



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.**

## BenQ Mobile präsentiert Strategien und Neuheiten Erste Produkte der Marke **BENQ-SIEMENS**



Drei Monate nach Aufnahme der Geschäftstätigkeit hat sich BenQ Mobile, der neue Geschäftsbereich der 1984 unter dem Namen Continental Systems in Taiwan gegründeten BenQ Corporation, auf einer internationalen Pressekonferenz in Berlin präsentiert. Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand neben allgemeinen Informationen zum Unternehmen dessen Strategie für 2006, mit der BenQ Mobile seine Position im Markt ausbauen will. Außerdem stellten Jerry Wang, Executive Vice President und Chief Marketing Officer der BenQ

Aus der Tatsache, daß dieser Zeitpunkt, der in anderen Presseerklärungen ebenso allgemein mit „im ersten Quartal 2006“ umschrieben wurde, schon nach weniger als drei Wochen im neuen Jahr erreicht ist, läßt den Schluß zu, daß die gewünschten Synergieeffekte in einigen Bereichen inzwischen erzielt wurden. So hatte sich Joos beispielsweise bereits im Juli 2005 davon überzeugt

gezeigt, daß durch die Integration der Siemens Mobilfunksparte in den BenQ Konzern schnellere und flexiblere Prozesse erreicht werden könnten, die sich unter anderem positiv auf Kernprozesse wie „Time to Market“ auswirken würden. Gerade in diesem Punkt hinkte Siemens Mobile in den vergangenen Jahren immer wieder Wettbewerbern hinterher, die in der Lage waren, Innovationen

Corporation, und Clemens Joos, CEO von BenQ Mobile, mit den Mobiltelefonmodellen EF81, S68 und S88 sowie den drei Headsets HHB-100, HHB-130 und HHB-160 die ersten Produkte mit dem neuen Markennamen BenQ-Siemens vor, die in den kommenden Wochen in den Markt eingeführt werden. Die Präsentation der Neuheiten erfolgte zu einem erfreulich frühen Zeitpunkt, denn in einer Pressemitteilung vom 1. Oktober 2005 war der Start der neu kombinierten Marke BenQ-Siemens erst für das Frühjahr 2006 angekündigt worden.

schneller in neue Produkte zu integrieren und angekündigte Produkte früh auf den Markt zu bringen.

### Stärke von BenQ nutzen

Das neue Unternehmen ist aus der Partnerschaft der ehemaligen Handysparte von Siemens mit dem taiwanischen Unterhaltungselektronik-Anbieter BenQ entstanden. Es will sich den Angaben

zufolge darauf konzentrieren, das Angebot an UMTS-Geräten zu erweitern, und die Multimedia-Stärke von BenQ nutzen, um eine deutliche Differenzierung durch die Produktpositionierung zu schaffen. Ein weiteres Ziel des Unternehmens ist ein finanziell stabiles Geschäftsergebnis bis Ende 2006. BenQ Mobile setzt auf zwei Prinzipien, um sein Geschäft nach vorn zu bringen: Fokussie-

### T-Mobile stellt T-Mobile@Home vor

Ab sofort können T-Mobile Kunden mit T-Mobile@Home zu Hause oder im Büro für vier Cent pro Minute ins deutsche Festnetz telefonieren ... S. 6



### Sony präsentiert neue Handycams

Sony hat gleich zu Jahresbeginn ein breitgefächertes Angebot an neuen Handycam-Modellen für jeden Anlaß und jeden Anspruch präsentiert ... S. 17



### Heimkinoprojektor Sony DPL-VW100

In den Genuß von „Bildqualität wie im Kino“ kommen nach Sonys eigener Aussage die Besitzer des neuen Heimkinoprojektors DPL-VW100 ... S. 20



  
**DAEWOO**  
ELECTRONICS

# Die Fußball-Arena

Es war schon eine echte Überraschung, als kurz vor Weihnachten bekannt wurde, daß die Unity Media Gruppe mit ihrer neugegründeten Tochtergesellschaft Arena von der Saison 2006/2007 an die Rechte für die Fußball-Bundesliga im Bezahlfernsehen erworben hat. Bislang spielte der Kabelbetreiber, zu dem Ish (Nordrhein-Westfalen), lesy (Hessen) und Telecolumbus (bundesweit) gehören, beim Pay-TV keine Rolle. Denn hier verfügt Premiere mit rund 3,4 Millionen Abonnenten über ein De-facto-Monopol – auch und vor allem beim Sport.



Spätestens Ende Februar will Arena die Karten auf den Tisch legen und die Preise und Bedingungen für das Empfangen von Bundesliga-Übertragungen bekanntgeben. Dabei wollen die Newcomer deutlich billiger werden als Premiere: Höchstens 20 Euro pro Monat, vielleicht aber auch nur 10 Euro, sollen die Fußball-Fans für die Bundesliga-Spannung berappen. Bei Premiere kostet das günstigste Programmpaket mit Live-Spielen zur Zeit 34,80 Euro.

Um das Ziel von sechs Millionen Abonnenten zu erreichen, will sich Unity Media Geschäftsführer Parm Sandhu mit Kabel Deutschland verbünden. Eines steht fest: In den wenigen Monaten zwischen März und August ein flächendeckendes Bezahlfernsehen aufzubauen, wird eine echte Herausforderung für Unity Media sein. Ob und wie der High-Tech-Fachhandel in das (noch nicht existierende) Vermarktungskonzept eingebunden werden soll, ist unklar.

Bei Premiere gibt man sich unterdessen betont gelassen. Zwar hat das Unternehmen vorsichtshalber gegen die Vergabe der Fußball-Rechte an Arena geklagt, läßt aber auch die eigenen Muskeln spielen, zu denen unter anderem die Fußball-Weltmeisterschaft und die Champions League gehören. Premiere Chef Georg Kofler kann sich zudem vorstellen, von Arena Bundesliga-Lizenzen zu erwerben. Man könnte spekulieren, daß Unity Media am Ende gar nichts anderes übrig bleiben wird, als sich mit dem Konkurrenten zu verbünden, denn im vergangenen Geschäftsjahr machte die Gruppe mit insgesamt sieben Millionen Kabelkunden 795 Millionen Euro Umsatz – das Drei-Jahrespaket-Bundesliga kostet fast genauso viel.

Für den High-Tech-Fachhandel ist zur Zeit besonders wichtig, die Anfragen besorgter Kunden, die ein Premiere-Abo mit Fußball live gekauft haben, gut beantworten zu können. Hier hat Premiere gegenüber PoS-MAIL klar Stellung bezogen: Sollte es ab August 2006 keinen Bundesliga-Fußball mehr geben, können die Abonnements zu einem günstigeren Preis fortgeführt oder gegen andere Angebote (ausgenommen das Einstiegs-Abo Premiere Start) getauscht werden.

Hoffen wir, daß die Bedingungen dafür so attraktiv sind, daß der Fachhandel seinen Kunden ins Gesicht sehen kann.

Im Grunde hat das Theater um die Bundesliga-Rechte aber auch etwas Gutes: Das Engagement der Unity Media Gruppe macht deutlich, daß die Kabelbetreiber im Pay-TV einen vielversprechenden Markt sehen. Zusammen mit HD- und Digital-Fernsehen werden sich dadurch mit Sicherheit Umsatzchancen für den High-Tech-Fachhandel ergeben.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

rung auf Nähe zu den Konsumenten und zum Markt sowie Einfachheit bei operativen Strukturen, um die Effizienz zu maximieren.

## Das Beste vereint

Mit der Aufnahme des Geschäftsbetriebs vor knapp vier Monaten vereint die BenQ-Siemens-Partnerschaft nach Überzeugung der Verantwortlichen das Beste, was deutsche Ingenieursqualität zu bieten hat und über 150 Jahre Erfahrung in der Telekommunikation auf der einen Seite mit dem Lifestyle-Design-Know-how und der Marktdynamik des relativen Newcomers BenQ. auf der anderen Seite. „Die Partnerschaft profitiert von der Kompetenz beider Unternehmen in Forschung und Entwicklung, Design, Kundenanforderungen und Fertigung. Sie



Jerry Wang

vereint die kulturellen Stärken beider Firmen unter dem Dach einer ‚Winning Culture‘-Philosophie“, meinte Wang auf der Pressekonferenz. BenQ Mobile sei damit ein einzigartiger und wettbewerbsfähiger Hersteller, der mit Innovation und Geschwindigkeit neue Maßstäbe für die Entwicklung von Mobiltechnologie und digitaler Konvergenz setzen werde.

„Wir haben die beiden Unternehmen erfolgreich auf der operativen Ebene vereint. Der heutige Tag markiert den Beginn einer neuen Phase – wir wollen Mobilfunkkunden weltweit vom Temperament und der Energie unserer gemeinsamen Marke BenQ-Siemens begeistern“, so Wang weiter. Er sei davon überzeugt, daß BenQ Mobile die Kraft, die Ressourcen und die Leidenschaft habe, um den Markt in diesem Jahr vor allem im UMTS-Segment zu bereichern. Wang: „Unsere Strategie wird uns zu einem nachhaltigen und erfolgreichen Handygeschäft führen und uns einen bedeutenden Marktanteil sichern.“

Um die Neupositionierung des Unternehmens zu unterstützen,

## UMTS-Oberklasse Klapphandy BenQ-Siemens EF81

Mit dem neuen BenQ-Siemens EF81 kommt ein extrem schlankes, nur 15,9 mm flaches UMTS-Mobiltelefon auf den Markt. Das exklusive Handy wartet mit zwei großen Farbdisplays und einer schwenkbaren Kamera für Videotelefonie auf. Neben der ultradünnen Form fallen das hochwertige Material und die gradlinige Ästhetik des Oberklasse-Handys auf: Das Gehäuse besteht aus widerstandsfähigem Magnesium, für Tastatur und Front wurde gebürsteter Edelstahl und für die Rückseite schwarz eloxiertes Aluminium verwendet. Speziell gehärtetes Mineralglas verhindert zudem Kratzer auf dem Außendisplay. Unter dem 1,3 Zoll großen Außendisplay (120 x 160 Pixel) sind vier übersichtliche Tasten für die wichtigsten Anwendungen und Kommunikationsfunktionen angeordnet. Aufgeklappt kommen die extrem flache Edelstahl-Tastatur sowie das 240 x 320 Pixel große Display mit bis zu 262.144 Farben zum Vorschein. Fotos und Filme können mit der Zwei-Megapixel-Kamera mit fünffacher Digitalzoomfunktion aufgenommen werden. Auch Videotelefonate via UMTS sind damit in vorzüglicher Bildqualität möglich. Der eingebaute Mediaplayer unterstützt alle gängigen Dateiformate wie MP3, AAC++, MPEG4, RealVideo 8/9, h.263 und 3GPP. Der interne Speicher (64 MB) kann mit Micro-SD-Karten auf bis zu 1 GB Kapazität erweitert werden. Zu den umfassenden Business Applikationen gehören Mopocket-Reader für E-Books und Microsoft Bluetooth



Remote Control, mit dessen Hilfe man Powerpoint-Präsentationen vom Handy aus steuern kann. Für Unterhaltung sorgen diverse Handy-Spiele und ein komplettes Star Wars Paket (bestehend aus Spiel, Video, Bildschirmthema, Sounds und vielem mehr). Diverses Original-Zubehör wie etwa die neuen Headsets (siehe Kasten auf der nächsten Seite) läßt sich über Bluetooth mit dem BenQ-Siemens EF81 verbinden. Das neue Topmodell soll ab März in der Farbe „Titanium Silber“ zur Verfügung stehen.

verfolgt BenQ Mobile eine offensive Markenstrategie. Mit großem Engagement soll eine starke globale Marke geschaffen werden. Die Marke BenQ-Siemens hat ihre Wurzeln im Thema „Exploration“ und spiegelt das Gleichgewicht

innerhalb des Unternehmens wider. Das „Squound“-Zeichen zwischen den Worten „BenQ“ und „Siemens“ soll dies veranschaulichen: Das Quadrat (stellvertretend für das rationale Denken) und der Kreis (stellvertretend für die

## BenQ Mobile ist einer der größten Handyhersteller

Die BenQ Corporation hatte am 1. Oktober 2005 die Geschäftseinheit Mobiltelefone von Siemens übernommen und wurde dadurch zu einem der weltgrößten Anbieter für Mobilfunkgeräte mit hohem Lifestyle-Anspruch. Das Unternehmen mit Hauptsitz in München ist einer von drei Geschäftsbereichen der BenQ Corporation und Lizenznehmer der Siemens AG. Mit einem Umsatz von mehr als 5,6 Milliarden Euro im Jahr 2004 (zusammengefaßte Umsätze von BenQ Mobile Phones und Siemens Mobile Devices), über 7.000 Mitarbeitern weltweit, modernen F&E- und Fertigungsstandorten in Aalborg (Dänemark), Beijing, Suzhou (China), Kamp-Lintfort, München, Ulm (Deutschland), Manaus (Brasilien), Mexicali (Mexiko), Taipei (Taiwan) und Wroclaw (Polen) sowie einem starken Vertriebs-, Marketing- und Service-Netzwerk, ist BenQ Mobile weltweit vertreten. BenQ Mobile vereint unterschiedlichste Kompetenzen und Ressourcen, um ebenso elegante wie innovative Mobilfunkprodukte zu entwickeln.

Mit der Akquisition der Geschäftseinheit Mobiltelefone von Siemens kombinierte BenQ seine Stärke im Consumer-Electronics-Bereich mit der Mobilfunk-Expertise von Siemens. BenQ hat sich als einer der führenden und schnell wachsenden Hersteller von vernetzten digitalen Heimelektronik-Produkten etabliert. Dazu gehören LCD-Fernseher, Bildschirme, MP3-Spieler, Digitalkameras und Projektoren ebenso wie optische Speichermedien. Siemens genießt einen exzellenten Ruf am Markt für sein klares Industrie-Design, die hohe Qualität der Produkte und die Fähigkeit, Mobiltelefone an die Anforderungen der Netzbetreiber anzupassen. BenQ Mobile startet als globale Marke in den Markt und profitiert von Siemens' führender Stellung in wichtigen europäischen Märkten und auf dem wachsenden lateinamerikanischen Markt sowie BenQs Stärke in Asien. Als ein Vorreiter der „drei C“ (Communication, Consumer Electronics und Computer) treibt BenQ die Vernetzungen von Technologien voran und bietet passende Lösungen für die Herausforderungen des neuen digitalen Zeitalters.

Gefühlsebene) bilden eine Einheit. Diese wird durch die Farbgebung in Lila – eine Mischung aus emotionalem Rot und rationalem Blau – zusätzlich unterstrichen. Der Charakter dieser neuen Marke soll die Konsumenten begeistern, die ihre Neugier und die Freude an den Möglichkeiten der Mobilfunktechnologie mit BenQ-Siemens teilen.

### Die Kunden begeistern

„Wir wollen Kunden begeistern, die unseren Glauben an die Kreativität und die technologischen Möglichkeiten zur Bereicherung der Kommunikation im Alltag teilen“, betonte Joos. „Die Marke BenQ-Siemens verkörpert diese Grundhaltung und stellt sich in diesem Jahr den hohen Erwartungen – nicht nur, was die neu vorgestellten Produkte betrifft,



Clemens Joos

sondern auch in der Art der Kommunikation. Wir haben ein ausgesprochen engagiertes und erfahrenes Team, das unser junges Unternehmen voranbringt. Wir bauen auf den Wert beider

## Mit dem S68 und dem S88 bringt BenQ Mobile zwei Handys für anspruchsvolle Nutzer auf den Markt

Mit dem neuen BenQ-Siemens S68 wendet sich BenQ Mobile an alle, denen stilvolles Design ebenso wichtig ist wie einfache Bedienbarkeit und übersichtliche Funktionalität. Statt auf überladene Funktionsvielfalt setzt das elegante Oberklasse-Handy auf Qualität und Klarheit. Das handliche Mobiltelefon ist 13 mm dick und kombiniert eine matt schimmernde Front aus gebürstetem Aluminium mit einer Rückseite aus schwarzem „Soft-Touch“-Material. Das Triband-Gerät folgt streng dem Prinzip der reduzierten Komplexität und soll so den einzigartigen Charakter der neuen Handymarke verkörpern. Ohne Schnickschnack konzentriert sich das BenQ-Siemens S68 auf wichtige Basisfunktionen mobiler Kommunikation. Hohen Komfort bietet das übersichtliche und selbsterklärende Menü. Für die Wahl einer (Notfall-)Nummer gibt es einen separaten Schnellwahlknopf an der Gehäuseseite. Das Premium-Handy hat ein großes transflexives Farbdisplay (132 x 176 Pixel, 262.144 Farben), ein Duallautsprecher-system, eine Freisprecheinrichtung und 64stimmige Klingeltöne. Es läßt sich auch als Diktiergerät nutzen. Gesprochene Mitteilungen können per MMS verschickt werden. Um gespeicherte Termin- und Adreßdaten auf dem neuesten Stand zu halten, läßt sich der eingebaute Organizer über die Sync-Station DSC-100 mit Outlook oder Lotus-Notes am PC synchronisieren.



Beim BenQ-Siemens S88 handelt es sich um ein hochklassiges Fotohandy mit hochauflösendem Activ Matrix OLED-Display (262.144 Farben, 176 x 220 Pixel). Das mit dem renommierten iF-Award 2006 für herausragendes Produktdesign ausgezeichnete BenQ-Siemens S88 wartet mit der gesamten Bandbreite moderner Multimedia-Funktionen auf. So gehören eine Zwei-Megapixelkamera mit Autofokus, 16fache Digitalzoomfunktion und LED-Fotolicht ebenso zur Ausstattung wie der Photo-Editor und PictBridge-Kompatibilität für den direkten Fotodruck. Das BenQ-Siemens S88 läßt sich außerdem als Videokamera und Musikplayer nutzen: Bester 3D-Surround-Sound aus dem im Lieferumfang enthaltenen Stereo Headset verwöhnt die Ohren. Filmsequenzen in beliebiger Länge werden im MPEG4-Format aufgezeichnet. Die Kapazität des internen Speichers (16 MB) läßt sich durch wechselbare Micro-SD-Karten erweitern. Die umfangreiche Funktionalität dieses BenQ-Siemens Mobiltelefons findet im schlicht-elegantem Design seine optische Entsprechung. Wer weiteren Telefoniekomfort wünscht, kann bei beiden Modellen Zubehör wie Headsets oder Pkw-Freisprechanlagen via Bluetooth mit den Geräten verbinden. Das BenQ-Siemens S88 ist ab dem ersten Quartal 2006 erhältlich, das BenQ-Siemens S68 kommt im Februar auf den Markt.

Marken weltweit, um weiter mit Vertrauen in die Zukunft zu gehen.“

### Zukünftiger Kurs

Zum Start von BenQ-Siemens stellte das Unternehmen mit den Modellen EF81, S68 und S88 die ersten drei Produkte vor, die den neuen gemeinsamen Markennamen tragen. Alle Geräte fallen durch ihr schlankes Design und die hochwertige metallische Oberfläche auf. Joos: „Das EF81 gibt indes einen besonderen Vorgeschmack auf den künftigen Kurs der Pro-

duktentwicklung: die Miniaturisierung von High-Speed-UMTS-Technologie in einem ultraflachen Magnesium-Klapp-Gehäuse. Mindestens ein Drittel der BenQ-Siemens-Handys im Jahr 2006 wird UMTS-tauglich sein.“ Ein signifikanter Schwerpunkt werde außerdem auf der Multimedia-Funktionalität liegen. „Drei von vier Produkten werden einen Musik-Player oder FM-Radio beinhalten, und jedes zweite Telefon hat mindestens eine 1,3-Megapixel-Kamera eingebaut“, kündigte der CEO von BenQ Mobile an. „Hinsichtlich des Designs wird BenQ-Siemens elegante und dabei überraschende Geräte präsentieren, die auf dem einschlägigen Erfahrungsschatz beider Unternehmen aufbauen.“ BenQ habe sich bereits mit preisgekröntem Design einen Namen gemacht und in weniger als vier Jahren (2002–2006) 115 internationale Designpreise erhalten. Auch Siemens sei in der Vergangenheit immer wieder durch technischen Einfallsreichtum aufgefallen. So stammten das erste Slider-Handy und das erste MP3-Telefon von Siemens.

### Positive Reaktionen

BenQ Mobile hat sich für das Jahr 2006 das Ziel gesetzt, sein operatives Ergebnis von Quartal zu Quartal zu verbessern und bis Jahresende eine finanziell stabile Geschäftsgrundlage zu schaffen. Das Unternehmen kann bereits auf die ersten 100 Arbeitstage unter einem starken Management-Team zurückblicken. Die operativen Verluste wurden seither reduziert. Die Mobilfunk-Netzbetreiber haben positiv auf die neue Roadmap reagiert, die eine große Anzahl an UMTS- und umfangreich ausgestatteten Multimedia-Geräten mit sich bringt.

„Für viele Flaggschiff-Handys wurde die Leistung in allen wichtigen Regionen bestätigt. Die Einführung der neuen Marke BenQ-Siemens ist ein Kernbestandteil unseres offen-

siven Geschäftsmodells. Für eine erfolgreiche Zukunft wird sie von einer wettbewerbsfähigen Strategie, Philosophie und Produkt-Roadmap unterstützt“, so Joos. *Herbert Päge*

### Drei neue Bluetooth-Headsets

Auf der Berliner Pressekonferenz hat BenQ Mobile ebenfalls drei neue Bluetooth-Headsets vorgestellt, die sich mit allen Bluetooth-fähigen Mobiltelefonen und allen Geräten kombinieren lassen, die Bluetooth unterstützen. Diese müssen nicht von Siemens oder BenQ-Siemens stammen. Bei den neuen Headsets handelt es sich um die Modelle HHB-100, HHB-130 und HHB-160.

- Das HHB-100 kann links oder rechts getragen werden. Ein Druckknopf dient zum Annehmen und Beenden von Gesprächen sowie zur Sprachwahl. Die Lautstärke wird über das Mobiltelefon geregelt. Eine LED zeigt die unterschiedlichen Betriebszustände an. Abmessungen: 278 x 126 x 55 mm; Sprech-/Standbyzeit: bis zu 20/360 Stunden.



BenQ-Siemens Headset HHB-100



BenQ-Siemens Headset HHB-130



BenQ-Siemens Headset HHB-160

- Das HHB-130 wird mit einem Clip, der eine Ablagemöglichkeit für den Ohrhörer bietet, an der Kleidung befestigt. Die Lautstärkeregelung erfolgt mit Hilfe zweier Tasten am Gerät. Auch bei dieser Neuheit dient ein Druckknopf zum Annehmen und Beenden von Gesprächen sowie zur Sprachwahl, und eine LED zeigt hier ebenfalls die unterschiedlichen Betriebszustände an. Abmessungen: 145 x 99 x 45 mm; Sprech-/Standbyzeit: bis zu acht/240 Stunden.
- Das HHB-160 bietet identische Komfortmerkmale wie das HHB-130. Es zeichnet sich darüber hinaus durch sein ergonomisches Design und erweiterte Lademöglichkeiten aus und kann sowohl am linken als auch am rechten Ohr getragen werden. Abmessungen: 200 x 97 x 50 mm; Sprech-/Standbyzeit: bis zu acht/240 Stunden.

## POs-MAIL INHALT

Gespräch mit Gerhard Mayrhofer, Senior Vice President, Mitglied der Geschäftsleitung Sales & Marketing Consumer, O<sub>2</sub> ... 5



Neues T-Mobile-Produkt heißt T-Mobile@Home ... 6

Gespräch mit Norbert Strixner, Leitung Marketing Telecom Division, Samsung Electronics GmbH ... 7



Siemens Home and Office Communication Devices stellt das Thema Konvergenz in den Mittelpunkt ... 10

Internettelefonie wird zum Thema für den Handel ... 12

Neues von der Consumer Electronics Show ... 13

Flachdisplays: Markttrends ... 14

61 Zoll Aquos HDTV von Sharp mit der „vierten Farbe“ ... 15

Kodak bringt Digitalkamera mit zwei Objektiven ... 16

Sonys breite Handycam Palette für vielseitige Film-Ansprüche ... 17

Panasonic vergrößert die Camcorder-Palette ... 18



Panasonic bringt neue Lumix Digitalkameras ... 18

Portable Navigationsgeräte: die neuen Pfadfinder ... 19

Sony VPL-VW100: Eigenes Kino zum Projektorpreis ... 20

Alpine DVB-T Tuner TUE-T200DVB: Freude im Stau ... 20



Die Gewinner der PoS-MAIL-Leserbefragung ... 21

Tk-Nachrichten ... 8

Neuheiten ... 11, 16, 22

Aktuell ... 4, 15

No(?)sense ... 22

Impressum ... 22

## Pos Aktuell

### Euronics Deutschland kooperiert mit Euronics Austria

Die Euronics Deutschland eG wird künftig eng mit der Euronics Austria reg. Gen. m.b.H. zusammenarbeiten. Diesen Entschluß haben Kurt Weiss, Geschäftsführer Euronics-Austria, und der Vorstand sowie die Vorstandsmitglieder der Euronics Deutschland im Dezember besiegelt. Das Vertragswerk eröffnet für die Mitglieder der Euronics Austria die Möglichkeit, ab April nicht nur von der Zentralregulierung und den Lägern der Ditzinger Kooperation zu profitieren, sondern auch an den in Deutschland bereits erfolgreichen Betriebstypen-Konzepten teilzunehmen. Trotz der engen Zusammenarbeit der beiden Verbundgruppen bleibt die nationale Eigenständigkeit der rund 200 österreichischen Euronics-Mitglieder erhalten, wie die Führungen der beiden Verbundgruppen betonten: So wird die Euronics Austria weiterhin nicht nur das nationale Marketing in Eigenregie für die rund 250 Outlets führen, sondern auch in der Beschaffung von spezifischen Waren für den heimischen Markt unabhängig von der deutschen Schwesterkooperation agieren.

### gfu verändert ihr Erscheinungsbild

Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) verändert ihr Erscheinungsbild. Basis dafür ist das neue gfu-Logo, das modernisiert wurde. Das neue Logo wirkt moderner, behält aber einen hohen Wiedererkennungswert bei.

### Bei debitel-light die Mobilfunknummer per Überweisung bestellen

Wer mobil telefonieren will und bei der Bestellung einer Mobilfunknummer nicht gleich seine Kontodaten preisgeben möchte, kann jetzt bei debitel-light seine SIM-Karte auch per Überweisung erwerben. Das heißt: Der Kunde sucht sich im Internet eine Rufnummer aus, bestellt diese ohne Angabe der Kontodaten und erhält per E-Mail die Rechnungsdaten. Wenn die Zahlung der 19,95 Euro bei debitel-light eingegangen ist, wird die Karte verschickt. Eine Prüfung der Bonität ist bei dieser Bezahlmethode ebenso wenig nötig wie die Eingabe der Bankverbindung oder Kreditkarte. Genauso funktioniert die Direkt-Aufladung des Guthabens im Internet. Man erteilt den Auftrag zur gewünschten Aufladung, bezahlt per Überweisung und nach Eingang der Zahlung wird das Guthaben gutgeschrieben. Mit der Bezahlung per Überweisung will debitel-light

einmal mehr seine Vielseitigkeit in Sachen Bezahl- und Auflademöglichkeiten unter Beweis stellen. „Bei Online-Shops wie ebay hat sich die Möglichkeit der Vorkasse schon bewährt. Wir möchten damit auch erweiterten Zielgruppen die Möglichkeit bieten, mit debitel-light immer günstig zu telefonieren oder Guthaben aufzuladen“, so Dr. Jörg B. Kühnapfel, Geschäftsführer der debitel-light GmbH.

### Standortwechsel bei Bang & Olufsen

Bang & Olufsen Deutschland hat im Dezember ein neues Quartier bezogen: Die Garden-Villa am Isarhochufer in Pullach. Aufgrund der Zusammenlegung der Landesorganisationen Deutschland, Österreich, Schweiz im Sommer 2002 waren die bisherigen Räumlichkeiten an ihre Kapazitätsgrenzen gestoßen. Die Villa im Münchener Süden dient als Hauptsitz für die Region Zentraleuropa, die rund 70 Mitarbeiter beschäftigt. Die neue Repräsentanz im Münchener Raum ist auf Grund ihrer Nähe zu Wien und Zürich strategisch günstig gelegen. Von hier aus werden in Zukunft Managementfunktionen, Marketing, PR, Vertrieb, Trademarking und einige Servicebereiche der drei Länder Deutschland, Österreich und Schweiz geführt sowie 460 Partner betreut.

### Plasmavision/TRB: Cross Marketing im CE-Fachhandel

Getreu der Devise „Stillstand ist Rückschritt“ ist die TRB GmbH mit ihrem Plasmavision Shop im Stilwerk Berlin beim Cross Marketing aktiv. Der Home Entertainment Spezialist „TRB“, der sich Ende vergangenen Jahres im Berliner Stilwerk,



DRIVE

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

dem „Mekka für Premium“, räumlich deutlich ausgedehnt hat, entwickelt sich nach eigenen Angaben von Woche zu Woche mehr zur Einkaufsinstitution für anspruchsvolle Endkonsumenten. Die Zahl der Endanwender und deren Innenarchitekten, die mit Bauplänen und Ideen den Laden betreten und gemeinsam mit den TRB-Mitarbeitern den audiovisuellen Ausbau ihrer privaten Lebensräume planen, wächst. Für die anspruchsvolle Kundenschaft erarbeiten die CE-Profis paßgenaue Lösungen vom Plasmavision TV-Gerät, über das Audio/Video-Kabel bis zum kompletten privaten Heimkino. Hier greift TRB bevorzugt auf Produkte der Fujitsu General-Kooperationspartner (HiFi- und Heimkino-Anlagen von KEF, TV-Möbel von Spectral und Verbindungen von Monster Cable) zu. Natürlich immer inklusive perfekter Installation. Um möglichst viele Stilwerk-Kunden zu erreichen, zieren die

Plasmavision Displays des Spezialisten TRB inzwischen auch die Ausstellungsräume des dänischen Einrichtungsspezialisten Bo Concept, der 1993 in Paris seinen Siegeszug antrat und heute mehr als 145 Stores und 250 Studios in 32 Ländern betreibt. Auch ofuro, hochwertiger Badeinrichter unter dem Stilwerk-Dach, nutzt ein 42 Zoll Plasmavision-Display zur audiovisuellen Präsentation seiner Produkte. Die ablaufenden Präsentationen weisen in immer wiederkehrenden Sequenzen auch auf TRB und die Displays von Plasmavision hin.

### expert AG erhält Zuwachs

Zum 1. Januar ist die Udo Lermann Electronic GmbH mit Sitz in Marktheidenfeld und fünf Fachmärkten im unterfränkischen Umfeld als Gesellschafter in die Fachkooperation expert AG eingetreten. Das vor 90 Jahren gegrün-

dete Stammhaus der Udo Lermann GmbH & Co. KG in Marktheidenfeld bietet in einem sechsstöckigen Einkaufszentrum die gesamte Produktpalette eines gut sortierten Warenhauses. Die Filialen wurden bisher im Franchise System der Electronic Partner Handel GmbH als MediMax Märkte in Eisenfeld, Kitzingen, Lohr und Wertheim betrieben. Neuer Geschäftsführer des Bereichs Consumer Electronics der Udo Lermann Electronic GmbH ist neben Jürgen Gröne jetzt Ralf Winkelmann. Winkelmann hat seine bisherige Geschäftsführer-Tätigkeit in der MediMax Zentrale Electronic GmbH wegen unterschiedlicher Vorstellungen über die strategische Ausrichtung der MediMax-Gruppe kürzlich aufgegeben.

### NEC und Sony wollen CD- und DVD-Produktion zusammenlegen

Die japanischen Elektronikkonzerne Sony und NEC wollen ihre Produktionen für CDs und DVDs zusammenlegen. Mit dem geplanten Joint Venture wird ein neuer Weltmarktführer für optische Speichermedien und Laufwerke entstehen. Wie beide Unternehmen bekanntgegeben haben, soll das Gemeinschaftsunternehmen, an dem Sony 55 Prozent der Besitzanteile halten wird, am 1. April starten. Auf die Konkurrenz der beiden Unternehmen bei der Entwicklung und Unterstützung des DVD-Nachfolgeformats sollen die Vereinbarungen keinen Einfluß haben, teilten Firmensprecher mit. Zur Zeit arbeiten Sony und NEC jeweils an konkurrierenden Technologien für den DVD-Nachfolgestandard. Sony unterstützt gemeinsam mit Matsushita, Philips, Panasonic, Apple und zahlreichen anderen namhaften Unternehmen der Elektronik- und Filmindustrie das Blu-ray Format. NEC setzt zusammen mit Toshiba auf den HD-DVD Standard, der inzwischen auch von Microsoft und Intel unterstützt wird. Taiwans größter Hersteller von Optical Disc Drives (ODD), das Unternehmen Lite-On IT, beobachtet, laut Aussage seines General Managers Michael Gong für Optical Disc Drive Business, aufmerksam die weitere Entwicklung.

### DVI-Einfuhrzoll für große LCD-Monitore

In der Verordnung 2171/2005 der EU-Kommission zur „Einreihung von bestimmten Waren in die Kombinierte Nomenklatur“ befaßt sich die Brüsseler Behörde mit der Höhe der Einfuhrzölle für Monitore und legt darin fest, daß ab Mitte Januar für breitformatige 20“-LCDs mit DVI-Eingang ebenso wie für digitale 21“-Flach-Displays mit 4:3 Seitenformat der höhere Steuersatz von 14 Prozent zu

### MakroMarkt und EP vereinbaren Zusammenarbeit

Mitte Dezember haben die Brüder Michael und Matthias Wegert bekanntgegeben, daß sie ihre 48 Fachmärkte ab dem 1. Februar in die Verbundgruppe ElectronicPartner einbringen werden. Die bisher unter dem Namen MakroMarkt geführten Läden werden zukünftig unter der Marke MediMax firmieren und gehören damit zur Großflächenkonzeption von ElectronicPartner. Die Umflaggung der MakroMarkt-Standorte auf das MediMax-Design wird im ersten Halbjahr 2006 sukzessive erfolgen. Durch den Zusam-



menschluß der beiden Fachmarktketten werden dann insgesamt 110 Standorte unter dem MediMax-Logo firmieren. Michael Wegert: „Sowohl für den Endverbraucher als auch für die Lieferanten ist es wichtig, daß auch in Zukunft ein reger Wettbewerb im Handel gewährleistet ist. Als mittelständisches Familienunternehmen und „Einzelkämpfer“ wäre es für uns schwierig geworden, ein gewichtiges Wort mitzureden. Durch die Synergien mit MediMax in den Bereichen Einkauf, Logistik und Werbung ist der langfristige Erfolg der Märkte sichergestellt.“

„Wir freuen uns sehr, daß Michael und Matthias Wegert als geschäftsführende Gesellschafter von Makro Markt ElectronicPartner das Vertrauen entgegengebracht haben. Mit Flächen über 1.000 Quadratmetern und umfassenden Sortimenten aus allen Bereichen der Consumer Electronics passen die Standorte hervorragend in unser Fachmarktprofil MediMax“, kommentierte Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner die gemeinsame Zukunft. „Für uns ist dies ein wichtiger Schritt, um den Verbrauchern noch mehr Präsenz und eine noch höhere Leistungsfähigkeit anzubieten und unsere Position als Nummer zwei im Markt noch deutlicher auszubauen.“

entrichten ist. Dieser hohe Steuersatz wurde bisher nur für Displays mit Video- oder TV-Eingängen erhoben. Bereits seit Anfang 2004 wird diese Richtlinie der europäischen Zollbehörden kontrovers diskutiert. Der IT-Branchenverband Bitkom protestierte damals gegen die neuen Bestimmungen und erreichte im Sommer 2004 beim Bundesfinanzministerium einen einstweiligen Stop des Einfuhrzolls bis zur endgültigen Entscheidung der EU-Kommission, die nun vorliegt. Nicht so eindeutig ist die aktuelle Verordnung jedoch bei der zolltariflichen Einordnung kleinerer Monitore. In dem Amtsblatt steht zwar, daß 15-Zöller ohne DVI-Eingang weiterhin zollfrei in die Europäische Union eingeführt werden dürfen. Über die Zollbehandlung digitaler 15- bis 20-Zoll-Monitore mit PC-typischer 4:3 oder 5:4-Auflösung werden keine Angaben gemacht.

### Die Mitglieder der neuen Plus X Award-Jury stehen fest

Donat Brandt, Initiator des Plus X Awards, hat am 14. Dezember gemeinsam mit Medienpartner und Plugged-Geschäftsführer Frank Kreif die Zusammensetzung der neuen Plus X Award-Jury bekanntgegeben. Die Jury wird erstmals in drei Kompetenz-Panels aufgeteilt, die sich mit den unterschiedlichen Produktgruppen befassen. Damit will das ausrichtende Unternehmen media society networks sicherstellen, daß die Juroren über Produkte ihrer jeweiligen Kernfachgebiete entscheiden können.

Wie in den Vorjahren hat media society den Fachjournalisten Frank Kreif als Jury-Vorsitzenden eingesetzt. Den drei Produktgruppen-Panels wird zudem Dirk Zimmermann als Design-Experte für alle Sparten angehören.

Panel 1: Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte und Wohntechnologie  
Vorsitz Panel 1: Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, Alexander Druckenmüller, Herausgeber ElektroMarkt, MediaSeller und Meine Küche, Andrea John, Fachredakteurin ElektroMarkt, Frank Kreif,

Geschäftsführer Plugged Media-Verlagsgruppe, Andreas Rockenbauer, Herausgeber E&W (Österreich), Dirk Zimmermann, Inhaber der Agentur Markt & Design.

Panel 2: Fototechnologie, IT, Telekommunikation & Car Entertainment

Vorsitz Panel 2: Franz Wagner, Objektmanager PoS-Mail, Thomas Blömer, Geschäftsführer C.A.T.-Verlag, Stefan Heindl, Fachredakteur SFT, Marion Kamp, Fachjournalistin für Telekommunikation, IT und Unterhaltungselektronik, Harald Platz, Redakteur ZDF/3sat-Sendung „Neues“, Frank Röbler, Fachredakteur Mobile Zeit, Ulf Schneider, Chefredakteur Mobile Zeit.

Panel 3: Unterhaltungselektronik  
Vorsitz Panel 3: Klaus-Peter Bredschneider, Chefredakteur HomeVision, Markus Diehl, Geschäftsführer heimkinomarkt.de, Christian Müller, Chefredakteur SFT, Dr. Sonja Steves, Pressesprecherin ElectronicPartner, Christian Thielmann, Redakteur ZDF/3sat-Sendung „Neues“.

# Mit dem Jahr 2005 „superzufrieden“

Aber warum auch? Die Ziele wurden wieder einmal eher als geplant erreicht, die Marktposition erneut bestätigt, und vor allem das Prepaidgeschäft verzeichnete erfreulichen Zuwachs. „Das ist vor allem vor dem Hintergrund als sehr positiv zu bewerten, daß die Preise im Mobilfunkmarkt seit einigen Monaten tendenziell deutlich nach unten gehen“, so Mayrhofer. Man sehe bei Wettbewerbern, daß Mehrmarken- und Discountstrategien nicht zwangsläufig den gewünschten Erfolg brächten. Mayrhofer: „Wer den Markt bis zur Grenze ausreizt, darf sich nicht wundern, wenn dadurch



Gerhard Mayrhofer

die Qualität des Services und der Kundenbetreuung leidet.“

O2 sei dagegen, auch bei Prepaid, mit seinem Konzept erfolgreich gewesen, qualitatives Nettowachstum zu erzielen. Gefördert wurde das Prepaid-Geschäft durch verschiedene weihnachtliche Sonderangebote. So erhielten Kunden beispielsweise beim Kauf bestimmter O2 Loop-Pakete zusätzlich zum Startguthaben in Höhe von zehn Euro und zehn Frei-SMS pro Monat für ein Jahr ein monatliches Gesprächsguthaben in Höhe von fünf Euro – zwei Jahre lang. „Der Kunde konnte somit einen Gesamtbetrag von bis zu 152,80 Euro sparen“, rechnete Mayrhofer vor.

Durch die aktuelle Marktposition gestärkt, sei man 2005 mit einem Novum ins Weihnachtsgeschäft gestartet: Erstmals habe man den Kunden bei Vertragsabschluß nicht die bislang übliche dreimonatige Grundgebührenbefreiung gewährt, sondern ihnen stattdessen die Chance gegeben, die neue

**Man sieht, daß es ihm schon fast peinlich ist, aber auch das dritte Jahresendgespräch mit PoS-MAIL seit 2003 beginnt Gerhard Mayrhofer, Senior Vice President, Mitglied der Geschäftsleitung Sales & Marketing Consumer bei O2 Germany, mit der inzwischen üblichen Begrüßungsformel: „Wir sind mit dem abgelaufenen Jahr superzufrieden, und vor allem das Weihnachtsgeschäft hatte wieder einen erheblichen Anteil an unserem Geschäftserfolg.“ Sagt es, lächelt, und man hat das Gefühl, richtig peinlich ist ihm diese Aussage doch nicht.**

Flatrate drei Monate lang kostenlos zu testen. Mit der Flatrate können Genion Kunden zum Festpreis von zusätzlich 9,99 Euro im Monat unbegrenzt ins deutsche Festnetz sowie ins Netz von O2 Germany telefonieren. Die Flatrate gilt in der Homezone, das heißt in einem Bereich von durchschnittlich zwölf Quadratkilometern um einen zuvor im Netz von O2 festgelegten Punkt.

Für Vertrags-Neukunden gab es im Weihnachtsgeschäft aber noch weitere Angebote: So hatte das Münchner Mobilfunkunternehmen nicht nur eine Reihe attraktiver Handymodelle im Programm, zu ausgewählten Geräten, beispielsweise dem Sony Ericsson K750i für 49,99 Euro oder dem Nokia 6230i für 29,99 Euro, gab es noch ein kostenloses Bluetooth-Headset dazu, und alle Neu- und Bestandskunden, die ihren Vertrag um 24 Monate verlängerten, erhielten als Weihnachtsgeschenk eine Schultertasche von O2 im Retro-Design.

Wesentlichen Anteil am vorweihnachtlichen Verkaufserfolg habe die Kampagne unter dem Motto „Weihnachtszauber von O2 – das ideale Geschenk zu Weihnachten“ gehabt, für die neben dem seit Jahren zum O2-Auftritt gehörenden Franz Beckenbauer mit der 32jährigen Opernsängerin Anna Netrebko ein weiterer Sympathieträger gewonnen werden konnte. Fernsehspots, Anzeigen in auf-lagenstarken Printmedien, Großposter in verschiedenen Städten, passendes Material für den Point



Attraktive Angebote haben zum Erfolg von O2 im Weihnachtsgeschäft beigetragen.

of Sale und Promotioenteams, die in 20 Städten die aktuellen Angebote von O2 präsentierten, hätten nicht nur für Weihnachtsstimmung gesorgt, sondern durch die stimmige Präsenz auch für erhebliche Verkaufsimpulse gesorgt, meinte Mayrhofer.

Trotz der Aktivitäten im Prepaidbereich habe man sich im Jahr 2005 aber alles in allem weiterhin auf das Produkt Genion konzentriert, das seit einiger Zeit auch mit zielgruppenorientierten Angeboten für UMTS zu haben sei. „Da uns Genion nach wie vor ein Alleinstellungsmerkmal im Mobilfunkmarkt sichert, werden wir auch im Jahr 2006 auf dieses Produkt bauen und weitere zielgruppenorientierte Angebote bereitstellen“, kündigte Mayrhofer an. „Durch die Kombination des inzwischen breitgefächerten Angebots aus Sprache und Daten, UMTS und Flatrate lassen sich die unterschiedlichsten Angebote für fast jeden Bedarf zusammenstellen. Unsere Partner im Handel

und auch unsere Kunden dürfen sich im neuen Jahr auf eine Menge von Neuheiten freuen.“ Als erstes sei beispielsweise die Einführung neuer Angebote und Tarife unter dem Motto „Partner und Familie“ geplant, die noch vor der CeBIT im März zur Verfügung stehen sollen.

Als weiteres Highlight bei den Produktenseifür2005surf@home zu nennen, das nach Mayrhofer Worten nach Einführung der aktuellsten Geräteversion inzwischen zu einem Standardprodukt geworden sei und bei allen Kundengruppen gleichermaßen Anklang fände. Hervorzuheben seien allerdings die Gruppen der Singles, Studenten und Homeoffice-Besitzer, „die keine Datenübertra-

gungsraten im Megabitbereich benötigen und für die surf@home zur Alternative zu einem Festnetzanschluß geworden ist“, sagte Mayrhofer. Auch für surf@home würden zur Zeit Kampagnen entwickelt, die die Nachfrage im Handel fördern sollen. Spätestens zur Fußball-Weltmeisterschaft werde O2 Werbemaßnahmen zu den Themen Datenflatrate und UMTS präsentieren, die die



Mit Surf@home II können O2 Kunden schnell und mobil im Internet surfen.

gesamte Klaviatur von TV-Spots bis zum PoS umfassen und den Kunden immer wieder mit den Themen konfrontieren werden. Zufrieden zeigte sich das O2 Geschäftsführungsmitglied Mayrhofer schließlich auch mit der

## O2 Karten bei der Postbank aufladen

O2 Loop-Kunden können ihr Prepaid-Handy jetzt auch an über 2.000 Geldautomaten der Postbank aufladen. Der gewünschte Betrag wird sofort auf das Guthabekonto gebucht und steht umgehend zur Verfügung. Zur Aufladung benötigen die Kunden ihre Postbank Card und die zugehörige PIN. Nach Einführen der Postbank Card in den Geldautomaten kann der Kunde die Funktion „Handy aufladen“ und den Mobilfunkanbieter „O2“ auswählen. Anschließend gibt er zweimal die Rufnummer des O2 Loop-Handys ein, auf die das Geld aufgeladen werden soll, und wählt den gewünschten Ladebetrag in Höhe von 15, 20 oder 30 Euro aus.

## O2 verlängert die Option „Loop Alltime“

O2 Germany verlängert die Tarifoption „Loop Alltime“ bis zum 30. Juni 2006. Damit telefonieren alle Prepaid Neu- und Wechselkunden für 39 Cent pro Minute rund um die Uhr in alle deutschen Netze. Das Besondere bei „Loop Alltime“: Lädt der Kunde sein O2 Loop-Konto innerhalb von zwölf Stunden mit mindestens 30 Euro auf, telefoniert er einen Monat lang für 19 Cent pro Minute rund um die Uhr in alle deutschen Netze. Das Feature wird automatisch aktiviert, sobald ein Kunde 30 Euro oder mehr auf sein Handy auflädt. Dabei berücksichtigt O2 alle Aufladungen innerhalb von zwölf Stunden.

Einführung der O2 Lifestyle-Kollektion im November, zu der im ersten Schritt Polo-Shirts, Jacken und Babyshirts gehörten. „Es handelt sich dabei nicht um Billigprodukte, auf die wir unser Logo gedruckt haben“, so Mayrhofer, „sondern um hochwertige Designerprodukte, die ihren Preis wert sind.“ Man habe sich mit dem Sortiment, das in ausgewählten O2 Geschäften zu haben ist, auf ein vollkommen neues Gebiet begeben, „aber der Zuspruch, den die angebotenen Artikel bislang erfahren haben, hat bewiesen, daß eventuelle Zweifel vollkommen unbegründet waren und daß es eine große O2 Fangemeinde gibt, die ihre Verbundenheit mit dem Unternehmen nicht nur nach außen dokumentiert, sondern auch bereit ist, dafür Geld auszugeben.“ Schon wenige Wochen nach dem Start der Verkaufskampagne sei deshalb die Entscheidung gefallen, das Sortiment der O2 Lifestyle-Kollektion auszuweiten.

hepä

# Neues T-Mobile Produkt heißt T-Mobile@home

**T-Mobile@home heißt ein neues Angebot für die mobile Sprachkommunikation, das das Mobilfunkunternehmen Mitte Januar auf einer Pressekonferenz in Bonn vorgestellt hat. Ab sofort können T-Mobile Kunden mit T-Mobile@home zu Hause oder im Büro per Handy für vier Cent pro Minute ins deutsche Festnetz telefonieren. Der Preis gilt nicht nur**

Mit den Produktvarianten „Family & Friends“ und „Fürs Business“ lassen sich bis zu fünf Handys festnetzgünstig in einem gemeinsamen T-Mobile@home Bereich einsetzen. Verbindungen zwischen diesen Geräten sind im definierten T-Mobile@home Bereich über Kurzwahl kostenlos. T-Mobile@home ist zum monatlichen Aufpreis von 4,95 Euro pro Handy zubuchbar.

„Mit T-Mobile@home wollen wir die Nutzung des Handys weiter deutlich steigern“, sagte Philipp Humm, Sprecher der Geschäfts-



Philipp Humm

führung von T-Mobile Deutschland. „Bei der Entwicklung von T-Mobile@home hat uns unsere Konzernschwester T-Com maßgeblich unterstützt. T-Mobile@home ist eines der großen Konvergenzprodukte der Deutschen Telekom.“

„T-Mobile@home ist für alle die richtige Wahl, die nicht nur unterwegs, sondern auch zu Hause mit dem vertrauten Handy telefonieren möchten“, ergänzte Alexander Lautz, Leiter Consumer Marketing bei T-Mobile Deutschland. „Unser Service ist nicht nur außerordentlich preiswert, sondern auch ein-

**unmittelbar in den eigenen vier Wänden oder im Büro, sondern auch in einem Radius von bis zu zwei Kilometern um diesen Standort herum. Für T-Mobile@home erhalten Kunden zusätzlich eine Festnetz-Rufnummer mit Ortsvorwahl. Unter dieser Nummer sind sie im definierten T-Mobile@home Bereich zu den üblichen Festnetzbedingungen erreichbar.**

fach zu nutzen. Innerhalb von wenigen Minuten ist das Produkt freigeschaltet und die Festnetznummer per SMS an den Kunden versendet.“

Ein Tonsignal vor Gesprächsbeginn signalisiert dem Nutzer, daß er sich im T-Mobile@home Bereich befindet. Kunden und Interessenten können sich den persönlichen T-Mobile@home Bereich vorab mit dem T-Mobile@home Finder anzeigen lassen. Er steht im Internet unter der Adresse [www.t-mobile.de](http://www.t-mobile.de) zur Verfügung. T-Mobile@home bietet einen hohen Telefonkomfort: Anrufe, die auf der T-Mobile Festnetznummer eingehen, können komfortabler über einen Anrufmanager unter der T-Mobile Kurzwahl 3313 automatisch auf die Handynummer oder die Mobilbox weitergeleitet werden. Somit verpassen Kunden auch außerhalb des T-Mobile@home Bereichs keinen Anruf mehr. Anrufe zum Anrufmanager sind im Inland kostenlos. Auch die Abfrage der Mobilbox ist innerhalb des T-Mobile@home Bereichs kostenlos. Außerhalb des Bereichs wird die Abfrage der Mobilbox je nach Mobilfunk-Tarif bepreist.

## Produktvarianten

T-Mobile@home gibt es in zwei Varianten: Für Singles und unter der Bezeichnung „T-Mobile@home für Selbständige“ auch für Geschäftskunden. Für T-Mobile@home wird weder ein neues Handy noch eine neue oder zusätzliche SIM-Karte benötigt. Unter ihrer T-Mobile Festnetz-Rufnummer sind Nutzer von T-Mobile@home zu den üblichen Festnetzbedingungen erreichbar. Geschäftliche Nutzer können mit dem neuen Produkt zum Beispiel schon vom Parkplatz in der Nähe

ihres Büros ihre Kunden mit dem Geschäftshandy preisgünstig anrufen.

## Zum Vertrag hinzubuchen

Neu- und Bestandskunden von T-Mobile mit Mobilfunkvertrag in den Relax- und den Telly-Tarifen einschließlich CombiCard Relax und CombiCard Telly können T-Mobile@home für Singles bzw. T-Mobile@home für Selbständige zu ihrem bestehenden Tarif als Option hinzubuchen. T-Mobile stellt ihnen dazu eine Festnetz-Rufnummer mit der Ortsvorwahl der Adresse des gewünschten T-Mobile@home Bereichs zur Verfügung. Auf Wunsch können Kunden eine vorhandene Festnetz-Rufnummer mitnehmen und als Festnetznummer für T-Mobile@home weiternutzen. Innerhalb ihres T-Mobile@home Bereichs telefonieren Kunden ins Festnetz zu den günstigen T-Mobile@home Preisen. Für alle anderen Verbindungen sowie Verbindungen außerhalb des T-Mobile@home Bereichs gelten die Bedingungen des individuellen T-Mobile Tarifs. Die Mindestlaufzeit für T-Mobile@home beträgt drei



Als HomePhone für T-Mobile@Home Family&Friends bietet T-Mobile das Siemens A75 an.



Mit T-Mobile@Home kann in einem definierten Bereich zu Festnetzpreisen mobil telefoniert werden.

Monate. Das Angebot ist zunächst bis zum 30. Juni 2006 befristet. Familien und Wohngemeinschaften telefonieren mit T-Mobile@home Family&Friends mit bis zu fünf Handys von zu Hause aus für vier Cent pro Minute ins deutsche Festnetz. Innerhalb dieses Bereichs sind Telefonate über Kurzwahl zwischen den Teilnehmern kostenlos. Wichtiger Bestandteil von T-Mobile@home Family&Friends ist ein HomePhone mit spezieller SIM-Karte. Als HomePhone können Nutzer ein vorhandenes Mobiltelefon oder das extra für T-Mobile@home angebotene Siemens A75 von T-Mobile verwenden.

Bei T-Mobile@home Family&Friends können sich bis zu vier T-Mobile Kunden mit ihrem Handy für einen gemeinsamen T-Mobile@home Bereich anmelden. Jeder Teilnehmer erhält zusätzlich zur vorhandenen Mobilfunknummer eine T-Mobile Festnetznummer mit der Ortsvorwahl der Region, in der der T-Mobile@home Bereich liegt. So lassen sich beispielsweise alle T-Mobile Vertragshandys, die in einer Familie vorhanden sind, an einen T-Mobile@home Bereich anbinden. Fester Bestandteil von T-Mobile@home Family&Friends ist der HomePhone-Vertrag, der eine zusätzliche SIM-Karte beinhaltet. Mit dem HomePhone-Vertrag erhalten die Mitglieder eine gemeinsame Festnetznummer. Als Home

Phone kann zum Beispiel ein Handy dienen, das ansonsten nicht mehr gebraucht wird. T-Mobile stellt als HomePhone das handliche Siemens A75 mit Akku-Ladestation bereit. Über den Anrufmanager unter der T-Mobile Kurzwahl 3313 lassen sich verschiedene Telefonfunktionen steuern. So können Kunden dafür sorgen, daß bei eingehenden Anrufen auf das HomePhone sowohl dieses als auch bis zu zwei weitere Handys klingeln. Das parallele Klingeln funktioniert nur, wenn sich die Geräte innerhalb des T-Mobile@home Bereichs befinden.

## Kampagne bewirbt T-Mobile@home

Parallel zur Einführung von T-Mobile@home startet T-Mobile einen TV-Spot, in dem eine junge Frau im Schlafzimmer auf ihren Freund wartet. Sie hört, daß er im Nebenzimmer ununterbrochen telefoniert. Um dem Telefonat ein Ende zu bereiten, zieht sie kurzerhand das Telefonkabel aus der Anschlußdose. Zu ihrem großen Erstaunen redet der Freund einfach weiter, denn er telefoniert nicht übers Festnetztelefon, sondern mit dem Handy. Zeit spielt dabei für ihn keine Rolle – dank T-Mobile@home betragen seine Verbindungskosten ins Festnetz vier Cent pro Minute.

Der TV-Spot ist Teil einer Kampagne, mit der T-Mobile das neue Produkt unter dem Motto „Einfach verlockend – zu Hause unglaublich günstig mit dem Handy telefonieren“ zielgruppenorientiert bewerben wird. So ist der TV-Spot auf allen reichweitenstarken Kanälen wie RTL, ARD und ZDF zu den besten Sendezeiten zu sehen. Die Printanzeigen erscheinen in führenden Publikumszeitschriften wie „Der Spiegel“ und „TV-Spielfilm“ und in wichtigen Tageszeitungen. Darüber hinaus bewirbt T-Mobile das neue Angebot auch im Internet, im Radio sowie auf großflächigen Plakaten.

### Herweck Personalarbeit erhält erneut das BestPers-Zertifikat

Herweck hat Ende 2005 erneut das BestPers-Zertifikat für hochwertige Personalarbeit erhalten. Eine hochkarätige Jury aus Wissenschaft und Wirtschaft unter dem Vorsitz von Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz zeichnet jedes Jahr unter mittelständischen Arbeitgebern die mit der besten Personalarbeit aus. „Die vorgelegte Auswertung der Expertengruppe hilft Herweck in seiner bereits jetzt schon sehr erfolgreichen Personalarbeit, noch weiter nach vorne zu kommen. Wir sind stolz darauf, daß die Kriterien der Jury für eine solide und moderne Personalarbeit bei Herweck erfüllt werden und wir daher das BestPers-Zertifikat 2005 in unseren Händen halten dürfen“, betonte Herweck Vorstandsmitglied Dieter Philippi. Im Jahr 2005 bekamen insgesamt 33 mittelständische Unternehmen das BestPers-Zertifikat. Im Mittelpunkt der Beurteilungen steht die zeitgemäße und zukunftsweisende Personalarbeit von mittelständischen Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

### Sascha Hancke leitet bald die T-Com Privatkunden Niederlassung Mitte

Zum 1. Februar übernimmt Sascha Hancke (40) die Leitung der T-Com Privatkunden Niederlassung Mitte mit Hauptsitz in Koblenz. Anfang Januar nahm er seine Tätigkeit bei T-Com auf. Hancke wird damit Nachfolger von Manfred Hochhuth, der in die Unternehmenszentrale nach Bonn in den Vorstandsbereich Qualität und Prozesse wechselt.

Hancke ist gebürtiger Dortmunder und gründete bereits Mitte der achtziger Jahre zusammen mit einem Schulfreund ein eigenes IT-Unternehmen. Anfang 1999 wurde daraus die am Neuen Markt notierte hancke & peter IT Service AG, die heutige arxes Information Design AG. Damit gelang ihm der Aufbau eines Unternehmens aus dem Einzelgewerbe zu einem Projekt- und Dienstleistungsanbieter im nationalen Systemhausmarkt. Ab Oktober 2002 war Hancke dann verantwortlich für Vertrieb und Marketing der Consumer-Produkte von Fujitsu Siemens Computers in Deutschland.

### Siemens Communications verkauft seine Tochter Siemens Acceleration

Siemens Communications hat das Portfolio von Siemens Acceleration in Communications, einer Beteiligungsgesellschaft für Start-Up-Firmen in der Kommunikationsbranche, verkauft. Siemens Acceleration wurde 2001 als Wagniskapitalgeber für sich im Aufbau befindende junge Unternehmen gegründet und ist eine

## Gespräch mit Norbert Strixner, Leitung Marketing Telecom Division, Samsung Electronics GmbH

# „Wir wollen uns stärker positionieren als bisher“

**Ambitionierte Ziele will die Telecom Division der Samsung Electronics GmbH nach den Worten ihres Marketingleiters Norbert Strixner in diesem Jahr erreichen. „Wir wollen unseren Marktanteil weiter ausbauen und uns in verschiedenen Produktsegmenten stärker positionieren als bisher“, meinte Strixner, der seit Oktober 2005 bei Samsung ist und zuvor viele Jahre lang für das Marketing der Siemens Consumer-Festnetzsparte verantwortlich war, im Gespräch mit PoS-MAIL.**

Eines dieser Segmente ist der Businessbereich. Dort wird es eine deutliche Ausweitung der Produktpalette geben. Schwerpunkt soll dabei die Einführung neuer Produkte mit Windows- und Symbian-Betriebssystemen sein, „so daß wir alle im Business-Segment wichtigen Systemplattformen anbieten und dadurch noch flexibler auf Kundenwünsche reagieren können.“

Der E-Mail-Dienst auf Blackberry Basis soll ebenfalls weiter forciert werden. „In diesem Bereich werden wir in den kommenden Wochen ein neues Produkt mit sensationellem Formfaktor in den Markt einführen“, kündigte Strixner an. In den Segmenten, in denen Samsung traditionell stark ist, steht ebenfalls eine Ausweitung des Produktportfolios an: tech-



Norbert Strixner

nisch innovative Geräte mit höher auflösenden Kameras und Handys in außergewöhnlichen Designs und Materialien. „Dabei legen wir Wert darauf, unserem Anspruch nach höchster Produktqualität gerecht zu werden“, so Strixner.

Auch im Prepaidbereich will das Unternehmen seine Aktivitäten weiter ausbauen. „Wir reden hier von gut einem Drittel des Mobilfunkmarktes, das darf man nicht vernachlässigen, wenn man weiter wachsen will“, stellte Strixner fest. Allerdings werde sich Samsung nicht in einen Billiganbieter verwandeln. „Wir werden uns bei Prepaid vor allem auf das Premiumsegment konzentrieren“, so der Samsung Marketingleiter. Was soviel bedeu-



Die Modelle SGH-D500 und SGH-E720 waren 2005 die erfolgreichsten Handys bei Samsung.

tet, daß Handel und Anwender sich auf hochwertige Geräte einstellen können, die die wichtigsten Features in gewohnter Samsung Qualität vorweisen würden. Natürlich könnten Prepaid-Handys nicht die Top-Ausstattungsmerkmale besitzen, „aber“, so Strixner, „der Leistungsumfang und das ansprechende Design werden sicherlich in einem guten Verhältnis zum Preis stehen.“

Deutliche Schritte nach vorn will Samsung schließlich beim Thema mobiles Fernsehen machen. Strixner: „In Sachen Technik sind wir startklar und können morgen mit der Produktion der entsprechenden Geräte beginnen. Was bei Handy-TV machbar ist, beweist Samsung

seit Monaten in Korea beeindruckend.“ Der Vermarktung der Geräte in Deutschland stehe derzeit aber noch die ungeklärte Frage der Frequenzvergabe im Weg. Mit der Vergabe der Frequenzen wird aber in Kürze gerechnet. Hersteller und Netzbetreiber sollten dann noch rechtzeitig vor Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft in der Lage sein, geeignete Produkte und Dienste einzuführen.

Schließlich wird in den kommenden Wochen das Starlight Programm für Handelspartner überarbeitet und neu aufgelegt. „Der optische Auftritt wird verbessert, und viele neue Funktionen und Möglichkeiten werden integriert“, sagte Strixner. „Damit wollen wir unseren Partnern im Handel Zusammenarbeit und Kommunikation mit uns und den Verkauf unserer Produkte erleichtern.“ Die neue Version des Programms soll dem Handel Anfang März auf der CeBIT präsentiert werden.

Die Rückschau auf das vergangene Jahr konnte nach dreimonatiger Zugehörigkeit zum Unternehmen naturgemäß nicht besonders umfangreich ausfallen. Strixner: „Während mancher Wettbewerber im vergangenen Jahr seinen Erfolg ausschließlich einem Modell zu verdanken hat, verkaufen sich unsere Produkte in der gesamten Breite des Angebots gut.“ Hervorzuheben seien dennoch das Samsung SGH-D500 und das Samsung SGH-E720 als die erfolgreichsten Produkte des Jahres 2005. *Herbert Päge*

100prozentige Tochter von Siemens Communications. Einzelheiten der Übernahme wurden nicht bekanntgegeben.

Die anderen Wagniskapital-Einheiten der Siemens AG bleiben von der Transaktion unberührt. Die Innovationsstrategie von Siemens wird in Zukunft getragen von Siemens Venture Capital, Siemens Technology Accelerator (STA) und Siemens Tech-

nology-To-Business Center in Berkeley (TTB), Kalifornien (USA), die ihre Aktivitäten auf Wachstumskurs weiterführen.

Thomas Ganswindt, Mitglied im Zentralvorstand der Siemens AG, Vorsitzender des Bereichsvorstandes von Communications und Chairman of the Board von Siemens Venture Capital, erklärte: „Innovationen bleiben ein Kernthema für Siemens Commu-

nications, jedoch werden wir in Zukunft unsere in-house Aktivitäten verstärken. Siemens wird auch weiterhin weltweit einer der aktivsten Corporate Venture Capital-Investoren bleiben. Insgesamt haben wir mehr als 700 Millionen Euro in Corporate Venturing investiert, und wir glauben, daß diese Aktivität entscheidend zur Innovationskraft von Siemens beiträgt.“ Siemens Venture Capital (SVC)

ist die Corporate Venture Organisation für den gesamten Siemens Konzern weltweit und spielt eine entscheidende Rolle im globalen Innovationsnetzwerk von Siemens. Ziel von SVC ist es, innovative Technologien, die das Kerngeschäft von Siemens verstärken, zu identifizieren und zu finanzieren. Im Fokus stehen dabei technologische Wachstumssegmente.

## Pos Aktuell

### Talkline meldet erneutes Kunden-Wachstum

Der Kundenstamm des in Elmshorn ansässigen Mobilfunkunternehmens Talkline ist in den letzten zwölf Monaten um rund 800.000 Kunden bzw. mehr als 30 Prozent auf jetzt fast 3,4 Millionen Kunden angestiegen. Damit steigerte der Service Provider sein Wachstumstempo bei den Kundenzahlen nach eigenen Angaben 2005 im Vergleich zu den Vorjahren noch einmal. „2005 war für uns beim Kundenwachstum das erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte, sowohl absolut als auch relativ“, freute sich Christian Winther, CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung bei Talkline. „Lag die Kundenzahl vor einem Jahr bei ca. 2,6 Millionen, so konnte sie auf fast 3,4 Millionen gesteigert werden – dies entspricht einem Zuwachs von über 30 Prozent.“ Zum Vergleich: Im Jahr 2004 stieg die Anzahl der von Talkline betreuten Mobilfunkkunden um rund 500.000 oder um 23 Prozent; im Jahre 2003 stieg die Kundenzahl um 400.000 und ebenfalls um rund 23 Prozent. Damit habe sich die Strategie ausgezahlt, sowohl das Neukundengeschäft zu beleben als auch intensiv an der Verbesserung der Kundenbindung zu arbeiten, meinte Winther. Wichtig sei jetzt, daß man den Kundenservice an die gewachsenen Anforderungen anpasse. So werde das Self-Service-Angebot auf [www.talkline.de](http://www.talkline.de) ständig ausgebaut: Bereits über eine Million Talkline-Kunden nutzen die Online-Rechnung des Providers. Außerdem biete das Unternehmen mehr als 900 Service-Dokumente zum Download an, wie beispielsweise diverse Bedienungsanleitungen. Wer darüber hinaus weitere Fragen an Talkline habe, könne diese ebenfalls online unmittelbar im Live-Chat mit einem Talkline Mitarbeiter stellen.

### T-Online öffnet sein Partnerprogramm auch für Privatkunden

„Empfehlen Sie sich reich.“ Unter diesem Motto öffnet T-Online sein ActivePartner Programm auf Basis des „member get member-Gedankens“ jetzt auch für Privatpersonen. Damit können ab sofort auch diese die Produkte und Services von T-Online vermitteln und dabei attraktive Prämien einnehmen. Das Provisionsmodell bietet sehr gute Verdienstmöglichkeiten bei der Vermittlung von T-Online Access-, Webhosting- und Sicherheitsprodukten: Für jede erfolgreiche Vermittlung erhalten ActivePartner eine entsprechende Prämie. Mit steigender Anzahl der Tarif-Vermittlungen pro Quartal erhöht sich die Provision pro Vermittlung. Beim Empfehlen unterstützt jetzt ein neuer voreingerichteter Online-Shop, den die Partner direkt an ihre Internetpräsenz anbinden können. Durch den persönlichen Online-Shop bietet T-Online seinen Partnern einen innovativen Responsekanal. Dies reduziert den administrativen Aufwand und erleichtert den Verkauf. Die Teilnahme an dem Programm birgt keinerlei Risiko, denn es gibt keine Mindestumsätze. Dabei unterstützt T-Online seine ActivePartner mit allem, was diese zur kompetenten und fachgerechten Beratung benötigen: Tarifübersichten, Aktionsflyer, Plakate und weitere digitale Informationsmaterialien erhalten die Empfehler nach der Anmeldung unter [www.activepartner.net](http://www.activepartner.net) kostenfrei zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus werden sie in einem regelmäßigen Newsletter über Neuerungen informiert, erhalten Zugriff auf ein optimiertes Partnerportal und können ihre Bestellungen wahlweise direkt ins Order-Management-System von

T-Online oder über ihren eigenen Online-Shop eingeben. Partner, die eine eigene Homepage besitzen, können ihren persönlichen ActivePartner Shop direkt an ihre Internetpräsenz anbinden oder – falls keine eigene Homepage vorhanden – auch einzeln betreiben. Im Online-Shop finden Interessenten stets die aktuellen Tarif- und Produktangebote von T-Online. Für Kundenbestellungen, die über den Online Shop des jeweiligen Partners eingehen, wird automatisch die entsprechende Provision gutgeschrieben. Weitere Informationen, kostenfreie Anmelde-möglichkeit sowie die Prämienübersicht finden Nutzer unter [www.activepartner.net](http://www.activepartner.net).

### mobilcom Navipaket zum Pauschalpreis

mobilcom hat ein sogenanntes „RundumSorglos“-Navigationspaket ins Programm aufgenommen, das für eine monatliche Pauschale von 9,95 Euro sowohl die Kosten für Datenübertragung bis fünf Megabyte als auch die Flatrate für eine unbegrenzte Routenzahl abdeckt. Bis zu 70 Fahrten monatlich sind damit ohne weitere Kosten möglich. Neukunden sind sechs Monate lang von der Pauschale befreit. Wer sich für das „RundumSorglos“-Navigationspaket von mobilcom entscheidet, erhält für einen Euro zum Mobilfunkvertrag ein hochwertiges UMTS-Handy Sony Ericsson K600i sowie einen drahtlosen Bluetooth-GPS-Empfänger.



ger. Dank zügigem UMTS-Datenempfang kommt die Route des mobilcom navigator schnell auf das K600i. Aber auch außerhalb abgedeckter Gebiete funktioniert die Technik per GPRS einwandfrei. Alles erforderliche Zubehör, von der Auto-Handyhalterung bis hin zum KFZ-Ladegerät für den GPS-Empfänger, sind bereits im Paket enthalten. Da beim „RundumSorglos“-Navigationspaket neben der Routenberechnung bereits ein Daten-

### Dangaard gründet MobileVersand GmbH

Dangaard Telecom hat ein neues Unternehmen mit dem Namen MobileVersand GmbH gegründet. Hierbei handelt es sich um ein 100prozentiges Tochterunternehmen der Dangaard Telecom Germany GmbH. Die MobileVersand GmbH verantwortet die Abwicklung der Aufträge aus den Partnershops im Webbereich, insbesondere die Abwicklung für Webshops von No-Frills-Anbietern und Branded Resellern, die keine entsprechende technische Plattform oder logistische Kompetenzen besitzen. Durch die neuen Partnershops von Dangaard Telecom bekommt der Handel die Möglichkeit, seinen Kunden über das Internet das komplette Warenortiment des Distributors anzubieten, ohne dabei jegliches Warenrisiko zu tragen. Über MobileVersand stellt Dangaard den Versand bis zum Endkunden sicher und kann zum Beispiel auch Callcenter-Funktionen, personalisierte Einstellungen der Geräte sowie Inkassoaufgaben komplett übernehmen. Bei diesem Webshop handelt es sich um eine White Label Lösung, die schnell und kostengünstig dem Handel in seinem eigenen „Look & Feel“ zur Verfügung gestellt werden kann. Eingehende Aufträge werden direkt an MobileVersand weitergeroutet und abgewickelt. „Erste Partnershops laufen bereits erfolgreich. Jetzt sind wir bereit, das Konzept größer und breiter anzubieten“, sagt Michael Möller, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. „Von Seiten Dangaard gibt es keinerlei Bestreben, ins Endkundengeschäft einzusteigen. Im Gegenteil. Wir bleiben weiterhin unserem Grundsatz treu, nicht gegenüber dem Endkunden aufzutreten, aber trotzdem für Partner endkundenbezogene Services anzubieten.“ Dazu diene MobileVersand. Die Dangaard Handelspartner sollen beim Endverbraucher klar positioniert werden. Nicht Dangaard und nicht MobileVersand. MobileVersand solle lediglich für die optimale Abwicklung im Hintergrund und biete somit volle Unterstützung für den Handel, der sich auf das Marketing voll konzentrieren könne, sowie No-Frills-Anbieter und Service Provider, die sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können, nämlich Airtime und Services zu verkaufen. „Schon heute vermarkten viele Händler Geräte und Zubehör, die direkt aus unserem Shop an ihre Kunden im Design des Händlers verschickt werden. Die Abwicklung erfolgt über das Tool E-Commerce Light. Dies wird natürlich weiter angeboten. MobileVersand soll eine Alternative dazu darstellen“, sagte der Dangaard-Geschäftsführer.

### Drahtloser Internetzugang per WLAN im ICE

Die Deutsche Bahn und T-Mobile bieten ab sofort auf der Pilotstrecke Köln–Dortmund die Möglichkeit, einen Breitbandinternetzugang im ICE zu nutzen. Damit wird der schnelle und komfortable Zugriff per W-LAN (Wireless Local Area Network) auf das World Wide Web oder firmeneigene Intranet möglich. Bahnreisende können während der Zugfahrt E-Mails abrufen und beantworten und somit einen weiteren Service im DB MobilityNet, dem Informations- und Kommunikationsservice für Reisende der Bahn, nutzen. Weiterer Bestandteil der Kooperation ist der Ausbau wichtiger Bahnhöfe zu Hotspots, den öffentlichen W-LAN-Standorten von T-Mobile. Für das Pilotprojekt haben die Deutsche Bahn und T-Mobile insgesamt sieben ICE 3 mit der Technik für die Breitbandkommunikation ausge-



stattet. Zu erkennen sind sie am HotSpot-Logo von T-Mobile. Die Internetanbindung zwischen Köln und Dortmund erfolgt unterwegs über mehrere UMTS-Funkkanäle (Universal Mobile Telekommunikation System). Im Pilotprojekt werden aber auch alternative Anbindungen etwa per Satellit getestet. Darüber hinaus stellen Bahn und T-Mobile auf der weiterführenden Strecke von Dortmund nach München ein besonderes Informations-Angebot bereit. Neben aktuellen Service- und Reiseinformationen der Bahn steht ein umfangreiches Content-Angebot aus dem Informationsportal von T-Online zur Verfügung. Die Inhalte werden während der Fahrt bei den Aufenthaltsorten in den jeweiligen Bahnhöfen aktualisiert. Während der Versuchsphase ist die Nutzung im Zug kostenlos. Das Pilotprojekt läuft zunächst bis Ende März 2006 und soll die technische Leistungsfähigkeit und die Akzeptanz des Angebots testen. Bei erfolgreichem Verlauf der Pilotphase ist die Ausweitung auf weitere ICE-Strecken und -Züge geplant.

volumen von fünf Megabyte enthalten ist, vermeidet der Anwender jedes Kostenrisiko. Wer das Navigationssystem weniger nutzt, kann das Datenvolumen auch für Downloads oder E-Mail-Abrufe per Handy einsetzen. Das „RundumSorglos“-Navigationspaket ist ab sofort bei allen mobilcom-Partnern zum Preis von einem Euro in Verbindung mit einem Mobilfunkvertrag im Immer-35-Cent-Tarif erhältlich. Kunden können dabei zwischen den Mobilfunknetzen von Vodafone, T-Mobile und E-Plus wählen.

### T-Online-Kunden kaufen einfacher im Internet

Mehr als acht Millionen T-Online Kunden können ab sofort im Internet bei vielen Marken Anbietern mit ihrer T-Online E-Mail-Adresse und ihrem Paßwort bezahlen. Damit soll das Einkaufen über das Internet nicht nur schneller und bequemer, sondern auch sicherer werden. Eine Kooperation mit T-Pay, dem Internet-Payment von T-Com, sorgt für das Bezahlfahren auf sehr hohem Sicherheitsniveau: Die Eingabe von sensiblen Daten wie Kreditkartennummer oder Bankverbindung entfällt ebenso wie eine zeitaufwendige Anmeldung. T-Online Kunden, die den Service nutzen möchten, aktivieren T-Pay im T-Online Kundencenter mit einem Klick und bezahlen dann ihre Interneteinkäufe per Telefonrechnung der Deutschen Telekom. Mit T-Pay können Nutzer die verschiedensten E-Commerce-Produkte sowie eine Vielzahl digitaler Güter wie zum Beispiel Musik, Spiele oder Testberichte im Internet kaufen und nutzen. Das Ausfüllen von Online-Formularen in einem langen Registrierungsprozeß entfällt ebenso wie die Herausgabe persönlicher Daten. Die Authentifizierung erfolgt über die Eingabe von E-Mail-Adresse und Paßwort. Einen Überblick über die Einkaufsmöglichkeiten mit T-Pay sowie weitere Informationen finden Nutzer unter [www.t-pay.de](http://www.t-pay.de).

### Fujitsu Siemens und T-Mobile erweitern ihre Vertriebskooperation

T-Mobile Deutschland und Fujitsu Siemens Computers Deutschland GmbH wollen einen neuen Meilenstein in ihrer erfolgreichen Zusammenarbeit setzen und erweitern die bestehende Vertriebskooperation zur strategischen Partnerschaft mit klarer Innovationsorientierung. Ein Ziel dabei ist es einer

Pressemitteilung zufolge, gemeinsam als zwei der weltweit ersten Anbieter ab Frühjahr 2006 Notebooks mit integrierter HSDPA-, UMTS- und W-LAN-Mobilfunktechnik anzubieten. Anwender werden mit diesen Rechnern dank HSDPA-Technik ähnlich schnell wie im Festnetz via DSL aufs Internet oder Firmennetz zugreifen können. Das erste Kooperationsangebot ist ein modernes Fujitsu Siemens Notebook der Amilo pro Serie mit der HSDPA-fähigen Mobile DSL card 1800 inklusive Mobilfunkvertrag. Die Kooperationspartner stellen Kunden und Handelspartnern optimierte Angebote für schnelle und sichere mobile Zugriffe per Notebook und Handheld auf E-Mails, Internet sowie Intranet und andere firmeninterne Systeme zur Verfügung. Voraussichtlich im zweiten Quartal 2006 werden Fujitsu Siemens Computers und T-Mobile die ersten Notebooks mit integrierter HSDPA-, UMTS- und W-LAN-Technik in den Markt einführen. Sie machen eine externe Karte für die mobile Datenkommunikation überflüssig und basieren auf den Business Geräten der Lifebook Serie von Fujitsu Siemens Computers. Ihren Nutzern verschaffen die innovativen Geräte automatisch Zugang zur am jeweiligen Standort verfügbaren schnellsten Netzplattform von T-Mobile: Die installierte Kommunikationsssoftware Communication Center wählt zum Beispiel in UMTS-Gebieten automatisch die Datenübertragung per HSDPA und an HotSpots die W-LAN Technik.

### OneTel senkt die Gesprächspreise auf 1,69 Cent pro Minute

Der Marburger Tk-Anbieter OneTel hat die Preise gesenkt: Ab sofort gilt für Call-by-Call Telefonate mit der 01086 im deutschen Festnetz zwischen null und neun sowie neun und 17 Uhr ein Minutenpreis von 1,69 Cent. Von sieben bis neun Uhr sind 2,1 Cent fällig, in der übrigen Zeit kostet die Gesprächsminute 2,5 Cent. Alle Telefonate in die deutschen Mobilfunknetze werden mit 14,59 Cent pro Minute berechnet. Die Taktung ist 60/60. Die Anrufe ins D-Netz umfassen die Vorwahlen 01511, 01520, 0160, 0161, 0162, 0170, 0171, 0172, 0173, 0174, 0175, für das E-Netz gelten die Vorwahlen 0163, 0176, 0177, 0178, 0179.

### O2 stellt 0190 auf 0900er Nummern um

O2 Germany hat das 0900er-Rufnummernspektrum zur Verfügung gestellt. Ab sofort werden Premium Rate Services nur noch mit 0900er Nummern angeboten. Die Gebühren für 0900er Nummern liegen derzeit aufgrund der rechtlichen Vorgaben für Prepaid- und Postpaid-Kunden bei einem Minuten-Höchstpreis von 2,00 Euro pro Minute. Für Vertragskunden gibt es zwei verschiedene Preismodelle: die Abrechnung von Preisen pro Minute sowie der Kombipreis. Dieser enthält zusätzlich zum Preis pro Minute eine einmalige Nutzungsgebühr zwischen derzeit 99 Cent und 3,99 Euro. Wie auch bei den 0190er Nummern erhalten Nutzer der 0900er Nummern vor Beginn des kostenpflichtigen Anrufs eine kostenlose Ansage des Preises. Erst drei Sekunden nach Beendigung der Preisansage beginnt der kostenpflichtige Anruf. Auch für Online-Kunden von O2 Germany ergibt sich durch die Umstrukturierung eine Änderung. Die Hotline für Online-Kunden von O2, die bisher über 01905 Power angewählt wurde, ist ab sofort aus dem Netz von O2 Germany und des Roaming Partners T-Mobile unter der Nummer 624357 oder „o2help“ erreichbar. Aus dem deutschen Festnetz der T-Com kann die Hotline über die Nummer 09001-624357 oder 09001-o2help angewählt werden. Die Kosten belaufen sich pro Anruf auf 62 Cent pro Minute.

# Die aktuelle Datenbank für Foto und Imaging Online, CD + Print



Sie suchen einen schnellen, umfassenden Überblick über das aktuelle Produkt- und Serviceangebot der Imagingbranche?

Im „grossen foto-katalog“ finden Sie im Internet und auf CD-ROM übersichtlich nach Produktgruppen gegliedert:

- Digitale und analoge Sucher- und SLR-Kameras
- Camcorder • Fotohandys • Objektive • Filter • Blitzgeräte • Foto- und Videoleuchten
- Filme • Speichermedien • Akkus • Batterien • LCD- und Diaprojektoren • Leinwände
- Scanner • Foto- und InkJet-Drucker • Druckerstationen • Selbstbedienungsterminals
- Druckermedien • Tintenpatronen • Foto- und Videotaschen • Stative • Bilderrahmen
- Alben • Ein reichhaltiges Zubehörangebot und vieles mehr.

**Aktuelle Informationen für Ein- und Verkauf, Sortimentsplanung und Kundenberatung:**

- Technische Daten und Features • Maßgeschneiderte Verkaufsargumente • Verknüpfungen zu vergleichbaren Modellen • Verknüpfungen zum passenden Zubehör • Preisvergleiche mit Internetshops (nur auf Händler-CD-ROM) • Systemlösungen vom Amateur bis zum professionellen Anwender • Downloads von Herstellerprospekten und Bedienungsanleitungen • Links zum Händlerportal • Adressen von Herstellern, Service- und Reparaturanstalten, Schulen, Organisationen und Verbänden • Bestückungslisten für Akkus, Batterien, Lampen, Speichermedien etc.

- Mit imaging+foto-contact, der größten deutschen Fachzeitschrift für die Fotobranche, und unserem kostenlosen Newsletter sind Sie stets aktuell informiert.

Bestellen Sie jetzt den „grossen foto-katalog“ mit der aktualisierten CD-ROM per Fax 0 21 02 / 20 27 90

Ich/Wir bestelle(n) hiermit gegen Rechnung:

..... Exemplar(e) **der grosse foto-katalog** (CD mit aktueller Produktdatenbank plus Printausgabe mit Hersteller- und Fachinformationen) zum Preis von 38,50 Euro pro Einheit (inkl. MwSt.). In diesem Preis ist die monatliche Lieferung aktueller Produkt- und Brancheninformationen in der Zeitschrift **imaging+foto-contact** eingeschlossen. Auslandspreis 60,00 Euro.

Bitte senden Sie den kostenlosen Newsletter mit aktuellen Katalog-Nachträgen an folgende E-Mail Adresse:

Absender

Firma:..... Name:.....

Straße:..... PLZ/Ort:.....

Datum:..... Unterschrift:.....



+



+



C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Postfach 1229 · 40832 Ratingen

Fon 0 21 02 / 20 27-10 · Fax 0 21 02 / 20 27-90

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

# Siemens Home and Office Communication Devices stellt 2006 das Thema Konvergenz in den Mittelpunkt

„Der Markt ist auf allen Seiten im Umbruch. Das gilt für Hersteller und Anbieter ebenso wie für Handel und Konsumenten. Wir werden uns im Jahr 2006 den dadurch entstehenden Herausforderungen stellen und Lösungen anbieten, die den aktuellen Bedürfnissen entsprechen. Dabei wird das Thema Konvergenz aus Sprache, Breitband und Home-Entertainment im Mittelpunkt unserer Aktivitäten stehen“, meinte Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb und Marketing Deutschland, Siemens Home and Office Communication Devices GmbH und Co. KG, im Gespräch mit PoS-MAIL.



Dieter Cifrain

## „Wir wollen neue Konzepte vorantreiben“

Die Chancen dafür, daß die Aktivitäten zu ebenso erfreulichen Ergebnissen für das Unternehmen und seine Partner im Handel führen wie in den vergangenen Jahren, stünden nicht nur wegen der innovativen Produktpalette gut, sondern auch, weil man seit einigen Monaten als eigenständiges Unternehmen im Markt agieren könne, so Cifrain.

Zwar sei die neue Siemens Home and Office Communication Devices GmbH und Co. KG immer noch als hundertprozentige Tochter Bestandteil des Siemens Konzerns, aber durch die Verselbständigung wird sich das Unternehmen wesentlich flexibler aufstellen können. Cifrain: „Zuvor waren wir und unsere Kollegen vom Mobilfunk die einzigen selbständigen Konzernbereiche, die direkt den Endkunden angesprochen haben, während sich der Rest des Konzerns im Projekt- und B-2-B-Geschäft engagiert hat. Dadurch hatten unsere Aktivitäten unternehmensintern nicht die höchste Priorität, unser Denken, unsere Bedürfnisse und Strategien unterschieden sich als klassisches Consumer-Business deutlich von denen der anderen Bereiche, und manchmal hat es länger als nötig gedauert, um Dinge entscheiden

zu können“, sagte Cifrain. Nachdem man jetzt aber drei Monate lang Zeit hatte, sich als selbständiges Unternehmen zu positionieren, könne man das neue Jahr dynamischer und mit neuen Handlungsperspektiven angehen.

### Das Thema Konvergenz verständlich machen

Eines der wichtigsten Ziele, die dabei erreicht werden sollen, sei, den oftmals strapazierten Begriff der Konvergenz für Handel und dessen Kunden verständlich und im wahrsten Sinne des Wortes „begreifbar“ zu machen. Cifrain:

„Wir wollen Verkäufern und Anwendern Lösungen für individuelle Kommunikations- und Entertainmentlösungen zu Hause demonstrieren und aufzeigen, welchen Nutzen sie vom Einsatz unserer Gigaset Produkte haben.“ Dabei gehe es nicht nur um die Produkte selbst. „Der Telekommunikationsmarkt ist stark vom Wettbewerb bestimmt, deshalb spielen auch Mehrwertdienste eine entscheidende Rolle“, führte Cifrain aus. „Neue Applikationen sorgen für eine stärkere Kundenbindung und erschließen neue Einnahmequellen für den Handel.



Das DECT-Telefon Siemens Gigaset SL550 gehörte im Weihnachtsgeschäft zu den Bestsellern des Gigaset Sortiments.

Eine Schlüsselrolle spielen hier die Vorteile von Breitbandanschlüssen in Verbindung mit der leichten Bedienbarkeit von Fernsehgeräten. Sie erlauben es Netzbetreibern und Handelsunternehmen, in einen Markt vorzudringen, der bislang ausschließlich den Nutzern von Computern und den IT-Händlern vorbehalten war.“

Um aber dem Kunden neue Konzepte präsentieren zu können, ist der Handel hier ebenfalls gefordert. „Ein Problem ist nach wie vor das Abteilungsdenken der Händler und Handelsunternehmen, das es dem Kunden sehr schwierig mache, komplexe Lösungen für sein Problem an einer Stelle im Laden zu finden“, bedauerte Cifrain. Denn während beispielsweise Telefone in der Tk-Abteilung zu finden seien, müsse der Kunde zum Kauf eines Gigaset Breitbandproduktes häufig in die Computerabteilung wechseln, und Gigaset Set-Top-Boxen seien wie-

das Unternehmen sein Onlinetraining Center, das im Internet unter der Adresse [www.siemens-partnerinfo.de](http://www.siemens-partnerinfo.de) zu finden ist, verbessert und gezielter an die Bedürfnisse der Verkäufer angepaßt. „Das Training Center ist wie ein richtiges Sporttraining aufgebaut, bei dem jeder Teilnehmer mit einem persönlichen Trainer die verschiedenen Produkte und Themen erarbeiten kann“, erläuterte Cifrain. „Es basiert auf den neuesten Standards für Lernsoftware und läßt sich einfach und intuitiv bedienen.“ Alle Trainingseinheiten seien interaktiv gestaltet und würden durch Bilder, Videos und Animationen unterstützt. Gleichzeitig sei die Textmenge auf das Minimum reduziert worden. Der modulare Aufbau solle außerdem dafür sorgen, daß der Teilnehmer jederzeit sein Training unterbrechen und später wieder an der entsprechenden Stelle einsteigen könne. So behalte er immer den Über-



Das Gigaset Training Center ist online unter [www.siemens-partnerinfo.de](http://www.siemens-partnerinfo.de) zu erreichen.

derum in der Fernseh Abteilung untergebracht. „Der Kunde ist mit dieser Lösung überfordert. Deshalb wollen wir neue Konzepte vorantreiben, die vor Ort das Zusammenspiel aller Geräte zeigen“, so Cifrain. Denkbar sei zum Beispiel, als zentrale Anlaufstelle für den Kunden „Erlebniswelten“ in den Geschäften zu errichten, in denen er zunächst einmal die gesamte Fülle der Möglichkeiten kennenlernen und ausprobieren könne, um dann von dort aus für die weitere Beratung in die verschiedenen Fachabteilungen zu wechseln.

### Online Training Center wurde verbessert

Um den Mitarbeitern des Handels die Möglichkeit zu geben, die Kommunikations- und Entertainmentmöglichkeiten des Gigaset Sortiments kennenzulernen, hat

blick über den aktuellen Stand seines Trainings. „Das Training trägt aber nicht nur dazu bei, das individuelle Wissen des einzelnen Teilnehmers rund um die neuen Technologien zu vergrößern, sondern hat auch eine höhere Beratungskompetenz zur Folge, die wiederum eine höhere Kundenbindung erzeugt und Möglichkeiten schafft, höherwertige und zusätzliche Produkte zu verkaufen“, betonte Cifrain.

Das Training gliedert sich in verschiedene Einheiten, die sich mit je einem Gigaset Produkt beschäftigen. Zuerst wird dieses in einem kurzen Video vorgestellt, anschließend müssen verschiedene Aufgaben gelöst und Kunden in einer realistischen Verkaufssituation beraten werden. Für jede abgeschlossene Einheit gibt es ein offizielles Siemens Zertifikat.

Herbert Päge

**POs-Neuheiten**

**G-Flash Metal MP3-Player von Maxfield**

Das Düsseldorfer Unternehmen Maxfield stellt mit dem neuen G-Flash Metal einen MP3/WMA-Player mit 1 Giga-byte Speicherkapazität vor. Die ist ausreichend für rund 16 Stunden Musik oder die Aufnahme von bis zu 64 Stunden Sprache über das eingebaute Mikrofon. Neben Musik im MP3-Format gibt das neue G-Flash Modell außerdem



WMA-Dateien in bester Qualität wieder. Dank der Unterstützung von Windows DRM erfüllt der Player eine wichtige Voraussetzung für das Abspielen der Musik von populären Internet-Musikportalen wie zum Beispiel musicload.de und AOL-Music.

**NEC mit neuem Kinoprojektor**

Mit dem NC2500S präsentiert NEC seinen neuesten Kinoprojektor. Das leistungsstarke Gerät basiert auf der 2k DLP Cinema Technology von Texas Instruments. Der NC2500S ist als erster digitaler Kinoprojektor mit einer Reihe neuer Funktionen ausgestattet, die eine bequeme Bedienung ermöglichen: So merkt sich die Memory-Funktion die vom Betreiber vorgenommenen Grundeinstellungen wie Lensshift-, Zoom- und Fokuseinstellung passend zu den Bildseitenverhältnissen. Als weiteres Highlight kann die optimale Lampenleuchtstärke für den jeweiligen Film gespeichert und jederzeit abgerufen werden. Der Projektor leuchtet große Leinwände hell und gleichmäßig aus und sorgt für höchste Bildqualität in großen Kinosälen. Mit 115 kg ist der NC2500S der leichteste Kinoprojektor seiner Art. Dank des hohen Kontrastes von 2.000:1 liefert der Projektor brillante Kinobilder mit überragendem Schwarzwert.

**LightScribe-DVD-Brenner BenQ DW1655**

Mit dem DW1655 bringt BenQ einen internen LightScribe-DVD-Brenner auf den Markt, der Double-Layer-Rohlinge mit bis zu 8facher Geschwindigkeit beschreiben kann. DVD-R und DVD+R-Medien brennt das Gerät mit 16facher

Geschwindigkeit und DVD+RWs mit 8facher und DVD-RW-Medien mit 6facher Geschwindigkeit. CD-R-Rohlinge werden mit maximal 48fachem und CD-RWs mit 32fachem Tempo beschrieben. CDs liest der BenQ DW1655 mit 48facher Geschwindigkeit. Mit LightScribe-Technologie können Anwender spezielle CD- und DVD-Medien in Siebdruckqualität beschriften. Zuerst werden wie immer die Daten auf den Rohling gebrannt. Danach wird der Rohling umgedreht und nochmals in den Brenner gelegt. Anschließend brennt der LightScribe-Brenner ein laserähnliches, changierendes Label mit dem gewünschten Text und der entsprechenden Grafik direkt auf den Rohling. Mit der integrierten SolidBurn Technologie erkennt der BenQ DW1655 unbekannte Rohlinge, deren Kennungen noch nicht in der Firmware eingetragen sind. Er testet deren Eigenschaften und wählt die richtige Brennstrategie aus. Der optimale Brennvorgang für diesen Rohling wird gespeichert und beim nächsten Mal automatisch angewandt. Die Routine erhöht die Kompatibilität zu Medien und reduziert die erforderliche Anzahl der Firmware-Updates. Im Lieferumfang ist Nero Express 6 und die BenQ QSuite 2.0 enthalten. Der LightScribe-DVD-Brenner BenQ DW1655 ist zum UVP von 79 Euro erhältlich.



nologie können Anwender spezielle CD- und DVD-Medien in Siebdruckqualität beschriften. Zuerst werden wie immer die Daten auf den Rohling gebrannt. Danach wird der Rohling umgedreht und nochmals in den Brenner gelegt. Anschließend brennt der LightScribe-Brenner ein laserähnliches, changierendes Label mit dem gewünschten Text und der entsprechenden Grafik direkt auf den Rohling. Mit der integrierten SolidBurn Technologie erkennt der BenQ DW1655 unbekannte Rohlinge, deren Kennungen noch nicht in der Firmware eingetragen sind. Er testet deren Eigenschaften und wählt die richtige Brennstrategie aus. Der optimale Brennvorgang für diesen Rohling wird gespeichert und beim nächsten Mal automatisch angewandt. Die Routine erhöht die Kompatibilität zu Medien und reduziert die erforderliche Anzahl der Firmware-Updates. Im Lieferumfang ist Nero Express 6 und die BenQ QSuite 2.0 enthalten. Der LightScribe-DVD-Brenner BenQ DW1655 ist zum UVP von 79 Euro erhältlich.

**Leise HDTV Grafikkarte HIS X1600XT**



Mit der X1600XT IceQ Dual Linked DVI bringt der Grafikkartenhersteller HIS (Hightech Information System Limited) eine schnelle und zugleich leise Grafikkarte im Midrange Bereich auf den Markt, die für erstklassiges HDTV Home Cinema konzipiert ist. Durch die Bestückung mit



dem Grafik-Chip Radeon X1600XT wird eine hohe Performance-Steigerung und enorme Verbesserung der Bildqualität erzielt. Während zahlreiche Hersteller von HDTV-Decodern beim Wettlauf mit der immer kürzer werdenden Zeitspanne bis zur WM 2006 zu kämpfen haben, verfügt die HIS X1600XT IceQ Dual Linked DVI

**Zwei neue Musik-Accessoires von Sony Ericsson**



Sony Ericsson hat zwei neue Musik-Accessoires angekündigt: die tragbaren Lautsprecher MPS-60 und den Music Desk Stand MDS-60. Sie lassen sich an ein Sony Ericsson Walkman Handy anschließen und ermöglichen so das Musikhören auch ohne Kopfhörer. Die portablen Lautsprecher MPS-60 sind originell, handlich und leicht zu transportieren. Mit Strom versorgt werden die Leichtgewichte direkt über das Mobiltelefon. Nutzern, die Wert auf hochwertigen Klang legen, bietet der Walkman Music Desk Stand



MDS-60 eine Möglichkeit, Musik vom Handy zu hören und dieses gleichzeitig zu laden. Der Desk Stand ist

kompakt, schlank und sorgt den Angaben des Herstellers zufolge für satten Sound. Das kompakte Design und der Klappmechanismus sorgen für Mobilität. Der MDS-60 läßt sich als Aktivlautsprechersystem ans Netz anschließen oder mit Batterien betreiben. MPS-60 wird ab Ende des ersten Quartals im Handel erhältlich sein, MDS-60 Ende des zweiten Quartals.

bereits über alle Voraussetzungen für hochauflösendes HD-Video- und TV. Die HIS X1600XT IceQ Dual Linked DVI ist HD ready und bereits zum kommenden Windows Vista (auch 64 bit) voll kompatibel. Die neu entwickelte Avivo-Technologie von ATI optimiert das Home-Cinema-Erlebnis erheblich bei der Bildqualität und Performance von Video- und Multimedia-Anwendungen. Die HIS X1600XT unterstützt Dual link DVI und erreicht damit eine Auflösung von bis zu 2.560 x 1.600 Pixeln. An einem digitalen LCD- oder Plasma-TV mit HD ready Zertifikat bietet die neue HIS bereits jetzt HDTV. Durch das effektive und leise IceQ-Kühlsystem des Schweizer Herstellers Arctic Cooling kann die Geräuschkulisse per Software auf unter 20dB heruntergeregelt, oder die Temperatur um rund elf Grad zusätzlich heruntergekühlt werden. Mit ihrer Prozessor-Taktfrequenz von 590 MHz und der Speicher-Taktfrequenz von 1,38 GHz (256 MB GDDR3 Frame Buffer) ist die HIS X1600XT IceQ Dual DVI schnell, leise und stabil. UVP: 239 Euro.

**Neues Walkman-Handy von Sony Ericsson**



Sony Ericsson hat ein neues Walkman-Handy angekündigt: das W810i. Dieses Quadband-Handy vereint die Handhabung der Walkman-Handys mit der Möglichkeit, rund um den Globus mobil kommunizieren zu können. Schneller Datenabgleich, das Erstellen von Tracklisten sowie die Konvertierung der eigenen CD-Sammlung sind neben einer Zwei-Megapixel-Kamera nur einige Funktionen. Mit dem Sony Ericsson W810i können

Nutzer stundenlang Musik hören, hochauflösende Bilder schießen, im Internet surfen und via Instant Messaging oder E-Mail kommunizieren. Das neueste Walkman-Handy wird mit einem Stereo-Kopfhörer und einem 512 MB Memory Stick Pro Duo geliefert. Darauf passen etwa 150 Musiktitel. Wer noch mehr Speicherplatz benötigt, kann sein W810i mit einem größeren Memory Stick aufrüsten – bis 2 GB sind derzeit verfügbar. Der neueste Vertreter der Sony Ericsson



Walkman Handys hat ein schwarzes Gehäuse. Das Gerät unterstützt die Standard-Musikdateiformate MP3 und AAC. Das W810i ist mit jedem handelsüblichen Kopfhörer kompatibel – dank der standardmäßigen 3,5 mm Klinke. Auch die Imaging-Funktionen des W810i versprechen dank Megapixel-Kamera, Autofokus und Vierfach-Digitalzoomfunktion Qualität und Gestaltungsspielraum. Mit der eingebauten Fotoleuchte gelingen auch in Dunkelheit klare Aufnahmen. Das leicht bedienbare Kameramenu sorgt dafür, daß die Kamera im richtigen Moment zum Abdrücken bereit ist. Wie alle anderen Walkman-Handys auch unterbricht das W810i bei einem eingehenden Anruf

automatisch die Musikwiedergabe und setzt sie fort, sobald das Gespräch beendet ist. Das Sony Ericsson W810i wird Ende des ersten Quartals in den deutschen Handel kommen.

**smart2go Take Off soll Kunden für Navigation per Satellit begeistern**



Mit smart2go Take Off gibt smart2go dem Einzelhandel ein Instrument in die Hand, um neue Kunden für die mobile Satelliten-Navigation zu gewinnen. smart2go Take Off enthält einen vollständigen Routenplaner für ganz Deutschland auf CD. Zusätzlich umfaßt das Paket eine Memory Card mit 128 MB und einen Kartenleser im USB-Stick-Format. Die unverbindliche Preisempfehlung für das gesamte Paket lautet 39,95 Euro. Dem Handel soll das Paket eine Vielzahl von Möglichkeiten eröffnen, um den Absatz



des mobilen Satelliten-Navigationssystems smart2go Mobile Navigator zu erhöhen. Hat ein Endkunde erst einmal smart2go Take Off auf sein Handy geladen, entsteht ein starker Anreiz, durch einen Update auf den Mobile Navigator die Welt der mobilen Satelliten-Navigation zu nutzen. Dazu können Einzelhändler zum Beispiel smart2go Take Off als Zugabe beim Abschluß eines Handy-Vertrages verwenden oder anbieten, den Kaufpreis beim Update auf den Mobile Navigator gutzuschreiben. Mit dem niedrigen Verkaufspreis erhalten die Verbraucher eine moderne Hardware fast zum Selbstkostenpreis – und die enthaltene Routen-Navigation preisgünstig dazu. Die Installation ist den Angaben des Herstellers zufolge einfach: Die mitgelieferte MMC wird ins Handy gesteckt, und sofort stehen per Plug&Play eine ganze Reihe vorinstallierter Großstädte zum Routing bereit. Wer weitere Karten nutzen will, muß den benötigten Kartenabschnitt von der CD auf die MMC laden, was mit dem enthaltenen „smart2go Map Maker“ und dem USB-Kartenleser in wenigen Sekunden erledigt ist. Der Routenplaner enthält zusätzlich rund 300.000 „Points of Interest“ (POIs). Zusätzlich stehen unter [www.smart2go.com](http://www.smart2go.com) für weltweit Tausende von Städten umfangreiche City Guides von führenden Anbietern zum Download bereit.



**Große Ideen entstehen gemeinsam**

Digital Solutions for Work and Life



**HANNOVER**  
9.–15.3.2006

[cebit.com](http://cebit.com)

**CeBIT**  
Join the vision

# Internettelefonie wird zum Thema für den Handel

**Für viele Millionen Menschen weltweit gehört das Telefonieren über das Internet, auch Voice over IP (Sprache über das Internetprotokoll) oder kurz VoIP genannt, schon heute zum Alltag, und seit einigen Monaten steigt die Zahl der Nutzer von Woche zu Woche sprunghaft an. Daraus allerdings einen Trend zu einer neuen Telefoniekultur abzuleiten, der auch für erhöhte Nachfrage nach Geräten und Diensten beim Handel sorgt, ist gewagt, denn nur ein Bruchteil der VoIP-Nutzer greift in den eigenen vier Wänden über die private Internetleitung auf das neuartige Angebot zurück – die übrigen kommunizieren als Mitarbeiter eines Unternehmens über die weltweiten Datenleitungen.**

Dennoch tut der Handel gut daran, sich mit dem Thema VoIP auseinanderzusetzen, denn parallel zum Anstieg der gewerblichen Nutzung hat die Internettelefonie einen deutlichen Schritt in Richtung Massenmarkt vollzogen. Daß der Fachhandel davon kaum profitiert hat, liegt nur bedingt an den relativ geringen Nutzerzahlen. Verantwortlich ist auch die Passivität des Handels. Denn über eines muß sich derjenige, der zukünftig ein Stück des VoIP-Kuchens ergattern will, klar sein: Diese Technik ist wissens- und

raten ist VoIP zwar theoretisch auch möglich, in der Praxis kann es aber zu spürbaren Verzögerungen bei der Sprachübertragung kommen.

## Genau nachrechnen

Hat der Kunde noch keinen Breitband-Internetzugang, sollten mögliche Einsparpotentiale nicht im Vordergrund des Verkaufsgesprächs stehen – da sie bei genauem Nachrechnen unter Umständen gar nicht existieren. Das Problem liegt darin, daß es in Deutschland nicht möglich ist (rechtlich, technisch ist es sehr wohl möglich), die sogenannte Festnetz-Teilnehmeranschlußleitung zu entbündeln, also Sprach- und Datenleitungen zu trennen. Anders ausgedrückt: Wer einen DSL-Festnetzanschluß haben will, kann diesen nur zusätzlich zur „normalen“ Telefonleitung bekommen – und muß für beide Leitungen eine Gebühr bezahlen. Konkret bedeutet das: Wer sich überlegt, VoIP zu nutzen, weil die Gespräche extrem preiswert oder gar umsonst sind, und dafür erstmals eine DSL-Leitung haben muß, sollte genau nachrechnen, ob die so zu erzielende Einsparung nicht durch die zusätzlichen Gebühren wieder hinfällig wird.

Anders verhält es sich bei den Nutzern, die bereits einen breitbandigen Festnetz-Internetzugang besitzen und die in der derzeitigen Phase als potentielle VoIP-Kunden des Handels anzusehen sind. Sie bezahlen die Grundgebühr ohnehin und können beim Telefonieren über das Datennetz tatsächlich Geld sparen. Dies gilt vor allem für Kunden mit Flatrate, aber auch für Vertragskunden, deren DSL-Verträge Zeit- bzw. Mengenkongente vorsehen, bietet sich Sparpotential.

Um eine Vorstellung davon zu haben, um welche Datenmengen es geht, sollte man sich folgende Zahlen merken: Bei guter Sprachqualität fließen bei IP-Telefonie etwa 80 Kbit pro Sekunde in jede Richtung über die Leitung, also rund 1,2 Megabyte pro Minute bzw. zirka 70 bis 80 Megabyte pro Stunde. Andererseits ermöglicht ein Tarif mit einem Volumen von einem Gigabyte rund 14 Stunden Internettelefonie.

Bei der Berechnung der individuell günstigsten Tarifvariante darf aber nicht vergessen werden, daß zusätzliche Nutzungszeiten/-mengen (zum Beispiel durch das Surfen im Internet und das Abrufen von E-Mails) und Kosten anfallen können. Denn es ist keineswegs so, daß Internettelefonate prinzipiell kostenlos sind. Dies gilt in der Regel nur dann, wenn die Gesprächspartner über denselben Anbieter über das Internet telefonieren. Bei allen

anderen Gesprächen, also von Internetanbieter A zu Internetanbieter B oder vom Internet aus zu einem Festnetz- oder Mobilfunkanschluß, entstehen Kosten – die von Anbieter zu Anbieter variieren, jedoch deutlich unter den üblichen Festnetzgebühren liegen.

## Flexibilität für Nutzer

Argumente, die dagegen klar für die Internettelefonie sprechen, sind zum einen die Flexibilität und zum anderen die Möglichkeit, bislang ungewohnte Telefoniedienste in Anspruch nehmen zu können. Flexibel zeigt sich VoIP deshalb, weil die Teilnehmernummer für die Internettelefonie unabhängig vom physikalischen Anschluß funktioniert. War es im Festnetz bislang also immer so, daß eine Telefonnummer genau zu einem in einem Raum fest installierten Telefonanschluß gehörte, so können VoIP-Nutzer die ihnen von ihrem Anbieter für diesen Dienst zugewiesene Nummer in Kombination mit den entsprechenden Geräten und Programmen überall nutzen, sei es zu Hause, an ihrem Arbeitsplatz oder über ein Notebook auch über jeden beliebigen Internetanschluß überall auf der Welt. Zur Verfügung stehen derzeit zwei Arten von Telefonnummern: Die einen haben die übliche Vorwahl der Stadt oder Region, in der der Nutzer wohnt, die anderen haben als Vorwahl die „Nationale Teilnehmernummer (NTR) 032“, die eigens für VoIP geschaffen wurde.

Flexibel zeigt sich die Internettelefonie inzwischen auch hinsichtlich der erforderlichen Geräte und Software. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen Computere-freaks mit helmähnlichen Kopfhörer-Bügelmikrofon-Kombinationen vor ihrem Rechner sitzen mußten, um per Datenleitung telefonieren zu können. Heute



Der WLAN-Router Gigaset SX553 WLAN dsl von Siemens Home and Office Communication Devices funkt mit bis zu 108 Mbit/s, bringt mehrere PCs gleichzeitig und kabellos ins Internet und ermöglicht den Anschluß von zwei analogen Telefonen zur komfortablen Nutzung von Voice-over-IP-Telefonie. Einzige Voraussetzung ist, daß der Anwender bei einem SIP-kompatiblen VoIP-Dienst angemeldet ist. Er trägt seine Benutzerdaten einfach in die Routerkonfiguration ein und kann mit seinem gewohnten analogen Endgerät übers Internet telefonieren.

## Auf den Punkt erklärt: Telefonieren über das Internet

Im Sach- und Fachbuchverlag rent a mind ist Ende 2005 der neue Ratgeber „Auf den Punkt erklärt: Telefonieren über das Internet“ erschienen. Darin beantwortet Autor René Gelin auf rund 140 Seiten im A5-Format die Frage „Wie kann ich über das Internet telefonieren“ allgemein verständlich. Farbige Illustrationen unterstützen durchgehend den Text, der so auch für Leser, die mit dem Thema noch gar nicht vertraut sind, einfach nachzuvollziehen ist. Der Ratgeber wendet sich an alle, die auch ohne technisches Grundwissen über das eigene, normale Telefon oder den Computer viel Geld sparen und sogar kostenlos telefonieren wollen. Gelin schildert unter anderem, wie Besitzer eines DSL-Anschlusses diesen zum Telefonieren über das Internet, auch ohne Computer, einrichten können. Schritt für Schritt werden die verschiedenen Möglichkeiten des Voice over IP gezeigt und erklärt, wie Hard- und Software einzurichten sind, ohne den Leser mit unnötigen Informationen oder Fachbegriffen zu belasten. Das Buch beschreibt, daß Telefonieren über das Internet genauso einfach sein kann wie über das Festnetz, und daß auf diese Weise deutliche Kosteneinsparungen zu erzielen sind. Das Buch kostet 12,90 Euro und ist über den Buchhandel (ISBN 3-86551-003-5) oder die rent a mind Dienstleistungs- und Verlags GmbH, Memeler Straße 30, 42781 Haan, Telefon 02129-345750, Telefax 02129-345757 zu bekommen.



können spezielle VoIP-Telefone ebenso genutzt werden wie die in den meisten Haushalten bereits vorhandenen Telefonapparate, wenn diese über eine VoIP-fähige Telefonanlage bzw. einen entsprechenden Adapter mit der Datenleitung verbunden werden. Je nach Hersteller funktioniert VoIP dabei per Kabel oder auch per hausinternem Funknetz, und selbst die Kombination von DECT-Sprachtelefonie mit WirelessLAN stellt Gerätehersteller wie Siemens heute nicht mehr vor Probleme.

Den Anwender kann es freuen, denn er kann sich aus einer Vielfalt von Produkten dasjenige aussuchen, das seine individuellen Bedürfnisse am besten erfüllt. Besonders positiv ist dabei die Tatsache, daß Internettelefonie auch ganz unabhängig von einem Computer funktionieren kann, also auch Anwender, die zwar einen Computer besitzen, diesen aber nicht immer zum Telefonieren hochfahren wollen, ebenso wie Haushalte, in denen gar kein Computer vorhanden ist, Internettelefonie nutzen können.

Die Betonung liegt hier allerdings auf „funktionieren kann“, denn es gibt auch VoIP-Anbieter, deren Dienste nur per Software über ein sogenanntes Softphone genutzt werden können. Dabei handelt es sich um eine virtuelle Telefontastatur, die auf dem Computerbildschirm erscheint und mit Hilfe der Maus bedient werden muß. Hier sind das Vorhandensein eines PC und dessen Verbindung mit dem Internet zwangsläufig notwendig.

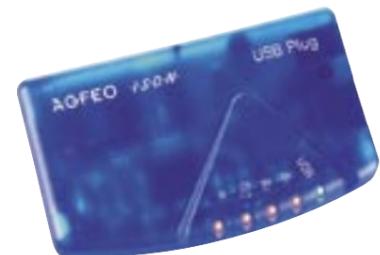
## Flexibilität für Händler

Flexibilität bringt VoIP aber nicht nur für die Kunden mit sich, sondern auch für den Händler. Denn mit der zunehmenden Nutzung des Sprach-Datendienstes haben sich nicht nur die klassischen Industriepartner wie Agfeo, Auerswald, AVM, DeTeWe, Panasonic oder Siemens mit einer Sortimentserweiterung auf die neue Technologie eingestellt, sondern es ist auch eine Vielzahl neuer Anbieter im Consumer-Markt erschienen. Die meisten davon, zum Beispiel Cisco oder Nortel, haben sich bereits in den vergangenen Jahren im Bereich von Datenanwendungen in Unternehmen einen guten Ruf erworben, aber auch bislang überhaupt nicht im Tk-Markt bekannte Anbieter sind

jetzt mit attraktiven Produkten vertreten. Für den Handel ergibt sich dadurch zum einen die Chance, sich dem Endkunden gegenüber als gutsortierter Anbieter zu positionieren, zum anderen tragen neue Hersteller und neue Produkte dazu bei, aus dem Preisvergleich herauszukommen und somit mit erquicklichen Margen verkaufen zu können.

## Neue Dienste nutzen

Der Nutzen von VoIP beschränkt sich nicht nur auf die Sprachtelefonie. Auch eine ganze Reihe zusätzlicher Dienste steht mit VoIP zur Verfügung. Genau betrachtet handelt es sich dabei allerdings



Agfeo macht es Anwendern mit seinem USB Plug ganz einfach: Die Installation ist extrem leicht. „Plug & Surf“ bedeutet hier, einfach die Anschlußkabel stecken und schon hat man die ISDN-Verbindung hergestellt. Der USB-Plug erspart den Einbau einer ISDN-PC-Karte in den PC. Mit demselben USB Plug können Nutzer flexibel zu Hause am Desktop PC oder auch unterwegs per Notebook im Internet surfen – und zum Beispiel eine teure PCMCIA-Karte sparen.

gar nicht um neue Dienste, neu ist lediglich die Problemlösbarkeit, mit der bereits aus dem Festnetz bekannte Dienste eingerichtet und genutzt werden können. Hier ist zum Beispiel der E-Mail-Push-Dienst zu nennen. Bei diesem fragt das System nicht, wie normalerweise bei Festnetz-E-Mail-Diensten üblich (in einem vorher vom Anwender bestimmten Rhythmus), beim Server nach eingegangenen E-Mails, sondern der E-Mail-Server des Providers schickt eingehende E-Mails unverzüglich an den Empfänger weiter. Auch das Einrichten von Telefonkonferenzen und die Nutzung von Video-telefonie funktionieren, das Vorhandensein der notwendigen Geräte und Programme bei allen Teilnehmern vorausgesetzt, per Software deutlich einfacher als im „normalen“ Festnetz. hepä



Mit der FritzBox Fon WLAN 7050 von AVM können Anwender ihre vorhandenen ISDN-Telefone und ISDN-Anlagen auch für Internettelefonie am DSL-Anschluß einsetzen. Zum Einsatz bei Internetgesprächen kommen auch ISDN-Leistungsmerkmale wie Makeln, Anklopfen oder Dreierkonferenz. Zusätzlich zu ISDN-Telefonen lassen sich drei analoge Endgeräte bei dem neuen AVM-Produkt einsetzen. Computer erhalten DSL-Zugang über USB, zwei Ethernet-Schnittstellen und Wireless LAN.

beratungsintensiv, und wer darauf wartet, daß der Kunde nachfragt, wird kaum erfolgreich sein können. Ein so komplexes Thema muß aktiv vermarktet werden. Dem Kunden müssen passende Pakete angeboten, Wege zum Einrichten des Dienstes und mögliche Einsparpotentiale aufgezeigt werden.

Unter den Argumenten, die für VoIP sprechen, ist der Preis allerdings nicht gerade das wichtigste, insbesondere dann nicht, wenn Kunden bislang noch keinen breitbandigen Internetzugang besitzen. Denn dieser ist die Voraussetzung für funktionierende Internettelefonie. Und breitbandig meint in diesem Fall mindestens einen Internetzugang mit einer Übertragungsrate von 2 Mbit pro Sekunde, möglichst noch höher, denn bei der Digitalisierung von Sprache fallen erhebliche Mengen an Datenpaketen an; mit geringeren Daten-

# CES – News und Nachrichten

**Die Consumer Electronics Show in Las Vegas zeigte die gewohnte Mischung aus kleinsten, mittleren und bedeutenden Ausstellern mit einer vielseitigen Exponat-Palette vom Kleinstzubehör und witzigen Gimmicks bis hin zu wichtigen Umsatzträgern und zukunftsweisen- den Produkten. Die Ausstel- lungsfläche wurde erweitert und ist nun geringfügig größer als die der IFA Berlin 2005.**

Wichtige Themen der CES waren Soft- ware und Produkte für die 64Bit Platt- formen und Dual Core CPUs, das Mitte 2006 kommende Windows Vista, VOIP, die neuen Home Entertainment Techno- logien „Intel Viiv“ und „AMD LIVE!“ und neueste großformatige HDTV-Flachbild- schirme. Mit zahlreichen verbindlichen Ankündigungen und Vorstellungen von Geräten, Medien und Filmtiteln für HD- DVD und Blu-Ray Disc formierten sich die beiden Lager für die kurz bevor- stehende Phase der Markteinführung der hochauflösenden DVD-Formate, die als zusätzlicher spannender Wettbewerb im Jahr der olympischen Winterspiele und der Fußballweltmeisterschaft ausge- tragen werden wird.

## Warner: 24 Filmtitel für HD-DVD

Auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas hat Warner Home Video erste 24 Filmtitel mitgeteilt, die auf HD-DVD gepreßt und in den Handel gebracht werden sollen. In der Liste werden sowohl völlig neue Titel wie auch frühere Erfolgsfilme genannt. Der erste auf HD-DVD verfügbare Warner Filmtitel soll am 28. März veröffentlicht werden. Unter den bereits benannten HD-Spiel- filmen befinden sich die Titel „Batman Begins“, „Charlie und die Schokoladen- fabrik“ und Klassiker wie „Matrix“, „Twister“ und „Terminator 3“. Eine wei- tere Reihe von Filmen wie „Rumor Has It“ und „Syriana“ soll gleichzeitig auf HD-DVD und als herkömmliche DVD veröffentlicht werden. Das gilt auch für neu erscheinende Kinofilme wie „Super- man Returns“ und „Poseidon“. Im Laufe dieses Jahres sollen weitere HD-DVD Filmtitel folgen. Als Rechteinhaber eines der umfangreichsten Video- und Film- archive der Welt verfügt Warner Bros über einen Fundus von etwa 6.600 Filmen, 40.000 Fernsehspielen und 14.000 Zeichentrickfilmen.

## Sony: Erster Blu-Ray Disc Film fertiggestellt

Sony Pictures Home Entertainment (SPHE) teilte auf der CES mit, daß das Authoring der ersten Blu-Ray mit einem Film, in kompletter Länge, MPEG2- Format und voller HD-Auflösung mit 1.920 mal 1.080 Pixeln komprimiert, beendet ist. Der Film „Charlie's Angels: Full Throttle“ („3 Engel für Charlie: Volle Power“) wird zu Testzwecken an Hardware-Hersteller verschickt.

## Liongate: 10 BD-Filme bis März/April

Liongate plant, in einer ersten Reihe zehn Filmtitel auf Blu-Ray Disc herauszubrin- gen, unter anderem „Terminator 2“. Das Filmunternehmen rechnet damit, daß erste Blu-Ray Disc Player in den USA im März oder April verfügbar sein werden.

## Erste Blu-Ray-Titel von 20th Century Fox

Die fünf ersten Blu-Ray Filmtitel aus dem Hause 20th Century Fox Home Entertain- ment sollen nach aktueller Planung des Studios schon zwei Wochen vor dem Verkaufsstart der Blu-Ray Disc Player in den US-Läden stehen, unter anderem „Fantastic Four“ und „Ice Age“. Bis zum Sommer sollen dann weitere 20 Century Fox-Titel verfügbar sein. Auf die neuen Blu-Ray Discs Filmtitel sollen nur 10 bis 20 Prozent des Bonusmaterials der DVD-Version übernommen, aber mehr als 80 Prozent neues Bonusmaterial hinzu- gefügt werden. Wie auf der CES verlaut- barte, plant auch 20th Century Fox die Veröffentlichung von zwei Filmtiteln auf 50 GB Discs.

## Paramount nun mit HD-DVD und Blu-Ray Disc

Auf der CES 2005 gehörte Paramount noch zu der Gruppe der Anbieter, die hochauflösende Spielfilme ausschließlich im Format HD-DVD auf den Markt brin- gen wollten. Auf der CES 2006 hat Para- mount jetzt Veröffentlichungen in beiden hochauflösenden Formaten angekündigt. Zum „Start“ sollen mehr als zwölf Titel jeweils in HD-DVD und als Blu-Ray ver- fügbar sein, unter anderem die „Mission- Impossible“-Trilogie. Als geeignetes Datum für den hochauflösenden „Start“ nannte Paramount auf Nachfrage von Journalisten: „...den Zeitpunkt, zu dem mehr als einige hundert oder tausend Player auf dem Markt sind“. Für HD-DVD Versionen wollen alle Anbieter dem Ver- nehmen nach die gleichen Hüllen wie für Blu-Ray Disc Filmtitel verwenden. Bei HD-DVD werden diese Rot sein und Blau bei Blu-Ray Filmen. Das wäre, wenn es dabei bleibt, eine Consumer-freundliche Entscheidung hochauflösenden DVD For- mat-Streits.

## NEC: Europa HD-DVD- Laufwerke/Filme ab März

Auf der CES bekräftigte der japanische Hersteller NEC offiziell seine früheren Ankündigungen, im März sein erstes HD-DVD ROM-Laufwerk mit der Typen- bezeichnung HR-1100A auf den euro- päischen Markt zu bringen. Zum gleichen Zeitpunkt soll die französische TV- Produktionsfirma Canal Plus hochauf- lösendes Video-Programm-Material im HD-DVD-Format liefern. Die Titel der als erstes erscheinenden HD-DVD Filme wur- den noch nicht bekanntgegeben. Mit- geteilt wurde nur, daß zum Start 30 Filme im HD-TV Format verfügbar sein werden. Im Mai plant NEC dann, ein Kombigerät folgen zu lassen, mit dem neben HD- DVD-ROM auch CDs und DVDs beschrie- ben werden können. Im Juli will NEC dann den ersten kombinierten HD-DVD-/ DVD-/CD-Brenner vorstellen. Preise für die angekündigten Laufwerke wurden noch nicht bekanntgegeben. Der UVP für das HD-DVD-Laufwerk dürfte deutlich niedriger liegen, als die ursprünglich geplanten 500,- Euro. NEC rechnet nicht

damit, daß Laufwerke für die ausschließ- liche HD-DVD-Wiedergabe (HD-DVD ROM) im PC-Bereich zu „must-have“- Geräten werden. Eine breitere Nachfrage erwartet man jedoch für HD-DVD-Brenner. NECs HR-1100A Laufwerk wird auch in dem von Toshiba angekündigten HD-DVD Stand alone Player für den UE-Bereich eingebaut werden.

## Toshiba: 2 HD-DVD Player im März 2006

Toshiba kündigte seine ersten 2 HD-DVD Player (HD-A1 und HD-XA1) an. Die bei- den Stand alone Player sollen zu 500,- und 800,- US Dollar im März 2006 auf den US Markt kommen. Die Bildausgabe mit 720p und 1080i erfolgt ausschließlich über HDMI-Ausgang. Parallel zu den bis- herigen Audioformaten werden die neuen Audioformate True-HD sowie DTS-HD unterstützt. Neben HDMI stehen auch Ethernet und USB Schnittstellen zur Ver- fügung.

## Thomson in Quartal II / 2006 mit HD-DVD Player

Thomson nannte auf seiner CES-Presse- konferenz das zweite Quartal 2006 als Termin für die Markteinführung seines ersten HD-DVD-Players auf dem US- Markt, der etwa 500,- US-Dollar kosten soll.

## Externes HD-DVD- Laufwerk für Xbox 360

Auf seiner vor der Eröffnung der CES gehaltenen Rede kündigte Bill Gates an, daß Microsoft noch in diesem Jahr ein externes HD-DVD-Laufwerk für seine aktuelle Spielkonsole auf den Markt bringen wird. Damit würde der Software- Gigant bei der Video-Wiedergabe mit der kommenden PlayStation 3 von Sony gleichziehen, die bereits beim Verkaufs- start mit einem Blu-Ray Laufwerk bestückt sein wird. Zuvor hatte Bill Gates bereits mehrfach betont, wie gut die HD-DVD- Wiedergabe beim zukünftigen Betriebs- system Windows Vista funktionieren: Eine vorab präsentierte HD-DVD Version des Spielfilms „The Bourne Supremacy“ bot zahlreiche Optionen mit Nutzung des Interaktivitätsformats „iHD“ an, eine unter Mithilfe von Microsoft entwickelte Anwendung, die sehr wahrscheinlich in Windows Vista integriert werden wird. Demonstriert wurde eine Option, die einen in einer Filmszene agierenden Schauspieler zeigt, zu dem man durch Click oder Tastendruck weitere Funk- tionen anwählen kann, während der Hauptfilm im Hintergrund weiter abge- spielt wird. Vorgeführt wurde während Gates Rede auch die Möglichkeit der legalen lokalen, vom Rechteinhaber zugelassenen Kopie (Mandatory Managed Copy) einer HD-DVD auf einem Windows- Vista-PC.

## Samsung bringt Blu-Ray Disc Player im April

Auf der CES hat Samsung als erster Ver- treter des Blu-Ray Disc Lagers ein ver- bindliches Erscheinungsdatum für ein Blu-Ray ROM Laufwerk mitgeteilt. Auf der offiziellen CES Pressekonferenz von Sam- sung erklärte der zuständige Produkt- manager, daß sein Unternehmen auf dem US-Markt mit einem frühen Verkaufsstart ohne zeitliche Verzögerung den Wettbe- werb mit den Produkten des Konkurrenz- formats HD-DVD aufnehmen wolle. Laut

Angaben von Toshiba und Thomson sollen in den USA erste HD-DVD Modelle im März unter „RCA“ Brand in den Handel kommen.

## Blu-Ray DVD/CD Brenner-Laufwerke von Samsung

Samsung präsentierte auf der CES bereits einen internen und einen externen Blu-Ray Brenner zum Einbau und für den Einsatz am PC. Beide Laufwerke lesen und beschreiben neben Blu-Ray Medien auch gängige DVD/CD Medien und Rohlings- Formate. BD-R und BD-RE Medien mit 50 Gbyte Kapazität beschreiben die Laufwerke mit zweifacher Geschwin- digkeit. Die Typenbezeichnungen lauten „Samsung SH-B022B“ für die interne Ausführung und „Samsung SE-B026B“ für das externe, wahlweise über USB 2.0 oder Firewire anschließbare Brenner- Laufwerk. Beide Multiformat-Laufwerke arbeiten mit drei Linsen-Systemen: Zwei Laser-Pickups übernehmen das Lesen und Beschreiben von Blu-Ray Medien, der dritte Pickup ist zum Lesen und Beschreiben von DVDs und CDs erforderlich. Auf dem US-Markt sollen die mit einem Puffer von 8 MByte aus- gerüsteten Laufwerke schon im April in den Handel kommen. Verbindliche Endpreise wurden noch nicht genannt.

## Blu-Ray Stand alone Player Samsung BD-P1000 im Frühjahr

Auf der CES hat Samsung für das Frühjahr 2006 den Blu-Ray Stand-alone Player Samsung BD-P1000 angekündigt. Das Gerät spielt neben Blu-Ray Discs die gängigen Formate DVD, CD, DVD-R, DVD+R ab und ist mit einem integrierten Card Reader für Compact Flash, SD, MMC und Memory Stick bestückt. Der Samsung BD-P1000 soll dem Vernehmen nach für etwa 500,- US Dollar auf den Markt kommen.

## Sony, Panasonic, Philips: Blu-Ray im Sommer

Sony zeigte ein Vorserienmodell seines für den US-Markt im Frühsommer angekündigten Blu-Ray ROM Players. Panasonic präsentierte den Prototypen eines Blu-Ray Players, dessen Serienver- sion im Sommer vorgestellt werden soll. Mit der Auslieferung an den Handel rechnet Panasonic im kommenden Herbst. Auch Philips hat angekündigt, im 2. Halb- jahr ein BD-ROM-Modell auf den Markt zu bringen.

## Panasonic Blu-Ray Medien ab 17,99 US\$

Panasonic nannte auf der CES erstmalig Verkaufspreise für seine Blu-Ray Medien. Einmal beschreibbare Discs mit 25 GByte sollen für 17,99 US-Dollar angeboten werden, BD-Medien mit zwei Daten- schichten und 50 GByte Kapazität zu 42,99 US-Dollar. Teurer werden wieder- beschreibbare BD-Medien sein: Mit einem Layer und 25 GByte Kapazität sollen sie zu 24,99 US-Dollar zu haben sein, zweischichtig mit 50 GByte für 59,99 US-Dollar. Alle Panasonic BD-Rohlinge sollen sich mit zweifacher Geschwindigkeit beschrei- ben lassen.

## Blu-Ray Laufwerk von Pioneer in Q. I/2006

Pioneer hat auf der CES für Q1/2006 ein internes Blu-Ray Laufwerk für PCs ange- kündigt. Ein Preis dafür wurde nicht genannt. Das Laufwerk soll nicht für den Einzelverkauf bestimmt sein, sondern für die Lieferung an OEM-Kunden, die es in eigene Produkte einbauen, wie z. B. PC- Hersteller. Der erste Kunde für Pioneers BD-Laufwerke könnte Dell-Computers sein, denn der Chef des weltgrößten Computer-Herstellers hat auf der Presse- veranstaltung der Blu-Ray Disc Associa- tion (BDA) eindeutig Dells Entscheidung für Blu-Ray bekräftigt. Im Mai soll zu einem Verkaufspreis von 1.800,- US- Dollar der Stand alone Blu-Ray Disc Player BDP-H1 folgen. Das Gerät wird Upscaling beherrschen und in Heimnetz- werken Audio- und Videodaten sowie Digitalbilder von einem DLNA-kompa- tiblem Server oder Windows-XP-PC mit Windows Media Connect auf den Fernse- her übertragen und wiedergeben können (DLNA = Digital Living Network Alliance).

## Panasonic mit 103-Zoll- HDTV-Plasma für 1080p

Panasonic stellte auf der CES 2006 in Las Vegas den Prototyp einen gigantischen Plasma-Displays mit der Bildschirm- diagonale von 103 Zoll und 1080p HDTV- Auflösung vor. Das entspricht 261cm Bilddiagonale. Die Seitenmaße sind: 227 cm Breite und 128cm Höhe. LG und Samsung zeigten nahezu gleich große Geräte, die jedoch ein Zoll unter der Grö- ße des Panasonic-Bildschirms blieben.

## 102-Zoll-Plasma- Display von Samsung

Der von Samsung gezeigte Plasma-Bild- schirm mit 102 Zoll Bilddiagonale und 1.920 x 1.080 Bildpunkten Auflösung (1080p) erreicht ein Kontrastverhältnis von 2.000:1 und eine Helligkeit von 1.000 Cd/m<sup>2</sup>. Neben einer Reihe neuer LCD-TVs mit Panels aus der neuen 7G-Produkti- onslinie präsentierte der südkoreanische Elektronikriese auf der CES den mit 80 Zoll größten, serienmäßig erhältlichen Plasmabildschirm mit einer physika- lischen Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten sowie einen im April erhält- lichen 1080p Rückprojektor mit 56“-Bild- fläche, in dem erstmals Leuchtdioden als Lichtquelle eingesetzt werden.

## Flexible, aufrollbare Bluetooth-Tastatur

Der britische Hersteller Eleksen hat auf der Consumer Electronics Show eine flexible, aus einem beschichteten, textilen Material hergestellte QWERTY-Tastatur präsentiert, die über eine drahtlose Bluetooth-Verbindung an PDAs und Smartphones genutzt werden kann. Die knapp 70 Gramm leichte mobile „Fabric Keyboard“ Tastatur wird über zwei AAA-Batterien mit Energie versorgt. Die Druck- empfindlichkeit der Tasten und die Repeate-Rate läßt sich bei konstantem Tastendruck individuell einstellen. Zur Zeit hält der Hersteller Treibersoftware für Symbian-Endgeräte mit den Bedienober- flächen S60 und UIQ und für PDAs und Smartphones mit Windows Mobile OS zum Download bereit. Laut Hersteller- angaben ist die Tastatur waschbar. Elek- sen warnt allerdings vor Versuchen, die Textiltastatur am Heizkörper zu trocknen. evo

# Flachdisplays: Markttrends

## Taiwan: 10 Millionen LCD- TVs in 2006

Taiwanische Hersteller erwarten im Jahr 2006, die Stückzahl von 10 Millionen LCD-TV-Sets produzieren und verkaufen zu können. Im Vergleich zu den 2005 hergestellten 5,6 Millionen Einheiten wäre das nahezu eine Verdopplung. Die genannten Zahlen basieren auf einer Analyse des Senior Analyst Wang Hsin-yang von PIDA (Photonic Industry & Technology Development Association). Laut Wang werden die Wachstumsimpulse für den LCD-TV-Markt sowohl von der privaten Nachfrage für Anwendungen im Wohnbereich getragen, wie durch den steigenden Bedarf von Unternehmen der Informationstechnologie an derartigen Geräten gespeist. Der taiwanische Markt nimmt zur Zeit pro Jahr etwa eine Million Stück LCD- TVs auf. Das entspricht 30% aller insgesamt in Taiwan verkauften TV-Geräte. Das renommierte Consulting- und Marktforschungs-Unternehmen DisplaySearch (FPD) hat analysiert, daß die globale Nachfrage an LCD- TVs von 20 Millionen im Jahr 2005 auf mehr als 35 Millionen Geräte in 2006 ansteigen wird. DisplaySearch erwartet in 2006 weltweit erstmalig mehr abgesetzte LCD- TVs als herkömmliche CRT-TV-Geräte. Der Hersteller Tattung Co., ein leitender IT-Produzent Taiwans, rechnet damit, in 2006 den überwiegenden Teil seiner Unternehmensgewinne mit LCD- und PDP- TVs zu erwirtschaften. Tattung plant, 2006 circa 650.000 Flach- TVs zu verkaufen, gegenüber 500.000 Einheiten in 2005. Das Unternehmen beliefert kontinuierlich Hitachi und JVC von Japan mit PDP- und LCD- TVs und hat den Schwerpunkt seiner Produktion auf TV-Geräte mit mehr als 32 Zoll Größe verlagert. Bedingt durch den hohen Zolltarif von 23% für nach Taiwan eingeführte LCD-TV-Geräte haben inzwischen nahezu alle namhaften internationalen LCD-TV-Anbieter Verträge mit in Taiwan beheimateten Unternehmen geschlossen: Royal Philips Electronics of the Netherlands arbeitet z. B. mit Quanta Computer Inc. zusammen, um in Taiwan den Markt mit 32-Zoll TV-Geräten zu versorgen, LG of South Korea hat den Hersteller Ya Hsin unter Vertrag genommen, um die Insel mit 32-Zoll-Geräten zu beliefern. Sampo arbeitet in dem gleichen Bestreben eng mit dem IT-Hersteller First International Computer Inc. (FIC) zusammen.

## Zeitgleicher Start neuer LCD-Produktionen

Zeitgleich am Neujahrstag starteten Samsung und LG.Philips als Rivalen um Platz eins der LCD-Panel-Hersteller auf neuen 7G Produktionslinien die

Massen-Produktion von LCD- Panels. LG.Philips LCD, ein Joint-venture zwischen LG Electronics and Royal Philips Electronics, informierte am 1. Januar über den Produktionsbeginn in seiner neuen LCD-Panel Fertigung der siebenten Generation in Paju, nördlich von Seoul. Der aktuelle Marktführer Samsung teilte am gleichen Tag mit, daß das Unternehmen auf seiner zweiten Produktionslinie der siebenten Generation (benannt 7-2 Line) in Tangjong, südlich von Seoul, die Produktion angefahren hat. Jede der beiden Produktionslinien wird im Laufe des 1. Quartals 2006 eine Kapazität von 45.000 LCD-Muttergläsern (Substrate-Sheets) pro Monat erreichen. Beide Fabriken haben die Produktion mehrere Monate früher als ursprünglich geplant aufgenommen, ein Anzeichen für den verschärften Wettbewerb der beiden Unternehmen um die Marktführung. Samsung zerteilt seine 7G Muttergläser in acht 40-Zoll-Panels oder sechs 47-Zoll-Panels. LG.Philips gewinnt aus seinen 7G Substrat-Gläsern acht 42-Zoll- oder sechs 47-Zoll-Panels.



Mitarbeiter von LG.Philips halten in der neuen 7G LCD-Panel Fabrik in Paju, Kyonggi Province, am ersten Produktionstag demonstrativ eine 7G LCD-Substrat-Platte (Mother-Glass/Glassheet) hoch, bevor sie in LCD-Panels für acht 42 Zoll große LCD- TVs zerteilt wird.

„Die Aufnahme der Massenproduktion auf unserer 7-2 Fertigungslinie sichert Samsung eine entscheidende Ausgangsposition bei der Größenstandardisierung von LCD-TV-Geräten mit Bildbdiagonalen von 40 und 46 Zoll“, gab Samsung in einer Stellungnahme bekannt. Und LG.Philips verlautbarte: „LG.Philips wird sich vorrangig auf die Produktion von LCD- Panels für 42-Zoll LCD- TVs konzentrieren bei gleichzeitiger Erhöhung der Produktionszahlen von 47-Zoll LCD- Panels, um dadurch seine führende Position im Bereich der großformatigen LCD- TVs zu festigen.“ Die vorzeitige Produktionsaufnahme in den modernen Fertigungsanlagen kommt rechtzeitig genug, um die boomende Nachfrage nach großformatigen Flach-Fernsehgeräten zu bedienen, die durch die im Februar stattfindende Winter-Olympiade und die im Juni ausgetragene Fußball-Weltmeisterschaft weiter angeheizt wird. Der Marktbeobachter DisplaySearch prognostiziert für 2006 ein Anwachsen der weltweiten Nachfrage für Großformat-LCD- TVs auf 8,9 Millionen Geräte, gegenüber 5,4 Millionen Geräten im Jahr 2005. Samsung

hat, zusätzlich zu den 1,9 Milliarden Euro (2,3 Trillionen Won) für die Errichtung der neuen Fabrikationslinie, die Investition von weiteren 1,5 Milliarden Euro (1,8 Trillion Won) angekündigt, um im zweiten Halbjahr 2006 die Produktionskapazität der neuen Fabrik auf 90.000 Glassubstrate pro Monat zu erhöhen. LG.Philips plant nach eigenen Aussagen ebenfalls eine Erhöhung des initialen Produktionsvolumens von 45.000 Muttergläsern auf 90.000, was monatlich 720.000 Panels für 42-Zoll LCD- TVs entspricht.

## Kampf der LCD-Giganten

Laut einer Pressemeldung vom 3. Januar hat der koreanische LCD-Panel-Hersteller LG.Philips LCD seinen ebenfalls koreanischen Rivalen Samsung SDI im Kampf um die globale Marktführerschaft bei großformatigen LCD- Panels mit einem hauchdünnen Vorsprung geschlagen: Wie der Marktforscher DisplayBank mitteilt, erzielte LG.Philips LCD im Jahr 2005 einen Marktanteil von 21,5 Prozent am weltweiten LCD-Panel-Markt, ganz dicht gefolgt von Samsung SDI mit 21 Prozent. Den dritten Platz belegt mit 14,3 Prozent Weltmarktanteil der in Taiwan ansässige LCD-Panel-Hersteller AU Optronics, ein Tochterunternehmen des in Deutschland stark vertretenen Anbieters BenQ. Im Jahr davor, 2004, war es Samsung gelungen, die Marktführerschaft zu erobern. DisplayBank definiert mit „large-size LCD“ alle LCD- Panels mit 10 Zoll Bildbdiagonale und größer, inklusive Panels für Notebooks und LCD-TV-Geräte. LG.Philips LCD überflügelte Samsung im vergangenen Jahr mit 24 Millionen produzierten Monitor Panels und 6,1 Millionen LCD-TV- Panels. Samsung stellte mit 15,4 Millionen Einheiten die meisten LCD- Panels für Notebooks her. Der Ausgang des Rivalen-Kampfes bleibt jedoch weiterhin offen: Denn im vierten Quartal 2005 verkaufte Samsung mehr LCD- Panels als LG.Philips LCD, und die zeitgleiche Eröffnung der neuen 7G Fabriken beider Konkurrenten läutet gleichzeitig eine neue Runde im Kampf der LCD-Giganten ein. DisplayBank hält es für möglich, daß LG.Philips LCD auch in 2006 seine Spitzenposition behaupten kann, falls es dem Unternehmen gelingt, den Ausstoß seiner G6 Produktionslinie weiter zu erhöhen.

## Weltmarktführer bei allen Display-Technologien: Korea

Koreanische Unternehmen haben im zweiten Jahr in Folge die Nationenführung im weltweiten Display-Markt erkämpft und behaupten bei Plasma Display Panels, Liquid Crystal Display

Panels, Organic Light-Emitting Diode (OLED) Panels and Cathode-Ray Tubes (CRT) den Platz eins. Laut den Zahlen von DisplaySearch erzielte Samsung SDI im vergangenen Jahr 30 Prozent Anteil am globalen PDP-Markt, gefolgt von LG Electronics mit 26 Prozent. Zusammen erreichten die beiden koreanischen Unternehmen 56 Prozent am weltweiten PDP-Markt, während der Anteil aller japanischen PDP-Hersteller zusammen genommen bei 42 Prozent lag und damit 2 Prozent weniger als in 2004 ausmachte. Auch im globalen Markt für LC-Displays verteidigten koreanische Unternehmen im dritten Jahr in Folge ihre dominierende Führung: Samsung Electronics and LG.Philips LCD produzierten in den ersten elf Monaten des vergangenen Jahres 183 Millionen LCDs und damit 10 Prozent mehr als Taiwans LCD-Hersteller mit insgesamt 162 Millionen produzierten Einheiten. Analysten sehen die Gründe für die koreanische Vorherrschaft im Display-Bereich in Auseinandersetzung zwischen Samsung Electronics und LG.Philips LCD um die technische und wirtschaftliche Spitzenposition bei den jeweiligen Display-Technologien. Samsung SDI blieb 2005 auch im OLED-Sektor mit 27 Prozent Weltmarktanteil im dritten Jahr in Folge der Spitzenreiter, gefolgt von dem taiwanesischen Hersteller RiTDisplay und dem japanischen Unternehmen Pioneer. Die Koreaner Samsung SDI und LG.Philips führen seit 1999 auch den CRT-Bildschirmmarkt mit aktuell (2005) 31 Prozent und 29 Prozent Marktanteil an.

## Mitsubishi Chemical kündigt hoch-effiziente OLEDs an

Mitsubishi Chemical Corporation (MCC) hat eigenen Aussagen zufolge auf der Basis von blau phosphoreszierendem OLED Material neuartige Organic Light-Emitting Dioden (OLEDs) mit der bisher höchsten erzielten Effizienz bei der Umsetzung von elektrischem Strom in Licht entwickelt. Das neue OLED-Material kann mit einem nassen Coating-Verfahren hergestellt werden und eröffnet den Weg zur Entwicklung einer neuen Technologie zur Herstellung von digitalen Flachdisplays. Im Unterschied zu TFT/LCDs emittieren OLED-Zellen Licht, sobald elektrischer Strom fließt und benötigen dazu kein Backlight. OLEDs strahlen das erzeugte Licht auch innerhalb eines weiteren Öffnungswinkels ab als LCDs und erzeugen hellere Bilder mit nur einem Tausendstel der LCD-typischen Reaktionszeiten für den Farb- und Helligkeits-Wechsel. Bisher wird die OLED-Technologie nur zur Produktion von kleineren Displays für den Einsatz in Mobiltelefonen,

Car Audio Equipment, Portable Music Players und ähnlichen Produkten eingesetzt, weil die Herstellung von großen OLED-Displays noch Probleme bereitet. Dies könnte sich jedoch mit Hilfe der von Mitsubishi Chemical Corporation entwickelten neuen OLED Technologie ändern.

## Chi Mei Optoelectronics sucht Geldgeber für LCD-Fabrik

Taiwans zweitgrößter Hersteller von LCD- Panels, das Unternehmen Chi Mei Optoelectronics, hat ein Konsortium von 16 Bankhäusern damit beauftragt, eine Anleihe in Höhe von 1,2 Milliarden US Dollar (40 Milliarden Taiwan Dollar) zum Bau einer LCD-Panel-Fabrik für großformatige Displays an die dafür geeigneten Geldgeber zu bringen. Chi Mei will sich diese Summe für sieben Jahre leihen, um damit in Tainan, im südwestlichen Taiwan, eine neue Fertigungslinie zu errichten, die bis spätestens Ende 2007 eine erweiterte monatliche Kapazität von 30.000 Muttergläsern haben soll, aus denen 42-Zoll LCD- Panels geschnitten werden. Nach Verlautbarung beteiligter Bankfachleute erwägt Chi Mei, den Kredit für die Finanzierung der zweiten Ausbaustufe auf bis zu 70 Milliarden Taiwan Dollar aufzustocken. Ein Chi Mei Sprecher erklärte gegen Jahresende 2005, im jetzt laufenden Jahr 10 Millionen LCD- TVs herstellen zu wollen, nach 5,5 Millionen LCD- TVs im Vorjahr. In den ersten drei Quartalen 2005 hat Chi Mei insgesamt 16,3 Millionen LCD- Panels hergestellt und plant, seinen Produktionsausstoß in den kommenden zwei Jahren mehr als zu verdreifachen.

## Humax liefert LCD- TVs an Premiere-TV

Der südkoreanische Set-Top Boxen- und Satelliten-Receiver-Hersteller Humax hat den Erhalt eines Auftrags in Höhe von 73 Millionen US Dollar für die Lieferung von Pay TV Set-Top Boxen an die Premiere Fernsehen GmbH, Deutschland, bekanntgegeben. Der geplante Lieferstart für die Humax „Combo“-Set-Top Boxen „iPDR-9800“ mit Kabel-TV- und Personal Video Recorder (PVR)-Funktionen liegt im zweiten Quartal 2006. Premiere und Humax unterzeichneten außerdem einen Vertrag mit einem Volumen von 22 Millionen US Dollar zur Lieferung von großformatigen LCD- TVs ab März 2006 und erstmalig unter Humax eigenem Brand. Premiere Fernsehen GmbH hat in Deutschland zur Zeit ca. 3,4 Millionen Abonnenten. Humax rechnet wegen der Fußballweltmeisterschaft 2006 für Set-Top Boxen und LCD-TV-Geräten mit einer kräftig ansteigenden Nachfrage in Europa.



LC-65GE1 Aquos 65V: Die Bildfläche des größten in Serienfertigung hergestellten LCD-TV-Geräts der Welt ist 142,8 cm x 80,4 cm groß. Die Bilddiagonale beträgt 163,9 cm. High Definition Display hat eine echte HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten.

Mit dem LC-65GE1 Aquos 65V hat Sharp das weltgrößte in Serie hergestellte LCD-Fernsehgerät realisiert und setzt gleichzeitig mit neu entwickelten Technologien zur Farbdarstellung sowie bei der überragenden Bildqualität und den Ausstattungsdetails höchste, bisher als unerreichbar angesehene Maßstäbe im Marktsegment der großformatigen LCD-Fernsehgeräte.

Das von dem weltweit renommierten Industrie-Designer Toshiyuki Kita mit meisterhafter Linienführung gestaltete TV-Gerät ist mit einem LC-Display mit voller High Definition Auflösung bestückt und setzt neben Rot, Grün und Blau zur Darstellung perfekter Bilder mit naturgetreu wirkenden Farben die vierte Farbe „Crimson“ ein.

### Die Technologie der vierten Farbe „Crimson“

Auf TFT/LCD-Technologie basierende Displays besitzen auf ihrer Rückseite eine die gesamte Bildfläche beleuchtende Lichtquelle, das sogenannte „Backlight“. Das von dem Backlight abgestrahlte weiße Licht durchleuchtet jede der einzelnen Pixel-Bildzellen und wird durch Farbfilter in rote, grüne und blaue Sub-Pixel aufgeteilt für den Betrachter auf der Vorderseite der Bildfläche sichtbar. Die zur Bild Darstellung erforderliche Variation der Helligkeit jedes einzelnen Pixels wird durch elektronische Regelung der Lichtdurchlässigkeit der Flüssigkristalle in den Pixel-Zellen gesteuert. Trotz der je nach Hersteller und Modell eines LCD-Panels hohen Perfektion modernster LCD-Bildschirme, wird die Anzahl und Farbsättigung der

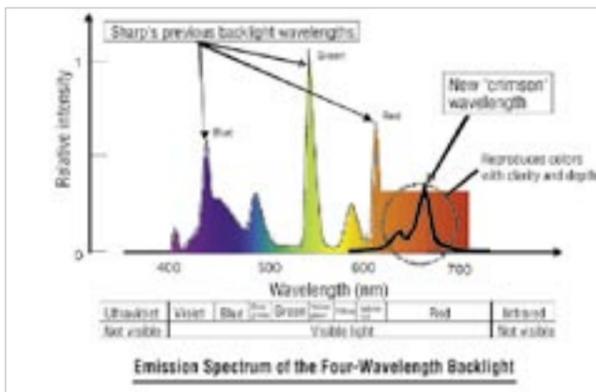
# Sharp: 63 Zoll Aquos HDTV mit der „vierten Farbe“

darstellbaren Farbtöne maßgeblich durch das in der weißen Backlight-Lichtquelle enthaltene Lichtspektrum und dessen Wellenlängen bestimmt. Vereinfacht ausgedrückt: Was hinten nicht hineinleuchtet, kann vorne nicht sichtbar werden. Mit der Entwicklung einer neuartigen, erstmalig im LC-65GE1 Aquos 65V eingesetzten „Four-Wavelength“ Backlight-Technologie haben die Ingenieure von Sharp eine Lichtquelle für LC-Displays geschaffen, mit der auch die bisher sehr problematische Darstellung eines reinen und gesättigten Rottons möglich wird. Zu diesem Zweck werden die Wellenlängen der Grundfarben Rot, Grün und Blau zusätzlich durch die intensive Abstrahlung eines breiten Lichtbandes im roten Spektralbereich ergänzt, dem sogenannten

„Crimson“. Das Resultat überzeugt vor allem durch angenehm natürlich wirkende Wiedergabe von Hauttönen und Motiven der freien Natur. Farbtöne, deren Darstellung bisher unmöglich war, wie z. B. klarer, tieferer Wein, werden mit Sharps „Vier Wellenlängen Backlight Technologie“ in hoher Reinheit und Farbtiefe sichtbar.

### Daten und Ausstattung des LC-65GE1 Aquos 65V

Die Bildfläche des größten in Serienfertigung hergestellten LCD-TV-Geräts der Welt wirkt mit seinen Abmessungen von 142,8 cm x 80,4 cm und der Bilddiagonale von 163,9 cm einfach überwältigend. Das gigantische High Definition Display mit echter HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten wird mit seinen Einstellungen



Bei der im LC-65GE1 Aquos 65V eingesetzten „Four-Wavelength“ Backlight-Technologie werden die Wellenlängen der Grundfarben Rot, Grün und Blau zusätzlich durch ein breites Lichtband im roten Spektralbereich ergänzt, dem sogenannten „Crimson“.

über einen Umgebungslicht-Sensor gesteuert und erreicht einen Helligkeitswert von 450 cd/m<sup>2</sup>. Es bietet Zuschauern mit weiten Betrachtungswinkeln von vertikal und horizontal 170° auch von unterschiedlichsten und ungünstigen Betrachterpositionen aus brillante und farbstarke Bildeindrücke. Die neue, von Sharp entwickelte „Four-Wavelength“ Backlight-Lichtquelle sorgt auch im kritischen Rotbereich für höchste Farbtreue und perfekte Bild Darstellung. Vier Lautsprecher Chassis mit 2 x 8,0 cm Durchmesser und 2 x 2,5 cm Durchmesser sorgen in Verbindung mit dem maximalen Audio Output von 20,0 W (10,0 W + 10,0 W) für eine den Bildeigenschaften des Gerätes angemessene Sound-Qualität. Zusätzliche Ausgänge zum Anschluß externer Lautsprecher sind vorhanden. Die Leistungsaufnahme im Betrieb beträgt 550 W und 0,4 Watt im Standby-Betrieb. Die Abmessungen des Bildschirms ohne Lautsprecher betragen 157,2 x 92,3 x 14,9 cm. Zusammen mit den Lautsprechern liegen die Abmessungen des Geräts bei 157,2 x 104,5 x 15 cm, zusammen mit Lautsprechern und einem Tischfuß liegen die Abmessungen bei 157,2 x 116,0 x 43,5 cm. Das Gewicht des Displays beträgt ohne Lautsprecher 58,5 kg und mit Lautsprechern und Standfuß 73,5 kg. Das Gerät besitzt einen kabeltauglichen VHF/UHF Tuner und einen digitalen Terrestrial Tuner mit 999 Kanälen. Neben den gängigen analogen Steckverbindungen stehen ein DVI-I und ein HDMI Eingang sowie LAN (10Base-T/100Base-TX) zur Verfügung. *evo*

## POs Aktuell

### Philips kündigt IFA-Teilnahme an

Royal Philips Electronics hat seine Teilnahme an der Internationalen Funkausstellung (IFA) vom 1. bis 6. September in Berlin angekündigt. Als führender Anbieter von Consumer Electronics mit einer Reihe von Spitzenpositionen in europäischen Märkten sieht Philips in der IFA 2006 die optimale Möglichkeit, um neue digitale Unterhaltungselektronik-Produkte und technologische Innovationen einem breiten Publikum zu präsentieren. Mit den diesjährig präsentierten Neuheiten will Philips sein Markenversprechen „Sense and Simplicity“ weiter unterstreichen. Weitere Details zur Philips Teilnahme an der IFA 2006, zur Halle, Standnummer, den ausgestellten Produkten und zu anderen Aktivitäten rund um das Event werden rechtzeitig vor Messebeginn bekanntgegeben.

### Michael Breet verläßt Grundig Intermedia

Laut einer Mitteilung des Unternehmens wird Michael Breet, Director Marketing & Sales bei der Grundig Intermedia GmbH und Mitglied der Geschäftsleitung, seinen am 30. April

auslaufenden Vertrag nicht verlängern. „Michael Breet verläßt das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Ich habe seine Entscheidung mit großem Bedauern zur Kenntnis nehmen und akzeptieren müssen“, so Grundig Geschäftsführer Hubert Roth. „Wir wünschen ihm für seine berufliche und private Zukunft alles Gute.“ Im Mai 2004 hatte Breet die Vertriebs- und Marketingleitung der zu diesem Zeitpunkt gegründeten Grundig Intermedia GmbH mit dem selbstgesetzten Ziel übernommen, die internationalen Vertriebsorganisationen des Unternehmens wieder auf Wachstumskurs zu bringen und die internationale Präsenz von Grundig auszubauen. „Wenn man sich die Vertriebszahlen anschaut, wird man feststellen, daß Michael Breet dieses für Grundig so wichtige Ziel voll und ganz erreicht hat“, betonte Hubert Roth. Der gebürtige Niederländer Breet kam von der britischen Reed Exhibitions Ltd., bei der er als Vice President für die europäischen Aktivitäten verantwortlich war, zu Grundig. Zuvor war er bis 1998 bei der Philips Consumer Electronics tätig, unter anderem als General Manager Marketing & Sales für Zentral- und Osteuropa mit Geschäftssitz in Wien und später als Leiter des Markenmanagements für das CE-Produktportfolio mit Sitz in Hamburg.

### Michel Verhoeve wird General Manager von Archos

Michel Verhoeve (43) hat Anfang Januar die Position des Managing Director von

Archos Central and Eastern Europe übernommen. Zeitgleich damit übernahm Archos Deutschland mit Sitz in Grevenbroich die Verantwortung für die Regionen Central and Eastern Europe. Die Archos Deutschland GmbH betreut nun neben Deutschland und Österreich auch die Benelux-Länder sowie Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Rumänien, Kroatien, Serbien-Montenegro und Bos-



Michel Verhoeve

nien-Herzegowina. Verhoeve freut sich über die Expansion des Unternehmens: „Wir freuen uns, daß wir in Grevenbroich die Verantwortung für das Hauptgeschäft in Europa übernehmen können. Das verdanken wir der souveränen Arbeit des gesamten Teams. Wir haben im Geschäftsjahr 2005 den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr verdreifacht.“ So sucht Verhoeve derzeit einen Country Manager für Deutschland und Österreich, der das erfolgreiche Team übernehmen wird und das bisherige Wachstum fortzuschreiben kann. „Für die Fußball-Weltmeisterschaft werden wir DVB-T-fähige

Produkte im Channel haben“, kündigte Verhoeve an. „Mit einem portablen, DVB-T ausgestatteten Archos in der Tasche hat jeder die Chance auf einen Tribünenplatz.“

### E-Plus und my-eXtra laden erfolgreiche Händler zur Offroad Tour ein

E-Plus und my-eXtra haben wieder ein Incentive für besonders erfolgreiche Händler gestartet. Die 13 Top-Händler und die besten drei Newcomer aus dem Aktionszeitraum vom 01.01. bis 30.04. nehmen Mitte des Jahres an einer fünf-tägigen Porsche Adventure Tour durch die Pyrenäen teil.

Die Offroad-Tour durch das anspruchsvolle Terrain der Pyrenäen und die After-Offroad-Party in Barcelona sollen für diejenigen Händler zum unvergeßlichen Erlebnis werden, die es schaffen, im angegebenen Zeitraum besonders viele eXtra-Liter zu sammeln. Nach einer für diese Aktion entwickelten Erfolgstablelle können sich die Teilnehmer ihre Verkaufserfolge in eXtra-Liter umrechnen. Die 13 Tk-Händler, deren „Tanks“ am Ende des Aktionszeitraumes am vollsten sind, nehmen an der Adventure-Tour teil.

Nokia unterstützt die Aktion und hält für diesen Zeitraum ganz besonders attraktive Angebote für die Händler bereit. Interessierte Händler können sich im Internet unter [www.my-extra.com](http://www.my-extra.com) anmelden. Hier finden sie sowohl die Anmeldeunterlagen als auch die neuesten Angebote.

### Dangaard Telecom gründet Mobile Versand

Dangaard Telecom hat ein neues Unternehmen mit dem Namen Mobile Versand GmbH gegründet. Hierbei handelt es sich um ein 100prozentiges Tochterunternehmen der Dangaard Telecom Germany GmbH. Die Mobile Versand GmbH verantwortet die Abwicklung der Aufträge aus den Partnershops im Webbereich, insbesondere die Abwicklung für Webshops von No-Frills-Anbietern und Branded Resellern, die keine entsprechende technische Plattform oder logistische Kompetenzen besitzen.

Durch den neuen Partnership von Dangaard Telecom bekommt der Handel die Möglichkeit, seinen Kunden über das Internet das komplette Warensortiment des Distributors anzubieten, ohne dabei jegliches Warenrisiko zu tragen. Über Mobileversand stellt Dangaard den Versand bis zum Endkunden sicher und kann zum Beispiel auch Callcenter Funktionen, personalisierte Einstellungen der Geräte sowie Inkassoaufgaben komplett übernehmen.

Bei diesem Webshop handelt es sich um eine White Label Lösung, die schnell und kostengünstig dem Handel in seinem eigenen „Look & Feel“ zur Verfügung gestellt werden kann. Eingehende Aufträge werden direkt an Mobileversand weitergeroutet und abgewickelt.

# Kodak bringt Digitalkamera mit zwei Objektiven

## Super-Weitwinkel und Zoom



Das zusätzliche 23 mm (Kleinbild äquivalent) Superweitwinkel-Objektiv ermöglicht faszinierende Perspektiven.

**Auf der Consumer Electronics Show 2006 in Las Vegas stellte Kodak mit der neuen EasyShare V570 Dual Lens Digitalkamera eine Weltneuheit vor. Sie bietet als erste Digitalkamera der Welt zwei Objektive: Ein 39–117 mm (Kleinbild äquivalent) Zoomobjektiv wird durch ein 23 mm Super-Weitwinkel ergänzt.**

Die neue Kodak EasyShare V570 Dual Lens bietet eine Auflösung von fünf Megapixeln, die nach Angaben von Kodak für Qualitätsabzüge bis zum Format 50 cm x 75 cm ausreicht. Die beiden C-Variogon-Objektive von Schneider Kreuznach haben Anfangsöffnungen von f2,8 (UltraWeitwinkel), f3,9 (Zoom in

Weitwinkelstellung) und f4,4 (Zoom in Teilstellung). Da sie vollständig in das Gehäuse integriert sind, also nicht ausfahren, ist die neue Kodak Digitalkamera mit Abmessungen von 10 x 5 x 2 cm (B x H x T) ausgesprochen kompakt und vermittelt mit ihrem Metallgehäuse einen hochwertigen, eleganten Eindruck.

### Gute Ausstattung

Die neue Kodak EasyShare V570 bietet eine komplette Ausstattung. Dazu gehören ein großes LC-Display mit 6,35 cm Diagonale und 230.000 Pixeln, 21 Motivprogramme und die Fähigkeit, Videofilme in VGA-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde aufzunehmen. Dabei arbeitet die Kamera mit MPEG4-Komprimierung und digitaler Bildstabilisierung. Die Videoaufnahmen können direkt in der Kamera in Stehbilder umgewandelt und – mit vier,

neun oder 16 Fotos auf einem 10 x 15 cm Print – ausgedruckt werden. Bei der automatischen TTL-AE-Matrix-Belichtungsmessung haben die Anwender die Wahl zwischen mittenbetont, Mehrfeld und Spot. Der interne Kameraspeicher ist 32 MB groß und kann mit SD-Karten erweitert werden.

### Panoramabilder

Sowohl bei Einsatz des Weitwinkels als auch des Zoomobjektives können drei Aufnahmen zu einer 180° Panoramaansicht zusammengefügt werden. Dabei verhindert die sogenannte „Anti-Ghost-Technology“ eine Doppelbelichtung der Aufnahmen und vermeidet unerwünschte Schatten. Die in die Kamera integrierte Möglichkeit zur Korrektur von Weitwinkelverzerrungen, zum Beispiel bei Architekturaufnahmen, kann zu- oder ausgeschaltet werden. Zur Bildkorrektur noch in der Kamera gibt

es eine Funktion zur Bearbeitung roter Augen (sofern diese nicht schon durch den Vorblitz vermieden worden sind) sowie eine Bildrotation bei Hochformat-Aufnahmen. Verwackelte Fotos werden im Display durch ein entsprechendes Warnsymbol („rote Hand“) gekennzeichnet und können dann sofort wiederholt werden.

Im Lieferumfang der Kodak EasyShare V570 enthalten ist die Kame-



Zum Lieferumfang der Kodak EasyShare V570 gehört die Dockingstation „Fotorahmen“.



Beide Objektive der Kodak EasyShare V570 sind in das hochwertig anmutende Metallgehäuse integriert – das ermöglicht kompakte Abmessungen.

raestation 2 „Fotorahmen“. Sie dient als Aufladestation für die Akkus und kann gleichzeitig als Halterung für die Präsentation der Schnappschüsse genutzt werden. Ebenfalls mitgeliefert wird die Kodak EasyShare Software für Windows und

Macintosh, die nicht nur das Bearbeiten, Drucken und Versenden der Fotos vereinfacht, sondern auch das Brennen von CDs und DVDs ermöglicht. Die „One Touch to better Pictures“-Funktion sorgt für brillante Farben und die richtige Steuerung der Ausdrucke sowohl bei der Verwendung von Inkjet-Druckern als auch bei Online-Übertragungen in die Kodak EasyShare Gallery. Als optionales Zubehör empfiehlt Kodak die neue Druckerstation Plus Serie 3.

Die neue Kodak EasyShare V570 ist seit Januar lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 399 Euro.

## Pos-Neuheiten

### Ricoh Caplio R30 kommt auf den Markt

Ricoh hat die kompakte Digitalkamera Caplio R30 vorgestellt, die als preisgünstigste Variante im Markt positioniert wird. Von der Caplio R3 hat die R30 unter anderem das Double Retracting Lens System übernommen, das durch seitliches Herausschwenken von Linsen die platzsparende Unterbringung des Objektivs in Ruhestellung erlaubt. Dadurch paßt bei Ricoh Caplio R30 ein 5,7faches Weitwinkel-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 28 bis 160 mm (entsprechend



Kleinbild) in das 26 mm flache Gehäuse. Weitere Kennzeichen des neuen Modells sind die Ein-Zentimeter-Makro-Funktion, die kurze Auslösereaktion von 0,09 Sekunden, der 2,5“ große große LC-Monitor und eine Entzerrungsfunktion. Der CCD-Sensor bietet effektiv 5,13 Millionen Pixel, die der schnelle Ricoh-Bildprozessor „Smooth Imaging Engine“ zu Fotos mit hoher Auflösung, geringem Rauschen und naturgetreuen Farben verarbeitet. Auf Wunsch können auch Fotos mit dem Seitenverhältnis 3:2 (wie beim Kleinbildformat) aufgenommen werden. Solche Bilder lassen sich ohne bzw. mit

geringerem Beschnitt auf den klassischen Standard-Printformaten ausgeben. Aufgrund der stromsparenden Auslegung der Schaltkreise können mit dem wiederaufladbaren Akku DB-60 nach CIPA-Prüfstandard ungefähr 330 Einzelbilder pro Ladung

aufgenommen werden – selbst bei üblicher Nutzung des Monitors. Der Akku und das Ladegerät BJ-6 gehören zum mitgelieferten Zubehör. Die neue Funktion für perspektivische Entzerrung erkennt mittels spezieller Algorithmen automatisch tra-

pezförmige Objektstrukturen und wandelt sie in Rechtecke um. Das ist zum Beispiel nützlich, wenn Tafeln, Flipcharts, Dokumente, Projektionsbilder und vieles andere nicht exakt von vorne aufgenommen werden können. Die neue Kamera soll Ende Januar lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 299 Euro. Die Ricoh Caplio R30 ist mit schwarzem oder champagnerfarbenem Gehäuse zu haben.



pezförmige Objektstrukturen und wandelt sie in Rechtecke um. Das ist zum Beispiel nützlich, wenn Tafeln, Flipcharts, Dokumente, Projektionsbilder und vieles andere nicht exakt von vorne aufgenommen werden können. Die neue Kamera soll Ende Januar lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 299 Euro. Die Ricoh Caplio R30 ist mit schwarzem oder champagnerfarbenem Gehäuse zu haben.

### Neue Modelle in Canons MVX Camcorder-Serie



Die Fähigkeit, gleichzeitig zu Filmen und Fotos zu schießen, Breitbildaufzeichnung und der Mikrofoneingang sind nur einige Kennzeichen der neuen Camcordermodelle MVX450 und MVX460 von Canon. Video-Filmer haben darüber hinaus schnellen Zugriff auf manuelle Funktionen und können Aufnahmen mit dem 20fach-Zoomobjektiv machen, das in einem sehr kompakten Gehäuse untergebracht ist. Die Neuen stehen dem Fachhandel ab Mitte März zur Verfügung. Der MVX450 kostet 549 Euro, der MVX460 mit DV- und AV-in sowie analog/digital-Konverter 599 Euro (unverbindliche Preisempfehlungen). Der von Canon entwickelte DIGIC DV-Prozessor kann Video- und Fotoaufnahmen simultan, aber auf getrennten Wegen verarbeiten. So erhält jede Anwendung eine optimale Bildqualität, denn um die Megapixelfotos auf die SD-Card zu speichern, verwendet der Bildverarbeitungs-Chip andere Algorithmen, als für die Videoaufzeichnung. Dank des großen 1/5-Zoll-CCD-Chips wird auch die Aufzeichnung von 16:9-Breitbildszenen in hoher Qualität möglich. Für die Bildkontrolle ist in beide Modelle ein 16:9-Monitor integriert. Das 20fach-Zoomobjektiv beider Modelle erlaubt eine maximale Brennweite von 878 mm (entsprechend Kleinbild). Der elektronische Bildstabilisator wirkt der Unschärfegefahr durch Verwackeln entgegen, für beste Bildqualität sorgt zusätzlich die Super Spektra Linsenvergütung. In der Fotofunktion können auch Serienaufnahmen und Blendenreihen realisiert werden. Video-Filmern stehen variable Verschlusszeiten, manueller Weißabgleich und manueller Fokus zur Verfügung. Für versteckte Kamera-Aufnahmen und bequeme Wiedergabe ist eine Fernbedienung im Lieferumfang enthalten. Mit dem MVX460 ist die Aufzeichnung fertiger Filme aus dem Rechner dank DV-in möglich. Aufnahmen bei Dunkelheit erhält die integrierte weiße LED-Leuchte. Besitzer eines MVX 460 oder 450 können gratis Canon image Gateway (CiG)-Mitglieder werden und auf 100 Megabyte Online-Speicherplatz zugreifen. Dort lassen sich Fotos und kleine Motion JPEG-Filme direkt aus dem Camcorder ablegen, archivieren und teilen.



### Pentax Optio A10 löst die Pentax Optio S6 ab



Die neue Pentax Optio A10 tritt mit einer Reihe von Neuerungen die Nachfolge des Bestsellers Optio S6 an. Auch bei der A10 bestimmen nach Unternehmensangaben modernster Bedienungskomfort, besonders anwenderfreundliche Motivprogramme und Bildbearbeitungsmöglichkeiten, kompakte Bauweise und trendgerechtes Design das Produktkonzept. Der neue optische Bildstabilisator gewährleistet verwacklungsfreie Aufnahmen.

Auch im Videomodus verfügt die Kamera über eine „Shake Reduction“ Funktion. Ebenfalls neu in der Pentax Kompaktklasse ist der hochauflösende 8-Megapixel-Chip. Für die schnelle Verarbeitung komplexer Bildbearbeitungsprozesse sorgt ein neuer ASIC (Application Specific Integrated Circuit). Auf Grundlage des bewährten Sliding Lens Systems der zweiten Generation verfügt diese 88 x 54,5 x 23 mm große Kamera mit Edelstahlgehäuse über einen 2,5 Zoll Monitor mit 232.000 Pixeln Auflösung. Die Pentax Optio A10 ist laut Hersteller die kompakteste Kamera ihrer Klasse. Sie soll ab März zum Preis von 349 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich sein. Das Dreifach-Zoomobjektiv hat eine Brennweite von 7,9–23,7 mm (entsprechend 38–112,5 mm bei Klein-

### Einsteigermodelle von Fujifilm mit Super CCD



Fujifilm kündigt zwei neue Kompaktkameras für das Einsteiger-Segment an. Die FinePix A500 nutzt einen 5,1 Megapixel Super CCD HR Sensor, die FinePix A400 einen 4,1 Megapixel Super CCD HR. Beide Modelle bieten ein Dreifach-Zoomobjektiv von Fujinon, einen 1,8 Zoll LC-Monitor und einen optischen Sucher. Die Anzahl der Bedienelemente wurde auf ein Minimum reduziert. Als Herzstück für die Bildaufnahme nutzen die Neuheiten den Super CCD Bildsensor, der sich bereits in Kameras des oberen und mittleren Segments bewährt hat. Ein interner 12-Megabyte-Speicher erlaubt die Sicherung von bis zu 19 Bildern ohne Speicherkarte (bei zwei Millionen Pixel Auflösung). Beide Kameras beziehen ihre Energie aus zwei handelsüblichen Mignon-Batterien. Die FinePix A500 und FinePix A400 kommen ab März zum empfohlenen Verkaufspreis von 179 Euro (A 400) und 199 Euro (A 500) in den Handel.

# Sonys breites Handycam Portfolio

## Für vielseitige Film-Ansprüche

**Sony präsentiert gleich zu Jahresbeginn ein breitgefächertes Angebot an neuen Handycam-Modellen. Mit dem umfangreichen Produktportfolio bietet das Unternehmen das passende Gerät für jeden Anlaß und für jeden Anspruch.**

Mit den drei Modellen DCR-HC23, DCR-HC24 und DCR-HC35 definiert Sony die Einsteigerklasse seiner MiniDV Handycams neu. Die Camcorder bestechen durch schnelle Einsatzbereitschaft und einfache Bedienung. Dank der von Sony entwickelten Stamina-Technologie und mit dem optional erhältlichen Akku NP-FP90 können sie bis zu neun Stunden ununterbrochen filmen. Das Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv garantiert eine ausgezeichnete Bildqualität. Ein 20faches optisches Zoomobjektiv eröffnet dem Hobbyfilmer kreative Möglichkeiten. Verglichen mit einer Kleinbildkamera beträgt der Brennweitenumfang 44 bis 880 mm im 4:3-Format und 48 bis 960 mm bei einer 16:9-Aufnahme. Für den spontanen Schnappschuß steht zusätzlich die Foto-Funktion zur Verfügung. Standbilder werden in der VGA-Auflösung von 640 x 480 Pixeln auf Band festgehalten. Die drei Modelle bieten jeweils einen 6,35 Zentimeter großen Bildschirm im 4:3-Format mit 123.000 Pixeln, der zusätzlich

noch mit einer zweiten Start-/Stop- und Zoomtaste ausgestattet ist. Im Vergleich zum Basismodell DCR-HC23 sind die HC24 und HC35 nicht nur mit einem i.LINK DV-Ausgang, sondern auch mit einem entsprechenden Eingang ausgestattet. Dadurch kann am Computer bearbeitetes Bildmaterial in digitaler Qualität zurück auf das MiniDV-Band überspielt werden. Außerdem bieten beide Modelle statt der 640fachen digitalen Zoomfunktion der HC23 eine 800fache digitale Vergrößerung.

### Für Hobbyfilmer

Die zwei neuen MiniDV Handycams DCR-HC44 und DCR-HC46 eignen sich für anspruchsvolle Hobbyfilmer. Der Bildwandler der beiden Handycams hat eine Auflösung von 1.070.000 Pixeln. Die Camcorder arbeiten ebenfalls mit dem Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv. Ein 12facher optischer Zoom bietet einen großzügigen Spielraum. Verglichen mit dem Kleinbildformat erstreckt sich der Zoombereich von 46–628,5 mm bei der 16:9-Aufnahme und 48–576 mm



beim Filmen im 4:3-Format. Digital kann bis zu einer 800fachen Vergrößerung gezoomt werden.

Die Camcorder sind auch für die Breitbildaufnahme optimiert. Dafür bürgt „High Quality Wide“: Der Begriff steht für einen erweiterten Weitwinkel, ein Display im 16:9-Format und der Wide-Select-Taste am Monitor zur sofortigen Aktivierung einer 16:9-Aufnahme. Anwendern, die ihre filmerischen Fähigkeiten so weit entwickelt haben, daß sie fast professionellen Ansprüchen genügen, können die Modelle DCR-HC94 und DCR-HC96 empfohlen werden. Der Bildwandler-Chip der HC94 und HC96 stellt ihnen mit einer Auflösung von 3.310.000 Pixeln die technische Ausstattung fürs Detail zur Verfügung. Das zehnfache optische Zoomobjektiv entspricht einer Brennweite von 42,8–495 mm bei Kleinbildkameras. Entscheidet sich der Filmer für eine 4:3-Aufnahme, kann er von 45–450 mm zoomen. Das „High Quality Wide“-Konzept mit der „Wide Select Taste“ ermöglicht auch bei dieser Handycam optimierte und komfortable Aufnahmen im 16:9-Format. Das 6,9 cm große Farb-LC-Display besitzt ebenfalls das Breitbildformat und weist eine Auflösung von 123.200 Pixeln auf. Beide Camcorder ermöglichen auch Fotos in einer hohen Auflösung. Die Bilder können wahlweise in den Größen 640 x 480, 1.600 x 1.200 oder 2.016 x 1.512 (3 Megapixel) auf einem Memory Stick Duo gespeichert werden. Dank der PictBridge-Funktion können die Bilder ohne Umweg über einen PC auf kom-



patiblen Fotoprintern ausgedruckt werden. Alle vier Modelle sind ab Februar lieferbar. Die UVPs lauten: 849 Euro (DCR-HC96), 749 Euro (DCR-HC94), 629 Euro (DCR-HC46) und 579 Euro (DCR-HC44).

### DVD Handycam

Sony präsentiert seine vierte Generation an DVD-Camcordern. Mit der DCR-DVD105 und der DCR-DVD205 kommen zwei Modelle für Einsteiger in den Markt, die alle Vorzüge einer Aufnahme auf DVD bieten. Für den anspruchsvollen Filmer bietet Sony die beiden Modelle DCR-DVD404 und DCR-DVD405. Die beiden Camcorder glänzen mit feinsten Bildern, 5.1-Surround-Ton und einer kinderleichten Handhabung. Eine Auflösung von 3.310.000 Pixeln läßt die Herzen der Filmamateure höher schlagen. Standbilder schießen die beiden Camcorder im 4:3-Format mit einer Auflösung von 2.016 x 1.512 Bildpunkten (3 Megapixel) oder im 16:9-Format mit 2.016 x 1.134 Pixeln (2 Megapixel). Die Fotos können wie das Filmmaterial auf DVD gebrannt oder auf einem Memory Stick Duo abgelegt werden. Der eingebaute Blitz ermöglicht auch bei schwierigen Lichtverhältnissen beste Fotoaufnahmen. Dank des Super NightShot nehmen beide Modelle jedoch auch ohne Blitz noch bei fast völliger Dunkelheit auf. Unbestrittenes Highlight der DVD404 und DVD405 ist aber die 5.1-Surround-Ton-Aufnahme. Das Mikrofon für den mehrkanaligen Tonmitschnitt ist bereits im Camcorder integriert. Dadurch entfaltet der Urlaubsfilm oder das Amateurvideo einen überwältigenden Soundedruck, sobald der Ton über eine 5.1-Heimkinoanlage ausgespielt wird. „Ist ja wie im Kino“, staunt hier nicht nur der Laie. Der DVD405 unterscheidet sich vom 404 durch eine verbesserte Ausstattung. So bietet er einen

USB-2.0-Anschluß, über den Video- und Foto-Aufnahmen auf den Computer überspielt werden können. Das hierfür benötigte USB-Kabel ist im Lieferumfang enthalten. Zudem ist bei der DVD405 ein Multi-AV-Eingang vorhanden, um die Signale externer Bild- und Tonquellen auf DVD aufzuzeichnen. So lassen sich zum Beispiel auch Fernsehsendungen auf eine Mini-DVD brennen, wenn an dem Multi-AV-Eingang ein Fernseher über das passende Kabel angeschlossen wird. Mit der DCR-DVD105 und der DCR-DVD205 stellt Sony zwei weitere DVD Handycams vor, die für Einsteiger konzipiert sind. Die leichte Bedienbarkeit steht bei beiden Modellen im Vordergrund. Direkt am Farb-LC-Display (123.000 Pixel) sind Tasten für die Funktionen Start, Stop und Zoom platziert. Der Monitor ist als Touch Panel ausgelegt, die Menüpunkte können also einfach über einen Fingerdruck aufs Display ausgewählt werden. Das Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv genügt ebenfalls mehr als nur Einsteiger-Ansprüchen. In der DVD105 ist es mit einem 20fachen optischen Zoom ausgestattet, der dem Brennweitenbereich einer Kleinbildkamera von 44–880 mm entspricht. Im Gegensatz zur DVD105 verfügt die DVD205 über ein 12faches Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 48–576 mm bei einer 4:3-Aufnahme und 46–628,5 mm im 16:9-Format (im Vergleich zu KB). Weiter unterscheiden sich die beiden DVD-Camcorder in der Leistung der Bildwandler. Die DVD105 filmt mit 800.000, die DVD205 mit 1.070.000 Pixeln Auflösung. Das schlägt sich auch in der Qualität der Standbildaufnahmen nieder, die beide Geräte auf DVD speichern können. Die DVD105 ermöglicht Fotos in einer Auflösung von 640 x 480 Pixeln, die DVD205 fotografiert mit 1.152 x 864 Bildpunkten. *miz*

### HighEnd-Modell DCR-DVD505

In Sonys neuer DVD-Camcorder-Range trägt das Nonplusultra einen neuen Namen: DCR-DVD505. Hinter dieser Bezeichnung verbirgt sich ein Produkt mit herausragenden Eigenschaften: CMOS-Bildsensor, 5.1-Tonaufnahme und 2.1 Millionen Pixel Video-Auflösung. Glanzlicht der herausragenden technischen Eigenschaften dieses Camcorders ist der neu entwickelte „ClearVid CMOS Sensor“ zur Umwandlung des einfallenden Lichtes in digitale Daten. Aufgrund ihrer erweiterten Fläche können CMOS Sensoren im Vergleich zu CCDs mehr Licht einfangen, was zu erstklassigen und rauscharmen Bildern führt. Zudem glänzen sie mit einem geringen Stromverbrauch und einer sehr hohen Arbeitsgeschwindigkeit. In Zusammenarbeit mit dem von Sony entwickelten „Enhanced Imaging Processor“ ermöglicht der „ClearVid CMOS Sensor“ mit seiner Auflösung von 2.100.000 Pixeln Filme in exzellenter Qualität, und Fotos werden sogar mit bis zu 4 Millionen Pixeln Auflösung aufgezeichnet. Zusätzlich bürgt das lichtstarke Carl Zeiss Vario Sonnar T\*-Objektiv der DVD505 für kontrastreiche, scharfe und farbgetreue Aufnahmen. Sein zehnfaches optisches Zoomobjektiv bietet im Breitbildmodus eine Brennweite von 41,3–485 mm (im Vergleich zu KB). Im 4:3-Format verschiebt sich dieser Brennweitenumfang auf einen Bereich von 37,9–445 mm. Die digitale Zoomfunktion des Camcorders genügt bis zu einer 120fachen Vergrößerung.



Ein weiteres Highlight der DVD505 ist ihr Farb-LCD im 16:9-Format. Mit einer Bilddiagonale von 8,9 cm ist es das größte, welches Sonys neue DVD-Handycams zu bieten haben. Auch seine Auflösung von 211.000 Pixeln sucht ihresgleichen. Die „Clear Photo LCD plus“-Technik stellt noch einmal eine Verbesserung des „Hybrid Monitor“-Prinzips dar und bietet kontrastreiche Bilder unter allen Lichtverhältnissen. Über das integrierte Mikrofon zeichnet die DVD505 den Ton im 5.1-Surround-Format auf, so daß bei der Wiedergabe über eine Mehrkanalton-Heimkinoanlage echtes Kino-Feeling aufkommt. Für Zeitlupen-Aufnahmen steht die „Smooth Slow“-Funktion zur Verfügung, die in einer Zeitspanne von 3 Sekunden 200 Bilder aufzeichnet. Somit ist die DVD505 zur Analyse von Sportaufnahmen prädestiniert wie kein anderer DVD-Camcorder von Sony. Wie bei allen DVD-Camcordern der neuen Sony-Serie kommen bei der DVD505 Mini-DVD-Rohlinge mit 8 cm Durchmesser und der Formate DVD-R, DVD-RW und DVD+RW zum Einsatz. In der Aufnahmequalität stehen die Standards HQ (20 Min.), SD (30 Min.) und LP (60 Min.) zur Wahl. Mit lediglich 66 x 90 x 143 mm weist die DVD505 die gleichen Maße auf wie die DVD404 und die DVD405, und mit 540 g ist sie auch nur 30 g schwerer als jede ihrer beiden Schwestern. Die Handycam ist ab März lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 1.099 Euro.

# Panasonic vergrößert seine Camcorder-Palette

## Bewegte Bilder für jeden Kundenwunsch



Gleichgültig, ob Kunden einen digitalen Camcorder mit MiniDV-Kassette, DVD oder SD-Speicherkarte suchen, im Sortiment von Panasonic werden sie fündig.

**Mit dem SD-Camcorder SDR-S100 hat Panasonic im September 2005 ein vielfach ausgezeichnetes Produkt vorgestellt. Jetzt startet das Unternehmen mit gleich neun Neuheiten ins Jahr 2006. Die Modelle, von denen sieben bereits vor Redaktionsschluß dieser Ausgabe präsentiert wurden, sind auf unterschiedlichste Kundenwünsche zugeschnitten. Sie sollen im Frühjahr 2006 auf den deutschen Markt kommen.**

In jeder Produktkategorie – ob mit MiniDV-Kassette, DVD oder SD als Aufnahme- medium – bietet das Unternehmen Modelle mit 3CCD Kamerasystem, optischem Bildstabilisator (OIS) und Leica Dicomar Objektiv für exzellente Bildqualität, Schärfe und Präzision. Auch das Megazoom-Angebot mit bis zu 30fach optischem Zoom ist reichhaltiger besetzt als zuvor.

### Vier neue Modelle mit MiniDV-Kassette

Zu den Neuheiten, die demnächst in den Handel kommen, gehören vier neue Panasonic MiniDV-Camcorder. Sie sind alle mit der seit 14 Jahren im Profisegment verwendeten 3CCD Technologie ausgestattet. Keine andere Signalverarbeitung liefert nach Angaben des Herstellers natürlichere Farben, mehr Bilddetails und feinere Helligkeitsabstufungen als das 3CCD Kamerasystem, das die neuen Modelle NV-GS500, NV-GS300, NV-GS280 und NV-GS180 verbindet. Neben dem 3CCD Kamerasystem sind drei höher-



Zu den MiniDV-Modellen in der oberen Preisklasse gehört der Panasonic NV-GS300.

preisige Modelle auch mit dem Panasonic eigenen optischen O.I.S. Bildstabilisator ausgestattet, der Verwacklungsunschärfe verhindert oder zumindest deutlich reduziert.

Diese drei arbeiten zudem mit einem Leica Dicomar Objektiv mit Zwölf- (NV-GS500) bzw. Zehnfach-Zoom (NV-GS300, NV-GS280). Fotos können mit einer Auflösung von vier Megapixeln (NV-GS500) bzw. 3,1 Megapixeln (NV-GS300, NV-GS280) gemacht werden. Auch der NV-GS180 liefert mit seinem Panasonic Objektiv Zehnfach-Vergrößerungen und brillante Aufnahmen mit dreimal 800.000 Bildpunkten. Die Modelle NV-GS500, GS300 und GS280 nehmen – unterstützt durch ein 16:9 LC-Display – hochauflösend im Kinoformat auf.

Die USB 2.0 High Speed-Kompatibilität ermöglicht DV-Datenstreaming zum PC über ein einziges USB-Kabel. Darüber hinaus erlaubt die „Video Class“-Kompatibilität für Microsoft Windows XP Home Edition/Professional, SP2 oder spätere Versionen einen Echtzeit-Transfer von DV Videodaten über das gleiche USB-Kabel. Mit Hilfe der Videoschnitt-Software MotionDV Studio können Aufnahmen im nachhinein kreativ und professionell gestaltet werden. Die mitgelieferte Version von MotionDV Studio ist jetzt auch zum Breitbildformat kompatibel. Ergänzend zu MotionDV Studio ist den Modellen NV-GS500, GS300 und GS280 „SweetMovieLife“ beigefügt, die sich an Anfänger in der Filmbearbeitung wendet.

Das Einsteiger-Modell NV-GS180 startet ab Januar für 599 Euro auf dem deutschen Markt. Parallel dazu kommen der NV-GS300 und der GS280 (mit/ohne DV-Eingang, ansonsten mit gleicher Ausstattung) für 899 Euro bzw. 799 Euro in den Handel. Ab Februar 2006

soll der NV-GS500 für 1.199 Euro erhältlich sein (alle Preisangaben sind unverbindliche Preisempfehlungen).

### Drei neue Modelle bei den DVD-Camcordern

Im Segment der DVD-Camcorder bringt Panasonic die Modelle VDR D300, VDR-D250 und VDR-D150 auf den Markt, mit denen DVD-RAM, DVD-R und DVD-RWs



für die Aufnahme genutzt werden können. Mit dem neuen DVD-Camcorder-Sortiment will Panasonic für jeden Filmfreund ein Modell bieten, das zu seinen Ansprüchen paßt. Wer höchsten Bedienkomfort mit bestmöglicher Bildqualität vereint wissen will,

findet ab März 2006 das neue Flaggschiff, den VDR-D300, im Sortiment. Für 1.099 Euro (UVP) bietet das Spitzenmodell unter anderem 3CCD Technologie, einen optischen Bildstabilisator (O.I.S.) für unverwackelte Aufnahme und ein Leica Dicomar Objektiv mit Zehnfach-Zoomobjektiv. Digitalfotos nimmt der VDR D300 mit 3,1 Megapixeln auf SD Speicherkarte auf.

Das 3CCD Kamerasystem für feinste Abstufungen, natürliche Farben und präzise Bilddetails finden Hobbyfilmer auch beim VDR D250 für 899 Euro (UVP). Ab März 2006 steht er mit seinem Zehnfach-Zoomobjektiv und einfachem Editieren im Camcorder zur Verfügung. Fotoaufnahmen absolviert er mit 2,3 Megapixeln. Beide 3CCD Modelle sind mit einem 16:9 LC-Display ausgestattet, so daß Filmmacher bereits ihre Motive im immer populärer werdenden Breitbildformat ins Visier nehmen können.

Ab Februar soll der VDR-D150 in den deutschen Handel kommen. Für 549 Euro (UVP) erhält der Käufer nicht nur ein starkes optisches 30fach-Zoomobjektiv, sondern auch ein externes Ladegerät und ein Netzteil. So ist für pausenlosen Videospaß immer ein geladener Akku zur Hand.

### Panasonic bringt drei neue Lumix Kameras mit verbesserter Ausstattung

Fünf Megapixel und der optische Bildstabilisator O.I.S. sind die herausragenden Kennzeichen der neuen Einsteiger-Digitalkamera Panasonic Lumix DMC-LS3. Dem derzeit günstigsten Lumix Modell wurde außerdem ein Update des Bildprozessors Venus Engine Plus gegönnt. Weitere Kennzeichen sind der Ein-Feld-Highspeed-Autofokus, das Dreifach-Zoomobjektiv (35–105 mm entsprechend Kleinbild), dessen Brennweiten spielraum durch die „Erweitertes Optisches Zoom“-Funktion digital vergrößert wird, der „High-Angle“-Modus des Monitors, der Über-Kopf-Aufnahmen erleichtert, und 13 Motivprogramme. Wie in anderen Lumix Modellen sorgt auch im neuen Basismodell LS3 der Venus Engine Plus-Prozessor mit neu angepassten Algorithmen für schnelle Reaktion und optimierte Bildqualität. Fotoserien können entweder mit bis zu drei Bildern pro Sekunde bei voller Auflösung oder in der „Unlimited“-Funktion so lange aufgenommen werden, bis die SD-Speicherkarte voll ist. Die Auslöseverzögerung beträgt 0,009 s. Bei der Auswahl der 13 Motivprogramme helfen Kurzbeschreibungen auf dem LC-Monitor. Weiterhin bietet die LS3 verschiedene manuelle Einstellmöglichkeiten. Die Lumix LS3 ist für 229 Euro ab Ende März in Silber erhältlich. Die neue 6-Megapixel-Kamera Lumix DMC-LZ5 und das preiswertere Schwestermodell LZ3 mit fünf Megapixeln bieten jetzt höhere Auflösungsreserven, schnellere Autofokus-Zeiten und zahlreiche Detailverbesserungen als ihre Vorgängerinnen. Beibehalten wurden der überdurchschnittliche Sechsfach-Zoombereich (37–222 mm entsprechend Kleinbild) und der Lumix-exklusive O.I.S.-Bildstabilisator gegen verwackelte Fotos. Die Kameras sind zudem kompakter und eleganter geworden. Die durch Finetuning verbesserte Rechenleistung des Venus Engine Plus-Prozessors wirkt sich mehrfach positiv aus. Zusätzliche Motivprogramme und ein Hochempfindlichkeits-Modus mit ISO 800/1.600 erweitern die Einsatzmöglichkeiten. Die erhöhte Empfindlichkeit bewirkt auch eine bessere Detailwiedergabe bei Videoaufnahmen unter schlechten Lichtverhältnissen, die in voller 640 x 480-VGA-Auflösung mit einer ruckelfreien Bildfrequenz von 30 B/s möglich sind. Das integrierte Mikrofon der LZ5



zeichnet dazu den Ton auf. Die höheren Sensorauflösungen geben jetzt auch in der Kompaktklasse zusätzlichen Spielraum für die „Erweitertes Optisches Zoom“-Funktion im 3-Megapixel-Modus. Die Lumix LZ5 ist mit einem großen 6,35 cm-LCD ausgestattet, der dank innovativem „High-Angle“-LCD-Modus auch bei Über-Kopf-Aufnahmen gut erkennbar bleibt. Die Lumix LZ5 ist für 329 Euro und die Lumix LZ3 für 279 Euro ab März in graphit-schwarz- (nur LZ5) oder silberfarben erhältlich. (Alle Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen.)

# Die neuen Pfadfinder

# Portable Navigationsgeräte

**Navigationsgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Der Trend geht immer mehr dahin, daß nicht nur Fahrzeuge der gehobeneren Kategorie mit Navigationsgeräten ausgestattet sind. Als besonders flexibel erweisen sich die portablen Navis, die problemlos in jedem PKW Einsatz finden.**

## Delphi Grundig macht Tamtam

Delphi steigt mit einem multifunktionalen Navigationssystem ins Handelsgeschäft ein. Dabei nutzt das Unternehmen seine langjährige Erfahrung im Bereich Navigation. Das neue Delphi Grundig Nav100 bedient sich modernster Technik, um mittels Cross-Border-Navigation und ausgezeichnetem GPS-Empfang Routen in Europa schnell, zielgenau und präzise zu berechnen. Im Nav100 kommt einer der schnellsten der für den Bereich portable Navigation entwickelten Prozessoren zum Einsatz. Ein integrierter GPS-Empfänger und das digitalisierte Straßennetz des Heimatlandes plus Grenzregionen auf einer vorinstallierten 512 MB SD-Karte erweitern die Eigenschaften des

Nav100. Eine CD mit Kartenmaterial 20 weiterer europäischer Länder ermöglicht nicht nur die zielgenaue Navigation, sondern bietet darüber hinaus auch noch über zwei Millionen POIs (Points of Interest) sowie eine detaillierte Routenführung. Ein Mini-USB-Port mit „Active Sync“ erlaubt dem Fahrer, das im Nav100 integrierte Adreßbuch mit Outlook Kontakten zu synchronisieren und diese als Ziel auszuwählen. Die Routen werden sehr schnell berechnet und übersichtlich im „Landscape-Format“ auf dem 3,5“ TFT-Farbmonitor dargestellt. Dabei kann der Fahrer zwischen Tag- und Nachtmodus wählen, die Hinter-



Ein integrierter MP3-Player, eine Dia-Show für Fotos im JPEG-Format und die Kompatibilität mit Microsoft Outlook Kontaktdaten komplettieren das Multifunktionssystem.

grundbeleuchtung des Nav100 paßt sich den externen Lichtverhältnissen an, je nach Wunsch im zwei- oder dreidimensionalen Format. Die Bedienung des Nav100 erfolgt entweder per Touchscreen oder über die beleuchteten Tasten. Per Sprachführung wird die Route wahlweise über den integrierten Lautsprecher, den Kopfhörerausgang oder das Car Audio-System per optionalem CDP-Adapter wiedergegeben. Das Nav100 wird mittels eines Saugknopfs und der passenden Halterung an der Windschutzscheibe angebracht. Damit der Fahrer keine zusätzlichen Geräte mit auf Reisen nehmen muß, enthält das Nav100 einen integrierten MP3-Player (WMA- und WAV-kompatibel) und einen Picture Viewer für Fotos im JPEG-Format, mit dem sogar Dia-Shows gezeigt werden können.

„Das Delphi Grundig Nav100 ist ein herausragendes System mit erstklassigen Funktionen“, kommentiert Michael Boe, Business Line Director Consumer Electronics Europe, das neue portable Navigationssystem. „Die optimale Kombination aus Performance, Funktionalität und Preis macht das Nav100 zu einem sehr wertvollen System für Kunden, die Produkte mit hoher Leistungsfähigkeit und zuverlässiger Qualität schätzen.“ Das Delphi Grundig Nav100 ist seit Anfang dieses Jahres lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 499 Euro.

## Die nav-u-Modelle von Sony

Daß schönes Design durchaus auch sehr funktionell sein kann, beweist Sony einmal mehr mit seiner neuen nav-u-Generation. Das NV-U50D und das NV-U70TW kommen in edlem Gehäuse daher und bieten darüber hinaus eine überzeugende Funktionalität. Sie verfügen über einen 3,5 Zoll großen Touchscreen mit einem extra weiten Betrachtungswinkel von 80 Grad. Beide Navigationssysteme bieten einen einfachen Plug-and-Play Betrieb und verfügen jeweils über eine Halterung, die mit Hilfe eines Saugnapfes ganz leicht angebracht werden kann. Mit nur einem Handgriff ist das nav-u auch wieder abnehmbar. Wirklich portabel werden die



„Die optimale Kombination aus Performance, Funktionalität und Preis macht das Nav100 zu einem sehr wertvollen System für Kunden, die Produkte mit hoher Leistungsfähigkeit und zuverlässiger Qualität schätzen“, kommentiert Michael Boe, Business Line Director Consumer Electronics bei Delphi Grundig, das neue Navigationssystem.

neuen nav-u durch den eingebauten und ausdauernden Lithium-Ionen-Akku mit einer Laufzeit von bis zu vier Stunden. Der Sony GPS Chip sorgt für eine exakte Bestimmung der Position. Da kann es nur noch heißen: einsteigen, einschalten, losfahren. Die anwenderfreundliche Benutzeroberfläche der beiden Modelle der nav-u-Serie macht die Bedienung zum Kinderspiel. Und so richtig entspannend wird die Fahrt mit TMC. Denn dank dynamischer Umleitungsfunktion und Verkehrsinformationen in Echtzeit wird beim NV-U70TW und NV-U50D (optional) die beste Strecke automatisch berechnet und kontinuierlich aktualisiert. Somit können gemeldete Staus zielsicher umfahren werden. NV-U50D und NV-U70TW verfügen zudem über hochwertige Zweiwegelautsprecher. Die beiden Hochtöner an der Vorderseite und der Tieftöner an der Rückseite sorgen für einen kristallklaren Klang und eine optimale Verständlichkeit der Sprachführung. Das NV-U70TW verfügt über Kartenmaterial auf DVD von 27 europäischen Ländern (davon 21 Länder bereits vorinstalliert), und 15 Sprachen stehen für die Sprachführung zur Auswahl (11 Sprachen vorinstalliert). Das NV-U50D verfügt über fünf vorinstallierte Länder und bietet 15 Sprachen zur Auswahl. Beide Navigationssysteme sind seit Januar lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 699 Euro (NV-U70TW) und 449 Euro (NV-U50D).



Sony hat zwei neue portable Navigationsgeräte der nav-u-Serie auf den Markt gebracht. Die Modelle NV-U50D und NV-U70TW sind mit einem 3,5 Zoll großen Touchscreen mit einem extra weiten Betrachtungswinkel von 80 Grad ausgestattet.



Das NV-U70TW arbeitet mit Kartenmaterial auf DVD von 27 europäischen Ländern. Davon sind 21 Länder vorinstalliert. Bei dem optisch baugleichen, aber mit etwas weniger Funktionen ausgestatteten NV-U50D sind fünf Länder vorinstalliert, und es stehen wie beim größeren Bruder 15 Sprachen zur Auswahl.

## ViaMichelin Navigationssoftware für PDAs

ViaMichelin hat die neueste Version seiner Karten- und GPS-Navigationssoftware für PDAs herausgebracht. Die Software ViaMichelin Navigation 4 wurde um viele neue Funktionen aktualisiert und liegt in einer Europa- und neun Regionalversionen für insgesamt 18 Länder vor. Mit allen gängigen PDA-Plattformen wie Palm OS oder Pocket PC sowie mit Smartphones kompatibel, steht ViaMichelin Navigation 4 für bequeme Reiseplanung und streßfreies Fahren – ob zu Hause oder fern der Heimat. Die neue Version speichert automatisch die letzten zehn Suchvorgänge, so daß häufig genutzte Routen und Zielorte besonders einfach wiederzufinden sind. Darüber hinaus berechnet ViaMichelin Navigation 4 alle Routen zu jeder Adresse, jedem Ort auf der Karte, jedem Point of Interest (POI) und zu jedem im PDA-Adreßbuch gespeicherten Kontakt. Die Postleitzahlensuche wurde auf ganz Europa ausgeweitet; das beschleunigt das Auffinden von Adressen und eröffnet neue Suchoptionen. Der Speed Warner, der ein Tonsignal abgibt, sobald der Nutzer ein Tempolimit übertritt, ist neu, genau wie die Umleitungsfunktion, mit deren Hilfe sich Baustellen oder Verkehrsstaus leicht umfahren lassen. Mit Bildschirm-Navigationskarten und Sprachführung macht die Software von ViaMichelin die Autofahrt von A nach B kinderleicht – auch im Ausland.

# Sony VPL-VW100:

# Ein eigenes Kino zum Projektor-Preis



Der VPL-VW100 ist auch für die Über-Kopf-Montage geeignet. Das erhöht die Bewegungsfreiheit im eigenen Kino.

In den Genuß von „Bildqualität wie im Kino“ kommt nach Sonys eigener Aussage der glückliche Besitzer eines Heimkinoprojektors vom Typ VPL-VW100. Die technischen Daten des neuen SXRD Full HDTV Projektors, über den unter dem Codenamen „Ruby“ schon vor seiner Markteinführung flüsternd berichtet wurde, lassen sich Kenner wie edle Köstlichkeiten auf der Zunge zergehen: Mit der physikalischen Bildauflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten kann der VPL-VW100 HDTV-Formate bis hin zu echten 1.080i und 1.080p darstellen.

Das Kontrastverhältnis von 15.000:1 garantiert neben gestochen scharfen Bilddetails und beeindruckend räumlicher Darstellung, daß Bildpartien, die im

Film schwarz sind, auch auf der Projektionsleinwand gesättigt schwarz dargestellt werden, und geheimnisvoll im Dunkeln spielende Szenen nicht gräulich,

wie von einem schwachen Notlicht erhellt wirken. Ermöglicht werden die selbst im High-End-Bereich außergewöhnlichen Leistungsdaten durch Sonys SXRD-Technologie (Silicon Crystal (x)-tal Reflective

Display), eine LCOS-Variante, die außerdem nur beim Sony QUALIA004 zum Einsatz kommt.

## Sonys SXRD-Technologie

Bei einem SXRD-System sorgen drei LCD-Chips in den drei Grundfarben mit je 2.073.600 Pixeln für die Projektion der Bildelemente. Den Abstand zwischen den auf die Leinwand projizierten Bildpunkten hat Sony auf 0,35 Mikrometer

reduziert (das sind 0,00035 Millimeter). Dies trägt maßgeblich dazu bei, daß das Raster der einzelnen Pixel selbst aus geringem Abstand zur Projektionsfläche nicht mehr wahrzunehmen ist. Der mit Sonys SXRD-Technologie realisierbare, extrem hohe Füllfaktor beträgt 92%. Der VPL-VW100 ist mit einer Xenon-Lampe ausgestattet, die eine Lebensdauer von ca. 2.000 bis 2.500 Stunden erreicht. Bei der Projektion von überwiegend dunklen Bildinhalten verringert eine Iris-Blende automatisch den Lichtdurchlaß und öffnet sich bei hellen Bildinhalten wieder. Das erhöht nicht nur beträchtlich den Schwarzwert, sondern verbessert gravierend die Abbildungsschärfe von im Dunklen liegenden Bilddetails. Das Betriebsgeräusch beträgt lediglich 22 dB oder je nach Noise Reduction Modus geringer, und läßt knisternde Spannung selbst bei flüsternden Dialogen oder gänzlicher Stille nicht abreißen. Das Zoomobjektiv kann schon bei einem Abstand zwischen 2,5–4,3 m Bilder mit 2 Meter großer Bilddiagonale erzeugen und projiziert in 3,1–5,3 m Abstand zur Projektionsfläche Bilder mit einer

Bilddiagonale von 2,5 Metern auf die Leinwand. Bei asymmetrischer Aufstellung des Projektors stehen zur Bild-Entzerrung die Funktionen Vertical Lens Shift (elektrisch) und Vertical Keystone Picture Correction-Horizontal Lens Shift (manuelle Feinjustierung) zur Verfügung. Der Projektor besitzt sowohl einen HDMI- wie auch



Das SXRD Projektionssystem arbeitet mit drei LCD-Chips mit je 2.073.600 Pixeln in den Grundfarben R/G/B.

einen DVI-Eingang und läßt sich über Component, S-Video, Composite Video und einen VGA-Anschluß mit analogen Videosignalen ansteuern. Der 18 kg wiegende VPL-VW100 ist auch für hängende Über-Kopf-Montage an der Raumdecke geeignet. So viel echtes Kinovergnügen in den eigenen Wohnräumen hat seinen Preis, der aber mit ca. 9.999,- Euro UVP weit unter dem bleibt, was für einen Kompaktwagen der untersten Preisklasse aufzubringen wäre. *evo*

# Freude im Stau: Alpine DVB-T Tuner TUE-T200DVB

Digitaler Fernsehempfang ist in zahlreichen Gebieten Deutschlands nicht mehr an die Existenz einer auf einen Satelliten ausgerichteten Parabolantenne oder den Hausanschluß eines Kabelbetreibers gebunden, sondern kann mit einer winzigen Antenne auch innerhalb sich bewegendes Fahrzeuge empfangen werden.



Alpine DVB-T Tuner TUE-T200DVB: Für die spannendsten Momente 2006

Bildschirm. Mit einer solchen Kombination im Kraftfahrzeug verliert der dichteste Stau seinen Schrecken und dürfte im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft öfter als willkommene Gelegenheit begrüßt werden, um sich ungestört auf das Spielgeschehen konzentrieren zu können. Der neue

DVB-T Tuner TUE-T200DVB des Car-Audio und Navigations-Spezialisten Alpine ist in Kombination mit dem Pulse-Touch-Monitor IVA-D310R/RB oder dem Deckenmonitor PKG-1000P die Eintrittskarte für mobiles Fernsehen in ausgezeichneter Qualität. Vom TUE-T200DVB empfangene DVB-T-Sendungen werden bis zu einer Fahrgeschwindigkeit von 160 km/h in bester Bild- und Audioqualität wiedergegeben. Neben digitalem Fernsehen erschließt der TUE-T200DVB Anwendungen wie Stereo-Radioempfang, Tele Text und einen Electronic Program Guide. Das System läßt sich einfach und schnell installieren. Als Bildausgabe-Gerät bietet der Pulse-Touch-Monitor IVA-D310R/RB Multimedia-Erlebnisse der Spitzenklasse. Über seinen Touch-

Screen lassen sich alle Einstellungen per Fingerdruck vornehmen und weitere Endgeräte bedienen. Wird der 10,2 Zoll große, ausklappbare Overhead-Monitor PKG-1000P an den TUE-T200DVB angeschlossen, kommen auch Passagiere auf den Rücksitzen in den Genuß des digitalen Fernsehens, und Kinder finden auf langen Reisen kurzweilige Unterhaltung. Der Alpine DVB-T Tuner TUE-T200DVB ist zum UVP von 599,- Euro erhältlich. In Verbindung mit einem Pulse-Touch-Monitor IVA-D310R/RB oder dem Deckenmonitor PKG-1000P lassen sich die spannendsten Momente 2006 in bester Bild- und Audioqualität erleben – besonders im Stau. *evo*



Alpine PKG-1000P: 10,2 Zoll großer, ausklappbarer Overhead-Monitor.

## Jennifer Gohn vertritt Alpine Marketing Managerin



Jennifer Gohn (30), Marketing Assistant bei Alpine, dem Spezialisten für Autohifi-, Navigations- und Mobile-Media-Systeme, übernimmt für die nächste Zeit als Vertreterin von G. Hugenroth die Verantwortung für das gesamte Marketing Deutschland und damit auch für die Planung und Durchführung sämtlicher Marketing-Aktivitäten, von Messeauftritten und Unterstützungsmaßnahmen für die Händler bis hin zur Werbung und Medienarbeit. Ihre Kollegin Gundula Hugenroth, Marketing Manager After Market bei Alpine Electronics, befindet sich zur Zeit im Mutterschafts- bzw. Erziehungsurlaub. Jennifer Gohn, gelernte Fachkauffrau für Marketing (IHK), war von 2000 bis Anfang 2004 als Kontakterin und Teamleiterin bei der Kreativ Agentur Queen in München verantwortlich für die Betreuung sämtlicher Projekte für Ingram Micro und führte unter anderem Marketing-Aktivitäten für Audi, Siemens und andere namhafte Kundenfirmen durch.

# Gewinner der POS-MAIL-Leserbefragung 2005

Die Meinung unserer Leser war gefragt, und das Los hat entschieden, wer unter den Einsendern einen der aufgeführten Preise gewonnen hat. Mit der Teilnahme an unserer Leserbefragung 2005 haben Sie uns geholfen, PoS-MAIL weiterhin informativ und

innovativ für Sie zu gestalten. Die Gewinner der unter allen Einsendern verlostten Preise im Gesamtwert von 12.500 Euro stehen nun fest. Herzlichen Glückwunsch und besten Dank für Ihre Treue. Ein Dankeschön auch den Sponsoren.



**reflecta I-Scan 3600**

Holger Karpen  
Com For Car GmbH, 66121 Saarbrücken



**Braun D504**

Jürgen Greißinger  
Master's Baumann GmbH,  
95447 Bayreuth



**Fisher DCS-088CT**

Dieter Heinz  
Medi Max Eisenach, 99817 Eisenach



**Panasonic Lumix FX9**

Noelia Figueroa  
Stromlinienform, 47798 Krefeld



**Sony Walkman NW-A3000**

Victoria Bogner  
UNI BWM, 85579 Neubiberg



**T-Mobile Sidekick II**

Sabine Bast  
Henkel + Bast, 54329 Konz-Karthus



**Siemens Gigaset M750S**

Detlev Schminke  
Saturn KR, 47506 Neukirchen-Vluyn



**Fritz! Box Fon WLAN 7050**

Oliver Engel  
Media Markt Peißen, 06188 Peißen



**Bose Companion 2**

Markus Pfefferkorn  
Köber Steuerberatung, 90408 Nürnberg



**Delphi Grundig S1000 MP3**

Andreas Jungnick  
Brömmelhaupt GH GmbH,  
03058 Gallinchen



**quadral Ascent**

Falko Voland  
Fa. Opheiden, 59425 Unna



**Pioneer DVR-433H**

Wolfram Briegert  
i3M, Untern.-Beratung, 44799 Bochum



**Hitachi DZ-MV 750E**

Claus-Peter Nowacki  
Vodafone Shop Wesel, 46483 Wesel



**Becker Indianapolis Pro**

Thomas Grenot  
Grenot Consulting, 81379 München



**Grundig Ovation 2 CDS 7000 DEC**

Tobias Merz  
Anson's Herrenhaus KG,  
40477 Düsseldorf



**Canon Digital Ixus iZoom + Fotodrucker Canon Selphy CP510**

William Duenas  
T-Punkt GmbH / T-Punkt Business Düsseldorf, 40223 Düsseldorf



**Sharp LC-15SH1E**

Florian Kokott  
Media Markt, 85051 Ingoistadt



**Casio Exilim EX-S500**

Thomas H. Wegner  
PC Wegner, 53604 Bad Honnef  
Marcus Eder  
BWLLMU München, 80339 München



**Sony MFM-HT75W**

Achim Rode  
Rode, 41516 Grevenbroich



**Samsung VP-D 905**

Ludwig Koch  
Hifi Adolph u. Partner KG,  
53359 Rheinbach



**Philips Jukebox HDD6320**

Steffen Meyer  
Wegert, 14195 Berlin



**Maxfield MAX P-X**

Jürgen Vogt  
Radio Vogt, 44149 Dortmund



**Maxfield Maxmovie**

Reiner Stiefvatter  
Megatech Software GmbH,  
10623 Berlin



**Lite-One EZ-DUB**

Rainer Erythropel  
Max-Eyth-Schule, 34270 Schauenberg



**Blaupunkt TravelPilot**

Gerda Sandke  
D.I.G., 81902 München



**Metz mecablitz 28 CS-2 digital**

Siegfried Weigand  
Photo Porst, 97762 Hammelburg



**LG DV-9900H**

Rainer Schubert  
Werner Jokesch GmbH, 40547 Düsseldorf



**Toshiba HD/DVD RD-XS64**

Jürgen Müller  
EP Bodewitz, 41515 Grevenbroich

**Herzlichen  
Glückwunsch  
zu Ihrem  
Gewinn!**

## Neuheiten

### Erster MP3-Player von Verbatim

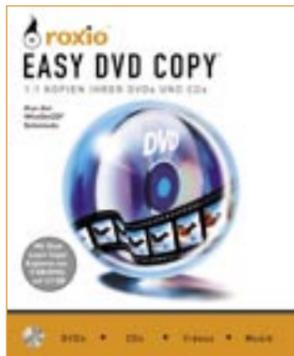
„Klein, fein, hochwertig und erweiterbar“ ist nach eigener Aussage des Herstellers der neu auf den Markt gekommene, erste MP3-Audioplayer von Verbatim. Der Speicherplatz des serienmäßig mit 512 MB ausgelieferten Verbatim



MP3-Players läßt sich mit Flashspeicher-Cards verschiedener Größen erweitern, auf denen neben Audiodateien auch beliebige Daten gespeichert und portabel verfügbar gehalten werden können. Der in Schwarz-Silber-Design gehaltene Verbatim MP3-Player ist zum UVP von 59,90 Euro verfügbar. Im Lieferumfang enthalten sind neben dem Audioplayer ein Kopfhörer, USB-Kabel, AA-Batterie und die passende Software zum mühelosen Übertragen der Audiodateien.

### Roxio Easy DVD Copy 2 ist lieferbar

Roxio hat die Verfügbarkeit von Easy DVD Copy 2 bekanntgegeben. Easy DVD Copy 2 ist eine benutzerfreundliche Software zum Erstellen von hochwertigen Kopien eigener CDs und



DVDs und wurde als umfassende Lösung zum Sichern von Video-Sammlungen konzipiert. Auch die Kompilierung von DVDs unterschiedlicher Formate ist möglich. In der aktuellsten Version sind eine integrierte Anwendung zur Erstellung von

Etiketten, ein Disc Image Loader und ein hochwertiges Programm für die DVD-Wiedergabe, einschließlich CinePlayer, enthalten. Alle Funktionen von Easy DVD Copy 2 sind auch Teil von Easy Media Creator 8, der prämierten Softwaresuite von Roxio mit CD- und DVD-Autoren-Software sowie Brenn-, Foto-, Video- und Musik-Anwendungen. Beim Duplizieren von unverschlüsselten DVDs und CDs bietet Easy DVD Copy 2 optimale Videoqualität ohne Einbußen bei den akustischen oder visuellen Inhalten und Funktionen und erstellt von originalen Musik-, Daten-, Foto-, Video-CDs und DVDs exakte Kopien. Easy DVD Copy 2 setzt zur vollständigen Kontrolle intelligente Technologien und einzigartige Optionen beim Kopieren von unverschlüsselten DVD-Filmen ein: Aus 9 GByte Double Layer-DVDs können sowohl Double Layer- als auch 4,7 GByte Single Layer-Disks erstellt werden. Easy DVD Copy 2 ist ab sofort zum UVP von 29,99 Euro verfügbar.

### Pioneer: Erster interner Blu-Ray Disc Brenner



Für Anfang Februar hat Pioneer den Auslieferungsstart des ersten internen Blu-Ray Disc Brenners angekündigt. Das neue Atapi Laufwerk Pioneer BDR-101A basiert auf den aktuellsten Spezifikationen für BD-R (Blu-Ray Disc recordable), BD-RE (Blu-Ray Disc rewritable) und BD-ROM (Blu-Ray Disc read-only memory). Mit Single Layer BD-R und BD-RE können bis zu 25 GB Daten auf einer Disc gespeichert werden. Das sind etwa fünfmal so viel Daten, wie auf einer konventionellen DVD Platz finden. Die maximale Datenübertragungsrate beträgt 72 Mbps beim Schreiben wie beim Lesen. Auf einer Disc können zum Beispiel bis zu zwei Stunden hochauflösendes Video-Programm aufgezeichnet werden. Wann der Pioneer Blu-Ray Brenner in Deutschland verfügbar sein wird und zu welchem Preis, ist noch nicht bekannt.

### Hochauflösende Video-Wiedergabe mit PowerDVD



CyberLink Corp. hat auf der CES in Las Vegas die Wiedergabe von hochauflösenden Video-Inhalten mit PowerDVD und einem Blu-Ray Disc-Laufwerk von Hitachi-LG Data Storage (HLDS) gezeigt. Bei Vorführungen stellte CyberLink seinen neuesten Beitrag für den Bereich der hochauflösenden Video-Inhalte vor und demonstrierte mit PowerDVD und einem HLDS-Laufwerk beeindruckende Navigationsfunktionen und die für Blu-Ray Discs typische Videoqualität. „CyberLinks PowerDVD hat

schon immer ein Video-Erlebnis der besonderen Art mit außerordentlicher Qualität geboten, und so freuen wir uns sehr über die Erweiterung in Richtung hochauflösender Inhalte auf Blu-Ray Discs“, sagte D. Y. Roh, Unternehmenssprecher von Hitachi-LG Data Storage (HLDS). „CyberLinks Zusammenarbeit mit HLDS verdeutlicht, wie ausgereift unsere Lösungen für den qualitätsbewußten Konsumenten von heute sind.“ Und Alice H. Chang, Geschäftsführerin von CyberLink, ergänzte: „Als eines der Disk-Formate der nächsten Generation bieten Blu-Ray Discs eine gute Kapazität, um hochauflösende Video-Inhalte zu speichern und abzuspielen. Durch unsere stetige Weiterentwicklung der BD-Technologien, einschließlich Authoring, Brennen und Wiedergabe, kann dem Anwender jetzt ein rundum erweitertes Video-Erlebnis auf dem PC geboten werden.“

### TDK: Blu-Ray Discs kommen bald



TDK hat die baldige Verfügbarkeit von Blu-Ray R und RW Medien mit 25 GB und 50 GB angekündigt. Diese Mitteilung ging nahezu zeitgleich mit der Ankündigung von Pioneer über die für Anfang Februar 2006 geplante Auslieferung des ersten Blu-Ray Disc Writers BDR 101A an die Presseagenturen. Für die neuen mit der Schutzbeschichtung DURABIS2 ausgerüsteten TDK Blu-Ray RW-Medien garantiert TDK 10.000 Überschreibungs-Zyklen. Das von TDK entwickelte und besonders für den Bereich der Blu-Ray Medien bahnbrechende Super Hard Coating wird von TDK weltweit unter dem Namen „Durabis“ beworben und vertrieben werden.

### Lutec Bluetooth USB Dongle



Mit dem Lutec BTA-6030 stellt Meta New Media das Top-Produkt seiner Lutec USB-Dongle-Familie vor. Das kompakte Klasse I Gerät ermöglicht drahtlose Datenübertragung mit einer Reichweite von bis zu 100 Metern und



erzielt mit Enhanced Data Rate (EDR) und der Bluetooth Version 2.0 auch über lange Distanzen außergewöhnlich hohe

Übertragungsraten. Auf diese Weise wird die Brutto-Datenrate von 723 Kbps auf 2.1 Mbps nahezu verdreifacht. Im täglichen Einsatz werden sicher nur selten die möglichen 100 Meter Distanz zwischen Sender und Empfänger ausgenutzt. Aber der wesentlich höhere Datendurchsatz und die verbesserte Durchdringung von Hindernissen in der Sichtlinie vereinfachen die Vernetzung von Bluetooth-Geräten. Der Lutec BTA-6030 USB Dongle kann daher problemlos zum Beispiel neben WLAN-Geräten eingesetzt werden. Der Lutec BTA-6030 USB ist zum UVP von 24,99 Euro lieferbar.

### Flachbildschirm BenQ FP91GX mit 4 ms



Mit dem silberfarbenen Monitor FP91GX präsentiert BenQ ein weiteres 19-Zoll-Display der GX-Serie mit der Reaktionszeit von nur 4 ms (Gray-to-Gray). Der BenQ FP91GX ist mit einer DVI-I Schnittstelle ausgestattet. Die Datenübertragung



erfolgt digital und deshalb ohne Wandlungsverluste. Mit dem hohen Kontrastverhältnis von 550:1 und einem Helligkeitswert von 270 cd/m<sup>2</sup> stellt der Flachbildschirm auch feinste Details kristallklar dar. Im Lieferumfang sind Kurzanleitung, Netzkabel, Sub-D-VGA und DVI-Kabel, Handbuch und Treiber-CD enthalten. Die Garantiezeit beträgt 36 Monate inklusive Vor-Ort-Austausch-Service. Der BenQ FP91GX ist zum UVP von 369 Euro erhältlich.

### Batterielose RFID Funkmäuse von A4Tech



Der chinesische Hersteller A4tech hat dem Prinzip der kabellosen Maus das i-Tüpfelchen aufgesetzt, indem er das Eingabegerät „batteriefrei“ und damit leichter im Gewicht und noch präziser in der Handhabung machte. Batteryfree-Mäuse eignen sich deshalb auch sehr gut zum Betrieb an einem Notebook. Die Batteryfree Maus von A4tech wird über

das mitgelieferte, über USB mit dem Rechner verbundene Maus-Pad über elektromagnetische Induktion mit niedriger Spannung mit Energie versorgt. Die batteriefreie Technologie spart nicht nur bei jedem Gebrauch relativ hohe Kosten für den Ersatz verbrauchter Batterien, sondern ermöglicht die Entwicklung besonders ergonomischer Maus-Eingabegeräte. Die eingesetzte Radio Frequency Identification Technology (RFID) garantiert auch dann störungsfreien Betrieb, wenn Hunderte von Anwendern in näherer Umgebung den gleichen Maus-Typ verwenden. Alle Batteryfree Mäuse sind mit der von A4tech patentierten U-Shape BigWheel Technik ausgestattet. Das neuartige Mousrad wurde entwickelt, um dem Benutzer maximalen Komfort und ideales Handling zu bieten.

## NO(?)SENSE

### Milch von der Matte

In Verbindung mit den Worten „Matte“ und „Kühe“ denkt man in der Regel an blühende Wiesen in den Alpen, an fleißige Senner, Milch, Käse und oft auch an lila Kühe. Laut Pressemeldungen hat eine ab dem 1. Januar dieses Jahres wirksame Verordnung des norwegischen Landwirtschaftsministeriums die „alpine Matte“ kurzerhand zu den norwegischen Kühen in den Stall gebracht: Seit den ersten Sylvester-Böllern des neuen Jahres haben Norwegens Kühe gesetzlichen Anspruch auf eine für die Nachtruhe geeignete Matratze. Bisher blieb den bis zu 700 kg schweren Kühen oft nur die Wahl zwischen anstrengendem Stehen und einem harten, kalten Betonboden als Lager, denn die früher übliche Stroh-Streu ist wegen der rationellen Gülle-Ausspülung in den meisten Ställen nicht mehr üblich. Das lange Stehen hinderte die Kühe am Schlafen. Der kalte Boden schadete ihrer Gesundheit und führte zu Gelenk-Erkrankungen. Damit ist in Norwegen Schluß. Wie die Rundfunkreportage eines Osloer Senders berichtet, soll es schon ein breites Angebot an unterschiedlichsten Matratzen für den gesunden Kuhschlaf geben, von der einfachen, geschlossenporigen Moosgummi-Matte bis zur komfortablen Luxusmatratze à la Schlaraffia. Der Durchschnittspreis pro Kuh-Matte soll sich bei ca. 120,- Euro eingependelt haben. Der gesteigerte Komfort im Kuhstall macht sich, ersten Erfahrungsberichten nach, sogar in einer höheren Milchproduktion bemerkbar, weil Kühe, die länger liegen bleiben, mehr Milch produzieren. Die Idee mit der Matratze im Stall soll auf eine bereits existierende Direktive der EU zurückzuführen sein, die Norwegen, obwohl selbst nicht Mitglied der Gemeinschaft, schon umgesetzt hat. Dem Vernehmen nach wälzen die Bürokraten in Brüssel inzwischen Pläne für Flachdisplays mit Touchscreen für Kühe. Denn wer eine eigene Matte hat, dem steht auch ein Unterhaltungs- und Bildungsanspruch zu. *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



# Ich kaufe Apple bei ComLine!

## Der Neue iMac - Intel Core Duo

Doppelt so schnell. Doppelt so beeindruckend.

- 17" LCD-Bildschirm im Breitformat mit 1.440 x 900 Auflösung
- 1.83 GHz Intel Core Duo Prozessor mit 2 MB L2-Cache
- 512 MB Arbeitsspeicher (1 SO-DIMM)  
667 MHz DDR2 SDRAM (PC2-5300)
- 160 GB Serial ATA-Festplatte
- 8x Double Layer SuperDrive mit Einzug
- ATI Radeon X1600 Grafikprozessor mit 128 MB  
GDDR3 Speicher
- Integrierte AirPort Extreme und Bluetooth 2.0 Netzverbindung



ComLine Art.Nr. PWA-2000002

**1.128,-**



Autorisierter  
Distributor

### MacBook Pro **NEU** Intel Core Duo



15,4" TFT-Bildschirm  
mit 1.440 x 900 Auflösung  
1,67 GHz Intel Core Duo Prozessor  
mit 2 MB L2 Cache

Art.Nr. PWAN-2000002

**1.719,-**

### iPod nano 2GB - Black

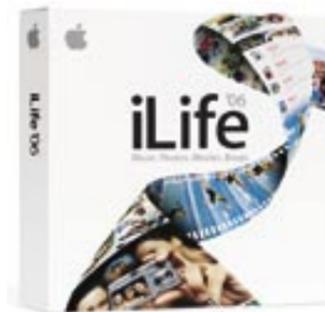


Bis zu 500 Songs, Podcasts  
und Hörbücher.  
Nur 6,9 Millimeter dünn und  
42 Gramm leicht.

Art.Nr. PWAZ-2080076

**165,-**

### iLife '06 dt. **NEU**

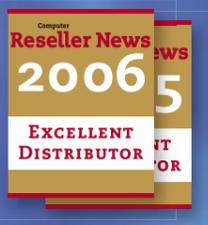


Bedeutende Aktualisierungen für  
iPhoto, iMovie HD, iDVD und  
GarageBand sowie das neue iWeb  
Publishing Tool für das Web.

Art.Nr. ZSA-75865

**55,-**

# 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 Garanzzeiten entsprechen den jeweiligen Herstellergarantien.  
Es gelten unsere allgemeinen Verkaufs- und Lieferbedingungen.



Kamera  
Music-Player  
Organizer  
Bluetooth®

SL75

Designed for life

NATÜRLICHE ELEGANZ  
IN JEDEM DETAIL

[www.siemens.de/sl75](http://www.siemens.de/sl75)



## DAS NEUE SL75. MIT ProSLIDE®-SCHIEBEMECHANISMUS.

Faszinierendes Sliderhandy für höchste Ansprüche: Elegante Form, großes, brillantes Farbdisplay, 1,3-Megapixel-Kamera, Music-Player (MP3, AAC/+/++) und Bluetooth®-Technologie sorgen für viel Freude. Nehmen Sie es in die Hand und Sie möchten es nie mehr hergeben.

**SIEMENS**

by **BenQ** mobile