signale als RGB von DVD-Playern oder HDTV-Quellen und wandelt die digitalen Signale in ein analoges RGBHV- oder YPrPb-Signal (Komponente) um. Auf diese Weise lassen sich Röhrenprojektoren oder andere Displays ohne VGA- oder DVI/HDMI-Schnittstelle mit hochauflösendem Videomaterial ansteuern. Mit Hilfe eines HDMI-nach-DVI-Adapterkabels kann das Gerät auch für HDMI-Quellen verwendet werden, erklärt Spatz. Für 350 Euro ist der DVIYPRPB-Konverter verfügbar. Anders als der vor einigen Monaten ins Programm aufgenommene Konverter DVI HDCP verarbeitet der DVIYPRPB-Konverter keine geschützten HDMI-Signale (DVI mit HDCP). Für den HDMI-Dreifach-Umschalter Typ HDMI3X nennt Spatz einen UVP von 300 Euro.

### Lite-On: Erster interner DVD-Brenner mit „Super AllWrite-Technologie“



Lite-On IT, weltweit führender Hersteller von optischen Speichermedien für den PC- und Home-Entertainment-Bereich, stellt seinen ersten DVD-Rewriter mit „Super AllWrite-Technologie“ vor. Das interne Super AllWrite Laufwerk SHM-165P6S für PC unterstützt sämtliche DVD-Formate: DVD±R(W), Double/Dual Layer und DVD-RAM. Nun hat der Anwender endlich die freie Wahl, welches DVD-Medium er beschreiben möchte. Das spart ihm viel Ärger, Zeit und Mühe. Das ATAPI/E-DIE Laufwerk SHM-165P6S von Lite-on ist in der Lage, zertifizierte DVD-RAM-Medien mit 5x Geschwindigkeit zu beschreiben. Bei Single Layer DVD±R geht das Laufwerk sogar mit 16x ans Werk. Die Archivierung von 4,7 GByte Daten dauert lediglich sechs Minuten. Beim Beschreiben von DVD+RW Rohlingen schafft das SHM-165P6S beachtliche 8x, bei DVD-RW 6x, DVD-ROMs liest es mit 16x. Das SHM-165P6S von Lite-on ist ab Januar erhältlich.



### Fujifilm bringt Labelflash DVD-Disc



Fuji Magnetics GmbH hat neu entwickelte, für Labelflash-Technologie konzipierte optische DVD-R 1X-16X-Medien auf den Markt gebracht. Die von Yamaha Corporation und Fuji Photo Film Co. entwickelte Technologie brennt mit Hilfe des Datenaufzeichnungslasers des DVD-Brenners hochwertige Bilder in eine spezielle Farbschicht auf der Beschriftungsseite der Disc. Auf diese Weise können Verbraucher ihre DVDs mit Fotos, Text und Grafiken individuell beschriften und mit speziell gestalteten Bildern versehen und brauchen sich nicht mehr mit Aufklebern und Markerstiften um eine ansehnliche Kennzeichnung der Disk zu bemühen. Die einzigartige Technologie brennt Bilder in nur fünf Minuten 0,6 mm tief in das Medium ein und schreibt Bilder, die haltbarer und stabiler sind als bei herkömmlich bedruckten Datenträgern, bei denen sich die Beschriftung auf der obersten Schicht der Disc befindet. Die Datenträger des Typs Fujifilm DVD-R 1X-16X sind kompatibel zu den Spezifikationen für „DVD Allgemeine Version 2.1 / 16fache Geschwindigkeit Ausgabe 6“ und können mit den meisten DVD-Brennern für die Datenaufzeichnung verwendet werden.



Weitere Infos: [www.metz.de](http://www.metz.de) oder von Ihrem Metz Außendienst!

## Top Technologie „Made in Germany“



Metz LCD-TV:  
Ultraflache Top Technologie!



Metz Slim-TV:  
Schlankes Fernsehvergnügen für Ihr Wohnzimmer!



Metz Classic-TV:  
Höchste Qualität und bester Bedienkomfort!

### Fünf gute Gründe für Metz:

- Made in Germany
- mecavision+ – einfach beste Bildqualität
- Zukunftssicher – alles in einem Gerät
- Tri-Star Bedienkonzept – höchster Bedienkomfort
- Gut beraten und betreut im Fachhandel

Metz - always first class.

\* The HD Ready Logo is a Trademark of EICTA

# Flachdisplays: Markttrends

## Sharp und Samsung: 100 Millionen LCD-TVs in 2010

Sang-Wan Lee, President Samsung LCD Business, erwartet für 2010 einen weltweiten Absatz von 100 Millionen LCD-TVs. Noch optimistischer äußerte sich Mikio Katayama, Corporate Executive Director Sharp LCD Business, der bis zum Jahr 2010 einen Anstieg der jährlich weltweit verkauften LCD-TV-Geräte auf 150 Millionen Stück als realistisch betrachtet. Bisher hatten Marktbeobachter bis 2010 einen Anstieg auf 60 bis 70 Millionen Stück prognostiziert. Lee geht davon aus, daß der Wert der in 2010 verkauften LCD-TVs etwa 100 Milliarden US Dollar und 42 Prozent des globalen Geschäfts mit LCD-Produkten betragen wird, gegenüber 17% in 2005. Lee bekräftigte außerdem, dass Samsung seine Investitionen in neue 8G und 9G Panelfabriken fortsetzt und den Bau einer 10G Produktionslinie für LCD-Panels in Erwägung zieht.

## Koreaner erhöhen Flat-Panel Production

Die südkoreanischen Hersteller LG und Samsung kündigten eine signifikante Erhöhung ihrer Produktionskapazitäten für Flat-Panels an. Damit will man der weltweit explosionsartig zunehmenden Nachfrage nach großformatigen Flach-TV-Bildschirmen Rechnung tragen. LG beabsichtigt, den Ausstoß seiner Plasma-TV-Fabrik von zur Zeit monatlich 180.000 Einheiten bis zur zweiten Jahreshälfte 2006 um 50 Prozent auf 270.000 Stück zu erhöhen. Diese Maßnahme wird LGs Gesamtkapazität für Plasma-Bildschirme von monatlich 330.000 auf 550.000 ausweiten. Nach der Inbetriebnahme einer weiteren Produktionslinie für Plasma-Panels in 2007 soll LG Electronics' Gesamt-ausstoß an PDPs dann auf monatlich 750.000 Einheiten ansteigen. LG rechnet bis 2010 mit einer Verdreifachung der weltweiten Nachfrage nach Plasma-TVs auf 25 Millionen jährlich. Die eingeleitete Expansion soll LG zum weltgrößten Hersteller von Plasma Displays machen. Zur Zeit rangiert das Unternehmen in diesem Bereich auf Platz zwei hinter dem japanischen Matsushita-Konzern, gefolgt von Samsung, Hitachi und Pioneer. Pioneer hat die geplante Schließung von zwei seiner sechs Plasma-Fabriken angekündigt. Samsung und Sony, die in Korea gemeinsam unter dem Namen „S-LCD“ eine LCD-Panel Fabrik betreiben, wollen die Produktionskapazität dieser Anlage bis Juli 2006 um 25 Prozent und den monatlichen Durchsatz an Muttergläsern von monatlich 60.000 auf 75.000 Glas Sheets erhöhen. Parallel dazu hatte Samsung schon etwas früher den Bau einer weiteren, ausschließlich von Samsung finanzierten Fabrik direkt neben der Joint-venture Anlage angekündigt. Im Herbst hat Sony mit großem Erfolg seine mit Panels aus der S-LCD Anlage bestückten „Bravia“ LCD-TVs im Markt eingeführt und seinen Anteil am US-amerikanischen Markt für LCD-TVs auf 30 Prozent erhöht.

## LG.Philips: Testproduktion in neuer LCD-Fabrik gestartet

Der weltweit zweitgrößte Flachdisplay-Hersteller LG.Philips LCD Co. Ltd. hat auf seiner neuen Fertigungslinie für LCD-Panels die Versuchs-Produktion aufgenommen. Laut Erklärung eines Firmensprechers von LG.Philips ist damit eine wichtige Voraussetzung zur planmäßigen Aufnahme der Serienproduktion im

ersten Quartal 2006 erfüllt. Die neue G7 Panel-Fertigungsanlage von LG.Philips wird nach Beginn der Serienproduktion monatlich 45.000 Substrate ausstoßen. Von jedem Glas-Sheet können acht 42-Zoll- Panels hergestellt werden. Ab dem ersten Quartal 2007 soll die Kapazität dann auf 90.000 Glas-Substrate im Monat hochgefahren werden. LG.Philips' südkoreanischer Konkurrent Samsung will im April 2006 ebenfalls eine neue 7G Fertigung in Betrieb nehmen.

## LG.Philips und E Ink: Erstes flexibles 10.1“ Electronic Paper Display

E Ink Corporation, USA, und LG.Philips LCD haben ihren ersten Prototyp eines flexiblen, 10.1 Zoll großen Electronic Paper Displays vorgestellt. Das nur 300 micron dünne, papierweiße Display ist so flexibel wie leichter dünner Karton. Der Prototyp verfügt über eine Bilddiagonale von 257 cm, SVGA-Auflösung mit 600 x 800 Bildpunkten bei 100 Pixeln pro Zoll und ein Kontrastverhältnis von 10:1 bei vier Grau-Abstufungen. Die auf dem Display dargestellten Inhalte erscheinen wie mit einem Ink Jet Drucker gedruckt. Der „E Ink Imaging Film“ kann gebogen und zusammengerollt werden, verbraucht nur ein Hundertstel der Energie eines LC-Displays und hält die auf dem Display dargestellten Bilder und Informationen auch ohne Stromversorgung und ohne Backlight. Als Trägermaterial haben LG.Philips LCD und E Ink eine von Nippon Steel Corporation entwickelte Stahlfolie ausgewählt, die von Sumitomo Corporation in großen Quantitäten geliefert werden kann. Die superdünne Folie widersteht auch den hohen, beim LCD-Produktionsprozeß auftretenden Temperaturen. LG.Philips and E Ink produzieren die gezeigten Muster auf einer Pilot TFT-Linie in Korea und arbeiten nun an der Entwicklung des weltweit größten, flexiblen High Resolution Electronic Paper Displays.

## NEC LCD: High Resolution LCD Panel mit LED Backlight

NEC LCD Technologies Ltd. hat ein 21,3 Zoll großes LCD Panel mit einer Hintergrundbeleuchtung auf Basis von LEDs (Light Emitting Diodes) entwickelt. Der von dem Display reproduzierte Farbraum umfaßt 109% der Adobe RGB Farbdefinition. „Wir haben bei Displays, die Adobe RGB unterstützen, den weltweit höchsten Wert der Farb-Definition verwirklicht“, erklärte ein Sprecher des Unternehmens. Das erste Produkt von NEC LCD Technologies, welches mit dem neuen LED Backlight System bestückt

## Samsung: Mangel an Technologie und Investment bei Herstellern der zweiten Reihe

Der Abstand zwischen führenden Herstellern von TFT/LCD-Panels und LCD-Anbietern der nachfolgenden Ränge vergrößert sich stetig und mit zunehmender Geschwindigkeit. Die technologischen Anforderungen und die Höhe der zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit erforderlichen Investitionen stellen laut Sang Wan Lee, President of Samsung Electronics' LCD Business, für kleinere Unternehmen eine schwer zu überwindende Barriere dar. Für sie wird es bei fallenden Panel-Preisen zunehmend schwerer, technologisch mitzuhalten und die Produktionslinien der nächsten Generationen zu finanzieren, sagt Lee. Die Eigenentwicklung neuer Technologien ist jedoch eine unverzichtbare Strategie zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit. Als Beispiele nannte Lee die von Samsung erreichte Reduzierung der bei der LCD-Produktion benötigten Photomasken, die Entwicklung spezieller Treiber-ICs, die Adaption von Ink Jet Prozessen und die Realisierung von Backlight Modulen mit einfacheren und kostengünstigen Strukturen. Der Bau einer 7G LCD-Panel Produktionslinie kostet mit mehr als drei Milliarden Dollar schon mehr als doppelt so viel wie die Errichtung einer 5G Fabrik, ergänzte Lee.

wird, ist ein Display mit der Auflösung von 1.600 x 1.200 Bildpunkten, einem Helligkeitswert von 250 cd/m<sup>2</sup>, um feine Auflösungen darstellen zu können und dem angehobenen Kontrastverhältnis von 800 : 1, mit dem die Resthelligkeit der schwarzen Pixel um 50% im Vergleich zu den Werten aktueller LC-Displays abgesenkt werden konnte. Angesteuert von einem 10-bit Source Driver stellt das Display 1.07374 Milliarden Farbtöne dar und ist für den Einsatz als hochwertiger Farbbildschirm im Grafik-Bereich, für fotografische Bildbearbeitung und image Processing konzipiert.

## Merck startet Liquid Crystals Produktion in Taiwan

Das Unternehmen Merck Display Technologies (MDT), ein Tochterunternehmen der deutschen Merck KG, des weltweit führenden Herstellers von Flüssigkristallen, hat seine neue Produktionsanlage in Taiwan, Kuanyin, Taoyuan County, offiziell eröffnet. Das sogenannte „Liquid Crystal Center Taiwan“ (LCCT) ist die erste Produktionsanlage für Liquid Crystals Mixtures in Taiwan und zugleich das dritte derartige Center des Unternehmens in Asien. Die ersten Auslieferungen von Liquid Crystals aus der neuen Produktionslinie von LCCT erwartet Alasdair Jeffs, Managing Director MDT Liquid Crystal Business Unit, im April 2006. Die für das LCCT verbaute Investitionssumme beträgt 26,9 Millionen \$US. Die neue Fabrik besteht aus einem sechsstöckigen Komplex mit einer Gesamtfläche von 9.900 Quadratmetern.

## Samsung : High-End LCD Monitore für professionelle Anwendungen

Samsungs neue LC-Display-Reihe ist netzwerkfähig, arbeitet mit kurzen Reaktionszeiten und bietet eine Vielzahl gehobener Ausstattungsmerkmale. Die Modelle der „Advanced LCD Monitor Display Solutions“ sind für den Einsatz im professionellen Audio-Video-Bereich und für Firmen-Umgebungen konzipiert. Die neue Reihe umfaßt zur Zeit den netzwerkfähigen 46-Zoll SyncMaster 460pn (erwarteter Verkaufspreis \$US 6,999), den netzwerkfähigen 40-Zoll SyncMaster 400pn (\$US 5,299) sowie die Großbild-Monitore 46-Zoll SyncMaster 460p (\$US 6,749) und den 40-Zoll SyncMaster 400p (\$US 4,999). Alle Modelle der neuen Familie sollen bereits verfügbar sein. Die neuen Displays sind unter anderem perfekt für den Dauereinsatz als Anzeige-Bildschirme in Einkaufszentren, Flughäfen, Geldinstituten, Finanzplätzen und

stark von Publikum frequentierten öffentlichen Bereichen geeignet. „Samsung stellt eine Anzahl völlig neuer Großbild-Monitore vor, die alle durch den kommerziellen Einsatz bedingten Anforderungen erfüllen können“, erklärt Mark Pickard, Senior Product Marketing Manager Pro A/V Displays, Samsung Information Technology Division (ITD). „Als globaler Technologie-Führer bringt Samsung neue Display-Lösungen mit revolutionären Netzwerkfähigkeiten und High End Ausstattung auf den Markt.“

## Hitachi verlagert Plasma Produktionslinie nach China

Der japanische Elektronik-Hersteller Hitachi hat eine komplette Produktionsanlage für Plasma Display Panels und alle zugehörigen Ausrüstungsgegenstände zu seinem Firmenabnehmer Hitachi Fujian Digital Media Ltd. nach Fuzhou, in der südchinesischen Fujian Provinz, verlagert und dort bereits im Oktober 2005 die Produktion von Plasma Displays aufgenommen. Industrie-Insider berichten, daß bei diesem Projekt durch Verwendung von in China produzierten Einzelteilen und Komponenten eine Reduzierung der Produktionskosten erzielt wird. Laut einer Erklärung des Sprechers von Hitachi Fujian erwartet das Unternehmen, bereits zum Jahreswechsel die Marktführung im mittleren und oberen TV-Segment des chinesischen Marktes zu erringen.

## 19-Zoll-TFT von Samsung: Profi-Display zum Einsteiger-Preis

Mit dem neuen TFT SyncMaster 901B bringt Samsung Electronics ein schnelles Display mit professioneller Ausstattung und Dual Input auf den Markt, daß hervorragend für anspruchsvollen Einsatz in Home und Office geeignet ist. Der DVI-I Signaleingang des 19 Zoll großen Flatscreens ermöglicht den gleichzeitigen Anschluß eines analogen und eines digitalen Eingangssignals und die jederzeit mögliche, wahlweise Umschaltung des auf dem Display angezeigten Bildes zwischen zwei verschiedenen Signalquellen. Mit einer Reaktionszeit von 8 Millisekunden gehört der SyncMaster 901B zu den schnellsten Displays auf dem Markt und stellt auch schnell bewegte Bildabfolgen, wie sie bei Action-Filmen oder lebhaften Spielen die Regel sind, scharf und absolut schlierenfrei in höchster Qualität dar. Die hohe Helligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> in Verbindung mit dem hervorragenden Kontrastwert von 700:1 garantieren auch bei hellem Umgebungslicht beste Bildqualität. Der Betrachtungswinkel des SyncMaster 901B beträgt horizontal wie vertikal 160 Grad. Die physikalische Auflösung des LCD-Panels beträgt 1.280 x 1.024 Bildpunkte. Der SyncMaster 901B ist der ideale Monitor für umweltbewußte Anwender und Energiesparer: Das integrierte Netzteil des Monitors wird beim Ausschalten physikalisch vollkommen vom Netz getrennt und verbraucht deshalb im ausgeschalteten Zustand keine Energie. Die von Samsung speziell für hoch qualitative TFT-Bildschirme entwickelte Software „MagicTune“ erleichtert dem Anwender das Finden der idealen



Bildschirmeinstellung für seine individuellen Bedürfnisse. Die integrierte Kalibrierungsfunktion sorgt für lebensechte und brillante Farben. Samsungs eigene Software „MagicBright“ übernimmt die optimale Kontrolle von Helligkeit und Brillanz. Der Anwender kann mit einem Mausklick die Helligkeit in mehreren voreingestellten Stufen (für Text, Internet, Film) auf die gerade von ihm genutzte Anwendung abstimmen. „Mit dem Samsung SyncMaster 901B bringen wir ein TFT-Display auf den Markt, das den Ansprüchen von Privat-Anwendern ebenso gerecht wird wie den Anforderungen im Arbeitsalltag“, erläutert Senior Product Marketing Manager Samsung Display, Andreas Klavehn. „Wir haben dieses Gerät mit Fähigkeiten versehen, die den Standards beruflicher Anwendungen entsprechen, aber gleichzeitig einen Preis realisiert, der auf die Zielgruppe preis-/leistungsbewußter Endanwender ausgerichtet ist.“ Für den SyncMaster 901B listet Samsung eine dreijährige Vor-Ort-Garantie, mit Stellung eines Austauschgeräts während der eventuellen Reparaturzeit. Der 19 Zoll SyncMaster 901B mit einer Bilddiagonale von 48 cm ist ab sofort zum UVP von 349,- Euro verfügbar.

## Taiwans LCD-TV Hersteller erwarten Verdopplung des Marktvolumens

Taiwans LCD-TV Hersteller erwarten mit großem Optimismus für das vor uns liegende Jahr einen weiteren Anstieg der Nachfrage bei großformatigen Flach-TV Bildschirmen und rechnen mit einem weltweiten Verkauf von circa 42–44 Millionen Flach-TV-Geräten. AU Optronics (AUO) erwartet fast eine Verdopplung des Marktes von 23 Millionen Geräten in 2005 auf 44 Millionen in 2006. Auch Chi Mei Optoelectronics (CMO) erwartet ein Wachstum des LCD TV Panel Marktes um mehr als 80% auf 42 Millionen in 2006. Chi Mei schätzt die Gefahr einer Überproduktion von großformatigen Panels in der zweiten Hälfte 2006 als gering ein, vor allem weil sich eine Knappheit an Schlüsselkomponenten für die großen Displays ankündigt. Chunghwa Picture Tubes (CPT) sieht Anzeichen für eine Nachfrage von 44 Millionen LVD-TV Panels und 36 Millionen LCD-TV-Geräten in 2006. Der Marktbeobachter WitsView Technology rechnet vor: Damit sich die jeweiligen Unternehmensziele aller LCD-Hersteller erfüllen können, müßte sich in 2006 eine Nachfrage von 50 Millionen LCD-Panels einstellen. Das Marktforschungs-Unternehmen WitsView selbst rechnet mit 41 Millionen verkauften LCD-TVs in 2006. evo

# Lautsprecher-Serie Pioneer EX

# „Meisterstück“

Perfektion kann und muß auf überschwengliche Superlative verzichten, denn über den perfekten Zustand hinaus ist eine weitere Steigerung nicht möglich. Von den ersten Konzept-Studien bis zur Vorstellung des fertigungsreifen Produkts war das Ziel für alle an der Entwicklung der EX-Reihe Beteiligten die Realisierung einer Schallwandler-Serie für den Consumer-Markt, die auf den Standards professioneller Tonstudios basiert und sich an den dort gestellten höchsten Ansprüchen orientiert. Zu diesem Zweck setzte Pioneer die gebündelte personelle Kompetenz des renommierten Studiolumlautsprecher-Herstellers TAD (einer Pioneer Tochter) und des Speaker Design Centre (SDC) Paris ein sowie die Erfahrung von nahezu 60 Jahren Forschung im Akustikbereich und bei der Konstruktion und Produktion von Lautsprechern.

## Kompetenz & Image: „Pioneer EX“

Mit Stolz präsentiert Pioneer mit der Baureihe „EX“ ein Heimkino-Lautsprechersystem der absoluten Referenzklasse, das je nach Auswahl und Kombination der eingesetzten Lautsprecherboxen auch hervorragend an hochwertigen zwei- oder mehrkanaligen Audioanlagen eingesetzt werden kann. Für das aufregende Projekt der Entwicklung des EX Lautsprecher-Sets hat Pioneer die fähigsten Spezialisten seines weltweit operierenden Unternehmens auf-



Maik Hildebrandt, Pressereferent Pioneer Electronics Deutschland GmbH: „Die EX-Serie bietet ein exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis, welches im direkten Vergleich mit dem High End Wettbewerb hervorragend aufgestellt ist. Pioneer wird dieses Premium Produkt ab Januar exklusiv über 180 selektierte Fachhandelspartner vermarkten.“

geboten und zu einem Team der weltbesten Audio-Ingenieure zusammengeschießt. Akustik-Spezialisten und Elektronik-Ingenieure aus Japan, den Vereinigten Staaten und Frankreich arbeiteten zusammen mit Audio-Experten der Studio-Lautsprecher-Schmiede „Technical Audio Devices“ (TAD) an der Verwirklichung der EX-Serie, mit deren außergewöhnlichen Eigenschaften Pioneer sicher auch sein traditionelles Image als Lautsprecher-Spezialist der Spitzenklasse nachdrücklich unter Beweis stellen will. Denn schon ab 1937 baut Pioneer Laut-

sprecher und setzt das erworbene Wissen seit 1975 auch in seinem Tochterunternehmen TAD (Technical Audio Device) in hochwertigste Produkte um. „TAD Pro Audio Monitoring Chassis“ werden im professionellen Audio-Bereich seit nahezu 30 Jahren mit dem Prädikat „best of the best“ bedacht. TAD ist Referenzhersteller für professionelle Studiolumlautsprecher. Das manifestiert sich auch in den Lautsprechern der EX-Reihe, die laut dem Urteil namhafter Experten so einzigartig und präzise in der Wiedergabe sind, wie bisher kein anderer vergleichbarer Lautsprecher im Consumerbereich.

## Synthese ausgewählter Komponenten

Nicht nur den Ohren der Zuhörer, sondern auch den Augen der Betrachter bereiten die mit hochwertigen Beryllium-Hochtönern ausgestatteten Lautsprecher-Komponenten der Pioneer EX-Serie ein genußvolles Fest. Die aus edelsten, sorgfältig ausgewählten Materialien angefertigten Lautsprecher-Systeme vermitteln erhabene Klangeindrücke und emotionalisieren Zuhörer durch die mitreißende Dynamik und eindrucksvolle Präzision der reproduzierten Schallereignisse. Pioneers „EX“-Serie steht für die gekonnte Kombination modernster Technologien mit wertvollem Design und für Lautsprecher, nach denen Musikliebhaber mit höchsten Ansprüchen an die Klangqualität schon lange

Ausschau gehalten haben. Die Stand-, Regal- und Centerlautsprecher der „EX“-Serie werden mit hochwertigsten Chassis bestückt: Für absolut präzisen und natürlichen Klang sorgen je zwei 18 cm große TAD-Tieftonlautsprecher mit Carbon-Aramid-Konus, ein konzentrischer TAD-Mitteltönen-/Hochtonlautsprecher mit einem 14 cm großen Magnesium-



EX Tiefton-Chassis mit 18 cm Aramid-Tieftöner, 65 mm Schwingspule Neodym Magnet.

Mitteltönen-Konus sowie ein 2,5 cm TAD Beryllium-Hochtonlautsprecher. Dank der transparenten Klangwiedergabe der TAD Beryllium-Hochtöner sind selbst bei DVD-Audio- oder SACD-Wiedergabe keine zusätzlichen Super-Hochtöner für die kristallklare Reproduktion sehr hoher Frequenzen erforderlich. Durch die Achsen-Symmetrie der Chassis und die exakte Anordnung der Tief-, Mittel- und Hochfrequenzlautsprecher in der idealen Ohr-

Ultra-feste Konstruktion mit bis zu 80 mm Wandstärke, 2 x 18 cm Aramid-Tieftöner, 65 mm Schwingspule Neodym Magnet. Konzentrischer CST-Mittel-/Hochtöner, 3,5 cm Beryllium Hochtöner, 14 cm Magnesium Mitteltöner.



Pioneer EX Set „S-V1EX“ mit 2 Standlautsprechern, 1 Centerlautsprecher und 2 Regallautsprechern.

höhe von einem Meter entfaltet sich der Schall mit idealer Verteilung.

## 2 EX Lautsprecher-Sets, 3 Grundkomponenten

Die Pioneer EX-Reihe wird als zwei unterschiedliche Sets und jeweils in den Farben Wenge oder Beige angeboten: Das Set S-V1EX umfaßt zwei Standlautsprecher, einen Centerlautsprecher und zwei Regallautsprecher. Der UVP beträgt 16.799,- Euro. Das Set S-V2EX umfaßt einen Centerlautsprecher und vier Regallautsprecher. Der UVP beträgt 14.799,- Euro. Die Lautsprecher lassen sich sowohl als 2.0 Stereo Set oder als 5.0 Mehrkanal-System einsetzen. Je nach verwendetem Verstärker ist auch 5.1- oder 5.2-Mehrkanal-Betrieb mit einem oder zwei zusätzlichen Subwoofern möglich. Für diesen Zweck empfiehlt Pioneer den Subwoofer S-W205S zum UVP von 999,- Euro (ebenfalls in Wenge oder Beige). Alle Lautsprecher der Pioneer EX-Reihe sind auch einzeln lieferbar. Beide Sets und die Einzellautsprecher sind in Wenge erhältlich und ab Januar auch in Beige lieferbar.

## S-1EX – Standlautsprecher

Gehäuse: ultra-feste Konstruktion mit bis zu 80 mm Wandstärke, konkaver Frontschliff für perfekte Zeitachse. Ausführungen: Buche, hochglanz / schwarz Teak, matt / schwarz. Chassis: 2 x 18 cm Aramid-Tieftöner 65 mm Schwingspule Neodym Magnet. Konzentrischer CST-Mittel-/Hochtöner 3,5 cm, Beryllium Hochtöner, 14 cm Magnesium Mitteltöner, Frequenzgang: 28 – 100.000 Hz. Wirkungsgrad: 88,5 dB, maximale Belastbarkeit: 200 Watt (6 Ohm). Höhe: 1.296 mm, Breite: 422 mm, Tiefe: 622 mm, Gewicht: 62 kg, UVP: 3.799,- Euro pro Stück



Der Beryllium-Hochtöner mit spezieller Fertigungstechnologie von TAD reproduziert das Audiosignal absolut verzerrungsfrei und ohne Resonanzen.

## S-7EX – Centerlautsprecher

Gehäuse: ultra-feste Konstruktion mit bis zu 74 mm Wandstärke, konkaver Frontschliff für perfekte Zeitachse. Ausführungen: Buche, hochglanz/schwarz, Teak, matt/schwarz. Chassis: 2 x 18 cm Aramid-Tieftöner, 65 mm Schwingspule Neodym Magnet, konzentrischer CST-Mittel-/Hochtöner: 3,5 cm Beryllium Hochtöner, 14 cm Magnesium Mitteltöner. Frequenzgang: 34 – 100.000 Hz. Wirkungsgrad: 88,5 dB, maximale Belastbarkeit: 200 Watt (6 Ohm). Höhe: 291 mm, Breite: 820 mm, Tiefe: 427 mm, Gewicht: 38 kg. UVP: 3.599,- Euro pro Stück

## S-2EX – Regallautsprecher

Gehäuse: ultra-feste Konstruktion mit bis zu 74 mm Wandstärke, konkaver Frontschliff für perfekte Zeitachse. Ausführungen: Buche, hochglanz/schwarz, Teak, matt/schwarz. Chassis: 18 cm Aramid-Tieftöner, 65 mm Schwingspule, Neodym Magnet. Konzentrischer CST-Mittel-/Hochtöner, 3,5 cm Beryllium Hochtöner, 14 cm Magnesium Mitteltöner. Frequenzgang: 34 – 100.000 Hz. Wirkungsgrad: 85,5 dB. Maximale Belastbarkeit: 200 Watt (6 Ohm). Höhe: 565 mm, Breite: 291 mm, Tiefe: 427 mm. Gewicht: 29 kg, UVP: 2.799,- Euro pro Stück. *evo*

# Die neuen GoGear Jukeboxen von Philips

## Mobiler Sound und Foto-Spaß

**Philips präsentiert drei neue MP3-Player mit Festplatte und 2-Zoll-Display, die sogenannten GoGear Jukeboxen. Neben der Wiedergabe von MP3- und WMA-Dateien können die Modelle HDD6320, HDD1620 und HDD1420 Fotos speichern und auf dem Farbdisplay anzeigen.**

Alle drei Player sind mit einem beleuchteten Touchpad ausgestattet. Kombiniert mit Philips' SuperScroll-System, kann sich der Anwender ganz unkompliziert durch die Musik- und Fotosammlung navigieren. Die Menüs und Musik-Tracks werden durch intuitive grafische Icons anschaulich illustriert. Für noch mehr Übersicht können die Musiktitel Kategorien wie Künstler, Album, Genre und Playlists zugeordnet

werden. Bilder von der Digitalkamera können ebenfalls auf dem GoGear gesichert werden. Jukebox und Kamera können mittels des optional erhältlichen Verbindungskabels direkt miteinander verbunden werden. Ausgewählte Fotos werden auf dem großen farbigen LC-Display mit Hintergrundbeleuchtung dargestellt. Die Anzeige ist entweder Bild für Bild möglich oder in einer automatisch ablaufenden Diashow, begleitet von Musik. Die Bilder sind sowohl im Full Screen-Modus als auch als Thumbnails darstellbar. Das SuperScroll-System erleichtert das Finden abgelegter Fotos auf der GoGear Jukebox.

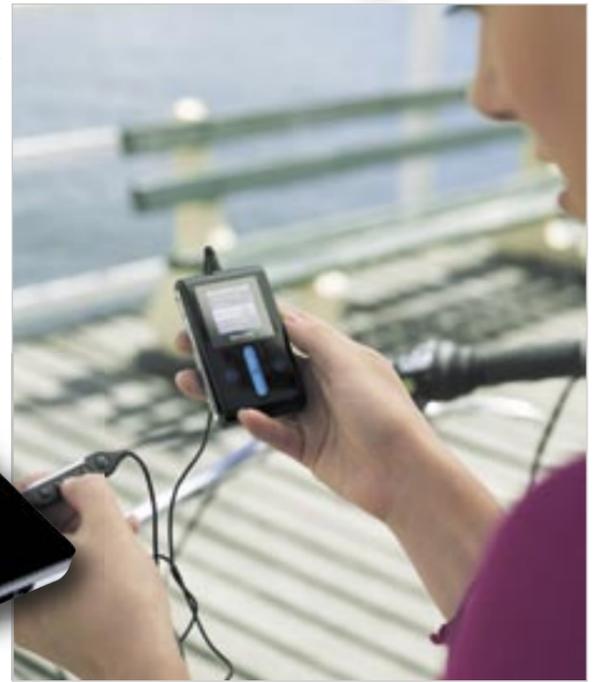
Die GoGear Jukebox HDD6320 kann auf ihrer 30 GB-Festplatte bis zu 15.000 Songs oder ca. 8.400 Bilder speichern, während die GoGear Jukebox HDD1620 auf ihrer 6 GB-Festplatte Platz für etwa 3.000 Songs und ca. 1.600

Bilder bietet. Die Jukebox HDD1420 ist mit einer 4 GB Festplatte ausgestattet (bis zu 2.000 Songs und 1.100 Bilder). Das Überspielen von Musik oder Fotos ist mit den neuen Philips GoGear Jukeboxen äußerst unkompliziert – zum Lieferumfang gehört ein USB-Kabel. Für Audio-Aufnahmen, inklusive Sprachmemos oder Gespräche, besitzen die Player ein integriertes Mikrofon – die Aufnahmen werden als WAV-Dateien gespeichert und können über Kopfhörer oder am PC wiedergegeben werden.

### Kompatibel mit PlayforSure

Die neuen Philips Jukeboxen tragen das PlayforSure-Logo und sind damit kompatibel mit einer Reihe von Musik Download-Angeboten im Internet. Playfor-

*Mit den neuen GoGear Jukeboxen von Philips ist neben dem Abspielen von MP3-Files und WMA-Dateien auch das Speichern von digitalen Fotos und die Aufzeichnung von Audio-Aufnahmen möglich.*



Sure gehört zu einer Initiative von Microsoft. Konsumenten, die eine Philips GoGear HDD Jukebox kaufen möchten, können anhand dieses Logos leicht überprüfen, ob ihr bevorzugter Online-Musik-

Shop die PlayforSure-Initiative unterstützt. Auf diese Weise ist gewährleistet, daß der heruntergeladene Content auf dem Philips Player uneingeschränkt genossen werden kann. *miz*

## Pos Aktuell

### Napster startet Flatrate für Musik

Mitte Dezember hat der früher berühmte Internet-Service Napster in Deutschland sein neues Musikportal eröffnet. Online-Kunden können dort nicht nur einzelne Musiktitel kaufen und auf ihren Rechner herunterladen, sondern auch ein Monats-Abonnement für den unlimitierten Zugriff auf den gesamten Musikcatalog von Napster abschließen. Für 15 Euro monatlich kann der Musikfan alle erhältlichen Titel und Alben abrufen und wann immer er möchte auf bis zu drei Rechnern und bis zu zwei mobilen Abspielgeräten abspielen, bis er das Abo kündigt und die Rechte an den Musiktiteln wieder an Napster zurückfallen.

In Deutschland ist Napster das erste derartige Angebot überhaupt. Für zehn Euro monatlich erhält der Kunde Zugriff auf den gesamten Napster-Musikcatalog zum Anhören und Herunterladen auf bis zu drei Computer. Für 15 Euro monatlich können drei Computer und zusätzlich bis zu zwei mobile Abspielgeräte mit den Musiktiteln bestückt werden. Der Katalog umfaßt 1,5 Millionen Titel, wie Thorsten Schliesche, der Deutschland-Manager von Napster, anlässlich der Vorbereitungen für den Start von Napster in Frankfurt erklärte. Das Angebot basiert auf digitalem Rechte-Management. Alle Titel, die ein Kunde herunterlädt, enthalten nicht nur einen Kopierschutz, sondern auch ein „Haltbarkeitsdatum“, bis zu dem die Musik wiedergegeben werden darf. Wer sein Abo kündigt, verliert die Abspielberechtigung für die Napster-Musikdateien. Parallel zum Abo bietet Napster für 99 Cent auch den Einzelkauf von Musiktiteln an. Ganze Alben kosten zehn Euro. Die Käufe können auch auf CD gebrannt und auf mobile Player geladen werden. Apples iPod wird von Napster nicht unterstützt. „Für den Kunden wird es zunehmend

wichtiger, unterwegs Musik bei sich zu haben“, sagte Schliesche. Die Zahl der selbstgebrannten CDs werde im gleichen Maße zurückgehen, eine Tendenz, auf die sich Napster Deutschland einstelle.

### AVM Fritz!Box informiert VoIP-Anbieter über die Sprachqualität

AVM und iptelorg wollen gemeinsam ein Quality-of-Service-Monitoring einführen, betreiben und weiterentwickeln, um die Qualität von Internet-Telefonie zu verbessern. AVMs Fritz!Box soll zukünftig am Ende eines jeden Gesprächs die SIP Express Router von iptelorg über die Sprachqualität des abgewickelten Gesprächs informieren. Mit den gewonnenen Daten werden sich VoIP-Anbieter ein besseres Bild über die Qualität ihrer Netze machen können. Zu diesem Zweck soll die Fritz!Box von AVM qualitätscharakterisierende Werte an den vermittelnden SIP-Server übergeben, der diese Daten anonymisiert aufbereitet und eine detaillierte statistische Auswertung der Sprachgüte des VoIP-Netzwerks ermöglicht. Die Auswertung erfaßt die Anzahl an Paketverlusten in Sende- und Empfangsrichtung sowie Delay und Jitter der Einzelverbindungen. Bei dieser Methode wird in Echtzeit ein präzises Bild der Netzqualität ermittelt. Die Integration der Qualitätsüberwachung soll ohne Infrastrukturänderungen möglich sein. Entsprechende Module sind für die Fritz!Box und die Monitoring-Erweiterung des SIP Express Routers verfügbar und können von Providern im Rahmen von Feldtests erprobt werden.

### WiMAX Breitband für Kaiserslautern

Nach dem Berliner Bezirk Friedrichshain bekommt nun mit Kaiserslautern der zweite Ort in Deutschland ein kabelloses Breitband-Funknetz für den schnellen Internetzugang. Für die flächendeckende Anbindung an das Internet errichtet das

Unternehmen Arcor nach eigenen Angaben ein WiMAX-Funknetz. Bisher war ein Breitband-Datenzugang für Privathaushalte in weiten Teilen von Kaiserslautern nicht verfügbar, weil dort viele Teilnehmer mit Glasfasertechnik an das Festnetz angebunden sind. DSL-Zugänge können jedoch nur über Kupferleitungen oder Kabelfernnetze bereitgestellt werden. Gegen Zahlung eines monatlichen Pauschalpreises erhalten die zukünftigen Arcor-Kunden eine Internet-Flatrate und eine Sprachflatrate für Telefonate über das Internet ins deutsche Festnetz. Erreichbar ist der Telefon-Anschluß über eine lokale Rufnummer.

Der Begriff „WiMAX“ steht für Worldwide Interoperability for Microwave Access. Dahinter verbirgt sich der Standard IEEE 802.16. Diese Verbindungstechnik ermöglicht per Funk den breitbandigen Internetzugang über weite Distanzen. Im Vergleich zu den üblichen lokalen Funknetzwerken (WLAN), die unter optimalen Bedingungen eine Reichweite von wenig mehr als 100 Metern bieten, lassen sich mit WiMAX bis zu 50 Kilometer überbrücken. Mit Datenübertragungsraten bis zu 70 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) bietet WiMAX eine höhere Geschwindigkeit als WLAN mit 54 Mbit/s. Bei WiMAX kann allerdings immer nur eine der beiden Varianten genutzt werden: Überbrückung großer Distanzen oder schneller Zugang. WiMAX wird vor allem in ländlichen Regionen eingesetzt, die aus technischen oder wirtschaftlichen Gründen nicht mit DSL ausgerüstet werden können.

### Casio Special informiert über „Super Life Battery“

Casio präsentiert die neue Technologie der „Super Life Battery“ jetzt auf [www.exilim.de](http://www.exilim.de) in einem Online-Special, in dem es um technische Details, Kamera-Infos und ein Gewinnspiel geht, bei dem Teilnehmer einen Apple iPod Foto mit 30 GB Speicher und andere attraktive Preise gewinnen können. Dank der neuen „Super Life Battery“ können Besitzer einer Casio

Exilim Digitalkamera, je nach Modell, bis zu 500 Fotos mit einer Akkuladung machen (nach CIPA-Standard) oder bis zu 220 Minuten filmen. Damit ist die „Super Life Battery“ die Casio-Garantie für extralangen Bildgestaltungsspaß: Die Kombination von besonders energie-sparender Technologie mit einem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku ermöglicht ultrakompakte Kameras mit langer Laufzeit.

Die extrem handlichen Kameras verfügen über einen mehrschichtigen, sparsamen Prozessor, der Raum für eine leistungsstarke Energieversorgung läßt. Interessierte können jetzt alle Features der „Super Life Battery“ und der Exilim-Modellreihe im Online-Special unter [www.exilim.de/de/specials/superlife/](http://www.exilim.de/de/specials/superlife/) entdecken. Beim Gewinnspiel winkt als erster Preis ein schwarzer iPod Foto mit 30 GB Speicher. Daneben stehen die Casio Herren-Funkuhr Oceanus OCW-520TDE-1AVEF, das elektronische Wörterbuch EW-G2000 von Casio oder einer von vielen anderen exklusiven Preisen bereit.

### CeWe Color erreicht Jahresziele bereits in Q3

Die CeWe Color Holding AG hat bereits im dritten Quartal ihre Ergebnisziele für das Gesamtjahr erreicht. Das gab das Unternehmen heute bekannt. Die europäische Großfinishing-Gruppe erzielte in den ersten neun Monaten 2005 ein Ergebnis vor Steuern von 27,5 Millionen Euro (Jahresplanung: 26,0 Millionen Euro) und ein Ergebnis nach Steuern von 14,2 Millionen Euro (Jahresplanung: 14,0 Millionen Euro). Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr in den ersten neun Monaten um drei Prozent auf 328,5 Millionen Euro, ging allerdings im dritten Quartal um 5,2 Prozent auf 131,8 Millionen Euro zurück. Das lag nach Angaben des Unternehmens daran, daß der Rückgang der Farbbilder vom Film mit 19,4 Prozent höher als erwartet war. In den ersten drei Quartalen dieses Jahres produzierte CeWe Color 2,726 Milliarden Farbbilder (minus 0,1 Prozent), davon 603,1 Millionen digitale

Prints (plus 81,5 Prozent). Dabei bestellten die Konsumenten 184 Millionen Digitalfotos über das Internet (plus 66,1 Prozent) und 419,1 Millionen Digitalfotos im Handel (plus 89,3 Prozent). Die Durchschnittsgröße der Digitalaufträge stieg erneut – und zwar auf 60 (Internet) bzw. 80 Farbbilder (Handel). Große Hoffnungen ruhen bei CeWe Color auf innovativen Bildprodukten wie dem CeWe Fotobuch, für das im November erstmalig eine Medienkampagne startete, die sich direkt an Konsumenten wendet.

### Fred Seibl folgt Rainer Dick bei der Kodak GmbH

Die Kodak GmbH hat mitgeteilt, daß Rainer Dick, Business General Manager des Geschäftsbereiches Kodak Digital & Film Imaging Systems, Ende des Jahres in den Ruhestand treten wird. Sein Nachfolger wird zum 1. Januar Fred Seibl. Friedrich Wolf bleibt Geschäftsführer der Kodak GmbH, Andreas Lippert behält die Geschäftsleitung Vertrieb für Digital & Film Imaging Systems in Deutschland.

Dick blickt auf 32 Jahre bei Kodak zurück und bekleidete verantwortliche Positionen auf nationaler und internationaler Ebene. 1995 wurde er Leiter des Geschäftsbereiches Kodak Professional in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Jahr 2000 wechselte Dick als Ländermanager von Kodak Professional in die Kodak Europazentrale nach Genf und war für die Aktivitäten dieses Geschäftsbereiches in den Regionen Europa, Afrika und Mittlerer Osten verantwortlich. Am 1. Januar 2004 kehrte er als Leiter des Geschäftsbereiches Consumer & Professional Imaging nach Stuttgart zurück.

Seibl verfügt über 18 Jahre Erfahrung im Management bei internationalen Technologie- und IT-Unternehmen. Zuletzt war er zwei Jahre lang bei dem Telekommunikationsunternehmen VIA Net.Works Inc. als Senior Vice President weltweit für den Mittelstandsbereich und als Geschäftsführer für die deutschen Niederlassungen von VIA und PSINet zuständig.

# Microsoft und Samsung kombinieren Xbox 360 mit HD ready Produkten

## Spiele in bester Bildqualität

**Die Kooperation zwischen Microsoft und Samsung macht das Spielen mit der neuen Xbox 360 zu einem außergewöhnlichen Erlebnis. Gamer können die Spiele nun in hochauflösender Bildqualität erleben: Alle Xbox-kompatiblen Samsung Produkte sind HDTV-fähig.**

Die herausragende Bildqualität, kombiniert mit fortschrittlicher Audiatechnologie, bietet ein realistisches und intensives Spielerlebnis. Die Entertainment-Plattform, die seit dem 2. Dezember 2005 lieferbar ist, bietet als Multimedia-System zahlreiche Anschlußmöglichkeiten für die unterschiedlichsten Produkte. Sowohl auf Plasma- als auch auf LCD-Fernsehern und Monitoren können Xbox-Spiele in hochauflösender Qualität dargestellt werden. Für die Kooperation und um das optimale Zusammenspiel zwischen der Xbox 360 und den Samsung-Produkten zu symbolisieren, wird der koreanische

Elektronikkonzern alle HD-fähigen Produkte mit dem Xbox 360 Logo kennzeichnen.

### Langjährige Partnerschaft

Die strategische Kooperation zwischen Samsung und Microsoft besteht in Deutschland seit 2003. Auf der CeBIT 2005 präsentierten sich Samsung und die Xbox auf einem Gemeinschaftsstand unter dem Claim „Samsung & Xbox – it's good to play together“. Ein knappes halbes Jahr später auf der Games Convention in Leipzig war Samsung der HD-Partner bei der Präsentation der neuen Xbox 360. Dort erhielten die Gamer erstmals einen Vorgeschmack auf das hochauflösende Spielerlebnis. Mit der Markteinführung der Xbox 360 ging die Kooperation in die nächste Runde. Xbox stattet sämtliche PoS-Terminals mit Samsung-Produkten aus. Die Spiele-Fans können sich so direkt vor Ort im Handel vom hochauflösenden, realitätsnahen und intensiven



*Die Kooperation zwischen Samsung und Microsoft soll das Spielen mit der Xbox 360 zu einem außergewöhnlichen Erlebnis machen. Alle Samsung-Produkte, die mit der Xbox kompatibel sind, sind zugleich HDTV-fähig. Damit bietet sich den Gamern eine ganz besondere Bildqualität beim Spielen.*

Spielerlebnis auf Samsung-Geräten überzeugen. Samsung kooperiert mit Xbox jedoch nicht nur auf der Endgeräteseite.

Der koreanische Elektronikonzern liefert mit seinen 512-Megabit Graphic DDR3 Memory Chips auch eine der Kernkomponenten für die Xbox 360. Der Arbeitsspeicher sorgt für eine flüssige Darstellung und beeindruckende Bildqualität.

### Samsung sponsert World Cyber Games

Samsung hat sich bereits zum fünften Mal als weltweiter Hauptsponsor des großen Finales der World Cyber Games (WCG), die im November in Singapur

aller Welt fördern. Anlässlich des großen Finales veröffentlichte das Unternehmen erstmals seine Pläne, körperlich behinderten Menschen durch den Einsatz einer neuen persönlichen Assistenz-Technologie unter dem Motto „Enabled Cyber Gaming“ den Zugang zu der faszinierenden Welt der elektronischen Spiele zu ermöglichen. Auf einer Ausstellungsfläche von 18 mal 24 Metern präsentierte das Unternehmen seine aktuelle Produktpalette von Monitoren, Notebooks, Handys, MP3-Playern und Druckern. Die Besucher bekamen zudem die Möglichkeit, Spiele-Notebooks und Handys vor Ort zu testen.

„Die World Cyber Games sind in den vergangenen Jahren enorm gewachsen und haben ständig an Bedeutung gewonnen“, so Jong Yong Yun, Vice Chairman und CEO von Samsung Electronics sowie Vorsitzender des World



*Samsung war bereits zum fünften Mal Hauptsponsor der World Cyber Games 2005 in Singapur, die im November stattgefunden haben. Das Unternehmen setzte sich dieses Mal insbesondere für behinderte Spieler ein.*

### Samsung Profi-Display zum Einsteiger-Preis

Mit dem TFT SyncMaster 901B präsentiert Samsung Electronics ein schnelles Display mit Dual Input. Das 19 Zoll große Display bietet die Möglichkeit, ein analoges und ein digitales Eingangssignal einzuschleifen. So kann es das Bild von zwei verschiedenen Quellen anzeigen, ohne daß die Geräte jeweils immer neu angesteckt werden müssen. Mit einer Reaktionszeit von 8 Millisekunden ist der SyncMaster 901B besonders schnell. Zügig bewegte Bildabfolgen wie bei Action-Filmen oder lebhaften Spielen werden schlierenfrei und in höchster Qualität dargestellt. Die Helligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> sowie sein guter Kontrastwert von 700:1 sorgen für beste Bildqualität auch bei heller Umgebung und ungünstigen Bedingungen. Der Einblickwinkel des SyncMaster 901B beträgt 160 Grad in horizontaler und vertikaler Richtung, seine native Auflösung liegt bei 1.280 x 1.024.

MagicTune, eine von Samsung eigens für die hoch qualitativen TFTs entwickelte Software, bringt dem Anwender die für seine Bedürfnisse ideale BildschirmEinstellung. Die Kalibrierungsfunktion sorgt für lebensechte und brillante Farben. MagicBright, die Samsung-eigene Software, sorgt für Helligkeit und Brillanz. Per Mausclick kann der Benutzer die Helligkeit in mehreren voreingestellten Stufen (Text, Internet, Film) perfekt auf die gerade genutzte Anwendung abstimmen.

In Sachen Energieverbrauch ist der SyncMaster 901B sehr sparsam: Dank integriertem Netzteil wird er beim Ausschalten physikalisch vom Netz getrennt und verbraucht keinen Strom mehr.

„Mit dem Samsung SyncMaster 901B bringen wir ein TFT auf den Markt, das den Ansprüchen von Privat-Anwendern genauso genügt wie den Anforderungen im Arbeitsalltag“, so Senior Product Marketing Manager Samsung Display, Andreas Klavehn. „Wir haben das Gerät mit Fähigkeiten versehen, die den Standards beruflicher Anwendungen entsprechen, aber gleichzeitig einen Preis realisiert, der auf die Zielgruppe preis-/leistungsbewußter Endanwender ausgerichtet ist.“ Der SyncMaster 901B ist seit Dezember für den Handel lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 349 Euro (inkl. MwSt.).



stattfanden, engagiert. Auch diesmal setzte das Unternehmen wieder neue Maßstäbe beim Integrationsgedanken unter dem Dach des eSports durch das Engagement für behinderte Spieler. Mit seinem großen Ausstellungsstand und täglich ausgelobten Besucherpreisen unterstützte Samsung vor Ort die Teilnehmer aller Nationen. Samsung ist bereits seit dem Jahr 2000 offizieller Sponsor der World Cyber Games. Das Unternehmen nutzt die eSport-Plattform vor allem dazu, die weltweite Spielergemeinschaft und den kontinuierlichen Ausbau der Spiele-Industrie zu unterstützen. Samsung will mit seinem Engagement Freundschaft und fairen Sportgeist zwischen der Jugend aus

Cyber Games Komitees, anlässlich der offiziellen Eröffnungszeremonie. „Diese Veranstaltungswoche steht im Zeichen der Harmonie zwischen den Kulturen.“ Für Thomas Ferrero, Corporate Marketing Director Samsung Deutschland, ist es ein besonderes Anliegen, die WCG 2005 in Singapur zu unterstützen: „Wir wollen mit unserem Engagement bei den WCG die eSportler gleichermaßen begeistern und inspirieren. Bereits auf der CeBIT in Hannover haben wir unser Engagement für die junge eSports demonstriert, indem wir als Hauptsponsor die europäischen Meisterschaften „Euro Cyber Championship 2005“ in großem Umfang unterstützt haben.“ *miz*

## Pos Neuheiten

### Speicherkarten von PNY mit Kapazität bis zu 2 GB

PNY hat die High Speed SD Secure Digital mit Speicherkapazitäten bis zu 2 Gigabyte auf den Markt gebracht. Die Wechselspeicherkarte nimmt dank eines Datendurchsatzes von rund 20 Megabyte pro Sekunde auch unkomprimierte Bilder im RAW-Format in kürzester Zeit auf und bietet so die Möglichkeit, schnell neue Bilder zu machen. Schnell lassen sich auch neue Songs und Videos vom Computer auf den portablen Player oder das Multimediahandy laden. Die Speicherkarte gibt es in drei verschiedenen Ausführungen: in der gängigen 512-Megabyte-Version, in der 1-Gigabyte- und in der bei Fotografen und Musikliebhabern beliebten 2-Gigabyte-Variante. Die 512-MB-Version soll 42 Euro (UVP) kosten, die 1-GB-Card 77 Euro (UVP) und die 2-GB-SD-Card 142 Euro (UVP).

### Hama stellt Mousepads für Spielefans vor

Hama stellt zwei Mausunterlagen speziell für Spielefans vor, mit denen der Cursor durch die Spielwelten düst. Vollblutfans des Spiels Counterstrike beweisen mit dem Vario-Pad Counterstrike, das Hama in Zusammenarbeit mit Compad entwickelt und designed hat, echte Treue. Eine typische Szene des berühmten Räuber-und-Gendarm-Spiels zielt in Gelbtönen die Oberfläche, die für perfekte Gleiteigenschaften mit einem feinen Mikroraster durchzogen ist. Eine aalglatte,



feingekörnte Oberfläche, gepaart mit rutschhemmender Unterseitengummierung, ergibt das neue Slide-Pad von Hama. Blitzschnelle Mausbewegungen bei geringem Widerstand, Wasserfestigkeit und leichte Reinigung sind seine Kennzeichen. Das stabile Polycarbonat-Pad verhindert dank seiner speziellen, abgerundeten Form aufgeschuete Handballen. Die Übergröße ist speziell für Spiele mit weiten Mausbahnen von Vorteil. Zu haben ist das Slide-Pad in Blau, Grün, Orange, Anthrazit und Transparent.

### Erfolgsmarke startet mit Gamer Xtreme PC

Eine der erfolgreichsten PC-Marken Deutschlands wird wiederbelebt. Das Topmodell der neuen Produktlinie Comtech Syntesis ist der Gamer Xtreme PC. Seine Ausstattung ist auf Power Gaming und digitale Unterhaltung abgestimmt. Comtech bietet das Toppystem derzeit zum Einführungspreis von 999 Euro (inklusive MwSt.) im Direktversand an. „Wir werden mit PC-Systemen in hoher Verarbeitungsqualität, die in Deutschland auftragsgefertigt werden, Erfolg haben“, glaubt Comtech-Chef Joachim Ehmann. „Der Preis muß allerdings auch im Vergleich mit A-Brands und Discounter-Aktionsware überzeugen. Mit unserer Erfahrung schaffen wir das.“ Ehmann übernahm die Markenrechte und die Domain www.comtech.de im Jahr 2004. Auch die anspruchsvollsten PC-Spielefans will der Comtech Syntesis Gamer Xtreme PC mit der 256 MB Grafikkarte

### BenQ DV3750: HD-fähiger LCD-TV mit höchstmöglicher Auflösung



BenQ hat einen LCD-TV mit der höchstmöglichen HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.080 Punkten vorgestellt. HD ready fordert eine Mindestauflösung von 1.280 x 720 Punkten. Der BenQ DV3750 ist einer der wenigen 37-Zoller, die die echte maximale HD-Auflösung nicht nur anzeigen, sondern auch auflösen können. Er erlaubt somit die optimale Darstellungsqualität, die hochauflösendes Fernsehen anbietet. Der BenQ DV3750 weist eine Reaktionszeit von 8 ms auf. Des Weiteren bietet er einen Helligkeitswert von 550 cd/m<sup>2</sup>, einen Kontrast von 800:1 und einen Blickwinkel von 170°. Neben der DVI-Schnittstelle mit HDCP-Kopierschutz und zwei analogen Komponenteneingängen, stehen noch zwei Scart-, zwei S-Video-, zwei Composite- und ein 15pin mini D-Sub-Eingang für den Anschluß von Zuspilern und

PC zur Verfügung. Durch die Nutzung des SRS TruSurround XT und Virtual Dolby Surround II (nur für PAL-System) bietet das Gerät einen virtuellen 5.1 Surround-Raumklang. SRS TruSurround XT optimiert den Klang der Bässe für einen intensiven Filmgenuß. Die Senseye-Technologie von BenQ sorgt für eine dynamische Optimierung der Bildqualität. Hinter dieser Technologie steht BenQs Philosophie, die Leistungsfähigkeit des menschlichen Auges optimal auszuschöpfen. Die Senseye-Technologie optimiert die Farbbrillanz, den Kontrast und die Schärfe des Bildes. Im Gegensatz zu konventionellen Displays trennt Senseye die Farbsignale, um jedes einzelne Signal individuell abstimmen zu können. Das Menü des BenQ DV3750 bietet zusätzlich die Möglichkeit, die Farben individuell einzustellen.

nVidia GeForce 7800 GT begeistern. Zwei DVI- und ein TV-Ausgang sorgen für wirkungsvolle Darstellung – auf QXGA-Bildschirmen mit bis zu 2.048 x 1.536 Bildpunkten. Ein TV-Tuner mit Fernbedienung für analogen und DVB-T Empfang bringt Unterhaltung zwischen den Game Sessions. Als Prozessor ist ein AMD Athlon 64 3500+ eingebaut. Der Hauptspeicher mit zwei 512 MB DDR 400 Dual Channel Modulen ist so großzügig bemessen, daß auch bei Echtzeit-Strategiespielen die Daten hemmungslos fließen. Das Betriebssystem Microsoft Windows XP Home ist als OEM-Version installiert. Für sofortigen Spielspaß legt Comtech auch Age of Empire III von Microsoft ins Paket. Die Ausstattungsliste des neuen Comtech PC unterstreicht die Preisleistung: Sound und Gigabit-LAN onboard, Double-Layer DVD-Writer mit kompletter Software zum Brennen und Abspielen von DVDs und CDs sowie ein 11-in-1 Kartenleser sind eingebaut. Auch Maus und Tastatur in passendem Schwarz-Silber werden mitgeliefert. Im Garantiefall organisiert Comtech die kostenfreie Abholung und Rücklieferung beim Kunden. Der Käufer hat die Sicherheit einer 24-Monate-Garantie und der Behebung von Schäden im herstellereigenen Servicecenter.

### DVD-Brenner GSA-5169D von LG brennt alte Filme



LG hat eine einfache Lösung auf den Markt gebracht, um (analoge) Filme in bester digitaler Qualität auf DVD zu bannen: den One-Touch DVD-Brenner GSA-5169D. Seine integrierte AV-Capture-Funktion ermöglicht es, Filme vom Videorekorder, Camcorder, Mediagate oder von jeder anderen Audio-Video-Quelle auf Knopfdruck zu überspielen. Mit dem AV-Capture-Genie GSA-5169D will LG erneut seine führende Position bei konvergenten Technologien, die Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie zusammenwachsen lassen, unter Beweis stellen. Noch nie war es den Angaben des Herstellers zufolge einfacher, Filme aus jeder AV-Quelle digital zu speichern – sogar direkt von der Videokassette. Vor der ersten Aufnahme muß lediglich die mitgelieferte Software auf den PC oder das Notebook aufgespielt werden. Dank Installationsautomatik geschieht dies fast von allein. Danach wird der LG GSA-5169D über die Composite- oder S-Video-Schnittstelle an den Videorekorder, den Fernseher oder den Camcorder angeschlossen. Die Verbindung zum Rechner läuft via USB-Host. Ist die One-Touch DVD-Software einmal auf dem Rechner installiert, startet die Aufnahme vom AV-Gerät auf Knopfdruck.

Mit Hilfe der Software lassen sich die Filme auch leicht nachbearbeiten. In den USA hat die One-Touch-Software bereits Bestnoten für besonders einfache, nutzerfreundliche Bedienung erhalten. Zusätzlich zum hohen Bedienkomfort liest und schreibt der Super Multi DVD-Bren-



ner alle gängigen DVD- und CD-Formate. Außerdem unterstützt der GSA-5169D das DVD-RAM-Format. DVD-RAM-Rohlinge lassen sich bis zu 100.000mal wiederbeschreiben und kommen dadurch den Eigenschaften einer Festplatte sehr nahe. Der externe DVD-Brenner ist ab sofort zur unverbindlichen Preisempfehlung von 149 Euro verfügbar.

### 3D-Karten in Fotoqualität bei Siemens VDO



Siemens VDO will die automobilen Navigation in eine neue Dimension bringen. Um dem Autofahrer die Orientierung noch weiter zu erleichtern, entwickelt das Unternehmen deshalb eine dreidimensionale Kartendarstellung in

Fotoqualität. Mit einem detailgetreuen Abbild der Wirklichkeit, Hunderten von digital integrierten Orientierungspunkten und der realistischen Simulation ganzer Stadtviertel sollen Autofahrer selbst an komplizierten Kreuzungen und in fremden Metropolen künftig noch einfacher und vor allem sicherer zum Ziel finden. Die Entwicklung dieser State-of-the-art-Navigation basiert auf der offenen und frei skalierbaren System-Plattform TLA (Top Level Architecture). Die Serienfertigung ist ab Ende 2007 vorgesehen.

Für die dreidimensionale Darstellung in einer bislang nicht erreichten Bildqualität setzt Siemens VDO das digitale Abbild der Wirklichkeit erstmals auch gleich drei Landkarten zusammen. Die Basis bildet ein sogenanntes „Digital Terrain Modell“ (DTM), mit dem die Erdoberfläche in kleine Quader zerlegt wird. Anhand dieser Cluster läßt sich der Geländeverlauf mit Höhen und Tiefen sehr detailliert nachzeichnen. Über dieses Gitternetz legen die Entwickler digitalisierte Satelliten- oder Überflugaufnahmen. Als dritte Lage wird dann die digitale Straßenkarte in die Abbildung integriert, so daß der Fahrer stets einen aktuellen und umfassenden Blick auf die Streckenführung bekommt.

Highlight der 3D-Navigation von Siemens VDO ist die fotorealistische Darstellung urbaner Szenarien. Zur besseren Orientierung in Großstädten hat das Unternehmen deshalb zahlreiche berühmte Bauwerke digitalisiert und mit einem sehr präzisen Abbild der Realität in der Datenbank integriert. Zudem werden viele Gebäude anhand ihrer Grundrisse vom Rechner konstruiert. So entstehen auf dem Monitor wirklichkeitsgetreue Abbildungen ganzer Straßenzüge, die der Autofahrer ohne jede Verzerrung wie durch das Zoomobjektiv einer Videokamera aus jeder gewünschten Perspektive betrachten kann.

Im Gegensatz zu anderen Navigationssystemen stehen die Orientierungspunkte bei Siemens VDO nicht isoliert in der Karte, sondern sind vollständig mit dem gesamten System und den Datenbanken weiterer verfügbarer Informationsanbieter verlinkt. Auf Tastendruck können deshalb zu jedem wichtigen Bauwerk touristische Hinweise, Öffnungszeiten oder Adreßdaten abgefragt, Telefonverbindungen oder Zielverknüpfungen hergestellt werden. Bis zum geplanten Serienanlauf des Systems zum Ende des Jahres 2007 wird Siemens VDO mit den Datenbankanherstellern auf diese Weise bereits die 100 bedeutendsten Städte in Europa abdecken.

Mit der dreidimensionalen Navigation verbessert Siemens VDO aber nicht nur die Darstellung. Der Technologieführer

ermöglicht eine Reihe neuer Funktionen, die das Fahren auch in schwierigen Situationen einfacher und entspannter machen. So öffnet das System künftig vor komplizierten Verkehrskreuzungen automatisch ein neues Kartenfenster mit einer dreidimensionalen Zoom-Darstellung der entsprechenden Kreuzung. Gerade bei Hochstraßen, Brückenauffahrten und Autobahnkreuzen kann die neue Navigation von Siemens VDO zuverlässig zwischen verschiedenen Ebenen und Fahrspuren unterscheiden. Zudem eröffnet die 3D-Navigation dank ihrer detaillierten Landschaftsprofile auch neue Möglichkeiten für die Fahrer von Geländewagen, so daß Off-Road-Strecken künftig geplant werden können.

Bei der Wahl der Kartendarstellung läßt Siemens VDO dem Autofahrer freie Hand. Egal ob Monitor oder Head-Up-Display – auf Knopfdruck wird der Kunde zwischen



einer konventionellen Landkarte, der Vogelperspektive oder einer dreidimensionalen Abbildung wechseln können. Im Splitscreen können verschiedene Darstellungen in unterschiedlichen Maßstäben parallel betrachtet werden.

In einem nächsten Entwicklungsschritt werden Kreuzungssituationen noch übersichtlicher, weil der Bordrechner automatisch und binnen weniger Sekundenbruchteile das gesamte Szenario samt Fahrbahnmarkierungen und Beschilderung fotorealistisch nachbildet und die geplante Wegstrecke in die dreidimensionale Grafik legt.

Möglich werden solche Funktionen und Applikationen mit der Top-Level-Architektur (TLA) von Siemens VDO. Diese offene und frei skalierbare Plattform bietet mit standardisierten Schnittstellen die nötige Flexibilität, um Trends, Entwicklungen und Technologien schnell und effizient in ein Fahrzeug integrieren zu können.

### Vier neue Röhrenfernsehgeräte von Daewoo Electronics



Daß Röhrenfernseher nach wie vor eine gute Wahl sind, will Daewoo Electronics mit vier neuen Modellen zeigen, die durch modisches Design auffallen und technisch topaktuell sind. DTH-29G2-100D und DTY-21G2 haben eine Real Flat Bildröhre, DTY-25G6S und 14CB2T eine Black Screen Bildröhre mit Bild-diagonalen von 37 bis 72 cm. Die 72 cm Real Flat Bildröhre des DTH-29G2-100D arbeitet mit 100 Hertz-Technik und sorgt damit für scharfe Bilder ohne Flimmern. Beim Ansehen von Filmen kann die Formatschaltung auf automatisch, 14:9 oder 16:9 eingestellt werden. Der 2 x 70 Watt Sound der Stereo-Lautsprecher kann über einen Fünf-Band-Equalizer individuell angepaßt werden; zum guten Ton gehören die automatische Lautstärkenanpassung und das Rauschreduzierungssystem.

Das gleiche Design hat der DTY-21G2, aber eine kleinere, 55 cm Real Flat Bildröhre sorgt für beste Bildqualität. Mit 2 x 45 Watt Musikleistung bietet er erstklassigen Klang mit Sound-Effekten. Der DTY-25G6S gehört zu den klassischen Modellen bei Röhrenfernsehern und bietet eine 63 cm Bildschirmdiagonale sowie 2 x 70 Watt Musikleistung. Das Design strahlt eine zeitlose Eleganz aus und paßt nach Meinung des Herstellers in jede Umgebung.

Besonders gut als Zweitgerät eignet sich der 14CB2T: Sein Bildschirm mit 37 cm Diagonale wird von einem äußerst kompak-

ten Gehäuse eingerahmt. Durch seine moderne technische Ausstattung bietet der Kleine alles zum entspannten Fernsehen.

Alle Modelle haben einen automatischen Sendersuchlauf und 100 Programmspeicherplätze. Das mehrsprachige Bildschirmdialogsystem führt durch die unterschiedlichsten Funktionen, die eingestellt werden können, wie zum Beispiel den Timer. Der Cinch-AV-Eingang ist bei DTH-29G2-100D, DTY-21G2 und DTY-25G6S über die Front zugänglich, und diese Geräte verfügen im Vergleich zum 14CB2T über zwei Scart-Buchsen. Die drei größeren Fernseher können durch ihr Multinormsystem unterschiedliche Standards empfangen.

Beim 14CB2T sind es PAL/SECAM BG und AV-NTSC. Als Top-Text zeigen die größeren Geräte den Videotext an und können zehn Seiten speichern.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die neuen CRT-TVs von Daewoo Electronics sind: DTH-29G2-100D 599,00 Euro, DTY-21G2 349,00 Euro, DTY-25G6S 349,00 Euro, 14CB2T 129,00 Euro.



# Wirklich „All in One“: HIGH-DEF BoxOne

Die Idee einer universalen Media-Box, die alle verbreiteten Anwendungen der Unterhaltungselektronik mit den Funktionen eines Hochleistungs-Computers verbindet und über eine auf dem TV-Bildschirm dargestellte Benutzeroberfläche bedienbar macht, ist folgerichtig und müßte mit Blick auf die damit verbundenen Vorteile bei potentiellen Käuferschichten hohe Akzeptanz finden. Daß derartige Geräte bisher keine nennenswerte Verbreitung finden konnten, lag nicht an einem Bedarfsmangel, sondern an der umständlichen und inakzeptablen Handhabung und Bedienung der bisher auf den Markt gebrachten Produkte. Die HIGH-DEF BoxOne des deutschen Herstellers und Entwicklers HIGH-DEF Technology GmbH, Hamburg, setzt voll auf die perfekte Integration der eingesetzten Hardware und ein nahtloses, intuitives Bedienungskonzept.

## Für den PC im Wohnzimmer bereit

Laut einer von der dpa in Auftrag gegebenen Umfrage des Marktforschungsinstituts „polis“ ist mehr als die Hälfte der deutschen Verbraucher bereit, im Wohnzimmer einen PC als Unterhaltungsgerät einzusetzen: 55 Prozent der Befragten können sich vorstellen, daß in ihrem Haushalt Geräte wie CD-Spieler, Videorekorder oder Stereoanlage durch einen Computer ersetzt werden. 40 Prozent der Befragten lehnten es ab, die Unterhaltung im Wohnzimmer über einen PC laufen zu lassen. Für neue Technologien zeigten sich vor allem jüngere Konsumenten offen, bei denen 75% der 14- bis 34jährigen einen PC im Wohnzimmer akzeptieren würden, wogegen sich bei den über 55jährigen nur noch 30% eine solche Lösung vorstellen können. Es darf bezweifelt werden, ob die Fragestellung nach einem „PC im Wohnzimmer“ zur Entscheidungsfindung tauglich ist. Denn im Zuge der Digitalisierung der Unterhaltungselektronik hat der Computer schon lange im Wohnzimmer Einzug gehalten: Ganz gleich ob Settop-Box, Home Cinema Receiver, Personal Video- oder DVD-Recorder, in jedem dieser Geräte sind im Verbund mit Software-Routinen Prozessoren, integrierte Schaltungen, Speicher- oder Grafik-Chips, also Computer, damit beschäftigt, uns zu unterhalten. Deshalb lautet die entscheidende Frage: Können Sie sich vorstellen, statt mehreren, durch zahlreiche Kabel miteinander verbundenen digitalen Geräten in Zukunft nur noch ein einziges derartiges Gerät im Wohnzimmer stehen zu haben, das perfekt alle Funktionen der bisherigen Einzelgeräte erfüllt?

## HIGH-DEF BoxOne – die Unterhaltungsmaschine

Unglaublich, aber Fakt: Die schlank und elegant gestaltete „BoxOne“ stellt ihrem Benutzer die vollen Funktionen der nachfolgend aufgeführten Geräte der Unterhaltungselektronik auf hohem Qualitätsniveau, ohne jede Einschränkung und per Fernbedienung bedienbar, zur Verfügung: analoges und digitales (DVB-T) Fernseh- und Radio-Empfangsgerät mit elektronischem Programm Guide, digitaler Videorecorder und Tonaufnahmegerät, DVD-Abspielgerät (DVD-Player), CD-Player, DVD- und CD-Brenner,

Vorführgerät für Dia-Shows und Foto-Sammlungen (Alben), Musik-Jukebox, komfortables Internet-Surfboard und eMail-Office. Außerdem steht mit der BoxOne ein Hochleistungscomputer mit Multimedia-Ausstattung für Office-Anwendungen, Bild- und Video-Bearbeitung oder Computerspiele bereit. Die Verbindung zu stationären und mobilen Geräten der Unterhaltungselektronik oder zu Video- und Digital-kameras, Computern oder Notebooks läßt sich



wahlweise über verbreitete Kabel-Schnittstellen, Ethernet (LAN) oder Anbindung an Funknetzwerke (WLAN) herstellen. Für

sorgen ausgesuchte Hardware-Komponenten wie das haus-eigen entwickelte Intel Pentium M Motherboard mit Heatpipesystem zur Wärmeabfuhr, das flüsterleise Laufwerk,

die schallgedämpft aufhängte 200 GB Festplatte und ein lüfterloses Chassiskonzept mit Voll-Aluminium-Gehäuse und seit-

lichen Kühlrippen zur Wärmeabfuhr. Der zum UVP von 1.499,- Euro bereits erhältlichen BoxOne von HIGH-DEF sollen im Frühjahr 2006 die BoxTwo mit integriertem Verstärker für bis zu sechs Lautsprecher und der 94 cm HD ready Flatscreen FlatOne mit integrierter Streaming-Technik zum Empfang von Audio und Video folgen.

den reibungslos zuverlässigen Betrieb sorgt Microsoft Windows XP basierte „Media Center Edition“, von der Anwender genau so viel oder so wenig zu sehen bekommen, wie sie möchten. Das gilt auch für die umfangreiche Hardware-Ausstattung der BoxOne. Für den im Wohnbereich erwünschten geräuscharmen Betrieb

evo

# NOCH NIE EIN DIGITALFOTO GEMACHT UND SCHON EXPERTE.

Schneller und einfacher kommen Sie zu Hause kaum zu Ihrem Digitalfoto: Mit KODAK EasyShare Digitalkameras und Druckerstationen wird Fotografieren und Drucken zum Komplettvergnügen (ab 29 Cent\* pro 10x15-Abzug). Mit KODAK Fotopapier, Farbkassetten sowie Zubehör, ohne Kabelgewirr, technisches Kauderwelsch oder einen zusätzlich notwendigen Computer. Werden Sie jetzt zum Digitalfoto-Experten – auf Knopfdruck. Besonders günstige Angebote für das KODAK EasyShare Printer-Kit bekommen Sie aktuell im Fachhandel. Erfahren Sie jetzt mehr unter [www.kodak.de](http://www.kodak.de)

**Kodak**



ORIGINAL KODAK  
QUALITÄTSBILDER,  
AB 29 CENT\*  
PRO 10X15-BILD

\* bei einer unverbindlichen Preisempfehlung von € 46,40 für ein KODAK Printer-Kit mit 160 Blatt

# NEC mit neuen Präsentationsprofis

## Lichtstarke LCD-Projektion und WLAN

**Mit den beiden Modellen LT280 und LT380 präsentiert NEC zwei neue Projektoren für professionelle Präsentationen. Die Geräte sind highspeed WLAN-fähig und gewährleisten eine komfortable Wireless- und Netzwerkhandhabung.**

Die Helligkeit der beiden Projektoren hat NEC im Vergleich zu den Vorgängermodellen erhöht: Der LT280 projiziert mit einer Licht-

stärke von 2.500 ANSI Lumen und der T380 mit einer Lichtstärke von 3.000 ANSI Lumen. Beide Projektoren nutzen die LCD-Wiedergabetechnik und haben eine Kontraststärke von 600:1. Die Projektoren erreichen die XGA Auflösung (1.024 x 768 Pixel) und überzeugen mit einer beachtlichen Wiedergabequalität. Die high-speed WLAN-Fähigkeit und die im Lieferumfang enthaltene Software ImageXPress Utility 2.0 lassen eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten zu und garantieren eine deutlich komfortablere Wireless- und Netzwerk-

handhabung. Mit diesen Komponenten können die Projektoren auch in ein vielfach segmentiertes Netzwerk integriert werden. Dank des WLAN IEEE 802.11g-Standards hat sich die Daten-Übertragungszeit von ehemals 700 ms auf 500 ms reduziert und ist somit um 30 Prozent schneller als zuvor. Für die digitale Zukunft sind die Geräte bestens ausgerüstet. Der LT380 ist mit einer DVI-D Schnittstelle (HDCP Unterstützung) ausgestattet. Das weite Spektrum an Anschlüssen eröffnet zahlreiche Möglichkeiten bis hin zur Option, Präsentationen ohne Notebook



per PCMCIA-Karte bzw. USB-Stick abzuhalten. Dank ihres geringen Gewichts von nur 3 Kilogramm und ihren kompakten Maßen von

294 x 288 x 120 mm (B x T x H) sind die neuen NEC Projektoren flexibel und ohne großen Aufwand einsetzbar. *miz*

### PoS Aktuell

#### Neuer Country Manager und neuer Director OEM Business bei Lexar

Lutz Brüning ist jetzt beim Festspeicher-Spezialisten Lexar Media als Country Manager für das Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich. Er löst Ulrich Weigelt ab, der ab sofort als Direktor das OEM-Geschäft von Lexar in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika aufbaut. Brüning war mehr als fünf Jahre als Marketing Director und stellvertretender General Manager für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Kodak in Stuttgart tätig. Zuvor arbeitete er in unterschiedlichen Verkaufs- und Marketingpositionen bei der Deutschen Unilever und betreute dort unter anderem die Marken Axe, Rexona, Pond's und Timotei.

#### Peter Keller scheidet aus Euronics Vorstand aus

Peter Keller hat mit dem Aufsichtsrat der Euronics Deutschland eG einvernehmlich sein Ausscheiden aus dem Vorstand vereinbart, heißt es in einer Pressemitteilung der Verbundgruppe. Grund hierfür seien unterschiedliche Auffassungen über die weitere strategische Entwicklung der Euronics eG. Wolfgang Weichhold, Vorsitzender des Euronics Aufsichtsrats, drückte Keller seinen Dank für die langjährige erfolgreiche Zusammenarbeit aus.

#### T-Online komplettiert den „Data Sync“-Dienst

T-Online komplettiert seinen bestehenden Dienst „DataSync“ um die neue Synchronisationssoftware „DataSync Outlook“. Damit ist es T-Online Kunden jetzt möglich, neben dem Datenabgleich zwischen der eMail Software 6.0, des Mobiltelefons und des T-Online Adreßbuches auch die Kontaktverwaltung zwischen Microsoft Outlook (Express) und dem T-Online Adreßbuch vorzunehmen. Dabei gleicht die Software die vorhandenen Einträge aus den verschiedenen Adreßbüchern automatisch miteinander ab und korrigiert abweichende Angaben. Basis ist immer der aktuellere Kontaktdatenbestand. Unabhängig also, ob PC oder Handy, Outlook, eMail 6.0 oder T-Online Adreß-

buch: Über die drei Synchronisationstools „DataSync Outlook“, „DataSync eMail Software 6.0“ und „DataSync Handy“ bleiben Kontaktdatenbestände jederzeit aktuell und abrufbar. „DataSync Outlook“ ist kompatibel zu allen Outlook-Versionen ab 2000 und Outlook Express ab Version 5. Um „DataSync Handy“ nutzen zu können, ist ein SyncML-fähiges Handy erforderlich, das von T-Online als dienstkompatibel getestet und freigegeben wurde. Etwa zwei Drittel der neuen Handymodelle unterstützen diesen Datenaustauschweg. Die Software „DataSync Outlook“ steht allen T-Online Kunden ohne Zusatzkosten zur Verfügung und kann unter [www.t-online.de/datasync](http://www.t-online.de/datasync) heruntergeladen werden. „DataSync Handy“ kann von T-Online Kunden zum Preis von monatlich 0,95 Euro gebucht werden. „DataSync eMail Software 6.0“ ist ein integrierter Bestandteil von T-Online eMail 6.0.

#### Bose ist Superbrand Germany 2005

Eine mit Experten aus Wirtschaft und Politik besetzte Jury der internationalen Superbrands-Organisation hat Bose den Titel Superbrand Germany 2005 verliehen. Diese besondere Auszeichnung ist Anerkennung für hervorragende Markenführung und bewertet insbesondere Markendominanz, Kundenbindung, Goodwill sowie Langlebigkeit und Markenakzeptanz. Neben der starken Marke mit hohem Bekanntheitsgrad würdigte die Jury auch das selektive Partner 2000 Vertriebskonzept. In der Begründung der Auszeichnung heißt es: „Das Bose-Vertriebskonzept gilt heute als beispielhaft in den europäischen Märkten.“

#### Bei mobilcom gibt es auch SMS als Paket

Inklusivpakete sind bei Mobilfunk-Verträgen längst ein bewährter Spartip. Waren bisher vor allem Telefonminuten paketweise im Angebot, liefert mobilcom seinen Vertragskunden jetzt auch SMS in der „günstigen Großpackung“: Zu vielen Verträgen des Serviceproviders lassen sich ab sofort die „Free SMS-Pakete“ hinzubuchen. Sparsame Simser haben dabei die Auswahl zwischen vier Größen von monatlich 50 bis 500 Kurznachrichten. Für monatlich 7,50 Euro lassen sich je 50 SMS verschicken. Somit sinkt sogar beim kleinen SMS-Paket der Preis bereits auf 15 Cent. Nur 13 Cent pro 160-Zeichen-Nachricht zahlt, wer monatlich 100 SMS für 13 Euro bucht. Im 200er Paket für

24 Euro sinkt der Preis auf zwölf Cent. Und wer die Finger kaum noch von der Handytastatur lassen kann, kommt mit 500 SMS für 49,50 Euro – also 9,9 Cent pro Nachricht – besonders günstig weg. Die „Free SMS-Pakete“ sind ab sofort in vielen mobilcom-Laufzeitverträgen buchbar. Nach der Mindestlaufzeit von drei Monaten lassen sich die Pakete jederzeit mit einer Frist von zwei Wochen kündigen. Technische Voraussetzung ist lediglich die Einstellung des Handys auf eine der folgenden SMS-Zentralrufnummern: T-Mobile: 0171/0760315; Vodafone: 0172/2270880; E-Plus: 0177/0602300; O<sub>2</sub>: 0176/0000462. Nicht möglich ist eine Kombination der mobilcom-SMS-Pakete mit SMS-Kontingenten der Netzbetreiber wie zum Beispiel bei den Tarifen Relax SMS 40 oder Vodafone SMS 300. Das Angebot gilt zunächst bis 31. Mai 2006.

#### Stefan Vitzithum wird Vorstand der Brodos AG

In der turnusmäßigen Aufsichtsratsitzung ist Stefan Vitzithum Anfang Dezember zum Vorstandsmitglied der Brodos AG bestellt worden. Die Bestellung erfolgte mit Wirkung vom 1. Dezember an. Der 1977 in Nürnberg geborene Vitzithum gehört dem Unternehmen seit Juli 2000 an. Seit Januar 2002 ist er bei Brodos Geschäftsführer des Bereiches Einkauf und Produkte. Nach dem Abitur begann er seine Karriere im Nokia System Center in Nürnberg, wo er nach kurzer Zeit als Vertriebsleiter vor allem für die Händlerbetreuung zuständig war. Er begleitete



dann den Aufbau der Nokia-Shops in Nordbayern und entwickelte mit Netzbetreibern und Providern Strategien zur erfolgreichen Vermarktung in den neu geschaffenen Strukturen. 2002 beendete Stefan Vitzithum erfolgreich eine berufsbegleitende Ausbildung zum Betriebswirt bei der IHK. Mit der Expansion von myeXtra, der ersten unabhängigen Handykette Deutschlands, ist auch der Bereich Einkauf und Produktmanagement stark

angewachsen. Stefan Vitzithum wird sich künftig mit einem personell verstärkten Team der Herausforderung stellen, die begonnene Entwicklung weiter voranzutreiben und die neue Gattung „unabhängige Handykette“ marktführend zu positionieren. Die Verstärkung des Vorstandes wurde notwendig, um der Expansion der Brodos AG/myeXtra und der wachsenden Anzahl von Mitarbeitern Rechnung zu tragen. Der Vorstand der Brodos AG besteht nun aus drei Personen: Dominik Brokelmann (Vorsitzender), Wolfgang Disch (IT) und Stefan Vitzithum (Einkauf/Produktmanagement).

#### easyMobile-Kunden telefonieren kostenlos

Mit der seit 7. Dezember gültigen Tarif-Aktion setzt easyMobile.de einen neuen Preis-Benchmark: Telefonie und SMS ab null Cent pro Minute, bei null Euro Grund- und null Euro Anschlußgebühr. Alle easyMobile.de-Kunden, sowohl bereits bestehende als auch alle neuen, führen ab jetzt alle Telefonate zu anderen easyMobile.de-Kunden umsonst – rund um die Uhr und so lange sie wollen. Gleiches gilt für SMS – auch diese sind zwischen easyMobile.de-Kunden kostenfrei. In andere Mobilfunknetze sowie ins deutsche Festnetz kostet ein Telefongespräch bei easyMobile.de künftig 14 Cent die Minute, eine SMS zwölf Cent. Bei easyMobile.de kann der Kunde sein Gesprächsguthaben 24 Stunden pro Tag an 365 Tagen im Jahr im Internet aufladen. Die Aktion läuft bis zum 28. Februar 2006. Bis 31. Dezember bietet easyMobile.de zusätzlich das Starterpaket für zehn statt 16 Euro an.

#### MT Picture Display Germany GmbH beendet Bildröhren-Produktion

Die MT Picture Display Germany GmbH hat bekanntgegeben, daß nach einem Beschluß ihrer Anteilseignerin Matsushita Toshiba Picture Display Corporation Ltd. Osaka, Japan, die Produktion von Bildröhren in Esslingen bis spätestens Ende März 2006 eingestellt werden soll. Das Unternehmen beschäftigt rund 600 Mitarbeiter, die alle hiervon betroffen sind. Verhandlungen mit den Arbeitnehmervertretern über einen Interessenausgleich und einen Sozialplan wurden umgehend eingeleitet. Der beschleunigte Übergang auf Flach-Displays wie Plasma und LCD führte zu einem dramatischen Preisverfall für Bildröhren von über 40 Prozent innerhalb eines Jahres. Eberhard Büttner,

Geschäftsführer der MT Picture Display Germany GmbH, erklärte: „Der rapide Preisverfall in Verbindung mit dem Wechsel der Nachfrage von traditionellen Bildröhren zu Flachpanel-Technologien machen es uns unmöglich, die Produktion in Esslingen fortzusetzen. Wir bedauern die Sorgen der Mitarbeiter sehr, die durch diese Ankündigung verursacht werden.“

#### Neuer Kooperationsvertrag zwischen Leipziger Messe und BIU

Der Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (BIU) und die Leipziger Messe haben einen Vertrag über die Durchführung der Games Convention unterschrieben. Die Vertragsdauer reicht zunächst bis 2008. Der BIU ist die im Frühjahr dieses Jahres gegründete Interessensvertretung der Spieleindustrie in Deutschland und vereint alle namhaften Unternehmen der Computer- und Videospieleindustrie. „Wir freuen uns über das Vertrauen der ganzen Industrie. Die Branche honoriert damit das erfolgreiche Konzept dieser Messe“, so Josef Rahmen, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH. „Die GC hat sich als Branchenmesse in Leipzig etabliert“, bekräftigte Olaf Wolters, Geschäftsführer des BIU. „Wir freuen uns, die GC gemeinsam mit der Leipziger Messe in den kommenden Jahren weiterentwickeln zu können.“

#### Herweck verlost 15 Profikicker von T-Com

Fachhändler können ab sofort bei Herweck 15 Profikicker von T-Com gewinnen. Die erste Zwischenrunde im Herweck-WM-Incentive ist am 1. Dezember gestartet. Die 15 Fachhändler, die in den Kategorien „Höchster Umsatz“ oder „Höchste Steigerung“ mit T-Com Produkten und Dienstleistungen bis zum 31. Januar 2006 vorne liegen, erhalten die Magenta-Kicker von T-Com. Vergleichszeitraum für die höchste Steigerung ist der November 2005. Zusätzlich werden 30 Extra-WM-Punkte auf das Wertungskonto für die 20 attraktiven Herweck-WM-Reisen zu den WM-Spielorten München, Kaiserslautern und Berlin gutgeschrieben. Um in die Kicker-Rangliste zu gelangen, sind ein Mindestumsatz von 4.000 Euro mit T-Com Produkten und 20 Schaltungen (T-ISDN und T-DSL) im Aktionszeitraum nötig. Wer noch nicht angemeldet ist, kann sich unter [www.herweck.de](http://www.herweck.de) registrieren und dann automatisch am WM-Incentive teilnehmen.

# Merken Sie sich die Siegel für ausgezeichnete Markenqualität.



Der Plus X Award® wurde ins Leben gerufen, um die glaubwürdigsten Argumente gegen Billig-Qualität zu liefern: Innovation, Design und Bedienkomfort. In diesen drei Kategorien werden die besten Produkte des Jahres ausgezeichnet.

Eine millionenschwere Marketing-Kampagne kommt allen siegreichen Produkten des Plus X Awards® zugute. Vertrauen Sie dem Urteil unserer marktkompetenten Jury bei der Gestaltung Ihres Sortiments. Achten Sie auf das Plus X-Siegel für Technologie-Produkte.

Informationen zum Plus X Award®: [www.plusxaward.de](http://www.plusxaward.de)

Die offiziellen Partner des Plus X Awards®:

**CEMarkt**

**electro**

**Elektro Markt**

**EP:**  
ElectronicPartner

**E&W**  
print · online · mobile

**heimkino markt.de**  
WORLD OF HOME CINEMA

**HOMEVISION**

**imaging foto contact**  
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

**meine Küche**

**mobile zeit**  
die ganze welt der mobilen kommunikation

**plugged**  
TECHNIK VON MORGEN

**POS-MAIL**

**SFT**  
SPIELE - FILME - TECHNIK

**smart homes**  
Das intelligente Haus

**ZDF 3sat**

Das aktuelle Produkt-Programm der internationalen Foto-Industrie wird auf der Annual Convention & Trade Show der PMA zu sehen sein, die vom 26. Februar bis 1. März 2006 in Orlando, Florida, stattfindet. Auch in diesem Jahr werden wieder viele deutsche Besucher erwartet. PoS-MAIL hat mit Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros in München, über die interessantesten Aspekte der Messe gesprochen.

**PoS-MAIL:** Herr Dr. Petersen, PMA steht bekanntlich für Photo Marketing Association. Was verbirgt sich hinter dem Namen dieses Messeveranstalters?



**Dr. Klaus Petersen:** Zunächst einmal verbirgt sich dahinter, daß es sich eigentlich nicht – zumindest nicht hauptsächlich – um einen Messeveranstalter handelt, sondern um einen Marketing-Ver-

## Die PMA in Orlando erwartet die Foto- und Imagingbranche

# „Mehr als eine Messe“

band. Die wichtigste Aufgabe der PMA ist es nämlich, die über 20.000 Mitglieder dieses Verbandes – Fotohändler, Labors und Bilddienstleister – mit einer ganzen Reihe von Maßnahmen bei der Vermarktung von Foto- und Imaging-Produkten zu unterstützen. Dazu gehören Marktfor-

schung, Marketing-Konzepte, der gesamte Bereich Schulung und Weiterbildung und natürlich auch die Veranstaltung von regionalen und internationalen Messen, auf denen man sich über die neuesten Trends und Produkte informieren kann.

Die wichtigste dieser Messen ist die PMA Annual Convention & Trade Show – sie ist die größte, jährlich veranstaltete internationale Fotomesse.

**PoS-MAIL:** Die PMA ist in den USA zu Hause. Bedeutet das, daß die Mitgliedschaft nur für Amerikaner interessant ist?

**Dr. Klaus Petersen:** Die Mehrzahl der PMA-Mitglieder ist zwar in Nordamerika zu Hause, aber viele auch in rund 100 anderen Ländern rund um die Welt. Außerhalb Nordamerikas gibt es besonders viele Mitglieder zum Beispiel in Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland. Neben Rainer Schorcht als Sprecher der deutschen PMA-Mitglieder sind auch weitere deutsche Fotohändler und Fotofinisher in verschiedenen Ausschüssen und Komitees der PMA aktiv.

**PoS-MAIL:** Rechnen Sie auch mit einer starken deutschen Beteiligung auf der kommenden Messe?

**Dr. Klaus Petersen:** Selbstverständlich. Denn Deutschland stellt auf der PMA seit vielen Jahren eine der stärksten ausländischen Besuchergruppen und ist auch auf der Ausstellerseite gut vertreten. So gibt es auf vielen Stän-

den internationaler Unternehmen Ansprechpartner für Besucher aus Deutschland, und auf der nächsten PMA präsentieren deutsche Hersteller und Dienstleister unter Federführung des Verbandes Spectaris auf einem Gemeinschaftsstand ihre Produkte. Die Reise zur PMA wird sich für deutsche Besucher also auf jeden Fall lohnen.

In den letzten Jahren verzeichnen wir ein wachsendes Interesse von Händlern aus dem Consumer Electronics Bereich, denn die Digitalfotografie hat ja längst ihren Weg in diesen Vertriebskanal gefunden. Die PMA, die als reine Fachmesse eine überschaubare Größe und eine ruhige Business-Atmosphäre bietet, ist hervorragend dazu geeignet, sich innerhalb weniger Tage über die neuesten Trends im Bereich Foto und Imaging zu informieren. Denn die Besucher können nicht nur Messestände aller wichtigen Hersteller mit den Produktneuheiten für das Frühjahr erwarten, sondern auch ein umfangreiches Vortragsprogramm: In mehreren hundert Veranstaltungen werden aktuelle Trends des Imaging-Marktes diskutiert und kommentiert – und zwar sozusagen von Kollege zu Kollege, denn in vielen Veranstaltungen tauschen Händler und Bilddienstleister ihre Erfahrungen aus.

**PoS-MAIL:** Um welche Themen geht es dabei?

**Dr. Klaus Petersen:** Da gibt es eine breite Palette. Häufig kommen ganz praktische Themen zur Sprache, die täglich in jedem Geschäft, Labor oder Studio auftreten können. Händler und Dienstleister erklären zum Beispiel, wie sie bestimmte Probleme lösen oder beschreiben erfolgreiche Marketing-Aktivitäten. In den letzten Jahren ging es dabei oft um Digitalfotografie. Eine spezielle Sektion der PMA, die Digital Imaging Marketing Association (DIMA),

unterstützt ihre Mitglieder bei der Vermarktung der neuen Technologien. Unmittelbar vor Beginn der eigentlichen PMA hält die DIMA am 24. und 25. Februar 2006 ihre Jahrestagung mit einem besonders reichhaltigen Vortragsprogramm ab. Dabei wird mit Sicherheit viel über Mobile Imaging – also Fotohandys und Kameras mit WLAN-Funktion – gesprochen werden. Auch auf der Messe selbst gibt es zu diesem Thema einen Mobile Imaging Pavillon.

**PoS-MAIL:** Muß man eigentlich gut Englisch können, um den Vorträgen zu folgen?

**Dr. Klaus Petersen:** Nicht unbedingt. Natürlich wird die Mehrzahl der Vorträge auf Englisch gehalten, aber eine ganze Reihe davon wird simultan ins Deutsche, Spanische, Portugiesische oder Französische übersetzt – darunter sind alle großen Plenar-Veranstaltungen. Speziell für die deutschen Besucher gibt es drei deutschsprachige Vorträge mit Referenten aus Deutschland. Ich möchte aber erwähnen, daß das Rahmenprogramm nicht nur aus Vorträgen besteht; so gibt es zum Beispiel auch Empfänge, auf denen man ganz formlos Kollegen, Lieferanten oder Kunden treffen kann. Besonders herzlich lade ich die Leser Ihrer Zeitschrift zum Empfang für die internationalen Besucher ein, der am Sonntag, den 26. Februar, um 18.00 Uhr im Hotel Rosen Centre stattfindet, und natürlich zum Empfang für die europäischen Mitglieder am Montag, den 27. Februar, um 18.30 im Convention Center.



**PoS-MAIL:** Herr Dr. Petersen, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

### Komplette Reisearrangements

Zur Unterstützung der Besucher aus Europa hat das europäische PMA-Büro komplette Reisearrangements für PMA-Besucher und -Aussteller mit verschiedenen Veranstaltern ausgehandelt:

ICT Reisen bietet ein Komplettpaket an, zu dem neben den Economy-Flügen Frankfurt-Orlando-Frankfurt auch vier Übernachtungen im Quality Inn Plaza (zehn Minuten Fußweg zum Convention Center) enthalten sind. Das Arrangement kostet 650 Euro (Einzelzimmerzuschlag 100 Euro) pro Person. In diesem Betrag sind sämtliche Steuern und Gebühren (Stand: 24. August) enthalten. Anschlußflüge können bei Bedarf ebenso organisiert werden wie die Unterkunft in einem anderen Hotel, Business Class Flüge oder weitere individuelle Reisewünsche. Informationen und Buchung bei: ICT Reisen, Im Schönblick 47, 72076 Tübingen, Telefon xx49-7071-9303-0, Telefax xx49-7071-37061, E-Mail info@ict-reisen.de.

Für 588 Euro pro Person (Einzelzimmerzuschlag 111 Euro) bietet t.i.i events ein komplettes Reisearrangement an: Economy-Flug Frankfurt-Orlando-Frankfurt, vier Übernachtungen im Best Western Plaza Hotel (Fußweg zum Convention Center) sowie sämtliche Steuern und Gebühren. Auch hier sind auf Anfrage Flüge von anderen deutschen und europäischen Flughäfen und andere Hotelunterkünfte oder Business Class Flüge möglich. Informationen und Buchung unter: t.i.i events GmbH, Günther Koch, Nockherstr. 56, 81541 München, Telefon xx49-89-32232152, Telefax xx49-89-62421184, E-Mail gk@tii-events.de.

Informationen über die PMA und ein umfangreiches, 40seitiges Programmheft können beim Europa-Büro der PMA, Hiltenspergerstr. 9, 80798 München, Telefon xx49-89-54558128, Telefax xx49-89-2730291, E-Mail pmaeurope@pmai.org angefordert werden. In der PMA Zentrale in Jackson, Michigan, USA, steht Elisabeth Scherer als deutschsprachige Ansprechpartnerin zur Verfügung.

**Adresse:** PMA International, 3000 Picture Place, Jackson, MI 49201, USA, Telefon xx1-517-788-8100, Telefax xx1-517-788-7809, E-Mail escherer@pmai.org. Unter diesen Adressen gibt es auch Informationen über die Mitgliedschaft im internationalen Branchenverband PMA. Mitglieder haben nicht nur verbilligten Zutritt zur Messe und zu den Vorträgen, sondern werden mit einem breiten Angebot an Fachinformationen, Marktstudien usw. unterstützt.

### Deutsche Ansprechpartner

PoS-MAIL hat führende Hersteller gefragt, ob sie PMA-Besucher auf der Messe durch Ansprechpartner aus den deutschen Niederlassungen betreuen. Zu den Unternehmen, die auf der PMA mit deutschem Personal vertreten sind, gehören unter anderem Canon, Casio, Digitalfoto & Logistic, Epson, Fujifilm, Hama, HaPa-Team, Konica Minolta, Lowepro, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax, Samsung, Sanyo, Sigma und Tetenal.

# CeWe Color will 2007 eine Million Fotobücher verkaufen

## Die Bilder-Bestseller

Die Digitalfotografie hat den Bildermarkt grundlegend verändert: Wegen des Rückgangs bei den Filmverkäufen produzierten die deutschen Großlabors 2005 rund eine Milliarde weniger analoge Bilder als im Jahr zuvor. Die Zahl der Digitalprints stieg dagegen 2005 rasant: in diesem Jahr um 500 Millionen auf 1,2 Milliarden Stück. Dieses imposante Wachstum reicht aber nicht aus, um den Rückgang der analogen Bilder in den Großlabors zu kompensieren. Europas größter Fotofinisher, die CeWe Color Gruppe, setzt darum verstärkt auf innovative Bildprodukte. Besonders erfolgreich: „Mein CeWe Fotobuch“.

Dieses renditestarke Bildprodukt nutzt die Möglichkeiten der Digitalfotografie für eine echte Innovation: Mit der von CeWe Color entwickelten Bestell-Software können die Konsumenten auf einfache Weise ihr individuelles Fotobuch gestalten, das dann professionell bei CeWe Color gedruckt, gebunden und über die Handelspartner ausgeliefert wird.

### Modernste Technologie

Zur Herstellung von „Mein CeWe Fotobuch“ nutzt das Unternehmen die neueste Drucktechnologie: den Digitaldruck, der zur Zeit die Druckereien revolutioniert. Denn damit ist es möglich, auch bei Druckerzeugnissen



Moderne Digitaldruck-Maschinen und sorgfältige Kontrollen sichern die hohe Bildqualität bei „Mein CeWe Fotobuch“.



mit der geringsten denkbaren Auflage – nämlich einem Exemplar – dieselbe hohe Druckqualität zu erzielen, die früher nur auf großen Maschinen in entsprechenden Auflagen zu erreichen war. Um die schnelle Lieferzeit von zwei bis drei Tagen zu ermöglichen, hat CeWe Color an verschiedenen Standorten wie Oldenburg, München-

gladbach, Freiburg, München, Nürnberg und Paris in leistungsstarke Digitaldruck-Systeme von HP Indigo und Kodak Nexpress investiert. Sorgfältige Qualitätskontrollen stellen sicher, daß die gedruckten Bilder den hohen Qualitätsstandards von CeWe Color entsprechen.

### Guter Start

Die Investitionen haben sich gelohnt, denn die Nachfrage nach „Mein CeWe Fotobuch“ ist seit dem Start im September stetig gestiegen. „Immer mehr unserer Handelspartner erkennen, daß dieses innovative Bildprodukt die große Chance bietet, die Delle im Bildermarkt auszubügeln und nicht nur die Umsätze, sondern auch die Renditen zu regenerieren“, erklärte Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb der Neumüller CeWe Color Stiftung. „Dabei beleben wir die Nachfrage nicht nur durch ein großes Angebot von Werbemitteln für unsere Handelspartner, sondern auch mit einer umfassenden Medienkampagne.“ Mit „Mein CeWe Fotobuch“ hat Europas größter Fotofinisher nicht nur erstmals ein Produkt unter eigener Marke auf den Markt gebracht, sondern auch eine umfassende Werbekampagne gestartet. Anzeigen in auf-lagenstarken Titeln wie Bild, Bild am Sonntag sowie zielgruppengerechte Zeitschriften wie Brigitte, Für Sie oder Eltern sorgen bei „Mein CeWe Fotobuch“ für den Vorverkauf. „Diese Werbeaktivitäten werden wir auch im kommenden Jahr fortsetzen und weiterentwickeln, um unsere Handelspartner zu unterstützen“, sagte Pirwitz.



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

Für die platzsparende und trotzdem aufmerksamkeitsstarke Thekenplatzierung: der 25er Dispenser der Bestell-Software.

Die attraktive Schütze für die Zweitplatzierung ist mit einer Höhe von 165 cm und dem charmanten Motiv nicht zu übersehen.

### Aktiv verkaufen

Wie bei jeder Innovation sind vor allem diejenigen Einzelhändler mit „Mein CeWe Fotobuch“ erfolgreich, die es aktiv ihren Kunden anbieten. Dazu bietet CeWe Color nicht nur ein umfangreiches Sortiment von Werbemitteln wie Fensterkleber, Aktionsplakate, Deckenhänger, Flyer und Anzeigenvorlagen für die individuelle Werbung an, sondern auch kostenlose Musterbücher. „Wichtig ist es auch, die Mitarbeiter im Verkauf für das Fotobuch zu begeistern“, erklärte Pirwitz. „Dazu gehört auch, unsere Bestell-Software einmal selbst auszuprobieren, um zu erleben, wie einfach man damit sein eigenes

„Mein CeWe Fotobuch“ gibt es in vier verkaufstarken Varianten zu empfohlenen Verkaufspreisen von 9,95 Euro bis 24,95 Euro. Während das Foto-Ringbuch nur in weißer Farbe und in einem Umfang von 36 Seiten zur Verfügung steht, sind die drei anderen Varianten (ab 26 Seiten) mit einem hochwertigen festen Leineneinband versehen und können gegen Aufpreis in Schritten von jeweils acht Seiten erweitert werden – bis zu einem Gesamtumfang von 98 Seiten.

Fotobuch gestalten kann. Und auch beim Digitalkamera-Verkauf sollte das Fotobuch nicht vergessen werden: Die kostenlose Zugabe der Bestell-Software zahlt sich schnell aus, besonders, wenn man den Kunden bereits ein Musterbuch gezeigt hat.“

### Zukunftssicher

Auch nach dem erfolgreichen Start von „Mein CeWe Fotobuch“ will sich das Groß-finisher-Unternehmen nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Die bereits jetzt besonders einfach zu bedienende Bestell-Software soll kontinuierlich weiterentwickelt werden, um das Gestalten eines individuellen Fotobuches noch leichter und schneller zu machen. Denn die Verantwortlichen sind vom Potential dieser Bild-innovation überzeugt. Bereits im Jahr 2007 erwartet CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander ein Verkaufsvolumen von einer Million Fotobücher. Das würde fünf Prozent des Gesamtumsatzes der Groß-labor-Gruppe bedeuten, die bis dahin die Hälfte ihres Geschäfts mit Digitalprodukten erzielen will.



## POS Aktuell

### Germanwings Jet fliegt im T-Mobile-Design

Ein Airbus der Fluggesellschaft Germanwings fliegt ab sofort im magentafarbenen Design von T-Mobile. Die „Spirit of T-Mobile“, so der Name des Jets, wurde am Flughafen Köln-Bonn getauft und hob dann zum Flug nach Hamburg ab. Beim Jungfernflug mit an Bord waren unter anderem die komplette Bundesligamannschaft des 1. FC Köln sowie fast 30 FC-Fans, die die Flugreise zum Auswärtsspiel beim Hamburger SV bei verschiedenen Gewinnspielen gewonnen hatten. „Die magentafarbene ‚Spirit of T-Mobile‘ steigert unsere Markenpräsenz und ist gleichzeitig ein starker Ausdruck unserer engen Partnerschaft mit Germanwings“, verdeutlichte Martin Knauer vom Vorstandsbereich Sales and Service Operations, T-Mobile International. „Mit einem Passagierflugzeug als sympathischem Botschafter geht T-Mobile neue Wege in der Werbung. Die regionale Verbundenheit mit dem 1. FC Köln bringen wir durch die gemeinsame Taufe mit der Mannschaft zum Ausdruck.“ Dr. Andreas Bierwirth, Geschäftsführer der Germanwings GmbH, betonte die Gemeinsamkeiten der beiden Unternehmen: „T-Mobile ist für uns der ideale Partner für eine solche Form der Marketingkooperation. Wir sind beide die Qualitätsführer in unseren jeweiligen Geschäftsfeldern und verfolgen beide das strategische Ziel, mit unseren Angeboten im europäischen Markt eine Spitzenposition zu besetzen.“ Das Branding der „Spirit of T-Mobile“ ist Teil einer auf drei Jahre angelegten Marketingkooperation zwischen T-Mobile und Germanwings. Der T-Mobile Schriftzug findet sich nicht nur auf der Außenhaut des Flugzeugs, sondern auch im Inneren, so auf den Klappstischen und Bordkarten.

### Neue Internetangebote für KMUs von T-Com

T-Com bündelt Sprach- und Datenkommunikation in einem Angebotspaket für kleine und mittelständische Unternehmen: Den Internetanschluß T-DSL Business bietet das Bonner Unternehmen künftig in Verbindung mit einem Optionstarif für Geschäftskunden wie Call Profi oder Business Call zu einem besonders günstigen Preis an. Bei dem Komplettangebot für Sprache und Breitbandzugang ist die Flatrate seit Anfang Dezember bereits enthalten. Die Anwender können damit monatlich 5,90 Euro (brutto) bei allen Produktvarianten sparen. Geschäftskunden, die bereits über einen T-DSL

Business Anschluß verfügen, haben damit bei der Zubuchung eines Optionstarifs Call Profi oder Business Call einen doppelten Vorteil. Gleiches gilt für Geschäftskunden, die bereits einen Optionstarif nutzen und nun T-DSL Business hinzu buchen: Ihnen steht der schnelle T-DSL Business Anschluß inklusive Flatrate jetzt zu einem deutlich günstigeren Preis als bei dem Standardangebot zur Verfügung. Da die Vertragslaufzeiten der einzelnen Produkte unverändert bleiben, profitieren Geschäftskunden ohne eine zusätzliche Laufzeitbindung von den günstigeren Konditionen. Die Beauftragung für das Kombinationsangebot aus T-DSL Business und Business-Tarif erfolgt einfach per Anruf bei der Hotline 0800-3301300 oder im T-Punkt Business. Von günstigeren Preisen sollen auch Geschäftskunden profitieren, die den Breitbandanschluß von T-Com ohne einen Business-Tarif nutzen: Zeitgleich mit der Einführung des Komplettangebots senkte T-Com zum 1. Dezember den Preis für die Flatrate des Hochgeschwindigkeitsanschlusses T-DSL Business 6000 um fast 70 Prozent. Bei T-DSL Business 6000 inklusive Flatrate beträgt die Ersparnis 14,00 Euro (brutto) monatlich. Künftig bietet T-Com damit die Flatrate für alle asymmetrischen Varianten von T-DSL Business zu einem einheitlichen Preis von 5,90 Euro (brutto) pro Monat an. Bestandskunden werden automatisch auf den günstigeren Tarif umgestellt.

### Dangaard Telecom und Nokia starten Promotion

Die neuen Multimediaprodukte der Nokia Nseries stehen im Fokus der bundesweiten „Multimedia-Safari“ von Nokia und Dangaard Telecom. Neben der Möglichkeit, den Abverkauf der Nokia Geräte zu steigern, winkt Händlern und Endkunden dabei die Chance auf eine Reise nach Südafrika. Ab sofort heißt es für Kunden der Dangaard Telecom dekorieren, fotografieren und vor allem profitieren. So außergewöhnlich wie die Geräte der Nokia Nseries sind, so individuell und aufmerksamkeitsstark sind auch die zur Kampagne gehörenden Werbemittel. Die neuen PoS-Kits, die exklusiv bei Dangaard Telecom erhältlich ist, sollen das Interesse der Kunden für die neuen Nokia Produkte wecken und die Kundenfrequenz im Shop steigern. Das kostenlose PoS-Kit besteht aus einem Thekenaufsteller, zwei Postern, Give-aways sowie Produktflyern und Gewinnspielkarten. Letztere kann der Endkunde ausfüllen und sich damit die Teilnahme an der Verlosung einer sieben-tägigen Südafrika-Reise für zwei Personen sichern. Neben dem Standard Werbemittelpaket bietet Dangaard Telecom seinen Kunden auch ein auf eine begrenzte Stückzahl limitiertes Profi-PoS-Kit. Hier

### Die Bedeutung des Mobilfunks gegenüber dem Festnetz soll weiter steigen

Bis zum Jahr 2010 werden die deutschen Bundesbürger überwiegend mit dem Handy ihre Anrufe erledigen und nur noch vereinzelt das konventionelle Festnetz nutzen. Davon ist jedenfalls nach den Ergebnissen einer Umfrage auszugehen, die der Arbeitskreis M-Commerce des eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft durchgeführt hat. Rund 93 Prozent der befragten Experten gaben an, daß bis dahin das Handy das wichtigste Medium zum Telefonieren sein wird. Mehr als ein Drittel der Fachleute geht davon aus, daß das Festnetz, wie wir es heute kennen, 2010 so gut wie überhaupt keine Rolle mehr spielen wird. Die Mobilfunkbetreiber schüren diesen Trend mit immer neuen Angeboten, um sich im harten Konkurrenzkampf durchzusetzen und an die Spitze zu gelangen. Nachdem die Mobilfunkbetreiber immer neue Discount-Angebote auf den Markt gebracht haben und bringen, rückt jetzt zunehmend die Flatrate für das Handy ins Rampenlicht – jedenfalls glauben knapp 80 Prozent der befragten Fachleute, daß die Flatrate für Sprach- und Datendienste schon

bald die Discount-Preise bei den Angeboten abgelöst haben wird. In der Umfrage gaben rund drei Viertel der Experten außerdem an, daß Festnetzbetreiber bereits in naher Zukunft ernsthafte finanzielle Einbußen aufgrund der Marktdurchdringung mit der Flatrate zu befürchten haben. Viel diskutiert ist derzeit auch die Frage, ob die Handy-Flatrate, die alle Verbindungen abdeckt, noch durch die Bundesnetzagentur und das Thema überhöhte Interconnection-Fees gebremst wird. Mehr als zwei Drittel stimmten hier zumindest teilweise zu. Lediglich 9,1 Prozent sind der Meinung, daß eher andere Gründe eine Rolle spielen. Weitgehende Einigkeit herrscht wieder bei der Frage, warum sich die Discount-Preise nicht wie von den Mobilfunkbetreibern erwartet durchsetzen konnten. Etwas mehr als 90 Prozent der befragten Experten gehen davon aus, daß insbesondere der weniger informierte Verbraucher kräftig mehr bezahlt, weil viele Anbieter trotz vehementer Kritik nach wie vor zwischen netzinternen und netzexternen Gesprächen unterscheiden.

erhält der Händler neben der Standardausgabe zusätzlich die entsprechende Hardware zum Vorteilspreis, bestehend aus Produkten der Nokia Nseries und einem Epson Fotodrucker. Auch teilnehmende Händler erhalten ihre Chance zur Teilnahme an einer Safari Tour, denn Dangaard Telecom und Nokia verlosen unter allen Kunden, die ein Foto ihrer Ladendekoration bei Dangaard einsenden, ebenfalls eine Reise für zwei Personen nach Südafrika.

### Partner von mobilcom erhalten TÜV-Zertifikat

Bereits zum fünften Mal haben mobilcom-Vertriebspartner beim TÜV-Süd das begehrte Zertifikat „Mobile Multimedia Vertriebspartner“ erhalten. Diesmal wurden insgesamt 18 Shop-Partner und neun Fachhändler zertifiziert. „Hohe Beratungskompetenz und Souveränität sind die Grundvoraussetzungen für dauerhaften Erfolg in der sich stetig wandelnden Mobilfunkbranche“, sagte Thomas Ossner, verantwortlich für die Schulungen und Mitglied der Prüfungskommission. „Das TÜV-Prädikat bei mobilcom ist im deutschen Mobilfunkmarkt einzigartig und hat sich bereits etabliert.“ Das Gütesiegel weist die mobilcom-Partner für Kunden sichtbar als besonders kompetent aus.

Insgesamt 27 Shop- und Fachhandelspartner haben im Jahr 2005 erfolgreich das mehrteilige Schulungsprogramm sowie ein anschließendes „Training on the job“ bei der mobilcom AG absolviert. Weil immer mehr Geräte und Dienste in immer kürzeren Abständen auf den Markt kommen, legt mobilcom besonderen Wert auf spezielle Schulungskonzepte. Von den Grundlagen des Mobilfunks bis zur kundenorientierten Erklärung komplexer Dienste vertiefen die Schulungen

teilnehmer alle Aspekte, die einen mobilcom-Vertriebspartner auszeichnen: individuelle Beratung und kompetente Hilfe im Umgang mit den modernsten Geräten und Mobilfunkdiensten. Das erfolgreiche Schulungskonzept mit der abschließenden TÜV-Zertifizierung setzt der Serviceprovider auch im Jahr 2006 fort.

### Vodafone ZuhauseMobil auch bei The Phone House

Ab sofort bietet The Phone House als einer der ersten Service Provider eine Zusatzoption zum mobilen Telefonieren für seine Vodafone-Kunden an: Mit Vodafone ZuhauseMobil wird das Handy zum „Allroundergerät“ für alle Festnetz- und Mobilfunk-Telefonate. Bei Vodafone ZuhauseMobil wird dem Kunden unter seiner Anschrift oder an einer anderen Wunschadresse in Deutschland ein „Zuhause-Bereich“ mit einem Umkreis von bis zu zwei Kilometern zugeordnet. Zusätzlich erhält er für seinen Mobilfunkanschluß eine Festnetznummer mit der entsprechenden Ortsvorwahl des Zuhause-Bereichs. Statt einer monatlichen Grundgebühr zahlt der Kunde je nach zugrundeliegendem Mobilfunkvertrag einen zusätzlichen Paketpreis von 20 bzw. 25 Euro. Damit profitiert er auch bei Telefonaten aus dem Zuhause-Bereich von günstigen Konditionen. Beispielsweise sind im Paketpreis bereits 1.000 Inklusivminuten für Gespräche ins nationale Festnetz enthalten. Bei Telefonaten unterwegs gilt der jeweilige Mobilfunktarif. Die Option richtet sich daher vor allem an Kunden, die für ihre Mobilfunk- und Festnetzgespräche nur noch ein Endgerät benutzen möchten. Das Angebot gilt für alle Neukunden von The Phone House und kann ebenso zum bestehenden Vodafone-Mobilfunkvertrag hinzugebucht werden.

Ernennung von Weusthoff zum Geschäftsführer will Vodafone Deutschland die Bedeutung des Kundenservices unterstreichen.

### Neuer Discounttarif bei The Phone House

The Phone House hat einen neuen Discount-Tarif auf den Markt gebracht und damit seine Discount-Sparte um ein weiteres Produkt ergänzt. Der „Kick“ des neuen „009 Discount“ des Münsteraner Unternehmens ist der Minutenpreis für Festnetztelefonie von neun Cent/Minute. Der Minutenpreis in alle Mobilfunknetze beträgt 18 Cent/Minute; die SMS in nationale Mobilfunknetze kostet 15 Cent. Getaktet ist der Tarif mit 60/30. Der „009 Discount“ ist ein SIM-Only-Tarif und eignet sich – wie bereits der „Just 14 Cent Tarif“ von The Phone House – für Kunden, die bereits ein für ihren Bedarf geeignetes Handy besitzen und einen vollkommen einfachen und transparenten Tarif wünschen, um ihre Telefonkosten im Griff zu behalten. Das neue Produkt ist weder an eine Grundgebühr noch an eine Mindestnutzung gekoppelt. Bei dem „009 Discount“ schließt der Kunde einen Mobilfunkvertrag mit The Phone House, telefoniert und zahlt später auf Basis seiner Mobilfunkrechnung. Die bisher übliche Vertragslaufzeit von 24 Monaten existiert trotzdem nicht; der Kunde kann das Vertragsverhältnis jederzeit beenden bzw. in einen anderen Tarif „umsteigen“. „Wir erwarten, daß mittelfristig 25 Prozent aller Deutschen Discount-Telefonkunden sein werden“, so Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb von The Phone House. „Auch dieses Kundensegment wollen wir offensiv ansprechen und von unserer Innovationskraft überzeugen.“

### Neukunden können bei easyMobile-Aktion sparen

Wer sich bis zum 31. Dezember für eine SIM-Karte des Hamburger Mobilfunk-anbieters easyMobile entscheidet, erhält das Starterpaket für zehn statt für 16 Euro. Darin enthalten ist bereits ein Startguthaben von zehn Euro. Damit spart der Nutzer sechs Euro gegenüber dem herkömmlichen Preis. „Wir wollen es allen Sparfüchsen kurz vor dem Jahreswechsel noch einmal einfacher machen, sich für unser ohnehin schon günstiges Angebot zu entscheiden“, sagt easyMobile.de Geschäftsführer Christian Winther. Deshalb bietet der Hamburger no-frills-Mobilfunkanbieter sein Starterpaket ab sofort bis zum 31. Dezember 2005 für zehn Euro an. Kunden, die noch im Dezember zu easyMobile.de wechseln, entstehen durch das Weihnachts-Angebot keinerlei Kosten. „Wer sich für unser Weihnachts-Special entscheidet, kann nur profitieren“, so Winther, „denn mit unseren einheitlichen Preisen zählen wir hierzulande zu den günstigsten Mobilfunk-anbietern.“

### O<sub>2</sub> erhält Adam-Award für den Stand auf der CeBIT 2005

O<sub>2</sub> Germany ist Anfang Dezember für seinen Ausstellungsstand auf der CeBIT 2005 mit dem Branchen-Award Adam in der Kategorie Gold ausgezeichnet worden. Mit dem Award der ausgezeichneten Markenauftritte prämiiert der Famab (Fachverband Konzeption und Dienstleistung, Design, Exhibition, Event) alljährlich die besten Projekte der Live-Kommunikation. O<sub>2</sub> erhielt bereits 2003 einen Adam. „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung und darüber, daß unser Messeauftritt begeistert aufgenommen wurde“, so Mike Schwanke, Leiter Messen und Veranstaltungen bei O<sub>2</sub>. Mit der Konzeption seiner Messestände will der Münchner Netzbetreiber seinen Markenauftritt im dreidimensionalen Raum erlebbar machen. Neue Gestaltungselemente, die auf dem CeBIT-Stand zum ersten Mal eingesetzt wurden, haben weitere Projekte beeinflusst, bei denen die Marke O<sub>2</sub> räumlich umgesetzt werden sollte. Beispiele sind die Gestaltung der Unilounge in der Ludwig-Maximilians-Universität in München, die O<sub>2</sub> Logen in der Allianz Arena oder die Umsetzung der Lounges bei Veranstaltungen von und mit O<sub>2</sub>. Die CeBIT-Messestände des Unternehmens verstehen sich als ein temporäres Zuhause der Marke. Für ein großes Publikum wird dabei die Markenwelt erlebbar und so zum „öffentlichen Raum“.

2005 wurde durch einen Himmel aus über 28.000 Lichtpunkten auf 1.000 Quadratmetern Fläche eine über den Besuchern schwebende Medienwolke geschaffen, die mit bewegten Bildern bespielt wurde. Die Technologie dafür wurde eigens für dieses Projekt entwickelt. In der darunter liegenden Landschaft wurden die Themenwelten „Music“, „Entertainment“ und „Business“ umgesetzt und auf erhöhten Decks die neuesten Produkte und Services von O<sub>2</sub> präsentiert. Eine Mittelachse, optisch durch ein 50 Zentimeter breites, blaues Band umgesetzt, verband übersichtlich verschiedene Service Points zur Kundenbetreuung: vom Empfang über Shop und Customer Service sowie einer „Saftbar“ zum Aufladen von Handys bis in die beiden geschlossenen VIP-Bereiche im Obergeschoß. Dieses blaue Band endete – dreidimensional – als Schreibtisch des CEO von O<sub>2</sub> Germany, Rudolf Gröger. Darüber hinaus wurde der Stand zur Sendezentrale eines eigenen Radiosenders. Für die Dauer der Messe war FM O<sub>2</sub> 107,4 über das Messegelände hinaus im Raum Hannover sowie über das Internet weltweit zu empfangen. „Der Adam-Award spornt uns noch mehr an. Nun gilt es, das Konzept weiterzuentwickeln und höchstes Kundenengagement weiter in den Fokus zu rücken“, meinte Mike Schwanke mit Blick auf den Auftritt auf der CeBIT im März 2006.

# MusicShop von Vodafone bietet 600.000 Titel zum Download

**Dem Musik-Download gehört die Zukunft: Musikdateien über Handy und/oder Internet zu kaufen – bequem, flexibel und vor allem legal – setzt sich als Vertriebsweg für Musik immer mehr durch. Mit einem Angebot von mehr als 600.000 Titeln bietet Vodafone bereits heute eine Riesenauswahl an Songs an. Damit ist das Unternehmen nach eigenen Angaben der größte Anbieter von mobilen Musik-Downloads im deutschen Markt.**

Die Auswahl umfaßt Songs aller Musikgenres, von Rock, Pop, Hip-Hop oder Dancefloor über die Hits der 70er, 80er und 90er Jahre bis hin zu Top-Charts oder Filmklassikern. Vodafone hat hierzu Verträge mit allen großen Plattenlabels abgeschlossen. Wöchentlich wird die Titelauswahl erweitert und aktualisiert. Was bei Vodafone gekauft wird, zählt für die offiziellen Media Control Single-Charts. Was die Vodafone-MusicDownloads seit einigen Wochen flexibler macht, ist die Anbindung an das Internet, denn Vodafone bietet jetzt auch den Kauf via Web an. Unter [www.vodafone.de/music](http://www.vodafone.de/music) stehen die gleiche Songauswahl und die bekannten Optionen des Vodafone live!-Portals zur Verfügung. Im Web-Shop stöbern kann jeder, zum Kauf muß der Kunde sich aber mit Vodafone-Handy-Nummer und Internet-Kennwort einloggen. Der einmal gekaufte Musiktitel kann dann sowohl auf einen Computer als auch auf das Handy heruntergeladen werden. Für den Download via PC werden die Songs im Windows Media Format mit einer Bitrate von 128 KBit/s angeboten. Nach dem Herunterladen können sie auf entsprechend kompatible portable Musikplayer exportiert und bis zu zehnmal gebrannt werden. Die Songs stehen im optimierten AAC-Format zur Verfügung, einer Weiterentwicklung von MP3, und können dank UMTS mit einer Bitrate von 64 KBit/s angeboten werden. So dauert ein Download auf das Handy in der Regel nur weniger als eine Minute. Eine vereinfachte Navigation, eine übersichtliche Darstellung der Lieder sowie

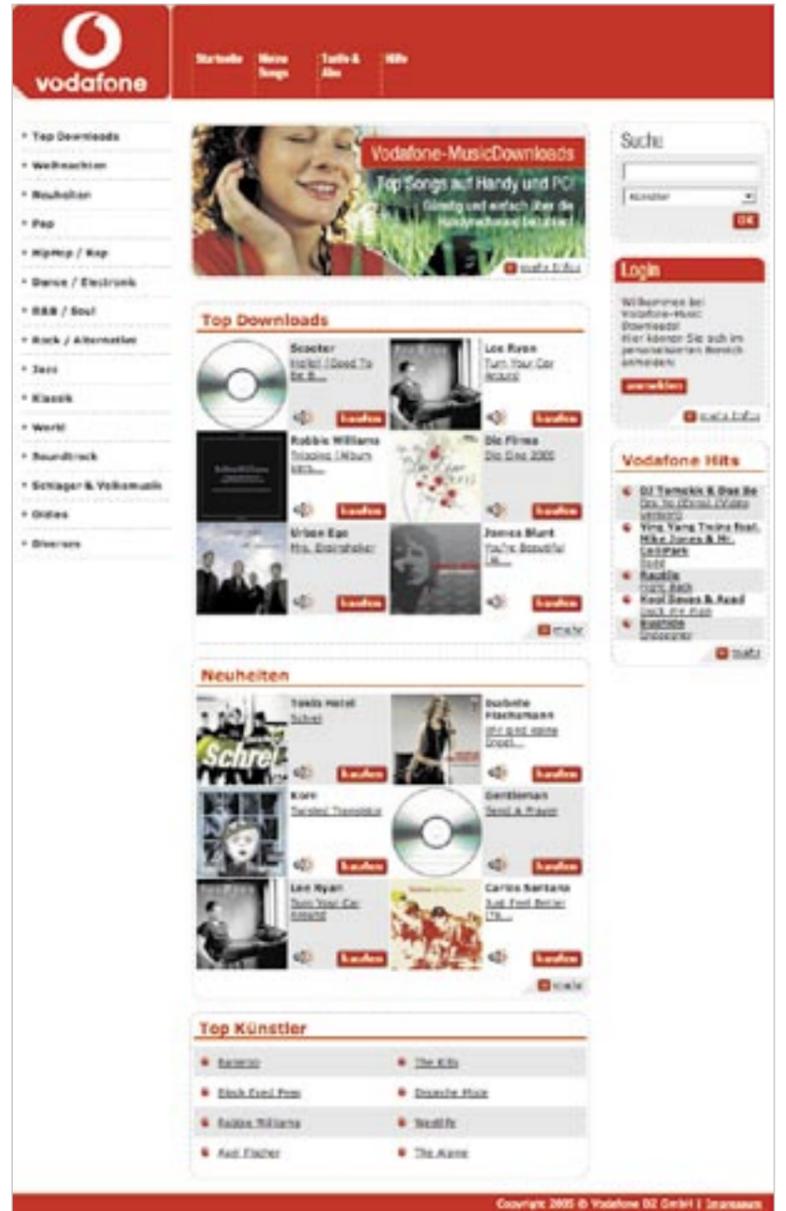
eine fehlertolerante Suche bieten darüber hinaus großen Komfort. Für die Musik-Downloads bietet Vodafone derzeit drei Preismodelle an: Der Download eines Einzeltracks kostet ab sofort 1,49 Euro, ein Paket mit vier Songs ist für 4,99 Euro und mit 15 Songs für 14,99 Euro zu haben – komplett ohne zusätzliche Verbindungsentgelte. In den UMTS-Minuten-Paketen Plus ist sogar ein Download pro Monat enthalten. Die Abrechnung erfolgt über die Handy-Telefonrechnung.

## MusicFinder erleichtert die Titel-Suche

Seit kurzem ist der Vodafone-MusicFinder mit dem Music Store verknüpft. Dieser Service macht den Musikkaufl mit dem Handy noch komfortabler und spontaner.

Mit Hilfe des MusicFinders kann innerhalb von kürzester Zeit ein unbekannter Song identifiziert werden. Dabei erhält der Nutzer per SMS neben dem Songtitel und dem Namen des Interpreten jetzt auch einen Link, der direkt in den mobilen Vodafone-Music Store führt. Dort werden auf einen Blick alle verfügbaren Produkte zum gesuchten Titel angezeigt: das Stück in voller Länge als Musik-Download, die Melodie als Ring-Up-Tone, als Klingelton oder Logo und Animation.

Um einen Song zu erkennen, wählt der Kunde einfach die Nummer des MusicFinders unter 221122 und hält das Handy für zirka 30 Sekunden in Richtung Musikquelle. Per Ansage wird mitgeteilt, wann die Musikererkennung abgeschlossen ist, dann wird der Anruf automatisch beendet. Unmittelbar danach beginnt die Suche in einer Datenbank mit über drei Millionen hinterlegten Titeln. Ist der Song erkannt und im Musikangebot bei Vodafone verfügbar, erhält der Kunde eine SMS mit Titel und Interpret und zusätzlich einen Direktlink ins



Seit einigen Wochen können Nutzer den Vodafone-MusicShop auch über das Internet erreichen. Die übersichtliche Struktur des Angebots erleichtert dabei das Suchen und Finden von Musikstücken.

Vodafone live!-Portal. Das Angebot ist mit für Musik-Download- oder Klingelton-Download-fähigen Vodafone live!-Handys nutzbar. Sofern der Song erkannt wurde, aber nicht im Musikangebot von Vodafone erhältlich ist, entfällt der Link zum Vodafone live!-Portal. Mit einem Klick landet der Kunde dann im mobilen Music Store, wo das Stück direkt gekauft werden kann. Falls der Song nicht im Angebot ist, erhält der Kunde eine übersichtliche Zusammenstellung

der letzten mit dem MusicFinder erkannten Songs. Diese Liste ermöglicht, daß man auch zu einem späteren Zeitpunkt auf die gesuchten Titel zurückgreifen kann. Die Nutzung des Vodafone-MusicFinders kostet 0,49 Euro je Anruf bei erfolgreicher Recherche. Falls der gesuchte Song nicht erkannt wird, zahlt der Kunde nichts. Sofern das Musikstück dann auch direkt über das Vodafone live!-Portal heruntergeladen wird, entstehen die jeweiligen Kosten für den Download.

## Mit Vodafone Blackberry mobil E-Mails bearbeiten

Nutzer des BlackBerry-Dienstes von Vodafone können auch unterwegs per E-Mail kommunizieren. Ausgestattet mit einem geeigneten Mobiltelefon, können sie auf eingehende Nachrichten sofort reagieren. E-Mails gehören heute zum modernen Büroalltag. Doch wie behält man auch unterwegs seine elektronische Post komfortabel im Griff? Für Nutzer des BlackBerry-Dienstes von Vodafone ist dies längst kein Problem mehr. Eingehende Mails werden mit diesem E-Mail-Push-Service direkt und automatisch auf ein entsprechendes Handy übertragen. Auf die neuen Nachrichten wird der Nutzer per Signalton oder Vibrationsalarm aufmerksam gemacht – alles funktioniert so einfach wie der Empfang einer SMS-Mitteilung.

Die E-Mails können dann sofort gelesen und beantwortet werden. Wie am Desktop-PC zu Hause oder im Büro lassen sie sich weiterleiten, löschen oder in Ordner verschieben. Alles, was der Nutzer unterwegs macht, wird dabei mit seinem E-Mail-Konto synchronisiert. So findet er bei der Rückkehr immer ein aufgeräumtes Postfach vor.

Mit dem BlackBerry-Dienst von Vodafone lassen sich auch bestehende

E-Mail-Accounts nutzen. Es müssen also keine neuen Mailadressen kommuniziert werden. BlackBerry von Vodafone kann darüber hinaus auch von Unternehmen mit einem eigenen Mailserver genutzt werden; dafür hält Vodafone die BlackBerry Enterprise-Lösung bereit. Auch hier funktioniert der Mail-Empfang ohne manuelle Einwahl auf den Firmenserver. E-Mails werden vom Server komprimiert und verschlüsselt direkt auf das Mobiltelefon übertragen.



Zur Nutzung von BlackBerry gibt's bei Vodafone verschiedene Handys. Neben den BlackBerry-Handhelds mit der charakteristischen, unterhalb des Displays angeordneten Tastatur gehört dazu unter anderem auch der besonders kompakte BlackBerry 7100v, der dank intelligenter Tastenbelegung eine Tastatur auf nur 20 Tasten abbildet. Ebenfalls zur Nutzung des Push-E-Mail-Dienstes geeignet ist eine Reihe der von Vodafone angebotenen Handys, etwa das Nokia 6822, das Siemens SK65 und das P910i von SonyEricsson. Brandneu im Vodafone-Programm sind die beiden Nokia-Modelle 9300 und der neue 9500 Communicator.

**POS Neuheiten**

**BenQ Mobile nimmt das AX72 ins Basissortiment**

**Mobil** BenQ Mobile hat sein Produktangebot im Basissegment mit dem AX72 erweitert. Das Gerät wartet den Angaben zufolge mit allen wichtigen Kommunikationsfunktionen auf, ist sehr leicht zu bedienen und preiswert. In klassisch-zeitlosem Design kann das schlanke Mobiltelefon auch als Organizer genutzt werden. Wie alle Geräte der A-Serie von BenQ Mobile ist das AX72 dank seines ergonomischen Designs und der übersichtlichen Menüführung einfach und intuitiv zu bedienen. 17 mm flach liegt das nur 75 Gramm schwere Gerät angenehm in der Hand. Das AX72 ist laut Hersteller das ideale Mobiltelefon für alle, die ein unkompliziertes Handy suchen. Zur Ausstattung gehören ein Kalender mit Tages-, Wochen- und Monatsansicht, Adreßbuch für bis zu 500 Einträge mit Anschrift, Telefonnummer und zusätzlichen Informationen, Sprachsteuerung und ein hochauflösendes Display (65.536 Farben, 128 x 128 Pixel) mit übersichtlichem Grafikenü. Freisprechfunktion, Vibrationsalarm und drei Java-Spiele sind ebenfalls vorhanden. Dank Customizing-Möglichkeiten läßt sich das Handy mit wenigen Tastenklicks individuell einstellen. Mit der ansteckbaren QuickPic Kamera IQP-500 (optionales Zubehör) wird das AX72 zum Fotohandy. Zur weite-



ren Auswahl an Original-Zubehör gehören portable Car Kits, mehrere Headsets sowie verschiedene Ladegeräte. Das AX72 ist ab sofort in der Farbe „Basalt Black“ erhältlich.

**BenQ Mobile AP75 mit Fünf-Wege-Navigation**

**Mobil** Auch das neue AP75 von BenQ Mobile bietet den Angaben des Herstellers zufolge alles, was der Nutzer für die mobile Kommunikation benötigt. Darüber hinaus ist das Handy dank eines ergonomisch gestalteten Tastenfeldes und übersichtlicher 5-Wege-Navigation einfach zu bedienen. Ausgestattet mit einer CIF-Kamera mit zweifacher Digitalzoomfunktion können Schnappschüsse gemacht und anschließend auf dem CSTN-Farbdisplay (128 x 128 Bildpunkte) in 65.536 Farben dargestellt oder per Multimedia-Nachricht (MMS) verschickt werden. Das solide Basis-Modell in klassisch-kompaktem Design wartet außerdem mit 16stimmigen Klingeltönen, WAP, Adreßbuch und Organizer auf. Das Tri-band-Gerät wiegt 86 Gramm und ist 18 mm flach. Besonders komfortabel telefoniert man unterwegs mit einem Headset, das kabellos via Bluetooth mit dem Handy verbunden werden kann. Ein Klick auf eine spezielle Taste am Mobiltelefon genügt, um das Bluetooth-Headset mit dem Handy zu verbinden. Zum AP75 sind zwei passende Headsets erhältlich: das Headset Bluetooth HHB 600 sowie das Headset Bluetooth HHB 700.



**Nokia 6234 hat eine Zwei-Megapixel-Kamera**

**Mobil** Nokia hat das für UMTS-Dienste optimierte Nokia 6234 Mobiltelefon vorgestellt. Das neue Handy ist mit einer Zwei-Megapixel-Kamera, einem QVGA-Farbdisplay (320 x 240 Pixel), einem digitalen Musik-Player und Stereo-Lautsprechern ausgestattet. Darüber hinaus bietet es eine Fülle an Funktionen und Anwendungen, die die Vorteile von Breitbanddiensten über UMTS-Netze nutzen. Es wird weltweit ausschließlich über Vodafone angeboten. Das klassisch-elegante Nokia 6234 ist ein Dual-Mode/Tri-band-Mobiltelefon zur Nutzung in UMTS- und GSM 900/1800/1900-Netzen. Es wird voraussichtlich im ersten Quartal 2006 ausgeliefert. Neben dem exklusiven Vodafone Design bietet das Nokia 6234 verschiedene Vodafone-spezifische Software-Funktionen. Dazu gehören Vodafone Grafiken, Symbole, Menütexte und themenbezogene Motive für die Benutzeroberfläche, die dem bedienerfreundlichen Nokia Menü einen individuellen Auftritt verleihen. Ein weiterer Aspekt des Nokia 6234 ist der integrierte Zugang zu den Diensten von Vodafone. Das Ein- und Ausschalten des Nokia 6234 wird durch Vodafone Grafiken und Töne begleitet. Der Kunde erhält mit dem Nokia 6234 ein Mobiltelefon zur Nutzung in UMTS-Netzen, das mit einer Zwei-Megapixel-Kamera mit achtfacher Digitalzoomfunk-



**UMTS-Handy Nokia 6233**

**Mobil** Nokia hat auch das neue Nokia 6233 Mobiltelefon im klassisch-eleganten Design vorgestellt. Es wiegt 110 Gramm, hat ein Volumen von 81 cm<sup>3</sup> und bietet wie das Modell Nokia 6234 eine Zwei-Megapixel-Kamera, ein QVGA-Farbdisplay mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln, einen digitalen Musik-Player sowie Stereo-Lautsprecher. Beim Nokia 6233 kann der Nutzer auf eine Vielzahl an Funktionen und Anwendungen zurückgreifen, die die Vorteile von Breitbanddiensten über UMTS-Netze nutzen. Das Nokia 6233 bietet eine intuitive Menüführung und unterstützt sowohl UMTS- als auch GSM 900/1800/1900-Netze. Es wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2006 erhältlich sein. Das Nokia 6233 ist das neueste Nokia Mobiltelefon, das auf der Series 40-Plattform basiert und ermöglicht dadurch einen einfachen und intuitiven Zugang zu UMTS-Diensten und -Anwendungen. Neben der Unterstützung für aktuellste Mitteilungs- und Browser-Funktionen sowie Musik- und Video-Standards bietet das Nokia 6233 ein brillantes QVGA-Farbdisplay mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln. Die „Active Standby“ Anzeige ermöglicht einen direkten Zugang zu den am häufigsten genutzten Anwendungen und Funktionen. Mit dem Nokia 6233 ist das mobile Büro jederzeit und nur mit wenigen Tastendrückerknöpfen verfügbar. Kalendereinträge, Kontaktdaten und Aufgabenlisten lassen sich via SyncML-Technik synchronisieren. Die integrierte Bluetooth Funktechnik ermöglicht eine schnelle und mühelose Übertragung von Daten, beispielsweise zu einem kompatiblen Drucker.

tion und einem Modus für Aufnahmen im Querformat ausgestattet ist. Auf dem hellen QVGA-Display werden Fotos und Multimedia-Inhalte wie Videos oder Internetseiten auf ansprechende Weise und in Farbe dargestellt. Das Nokia 6234 Mobiltelefon ist außerdem mit Stereo-Lautsprechern ausgestattet, die 3D-Sound-Effekte unterstützen. Auch Standard-Kopfhörer lassen sich anschließen. Auf bis zu 2 GByte großen microSD-Speicherkarten kann der Nutzer seine persönliche Musiksammlung im Nokia 6234 Mobiltelefon speichern und hat sie so jederzeit parat. Ein Radio mit integriertem Visual Radio-Dienst rundet das Audio-Angebot des Nokia 6234 ab. Mit Hilfe der Bluetooth Funktechnik lassen sich Fotos aus dem Nokia 6234 auf einen kompatiblen Drucker übertragen. Gleichzeitig bietet Bluetooth die Möglichkeit, das Nokia 6234 in Verbindung mit einer großen Auswahl an Funk-Headsets oder Funk-Kfz-Lösungen zu nutzen. Das Gerät bietet bis zu vier Stunden Sprechzeit in GSM-Netzen (bis zu drei Stunden in UMTS-Netzen) sowie mehr als zwei Wochen Stand-by-Zeit.

Außerdem ist das Nokia 6233 mit dem ebenfalls neuen Nokia Gerätehalter CR-56 kompatibel. Dieser ist mit einem integrierten Antennenkoppler zur Verbesserung des Empfangs ausgestattet. Er ermöglicht die Nutzung des kompatiblen Mobiltelefons in Verbindung mit Nokia Kfz-Einbausätzen und lädt den Akku des im Halter eingesteckten Mobiltelefons auf. Das Nokia 6233 unterstützt neue UMTS-Dienste wie zum Beispiel das Streaming von multimedialen Inhalten wie Audio- oder Videoclips. Darüber hinaus lassen sich auch unterwegs große Dateien wie Spiele, Videos oder MP3-bzw. AAC-Klingeltöne schnell herunterladen oder hochladen.

**Nokia stellt neues High-End-Smartphone Nokia 9300i vor**

**Mobil** Nokia hat sein Portfolio an Business-Geräten um das neue High-End-Smartphone Nokia 9300i erweitert. Es eignet sich auch für WLAN-Verbindungen, verfügt über eine vollständige Tastatur, ein Farbdisplay mit 65.536 Farben und unterstützt eine umfassende Auswahl an E-Mail-Lösungen für Unternehmen sowie eine Anwendung zum Anzeigen von E-Mail-Anhängen.

Dank der neu integrierten Unterstützung für WLAN ermöglicht das Nokia 9300i Smartphone zuverlässige und kosteneffiziente Datenverbindungen zum Herunterladen umfangreicher Dateien oder von E-Mails mit Anhängen in entsprechenden Netzwerken. Der 80 MByte große Speicher bietet Platz für Dateien. Zur Erweiterung des Speicherplatzes werden bis zu 2 GByte große MMC-Speicherkarten unterstützt. Auf dem breiten Farbdisplay lassen sich Texte, Kalkulationstabellen oder Internetseiten ansprechend darstellen.

„Nokia ist ständig bestrebt, sein Angebot insbesondere für die Nutzer zu erweitern, die ein Smartphone mit umfassenden, speziell für den Beruf optimierten Funktio-



nen suchen“, so Niklas Savander, Senior Vice President Business Devices der Unternehmenseinheit Enterprise Solutions. „Unsere Business-Kunden erwarten von unseren Produkten gleichermaßen Kontinuität und regelmäßig neue und verbesserte Funktionen.“

Das Nokia 9300i Smartphone unterstützt EDGE-Netze und den WLAN-Standard 802.11g. Über die integrierte Freisprecheinrichtung sind Konferenzgespräche mit bis zu fünf Teilnehmern möglich. Zusätzlich unterstützt es das Versenden und Abrufen von E-Mails – auch mit Anhängen – über verschiedene E-Mail-Clients, darunter BlackBerry Connect, IBM WebSphere, Oracle Collaboration Suite, Seven Always-On Mail und Visto Mobile. Nicht zuletzt bietet das Nokia 9300i mit Infrarot-Schnittstelle und Unterstützung für Bluetooth Funkverbindungen verschiedene Möglichkeiten zur Synchronisierung mit einem Desktop-PC oder einem Notebook sowie zum Datenaustausch mit anderen mobilen Geräten. Das Gerät wird voraussichtlich im ersten Quartal 2006 verfügbar sein.

**Drei neue Mobiltelefone in der Siemens A-Serie von BenQ Mobile**

**Mobil** Mit den neuen Handy der A-Serie von BenQ Mobile halten Klapp- und Slider-Formen Einzug in das Einsteigersegment. Die neuen Mobiltelefone wenden sich an Nutzer, die Funktionalität ohne Schnickschnack suchen. Alle Modelle haben ein übersichtliches, ergonomisch gestaltetes Tastenfeld. Die einfache, selbsterklärende Navigation, die übersichtliche Menüstruktur und die farbige Bedienoberfläche sollen die Handhabung von Beginn an erleichtern. Kurzwahlknöpfe und ein Vier-Wege-Navigationsknopf ermöglichen den schnellen Zugriff auf die einzelnen Funktionen. So kann zum Beispiel der Wecker mit einem einfachen Tastendruck auf die „3“ aktiviert werden. Programmierbare Soft-Keys, 32stimmige Klingeltöne und Hintergrundbilder stehen zur Individualisierung der Geräte bereit. Die neuen Handys sind ergonomisch geformt und mit einem hochauflösenden Display (65.536 Farben) ausgestattet. Augenfällig sind insbesondere die hochwertigen Oberflächenstrukturen, bunte Farben und Chromelemente. WAP-, MMS- und GPRS-Zugang sorgen für schnelle Datenkommunikation; und auch vertonte Bilder können mit den neuen A-Serie-Modellen empfangen und betrachtet werden. Weitere Ausstattungsmerkmale sind der Organizer, vorinstallierte Notrufnummern, ein Wörterbuch für wichtige Begriffe in sieben Sprachen sowie zwei Spiele. An Zubehör stehen Headsets, Ladegeräte, Datenkabel und eine transportable Freisprecheinrichtung fürs Auto bereit. Die drei Neuheiten der A-Serie sind: Siemens AF51 von BenQ Mobile, Siemens AL21 von BenQ Mobile und Siemens A31 von BenQ Mobile.



Siemens A31

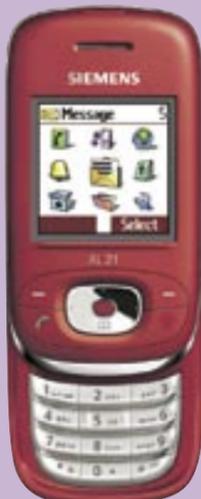
Das AF51 ist ein kompaktes und schlankes Klapp-Handy (79 x 41 x 20 mm) mit integrierter Antenne. Das Außendisplay (96 x 64 Pixel) ist verspiegelt, das Innendisplay (130 x 130 Pixel) durch kratzsicheres Glas geschützt. Das Incite Service Light Indication LED informiert den Nutzer durch Blinken über verpaßte Anrufe sowie eingehende Textnachrichten – selbst unter schlechten Lichtverhältnissen. Das Klapp-Handy hat eine hochwertige Oberfläche und zeigt in den Farben „Panther Schwarz“ und „Delfin Grau“ einen metallischen Schimmer.

Das Siemens AL21 von BenQ Mobile soll junge, modebewußte Mobilfunknutzer ansprechen. Als erstes Handy seiner Klasse wartet es mit einem Schiebemechanismus (Slider) auf. Programmierbare Tastenklänge ermöglichen es, das AL21 nach eigenen Wünschen zu personalisieren. Das intuitiv bedienbare AL21-Slider für Sprachtelefonie, Nachrichten und Terminorganisation wird in den Farben „Red Temptation“ und „Black Magic“ mit mattiertem Metallic-Effekt sowie durchscheinender Kunststoffrückwand ausgeliefert.

Das schlanke, barrenförmige Siemens A31 von BenQ Mobile ist mit einem eingebauten Organizer, einem Kalender mit Erinnerungsfunktionen, einem Wecker und einer Weltzeituhr. ausgestattet. Ein Terminkalender-Icon auf dem Navigationsknopf sorgt für schnellen Zugriff auf diese Funktion. Mit MMS-Bildern, Animationen und Logos läßt sich das Telefon auf Tastendruck individuell anpassen. Das Gerät gibt es mit einem Gehäuse mit dezertem Metalleffekt in den Farben „Anthrazit“ oder „Ruby Red“ sowie optischen Akzenten in Chrom. Alle Mobiltelefone der neuen Siemens A-Serie von BenQ Mobile sind in Deutschland ab dem ersten Quartal 2006 erhältlich.



Siemens AF51



Siemens AL21

# T-Online zeigt sich schon jetzt hervorragend gerüstet

## Wann ist die Zeit reif für „Triple Play“?

Das Schlagwort Triple Play, also Internet, Telefon und Video/TV aus einer Hand und über ein Zugangsmedium, hat nach der IFA vielerorts für Aufmerksamkeit gesorgt, nicht zuletzt in Fach- und Publikumspressen, Wirtschafts- und Nachrichtenmagazinen. Kabelnetzbetreiber zeigen sich besonders aggressiv und versuchen schon heute, Händler an sich zu binden. Es stellt sich die Frage, ob die Zeit reif ist für Triple Play – fängt der frühe Vogel den Wurm oder ist Abwarten die bessere Strategie?

In Ostasien, aber auch in Teilen Frankreichs und Italiens, ist schon heute die Realität, was zukünftig bei uns die Fernseh- und Medienwelt revolutionieren soll: Fernsehen, Telefon und Internet aus einem einzigen „Draht“. Aber aus welchem? Denn in Frage kommen das (digitalisierte) Fernsehkabel und das Telefonkupferkabel, das dank DSL-Technologie die in Deutschland marktbeherrschende Lösung für Breitband-Internetzugänge darstellt. Aus den mögli-



Wie Triple Play einmal in der Praxis aussehen könnte, zeigt T-Online mit dem Produkt T-Online Vision schon heute: digitales Fernsehen, Internetzugang und Telefonieren werden dem Kunden hier in einem einzigen Angebot präsentiert.

chen Techniken ergeben sich auch die Wettbewerber, die rechtzeitig ihre Claims auf dem Zukunftsmarkt Triple Play abstecken möchten: Kabelgesellschaften auf der einen und Telekommunikations- bzw. Internetanbieter auf der anderen Seite.

### Märchenhaftes Wachstum?

Doch um welche Potentiale geht es? Langfristig mit Sicherheit um beträchtliche: So geht die Unternehmensberatung Solon Manage-

ment Consulting in einer im August veröffentlichten Studie davon aus, daß der Triple Play Markt „rasant wachsen und sich bis 2010 europaweit von derzeit 0,7 Milliarden Euro auf zirka 7,5 Milliarden Euro verzehnfachen“ wird. Für Deutschland scheinen Prognosen dagegen schwieriger zu sein. Dies zum einen, weil Triple-Play-Angebote hierzulande noch neu sind, was Manager in vielen Unternehmen von gigantischen Zuwachsraten träumen

läßt, zum anderen können einige landesspezifische Rahmenbedingungen das Wachstum begrenzen: So ist Fernsehen trotz der Rundfunkgebührenpflicht in Deutschland so günstig wie fast nirgendwo anders auf der Welt. Mit den Rundfunkgebühren, an denen für Fernsehkonsumenten aufgrund von Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts auch in Zukunft kein Weg vorbei führen dürfte, ist das Eintrittsgeld in eine beträchtliche Programmvierfalt bezahlt – für den Digitaempfang über Antenne (DVB-T) oder Sat-Anlage fallen nach einmaligen Investitionen keine weiteren Kosten an. Mögen digitales Kabel und DSL-Fernsehen auch Hunderte von Kanälen ermöglichen – eine Frage bleibt: Wer ist bereit, dafür Geld auszugeben? Glaubt man Marktforschern, werden es ein paar Millionen sein: So rechnet Solon bis 2010 mit rund drei Millionen Triple-Play-Kunden, die sich je etwa zur Hälfte auf Kabel- und DSL-basierte Angebote aufteilen sollen.

### Chancen für den Handel

Selbst wenn sich diese Zahlen nicht bewahrheiten sollten, entsteht doch ein erhebliches Umsatzpotential für den Handel. Die Triple-Play-Anbieter werden Einstiegs Pakete mit Sicherheit auch über den klassischen Fachhandel vermarkten. Zusätzlich werden

die neuen Angebote Kaufanreize für weitere Geräte als Ergänzung oder Ablösung vorhandenen Equipments auslösen. Der Handel sollte sich also rechtzeitig mit dem Thema Triple Play befassen und bei der Wahl seiner Partner auf das richtige Pferd setzen. Bei der Frage nach dem richtigen Zeitpunkt und den richtigen Partnern scheiden sich allerdings die Geister. Obwohl die Kabelbetreiber theoretisch über eine breite Kundenbasis verfügen, liegt hier ihre Achillesferse: Selbst der größte Anbieter, Kabel Deutschland, mit rund zehn Millionen Anschlüssen, steht nur mit knapp einem Drittel seiner Kunden in direktem Kontakt. Der Rest überweist die Kabelgebühren an Vermieter oder regionale Gesellschaften, die lediglich die Hausverkabelung besitzen und betreiben. Das erschwert erheblich den Ausbau der Netze, der für Triple Play erforderlich wäre.

### DSL ist schon heute „ready for Triple Play“

DSL dagegen ist schon heute für 90 Prozent der Bevölkerung nutzbar, muß aber ebenfalls noch ausgebaut werden, um die Bandbreiten zu bieten, die für Triple Play erforderlich sind. T-Com und ihre Internet-Tochter T-Online verfügen über die größten Ressourcen für einen schnellen Ausbau. Mit der Angebotsschiene T-Online Vision verfügt der Marktführer zudem über eine Vorstufe für künftige Triple-Play-Angebote – zwar mit Video-on-Demand, aber noch ohne TV-Angebote. Da die wichtigen Programmanbieter, allen voran die großen privaten Fernsehsender, der Distribution ihrer Inhalte über DSL oder Digitalkabel aus rechtlichen und wirtschaftlichen Gründen reserviert gegenüberstehen, weiß ohnehin noch niemand, ob und wann Triple Play herkömmliches Fernsehen ersetzen und damit das halten kann, was sich viele heute davon versprechen...

### Gelassenheit und Aufmerksamkeit

Aus all dem ergibt sich für den Fachhandel, daß übermäßige Eile derzeit nicht geboten ist. Wann Triple Play in Deutschland wirklich zum großen Geschäft wird, kann noch niemand sagen. Allerdings lohnt es sich, das Thema aufmerksam zu beobachten. Und wer heute schon auf Triple Play Vorläufer wie T-Online Vision setzt, kann der Zukunft erst recht gelassen entgegensehen.

### T-Online gewinnt im dritten Quartal DSL-Neukunden auf Rekordniveau

Die T-Online International AG ist im deutschen DSL-Markt im dritten Quartal 2005 mit der Bestmarke von 342.000 DSL-Tarifneukunden auf Rekordniveau gewachsen. Die DSL-Tarifkundenbasis des Unternehmens stieg in Deutschland auf über 4,0 Millionen, konzernweit sogar auf 4,6 Millionen DSL-Tarifkunden an. „Insgesamt verzeichnet T-Online aktuell das beste Quartal hinsichtlich der DSL-Tarifneukundengewinnung seit dem Start des Breitbandangebots in Deutschland im Jahr 2000“, sagte Rainer Beaujean, Vorstandsvorsitzender der T-Online International AG. „Wir erwarten, daß wir mit diesem erfreulichen Ergebnis deutlich über 50 Prozent der durch die Deutsche Telekom neu geschalteten T-DSL Anschlüsse im dritten Quartal gewonnen haben.“

Im Vergleich zum Vorquartal steigerte T-Online das DSL-Tarifkundenwachstum in Deutschland um mehr als 87 Prozent. Mit dem starken Zuwachs baut das Unternehmen seine hervorragende Rolle im Breitbandmarkt weiter aus. Auch im Segment „Übriges Europa“ konnte im dritten Quartal 2005 das DSL-Tarifneukundenwachstum deutlich gesteigert werden. Gegenüber dem Vorquartal verbesserte T-Online das Wachstum um zwölf Prozent. Mit 64.000 DSL-Tarifneukunden

konnte das DSL-Tarifkundenwachstum vom Vorjahresquartal von 4.000 DSL-Tarifneukunden um 60.000 übertroffen werden. Insgesamt gewann T-Online konzernweit im dritten Quartal 405.000 neue DSL-Tarifkunden hinzu, eine Steigerung um 37,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und sogar um 69,7 Prozent gegenüber dem Vorquartal.

In Deutschland hat T-Online im dritten Quartal mit neuen DSL-Tarifen ihr Angebot ausgebaut und optimiert dieses fortgesetzt weiter. Seit Anfang November bietet T-Online beispielsweise mit dem einheitlichen Preispunkt von 9,95 Euro jeweils für die DSL-Flatrate und auch für die DSL-Telefonie Flatrate ein transparentes und wettbewerbsfähiges Angebot zum Surfen und Telefonieren für die Kunden. Mit der marktorientierten Weiterentwicklung des Tarifportfolios sowie der zielgruppenspezifischen Fortsetzung der DSL-Telefonievermarktung unterstreicht T-Online ihre Flexibilität sowie das Ziel, auch im Jahr 2005 mindestens 50 Prozent der neu geschalteten T-DSL Anschlüsse zu gewinnen. „Wir hatten schon im Sommer angekündigt, daß wir weiter sehr aktiv im Markt unterwegs sein werden“, so Beaujean. „Mit dem aktuellen Tarifportfolio sind wir als Marktführer hervorragend aufgestellt.“

# debitel Hauptsponsor des bundesweiten Street Soccer-Cups 2006

Die Stuttgarter debitel AG unterstützt als Hauptsponsor den Sparkassen Soccer Cup 2006. Das Straßenfußballturnier für Jungen und Mädchen bis 14 Jahre wird von der DSV-Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag) für die Mitgliedsinstitute der Sparkassen-Finanzgruppe initiiert und konzipiert. Sparkassen aus dem gesamten Bundesgebiet haben bereits mehr als 200 Spieltage gebucht. Damit gehört der Sparkassen Soccer Cup zu den größten Street Soccer-Turnieren aller Zeiten – was zweifellos an den jeweiligen Veranstaltungsorten für hohe lokale und regionale Beachtung des Ereignisses und seiner Sponsoren sorgen wird.

## Die DSV-Gruppe

Die DSV-Gruppe, die sich aus dem Deutschen Sparkassenverlag sowie seinen Tochter- und Beteiligungsunternehmen zusammensetzt, zählt mit einem Jahresumsatz von rund 683 Millionen Euro (2004) zu den zehn umsatzstärksten Verlagshäusern Deutschlands. Als spezialisierter Lösungsanbieter für die Verbände und Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe bietet die DSV-Gruppe klassische Verlagsmedien wie Bücher, Ratgeberreihen, Fach- und Kundenzeitschriften sowie organisatorische Medien wie Vordrucke, technische Geräte und Bankkarten an. Ergänzt wird das Leistungsportfolio durch informatikgestützte Dienstleistungen, Internet-Angebote, elektronische Beratungssysteme sowie Full-Service-Agenturleistungen inklusive Kommunikationskonzepten und PR-Events. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hauptsitz der DSV-Gruppe ist Stuttgart-Vaihingen, darüber hinaus ist das Unternehmen bundesweit an zahlreichen Standorten vertreten.



Der Sparkassen Soccer Cup 2006 wird vor allem bei jungen Menschen für Aufmerksamkeit sorgen.

Neben debitel als Hauptsponsor zählen der Dudenverlag, uhlSport, der Expreßdienstanbieter TNT, der Display-Hersteller Entdecker sowie fD21, die Initiative zur Förderung der Fußballjugend („Fußball in Deutschland im 21. Jahrhundert“), zum Sponsorenpool des Sparkassen Soccer Cups 2006. Aus der Sparkassen-Finanzgruppe engagieren sich die Deka Invest, die LBS, Landesbausparkasse der Sparkassen, die Versicherungen der Sparkassen, das Potsdamer Kongreßhotel am Templiner See und die DSV-Tochter AM I Agentur für Kommunikation. Diese Unternehmen werden ihr Engagement im Rahmen der Veranstaltung mit Pressearbeit und PR-Aktionen herausstellen. Das Besondere am Sparkassen Soccer Cup 2006 ist der Turniercharakter: Im Sinne der Sparkassen-Philosophie startet der Soccer Cup zu Beginn nächsten Jahres lokal bei den teilnehmenden Sparkassen – in den Großstädten ebenso wie in der Fläche. Die örtlichen Siegerteams der von den Instituten ausgetragenen Turniere qualifizieren sich für Zwischenrunden. Das Finale richtet die DSV-Gruppe am 1. Juli 2006, dem Wochenende vor dem WM-Finale, in Potsdam bei Berlin aus.

Durch die Beteiligung der Sponsoren können auch exklusive Siegerpreise ausgelobt werden – darunter VIP-Tickets für Spiele der DFB-Elf oder ein Wochencamp der uhlSport-challenge-Soccer-

Academie des Ex-Nationalstürmers Kalle Riedle. Mit einem exklusiven Trainingswochenende beteiligt sich fD21.

## Turnier ohne Sponsoring ist nicht denkbar

Dank der Sponsoren und Partner bleibt das bislang größte bundesweite Fußballturnier der Sparkassen für die teilnehmenden Institute finanziell überschaubar. Ein DSV-Basispaket für die Sparkassen enthält bereits alle wesentlichen Leistungen: die Moderatoren Bühne, eine Musik- und Tonanlage, Dekorationselemente, Pokale als Preise sowie ein Werbemittelpaket. Außerdem gehören der Transport sowie Auf- und Abbau der kompletten Ausstattung, die Turnierleitung, Moderator und Schiedsrichter zur DSV-Serviceleistung. Das Angebot für jedes angemeldete Fußballteam (Fünfer-Mannschaften) beinhaltet die Trikots und eine Gruppen-Unfallversicherung.

## Erfahrener Sportsponsor unterstützt Soccer-Cup

debitel hat sich in den vergangenen Jahren einen hervorragenden Ruf als Sportsponsor erworben. So arbeitet das Unternehmen beispielsweise seit der Saison 1999/2000 mit dem Fußball-Bundesligisten VfB Stuttgart zusammen – seit Juli 2005 ist die Kooperation neu ausgerichtet und debitel exklusiver Telekommunikationspartner der Schwaben. Daneben nutzt debitel die breite Präsenz in ver-

schiedenen deutschen Fußballarenen – in der Allianz-Arena in München und in den Stadien von Hertha BSC Berlin, Bayer Leverkusen, Schalke 04 und Borussia Dortmund. Darüber hinaus ist debitel bereits seit Jahren in der Förderung von Fußball-Nachwuchstalenten aktiv und wird auch zukünftig die Nokia-debitel-

## debitel light siegt beim verifox.de-Test

debitel-light hat beim Test der neuen Mobilfunk-Discounter durch das Mobilfunk-Verbraucherportal verifox.de gesiegt, und zwar in den drei Kategorien Wenig-, Normal- und Vieltelefonierer. Dank seines im Markt einzigartigen Startguthabens von 17,77 Euro setzte sich die Prepaid-SIM-Karte von debitel-light gegen die Konkurrenz von Simyo und blau.de durch.

Cups, den DaimlerChrysler Junior-Cup sowie verschiedene Talentförderkonzepte unterstützen. Im WM-Jahr 2006 ergänzt das Stuttgarter Unternehmen das Konzept der Jugendförderung durch das Sponsoring des Sparkassen Soccer-Cups.

## Große Pauschaltarif-Auswahl bei debitel

Transparenz, Kostenbewußtsein und Fairneß kennzeichnen nach eigenen Angaben die Flat-Tarife des europäischen Telekommunikationsanbieters debitel. Von der Genion-Flatrate von O<sub>2</sub> über E-Plus BASE bis zum Tarif Vario Flat im T-Mobile-Netz erstreckt sich das aktuelle Angebot des Stuttgarter Unternehmens.

Bei der neuen O<sub>2</sub>-Genion-Flatrate für 9,99 Euro monatlich gibt es kein Zeitlimit bei Gesprächen aus der Homezone ins O<sub>2</sub>- oder ins deutsche Festnetz. Da die Homezone einen Umkreis von durchschnittlich zwölf km<sup>2</sup> hat, gilt das Angebot auch innerhalb eines Stadtgebietes, einer Kleinstadt oder dörflichen Umgebung. Im Rahmen einer Startaktion bis zum 31. März 2006 müssen Neukunden den Monatspaketpreis der Genion-Flatrate für die ersten drei Monate nicht bezahlen – und sie können jederzeit innerhalb dieser drei Monate kündigen. Die Genion Flatrate hat eine Laufzeit von 24 Monaten.

Genion-Flatrate im Überblick: Monatspaketpreis: 9,99 Euro; zu den O<sub>2</sub>-Tarifen Genion und Genion Profi buchbar; unbegrenztes Telefonieren aus der Homezone ins deutsche Festnetz sowie ins Netz von O<sub>2</sub> Germany; Flatrate gilt in der kompletten Homezone; Neukunden erhalten bis 31.03.2006 die Option für die ersten drei Monate kostenlos und können sie innerhalb dieser drei Monate jederzeit kündigen; Laufzeit: 24 Monate. Flat und fair ist auch der E-Plus-BASE-Tarif bei debitel. Bei dieser Pauschalvariante gilt ebenfalls: Unbegrenztes Telefonieren ins nationale Festnetz ist mit dem Monatspaketpreis von 25 Euro ebenso abgedeckt wie SMS und Gespräche innerhalb des nationalen E-Plus-Netzes. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt zwölf Monate, Tarifwechsel sind allerdings bei dieser günstigen Tarifvariante nicht möglich. E-Plus BASE eignet sich vor allem für Vieltelefonierer, die ihre Kosten für Telefonate ins Festnetz und im Mobilfunkbereich reduzieren wollen.

E-Plus BASE im Überblick: Monatspaketpreis 25,00 Euro; Minutenpreis ins deutsche Festnetz: 0,00 Euro; Minutenpreis zur Mailbox 0,00 Euro; Minutenpreis zu T-Mobile, Vodafone D2 und O2: 0,25 Euro; Minutenpreis zu E-Plus: 0,00 Euro; BASE ist ein SIM Only-Produkt, also ohne Hardware-Subvention.

Ausschließlich im T-Mobile Deutschland-Netz wird der Tarif Vario Flat angeboten, bei dem debitel das etablierte Vario-Prinzip auf Pauschaltarife übertragen hat. Vario steht laut debitel für Flexibilität mit zielgruppenspezifischen Inklusivvolumina. Das heißt, der Kunde kann seinen Tarif exakt auf seine Bedürfnisse abstimmen, indem er die Tarif-Features flexibel austauscht. Vario Flat bietet eine einfache Tarifstruktur mit lediglich einem ganztägigen Minutenpreis. Bei der Variante „Anytime“ für das D1-Netz telefoniert der Kunde zu zwei frei wählbaren Vorwahlbereichen jederzeit kostenfrei, bei der Variante „Anywhere“ gibt es kostenlose Gespräche ins deutsche Festnetz am Abend oder am Wochenende, ohne Begrenzung auf Vorwahlbereiche.

Vario Flat im Überblick: Monatspaketpreis: 18,95 Euro; 0,25 Euro Minutenpreis in alle Netze und zu jeder Uhrzeit; Festnetzgespräche (je nach Tarifaufprägung in zwei Vorwahlbereiche oder in der Freizeit) ohne Extrakosten; übersichtliche Tarifaufgestaltung: Vario Flat verfügt über einen günstigen Minutenpreis rund um die Uhr; Flexibilität bei den Inklusivminuten: Der Kunde hat die Wahl, wann oder wohin er kostenlos telefonieren will. Ändern sich die Präferenzen, kann er ganz flexibel jeden Monat wechseln.

# Ich kaufe Apple bei ComLine!

## iPod 30GB

Jetzt für Musik, Podcasts, Fotos,  
eigene Filme, Musikvideos und mehr.

- Bis zu 7.500 Songs und Albumcover in Farbe
- 10,35 x 6,18 x 1,1 cm
- Helles TFT-Display (6,35 cm, 320 x 240 Pixel)
- Bis zu 14 Stunden Batterielaufzeit

Weiss - ComLine Art.Nr. PWAZ-2070000  
Schwarz - ComLine Art.Nr. PWAZ-2070001

**261,-**



Autorisierter  
Distributor

### iBook 1,33 GHz 12" Combo



512 MB DDR333 SDRAM  
40 GB Ultra-ATA-Laufwerk

Art.Nr. PWAN-13875

**860,-**

### Mac mini 1,25 GHz Combo



512 MB DDR333 SDRAM  
ATI Radeon 9200

Art.Nr. PWA-1001306

**434,-**

### iMac G5 1,9 GHz 17" SuperDrive



512 MB DDR2 SDRAM  
160 GB Serial ATA-Festplatte

Art.Nr. PWA-2000000

**1.128,-**

[www.ComLine-Shop.de](http://www.ComLine-Shop.de)



ComLine GmbH · Am Oker 33 · 24955 Harrislee  
Tel. 0461 / 77 303-30 · Fax: -90

Irrtümer und Preisänderungen vorbehalten. Preise gelten ab Lager Harrislee, zzgl. der gesetzlichen MwSt., Porto und Versicherung. Alle Angebote freibleibend. Alle genannten Garantiezeiten entsprechen den jeweiligen Herstellergarantien. Es gelten unsere allgemeinen Verkaufs- und Lieferbedingungen.

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektronik und Bürokommunikation. Zum nächstmöglichen Zeitpunkt wird ein qualifizierter Mitarbeiter (m/w) gesucht als

## Junior-Controller (m/w)

### Ihre Aufgaben:

- Eigenverantwortliche Durchführung von Projekten
- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und konzernweiten Projekten
- Schwachstellen-/Ursachenanalyse, Sonderauswertungen sowie Erarbeitung von Verbesserungsvorschlägen
- Anwendung und Weiterentwicklung der vorhandenen Controlling-Instrumentarien
- Konzeption und Koordinierung der Budget- und Forecast-Prozesse
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäftsbereiche
- Verantwortliche Mitwirkung bei periodischen Abschlußarbeiten

### Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Controlling/Rechnungswesen
- Ca. 1 Jahr Berufserfahrung im Bereich Controlling oder entsprechende Praktikaerfahrung während des Studiums, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Fließende Englischkenntnisse in Wort und Schrift, sehr gute Anwenderkenntnisse in MS-Office
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil
- Alter ca. 24-28 Jahre

Kennziffer 276

**Sind Sie an dieser Position 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  
 Internet: http://www.bestjob.de



Die **Elta GmbH** in Rödermark (südlich von Frankfurt/M.) ist einer der bedeutendsten Importeure für Consumer Electronics (Braune Ware, Digitale Speichermedien, Weiße Ware und Elektrokleingeräte). Endverbraucher begegnen unseren Produkten, die wir national über eine Außendienst-/Key Account-Management-Organisation vertreiben, in nahezu allen Vertriebsschienen des Handels. International erfolgt der Absatz über eigene Tochtergesellschaften in Österreich, Polen, Tschechien und Slowenien sowie über einen Importeur in Ungarn. Eine eigene Dependence in Hongkong ermöglicht es uns, eng mit unseren Lieferanten, aber auch mit internationalen Key Accounts, zu kooperieren und verleiht uns am Markt wichtige Qualitäts- und Geschwindigkeitsvorteile, die Sie als unser künftiger

## Vertriebsleiter (w/m) Kennziffer: 05-1603

in entsprechende wirtschaftliche Erfolge umsetzen sollen. Sie sind CE-begeistert und ein „Kind der Branche“ mit entsprechend engen Kontakten zu deren nationalen und regionalen Entscheidern. Ihre bisherigen Berufserfahrungen und Branchenkenntnisse sowie Ihr Produktwissen haben Sie bei einem unserer Wettbewerber bzw. im unmittelbaren Umfeld der CE gesammelt. Als führungs-, verhandlungs- und konzeptstarker Motivator „leben“ Sie Vertrieb gegenüber unseren Kunden wie auch gegenüber den Ihnen unterstellten Mitarbeitern. Verhandlungssichere Englischkenntnisse in Wort und Schrift sowie gute MS-Office-Anwenderkenntnisse runden Ihr Profil ab. Erfahrungen im Produkt Management, Marketing sowie in Einkauf und Logistik könnten Ihre weitere Karriere beschleunigen.

Faszinierende Produktneuheiten wollen von Ihnen mitentdeckt und zu unverwechselbaren Highlights gemacht werden! Ihr attraktives Gehalt können Sie durch eine leistungsorientierte Komponente maßgeblich mitbestimmen. Sind Sie an der Mitarbeit in entscheidender Funktion eines stark wachsenden, zukunftssicheren Unternehmens interessiert? Dann freut sich die von uns beauftragte Personalberatung auf Ihre vollständige Bewerbungsmappe (Lebenslauf, Foto, Zeugnis kopien, Angabe zu Ist-Gehalt und möglichem Eintrittstermin):

**for sale. frankfurt** Thomas Kaiser  
 Personalmarketing & -beratung ■ PR & Consulting

**for sale. frankfurt** Thomas Kaiser ■ Dortelweiler Str. 18 ■ D-61118 Bad Vilbel  
 Fon: 06101-5585540 ■ www.forsale-frankfurt.de ■ T.Kaiser@forsale-frankfurt.de  
 E-Mail-Bewerbungen beinhalten zunächst bitte **nur Ihren Lebenslauf** (bis 200 KB).

## Gebietsverkaufsleiter Consumer Electronics in NRW

**sucht neue Herausforderung als Repräsentant  
 oder Handelsvertreter.**

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

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

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

Chiffre 4257131



## Klingelton im Sarg

Glaubt man der beiläufigen Meldung einer Nachrichtenagentur, dann hat sich in einem Mitgliedsstaat der europäischen Gemeinschaft eine völlig atypische Entwicklung des Handy-Marktes vollzogen: Denn eine stetig zunehmende Anzahl unserer irischen Mitbürger verfügt inzwischen testamentarisch, daß ihnen bei der Beerdigung als Grabbeigabe ein eingeschaltetes Handy mit in den Sarg gelegt werden soll. Der Grund: Viele Iren befürchten, lebendig begraben zu werden und geben deshalb in ihrem letzten Willen auch detaillierte Anweisungen über den Zustand und die Position des mit in den Sarg gelegten Handys. Das ist logisch und vorausdenkend, denn wer möchte sich schon, falls er nach dem Einsargen noch einmal wach werden sollte, in der unangenehmen Situation befinden, das Handy als Schlüssel zur Rückkehr ins Leben in seiner unmittelbaren Nähe zu wissen, es aber wegen der beengten Verhältnisse der neuen Behausung nicht erreichen zu können. Es häufen sich jedoch Fälle, bei denen es während der Trauerfeier oder der anschließenden Beerdigungszereemonie zu Störungen durch Klingeltöne aus dem Sarg kommt, weil gerade jemand die Handynummer des Verstorbenen ausgewählt hat. Vielleicht versuchen ja auch Spaßvögel unter den Trauergästen, auf diese Weise etwas Leben in die melancholisch stimmende Veranstaltung zu bringen. Deshalb raten irische Bestattungsunternehmer inzwischen den Angehörigen, den Klingelton des in den Sarg gelegten Handys auszuschalten und nur den Vibrationsalarm zu aktivieren. Besonders vorsichtige Iren bestehen ohnehin darauf, mit einem ausgeschalteten Handy begraben zu werden, damit der Akku noch voll ist, wenn man wieder aufwacht.

evo

## IMPRESSUM

**PoS-MAIL**  
 Informationen für High-Tech-Marketing  
 erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,  
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen  
 Freiligrathring 18-20,  
 40878 Ratingen  
 Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0  
 Fax: (0 21 02) 20 27 - 90  
 Online: http://www.pos-mail.de  
 Postbank Essen,  
 Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43

### Herausgeber:

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

### Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

### Objektmanagement:

Franz Wagner

### Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
 Franz Wagner  
 Dipl. Journ. Herbert Päge  
 Dipl. rer. pol. Karla Schulze  
 Lidija Mizdrak, M.A.

### Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

### Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
 Nr. 7 v. 1. Januar 2006

### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

### Vertrieb:

Silke Gräbel

### Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

### Druck:

Druckerei Bachem  
 Köln-Mülheim

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und

Manuskripte wird keine Verantwortung  
 übernommen.  
 Rückporto ist beizufügen.

### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.  
 Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung  
 und Urhebervermerk.  
 Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedin-  
 gungen für Zeitungen und Zeitschriften.

### Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.  
 Der Abonnementspreis beträgt  
 60,- € jährlich  
 (Ausland: 80,- €).



Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



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

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

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



**Ambi Light ausgeschaltet.**

**Ambi Light eingeschaltet.**



## **Einmal erlebt – und Sie wollen nie mehr darauf verzichten.**

**Philips Cineos Flat TV mit Ambi Light.** Sie wollen das maximale Fernseherlebnis genießen. Deshalb werden Sie auch das weltweit erste und außergewöhnliche Ambi Light nicht mehr ausschalten. Die Ambi Light Funktion analysiert die empfangenen TV-Signale und erzeugt ein Umgebungslicht, das den Raum und Ihre Augen in die dominierende Farbe auf dem Fernseh-Bildschirm taucht. Der hochauflösende Cineos Flat TV mit Ambi Light von Philips – der nächste Schritt in der Evolution des Fernsehens.

**Kommen Sie mit uns auf die Reise unter [www.philips.com/simplicity](http://www.philips.com/simplicity)**

**PHILIPS**  
sense and simplicity