



Produktgestaltung: Phoenix Design.

Null
08/15.

Nach allen Regeln gegen die Regeln. Loewe Individual. Der einzige Fernseher, den Sie selbst gestalten können. Nähere Informationen unter www.loewe.de.

LOEWE.



Nur vier Jahre liegt es zurück, daß Messe-Inspektoren vom Stand eines großen Elektronik-Ausstellers die Spielekonsolen abräumen ließen, weil der Unterhaltung dienende Exponate nicht zu dem für die CeBIT festgelegten Themenkreis paßten. Würde man diese Maßstäbe heute anlegen, bliebe ein beträchtlicher Teil der Ausstellungshallen leer. Denn Informationstechnologie und Produkte für Unterhaltung und Spiele rücken bei Hard- und Software sowie den zur

Datenübermittlung dienenden Netzwerken immer näher zusammen. Das Motto der CeBIT 2006 lautet: „Join the vision – Digital Solutions for Work and Life“. Denn die Organisatoren wollen offensichtlich aus dem ursprünglichen „Centrum für Büro- und Informationstechnik“ eine Weltmesse für „Consumer Electronics, Büro-, Informationstechnik und Telekommunikation“ machen. Das bisherige Kürzel „CeBIT“ würde zu diesem Namen passen.

Nach Angaben des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien steigt der ITK-Umsatz auf dem deutschen Markt dieses Jahr um 2,4 Prozent auf 137 Milliarden Euro. „Die deutsche ITK-Branche ist auch 2006 auf Wachstum programmiert“, betonte Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder auf einer Pressekonferenz in Hannover. Der Software-Markt legt im

Jahr 2006 um 5,0 Prozent auf fast 17 Milliarden Euro zu. Im Markt für Computer werden Notebooks (Zuwachs acht Prozent auf 4,2 Milliarden Euro) und Multifunktionsgeräte (Zuwachs 14 Prozent auf 1,6 Milliarden Euro) am stärksten gefragt sein. Der Markt für Computer stabilisiert sich insgesamt bei 16,5 Milliarden Euro. Sehr positiv entwickeln sich Datendienste im Festnetz, die um fünf

Prozent auf nahezu elf Milliarden Euro wachsen. „Der Boom schneller Internetzugänge geht weiter“, so Rohleder. Bis Ende 2006 werden 13 Millionen DSL-Zugänge geschaltet sein. Das entspricht einem Wachstum von 30 Prozent. Starke Impulse für den High-Tech-Markt erwartet Bitkom von der digitalen Unterhaltungselektronik. Digitale Geräte wie Flachbildfernseher, MP3-

Player, Spielkonsolen oder Digital-kameras machen fast 75 Prozent des Marktes für Unterhaltungselektronik aus, bei der das Umsatzvolumen nach Angaben von EITO und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Jahr 2005 um beachtliche 11,4 Prozent auf 12,1 Milliarden Euro anstieg. Diese Summe ist nicht im ITK-Markt von 134,1 Milliarden Euro in 2005 nach Bitkom-Abgrenzung

Sony will 2006 zum HDTV-Jahr machen

Sony will im Jahr 2006 das hochauflösende Digitalfernsehen HDTV besonders in den Blickpunkt von Handel und Endverbrauchern rücken ... S. 6



Panasonic mit neuen Lumix-Kameras

Panasonic hat drei weitere leistungsstarke Lumix Kameras vorgestellt, die vor allem durch kompakte Bauweise und innovative Ausstattung auffallen ... S. 26



Deutsche Telekom lud zum Kolloquium

Rund 250 Journalisten sind der Einladung der Deutschen Telekom zum 15. Internationalen Presse Kolloquium nach Berlin gefolgt ... S. 34



Zeit-Zeichen

Es ist schon verrückt: Kaum war das Jahr zu Ende, in dem mehr Kameras auf der Welt (und in Deutschland) verkauft wurden als jemals zuvor, da verkündete Konica Minolta den vollständigen Rückzug aus dem Fotogeschäft. Zweieinhalb Jahre nach der Fusion der beiden japanischen Traditionsunternehmen Konica und Minolta sind die damaligen Pläne, mit vereinten Kräften zu einem schlagkräftigen Vollsortimenter im Foto- und Imaging-Segment zu werden, endgültig Makulatur.



Warum ist das für den gesamten High-Tech-Fachhandel interessant und nicht nur für die Fotospezialisten? Zum einen deshalb, weil der Consumer Electronics Gigant Sony Teile des Geschäfts mit digitalen Spiegelreflexkameras von Konica Minolta übernimmt und damit seinen Anspruch unterstreicht, im Digitalkamera-Markt in allen Ligen vorne mitzuspielen. Zum anderen aber wegen der Parallelen, die das Schicksal von Konica Minolta auch für andere Wachstumssegmente der Consumer Electronics zum Menetekel werden läßt.

Was der Fotobranche in den letzten Jahren die Digitalkameras waren, sind heute für den gesamten Consumer Electronics Bereich die Flachbild-TVs. Es herrscht Goldgräber-Stimmung: Gigantische Produktionskapazitäten werden aufgebaut; neue Anbieter dringen in das vielversprechende Segment ein und versuchen, sich ein Stück von dem offensichtlich so attraktiven Sahnekuchen zu sichern. Man braucht keine prophetischen Gaben, um zu wissen, wohin das führen wird: In wenigen Jahren wird der Markt mit Flachbild-TVs überschwemmt werden; die Preise werden in den Keller gehen und die Gewinnspannen bei Handel und Industrie auch. Am Beispiel des Digitalkamera-Marktes können wir bereits jetzt sehen, wer dann als Hersteller noch eine Chance auf Profit hat: nämlich die Unternehmen, die zum einen über die Technologie verfügen, um an der gesamten Wertschöpfungskette des Produktes Teil zu haben, und die zum anderen kluges Marketing betreiben, um die richtigen Innovationen zum richtigen Zeitpunkt auf den Markt zu bringen. Wer in einer dieser beiden Disziplinen zu spät kommt, den bestraft das Leben.

Für den High-Tech-Fachhandel bedeutet das vor allem, bei der Auswahl der Lieferanten auf die Richtigen zu setzen. Und das müssen – schon im ureigensten Interesse – nicht immer die billigsten sein. Man mag einen schwachen Lieferanten wunderbar im Preis drücken können – am Ende zahlt sich aber ein starker Partner, der in der Lage ist, einen Markt wirklich zu gestalten, sehr viel mehr aus als ein kurzfristig billiger Einkauf. Denn ein starker Lieferant hat nicht nur gewöhnlich die besseren Produkte, sondern vor allem den Vorteil, daß er nächstes Jahr auch noch da ist.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

enthalten. „Wir sind optimistisch, daß die digitale Unterhaltungselektronik auch 2006 kräftig zulegen wird“, versicherte Rohleder, „denn viele, seit einigen Jahren angekündigte technologische Innovationen schaffen jetzt ihren Durchbruch am Markt.“

CeBIT: Kernkompetenz trotz Konvergenz

Marktbeobachter und Branchenverbände sortieren die Umsätze der Elektronikindustrie noch immer nach Informations-Technologie, Unterhaltungselektronik und Telekommunikation, obwohl die Zuordnung zu dem einen oder anderen Nutzungsbereich bei zahlreichen Produkten oft schwierig ist. Für die Elektronik-Industrie bedeuten konvergente Einsatzmöglichkeiten digitaler Produkte höhere Sicherheit bei der Amortisation der Investitionen für Technologie-Entwicklungen und Errichtung neuer Produktionsstätten.

Immer mehr IT-Produkte sind für mehrere Einsatzmöglichkeiten geeignet, die den typischen Verwendungsbereich überschreitende – und umgekehrt: Farbdrukker, die sowohl in der IT als auch als Fotodrucker verwendet werden, Hochleistungs-Desktop-Rechner mit maximaler 3D Grafikleistung, superschnellen Speicherbausteinen und optimaler Gaming-Performance, Multimedia-Rechner mit aktuellsten Optical Disk Laufwerken, Hunderten GByte Festplattenspeicher, Videobearbeitungs-Software und DVB/DVB-T als Personal



Im März bringt Toshiba in den USA die ersten HD DVD-Player auf den Markt. Die Modelle HD-XA1 und HD-A1 sind abwärts kompatibel und spielen neben HD-DVD auch herkömmliche DVDs und CDs ab.

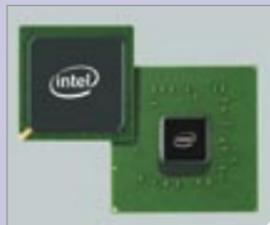
Weltpremierer: Toshiba HD DVD-Player im Doppelpack

Als High-Definition-Weltpremiere im Doppelpack bringt Toshiba im März die ersten HD DVD-Player auf den US-Markt. Die Modelle HD-XA1 und HD-A1 machen erstmals die überlegenen Fähigkeiten des HD DVD-Formats verfügbar. Dazu zählen außergewöhnliche Bildqualität, sehr effiziente Video-Komprimierungs-Technologien, hochauflösende Audio-Standards und wertvolle Zusatzfunktionen wie fortschrittliche Navigationsoptionen auf iHD-Basis.

Mit der Produkteinführung reagiert Toshiba als erster Hersteller auf die wachsende Nachfrage nach Fernsehgeräten mit HDTV-Qualität. Die Modelle HD-XA1 und HD-A1 repräsentieren die Weiterentwicklung der DVD-Technologie zum High-Definition-Standard. Beide Geräte sind abwärtskompa-

Video Recorder mit Time Shift Funktion. Die neue Intel Notebook-Plattform „Centrino Duo“ mit zwei Prozessor-Kernen stellt Office-Anwendern zwar eine höhere Rechenleistung bei gleichbleibendem durchschnittlichen Stromverbrauch und deshalb eine verlängerte Laufzeit mit einer Akku-Ladung zur Verfügung, zielt aber mit den von Intel beworbenen, „neuen Features für faszinierende digitale Unterhaltung, flexible Verbindungsmöglichkeiten und sensationelle Performance“ eher auf Freunde digitaler Unterhaltung und mobiler Computer-Spiele. Auf der CeBIT wird diese Konvergenz besonders in dem neuen Ausstellungsbereich „Digital Living“ in Halle 27 thematisiert, und natürlich an den Ständen zahlreicher Aussteller. Einige Neuheiten, die diesen Trend in ihrem Produktdesign widerspiegeln, wurden schon vor der Messe angekündigt. PoS-MAIL stellt hier einige besonders prägnante Beispiele vor.

Intel Viiv: Neue Plattformen und Prozessoren



Auf der Intel „Viiv“ Plattform basierende PCs verfügen über zahlreiche Funktionen für UE-Anwendungen und sind mit Intel Express Chip Sets der Reihen 945/955/975 bestückt.



Die neue Intel Centrino Duo Mobiltechnologie mit Intel Core Duo Prozessor, einer leistungsstarken CPU mit zwei Rechenkernen, kommt in Intel Centrino Duo basierten Notebooks sowie in bestimmten Intel Viiv Technologie-basierten Rechnern zum Einsatz. Der Duo Prozessor erzielt eine hohe

Rechenleistung pro Watt, eine Eigenschaft, mit der die Performance und Akkulaufzeit im schnell wachsenden Notebook-Segment verbessert wird. Die kompakte Bauweise ermöglicht die Herstellung besonders schlanker Entertainment PCs, Notebooks und anderer Unterhaltungsgeräte. „Unser Ziel ist es, mit den neuen Plattformen die kabellose Vernetzung voranzutreiben und dafür zu sorgen, daß digitale Unterhaltung wesentlich einfacher

als bisher genutzt werden kann“, erklärt Intel CEO Paul Otellini. „Wir schaffen damit nicht nur wichtige Maßstäbe im Bereich Mobile Computing, sondern setzen uns durch intensive Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Computerbranche und der Unterhaltungselektronik auch dafür ein, daß Menschen ihr digitales Zuhause bequemer nutzen können und das 'on-demand' Angebot von Filmen, Fernsehen, Musik, Spielen und Fotos im digital home über nahezu jede Art von Bildschirm wiedergegeben werden kann.“ Intel Viiv Technologie (gesprochen 'five') wird aus Intel-basierter Hardware und Software bestehen und soll im Verbund mit der Windows XP Media Center Edition 2005 eine völlig neue Form der Unterhaltung ermöglichen. Viiv PCs werden mit Intel Pentium D, Pentium Extreme Edition oder Intel Core Duo Prozessoren bestückt und mit einer Vielzahl an Ausstattungsmerkmalen in verschiedenen Designs erhältlich sein, z. B. in Form von 'all-in-one' Hybrid-Fernsehern oder als PCs in Buchgröße. Die Viiv PCs verfügen über zahlreiche für die Unterhaltung genutzte Funktionen wie Unterstützung für 5.1 Surround Sound und High-Definition Video und können wie ein Fernseher über eine Fernbedienung gesteuert werden, die im Lieferumfang enthalten ist oder separat gekauft werden kann. Plattformen der Intel Viiv Technologie enthalten die neue Intel 945/955/975 Express Chipsatzfamilie sowie Intel PRO/1000 PM oder Intel PRO/100 VE/VM Netzwerkanbindung. Im Laufe des Jahres 2005 wird die Viiv Plattform über Features zur einfachen Einrichtung eines Heimnetzwerkes verfügen und die Übertragung digitaler Inhalte vom PC auf andere Geräte ermöglichen.



Der HR-1100A von NEC ist das weltweit erste 5 1/4 Zoll PC-Laufwerk für HD DVDs. Durch Abwärtskompatibilität spielt das Laufwerk neben HD-DVDs auch problemlos DVDs und CDs ab. Der von NEC entwickelte Laser-Pickup liest neben rotem und infrarotem Licht auch Optical Disk Informationen mit blauem Licht.

tibel konzipiert und bieten dem Anwender die Sicherheit, alle bereits erworbenen DVDs und CDs weiter abspielen zu können. Die Geräte verfügen über ein High Definition Multimedia Interface (HDMI) für digitale Audio/Video-Verbindungen, das die Übertragung unkomprimierter Videodateien und mehrkanaliger Audio-Signale über ein einziges Kabel ermöglicht.

Kopiergeschützte HD-Inhalte geben die neuen HD-DVD-Player dank HDMI-Schnittstelle mit 720p oder mit 1080i im Ursprungsformat der jeweiligen HD-DVD-Disc aus.

Um die Leistungsfähigkeit moderner HD-Fernseher voll nutzen zu können, lassen sich auch herkömmliche DVDs in die hohen Auflösungen konvertieren. Das Design der neuen HD DVD-Player fügt sich mit edlen Details wie einer motorbetriebenen Tür für den Disc-Einschub perfekt in jedes Wohnzimmer-Ambiente ein. Das Innenleben beider Modelle ist identisch. Der im Preis höher liegende HD-XA1 besitzt ein aufwendiger gestaltetes Gehäuse mit Schock-Absorbern, besserer Abschirmung und ist unter Verwendung von hochwertigen Materialien wie Aluminium, Kupfer und Acryl hergestellt.

NEC Plasma 42XR4: Leuchtbeschichtung für kristallklare Bilder

Bei seinem neuesten 42 Zoll Plasma Display 42XR4 setzt NEC eine neue Technik zur Perfektionierung der Bildqualität ein: Das neue „Crystal Clear Panel“ erreicht durch Ausrüstung mit einer zusätzlichen Leuchtschicht einen besseren Schwarzwert, einen rund doppelt so hohen Kontrast und 20 Prozent mehr Leuchstärke als bisherige vergleichbare Modelle.

Das NEC 42XR4 Display ist HD ready und erfüllt alle Anforderungen und Qualitätsmaßstäbe für hochauflösendes TV (HDTV). Die

neue Emissionsschicht des Crystal Clear Moduls ist auf der Innenseite des Deckglases aufgebracht und liegt unmittelbar über den winzigen Bildpunkt-Zellen. Zusätzlich wird eine höhere Lichtausbeute erreicht, die in einem verringerten False-Contour-Effekt und größerer Leuchstärke sichtbar wird.

Zweifach HD-DVD Multireader von NEC

Mit dem HR-1100A bringt NEC das weltweit erste 5 1/4 Zoll PC-Laufwerk für HD DVDs auf den Markt. Dank seiner Abwärtskompatibilität kann das HD-DVD Laufwerk neben HD-DVDs auch problemlos DVDs und CDs abspielen. Dies wird durch einen von NEC entwickelten Laserkopf ermöglicht, der neben herkömmlichem rotem und infrarotem Licht auch Optical Disk Informationen mit blauem Licht lesen kann. HD DVD Medien werden mit 2facher Geschwindigkeit gelesen. DVD-Minus- und DVD-Plus-Medien können ebenso wie wiederbeschreibbare und Double-Layer-DVDs mit bis zu 8fach-DVD-Geschwindigkeit gelesen werden. Führende Unterhaltungs-



BenQ präsentiert erstmalig zwei PC-Monitore mit HDMI-Schnittstelle. Die 24-Zoll- und 30-Zoll-„HD ready“ Displays unterstützen echte 1080i HDTV-Auflösung.

konzerne haben bereits die Veröffentlichung von 100 ausgewählten Filmtiteln auf HD-DVD angekündigt.

BenQ: Zwei „HD ready“ PC-Monitore mit HDMI

Auf der CeBIT präsentiert BenQ erstmalig zwei als PC-Monitore konzipierte Displays, die mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet sind. Die beiden Breitbildmonitore mit 24-Zoll- und 30-Zoll-Bilddiagonale erfüllen sämtliche „HD ready“-Anforderungen und stellen hochauflösendes Programm-Material verlustfrei in echter 1080i HDTV-Auflösung dar.

Damit sind die beiden neuen Displays auch für den Einsatz im High-Definition-Segment, zum Beispiel in Verbindung mit HD-DVD, Home-Video oder Spielekonsolen bestens geeignet.

Der 24-Zoll-Monitor FP241W besitzt die Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten, erreicht eine Helligkeit von 500 cd/m², das Kontrastverhältnis von 1.000:1 und hat eine Reaktionszeit von 8 ms (Gray-to-Gray). Der Betrachtungswinkel beträgt vertikal wie horizontal 178 Grad. Neben HDMI stehen Eingänge als DVI-D, Sub-D, Composite-Video, Komponenten-Video, S-Video zur Verfügung sowie drei USB-Ports. Der 24-Zoll-Monitor FP241W soll ab Juni zum UVP von 1.200 Euro erhältlich sein.

Mit dem 30 Zoll großen FP301W bringt BenQ einen direkten Konkurrenten zu ähnlichen Displays von Dell und Apple auf den Markt. Das Kontrastverhältnis beträgt 700:1, die Helligkeit 400 cd/m². Die Auflösung beträgt 2.560 x 1.600 Bildpunkte und verlangt naheinerentsprechend leistungsfähigen Grafikkarte. Der Betrachtungswinkel und die Ausrüstung mit Schnittstellen ist bei beiden Modellen gleich. Der 40 Zoll große BenQ FP301W soll ab dem vierten Quartal zum UVP von 1.999 Euro erhältlich sein.

Tobit David V8+ Plattform

Beispiele für die Konvergenz von IT und Consumer Electronics wird es auf der CeBIT nicht nur auf bei den Geräten, sondern auch bei den Programmen geben. So wird

die Tobit Software AG auf der „digital living“ die David V8+ Plattform in der Anwendung eines Home Servers demonstrieren. Dabei soll die ursprünglich als professionelles Client/Server System entwickelte Plattform dazu dienen, den PC zur zentralen Schnittstelle im Home Entertainment auszubauen. Das Besondere dabei: David bringt nicht nur alle Medien unter einer einzigen Oberfläche zusammen, sondern kümmert sich sogar um deren Beschaffung. So können TV-Sendungen nach den Vorlieben der Benutzer automatisch aufgezeichnet und im Video-Archiv abgelegt werden. Von der zentralen „Videothek“ auf der Festplatte des PCs

können dann zum Beispiel Spielfilme abgerufen werden. Der integrierte Mediaplayer erkennt selbständig Werbeunterbrechungen und überspringt sie. Ähnlich soll das mit MP3-Dateien funktionieren: Aus dem aktuellen Radioprogramm werden Musikstücke automatisch und laut Tobit kostenfrei und legal aus dem laufenden Radioprogramm herausgeschnitten und auf der Festplatte abgelegt. Alle notwendigen Informationen zum Künstler, Titel und Genre gibt es gleich dazu. Vom PC aus können die Dateien dann an die Abspielgeräte in den verschiedenen Räumen eines Hauses verteilt bzw. von diesen abgerufen werden.

POS-MAIL INHALT

Sony will 2006 zum HDTV-Jahr machen ... 6

Sharp Aquos LCD-TVs mit neuesten Technologien ... 8

CeBIT-Highlights von LG Electronics ... 9



Interview mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung ... 10

Flachdisplays: Markttrends ... 12

Digitale Inhalte für Premiere in High-Definition ... 14



Hochauflösende Displays optimal präsentieren ... 16

CeBIT-Neuheiten von Hitachi ... 18

Bei Loewe läuft der High-Tech-Vorverkauf rund um die WM ... 19

JVC mit portablem Multimedia-Navi ... 20

PoS-MAIL CeBIT Guide ... 21

Aussteller nach Produktgruppen ... 22

Ausstellerüberblick ... 23



Sony bringt zwei neue Modelle aus der Cyber-shot W Serie ... 25

Panasonic mit neuen Lumix Digitalkameras ... 26

High-Def BoxOne mit Intel Viiv ... 27

BenQ präsentiert auf der CeBIT innovative Digital Lifestyle Produkte ... 28

Laser-Drucker von Samsung: Erfolgs-Serie mit Zukunft ... 29

Bei Nokia gibt es breitgefächerte Handelsunterstützung ... 31

Neues vom 3GSM World Congress ... 33

Deutsche Telekom öffnet neues Kapitel der Telekommunikation ... 34

mobilcom will durch DSL wachsen ... 37

debitel will Präsenz im Handel ausbauen ... 38

Tk-Nachrichten ... 8, 32, 40

Tk-Neuheiten ... 36

Neuheiten ... 18, 20, 27, 40

Aktuell ... 4, 19, 30

Kleinanzeigen ... 42

No(?)sense ... 42

Impressum ... 42

Pos Aktuell

Humax setzt bei HDTV auf den Fachhandel

Gemeinsam mit dem Handel will sich Humax für eine erstklassige Verkaufskultur sowie optimalen Service am Kunden einsetzen und im Vorfeld der Fußball WM ein breites Angebot von PoS-Materialien zur Verfügung stellen. Das hochauflösende Fernsehen ist das dominierende Thema 2006. Doch augenfällig werden die Vorteile von HDTV erst, wenn das neue Fernsehen dem Kunden direkt im Geschäft vorgeführt werden kann: Dafür schnürt Humax Vorführpakete, bestehend aus einem Humax LCD-Fernseher und dem Premiere-geeigneten HDTV-Receiver PRHD1000, die ab sofort dem Handel zur Verfügung gestellt werden. Begleitet wird der Einstieg von Humax ins HDTV mit umfangreichem Präsentationsmaterial und einer umfassenden Broschüre zum Thema, die kostenfrei in den Läden ausliegt oder direkt bei Humax angefordert werden kann. „Wenn sich der Fachhandel auf seine Stärken besinnt, dann macht den Kunden Kaufen wieder Spaß: Hervorragende Beratungsleistung, Zeit für jeden einzelnen Kunden und Fachkompetenz zeichnen den Fachhandel aus. Humax setzt alles daran, nicht nur innovative Heimkino-Produkte zu entwickeln, sondern diese gemeinsam mit dem Handel dem Kunden optimal zu präsentieren. Unser Motto ‚Easy Digital‘ gilt dabei nicht nur für den Humax-Nutzer zu Hause, sondern eben auch für unsere Unterstützung der Händler“, so Hans-Ullrich Sinner, Leiter Marketing und Vertrieb der Humax Digital GmbH. Auch im Internet können sich Fachhändler ab sofort im Händlerbereich unter <http://partner.humax-digital.de> registrieren und dort Antworten auf Fragen finden, die während eines Kundengesprächs entstehen, Produktinformationen nachschlagen etc. Für beste Beratungsleistungen werden zudem nicht nur regelmäßige Produktschulungen durchgeführt, sondern auch umfangreiches Printmaterial wie Broschüren und Flyer immer auf dem aktuellsten Stand gehalten.

NEC feiert Projektoren-Erfolg mit Sonderaktion

Mit hohem Qualitätsanspruch und breiter Produktpalette liegt NEC das fünfte Jahr in Folge im Projektoren-Markt an der Spitze. Zur Feier dieses Anlasses verlängert NEC in einer Sonderaktion die Garantie für vier Modelle auf fünf Jahre. Die Aktion läuft noch bis Ende März und gilt für die Pro-

jektoren-Modelle LT30, LT35, LT280 und LT380. Laut DTC (Decision Tree Consulting) ist die Zahl der verkauften Multimedia-Projektoren in Deutschland im Vergleich zum Jahr 2004 um neun Prozent gestiegen. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 277.841 Geräte verkauft. NEC liegt dabei an der Spitze und hält mit 10,8 Prozent den höchsten Marktanteil. Rund 30.000 NEC Projektoren landeten in Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Wohnzimmern. Auch in der Gesamtregion EMEA legte NEC um mehr als zehn Prozent zu und erreichte einen Marktanteil von 7,86 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr hat NEC mit fast 123.000 Projektoren rund 12.500 Geräte mehr verkauft.

Thomas Nedder, General Manager im Bereich Projektoren, erklärt den Erfolg so: „Unsere Produktpalette reicht vom preisgünstigen Einsteigermodell bis zum High-End-Modell. Ob Geschäftsmann oder Heimkinofan, wir bieten jedem das passende Gerät und stellen den Service in den Mittelpunkt. Das unterstreichen wir mit unserer Sonderaktion zur Verlängerung der Garantie von drei auf fünf Jahre.“ Zudem setzt NEC stark auf den Fachhandel, der den Kunden kompetent berate.

Die Marktforscher sagen für den Projektorenmarkt weiteres Wachstum voraus: Im Jahr 2006 wird eine Steigerung der Verkaufszahlen um mehr als zehn Prozent erwartet. „Kein Wunder“, so Nedder, „wir befinden uns in einem sehr dynamischen Markt mit stets neuen technischen Anforderungen. Zu Beginn werden diese Neuerungen meistens von professionellen Anwendern eingesetzt, jedoch nach relativ kurzer Zeit steigt die Nachfrage auch bei technikbegeisterten Heimkinofans.“

Herweck startet mit Arcor „Smile Card“-Aktion

Bei Herweck läuft derzeit eine Arcor Smile Card-Aktion: Bis zum 31. März hält Herweck für jeden Fachhändler pro Arcor Non-



TAL oder TAL DSL-Auftrag eine Smile Card im Wert von 20 Euro bereit. Die Smile Cards werden ab einer Freischaltungsleistung von fünf Arcor DSL-Anschlüssen im



Aktionszeitraum versendet. Mit der Smile Card kann der Händler machen, was immer er möchte: Kino-, Theater- oder Restaurantbesuch, Sonntagsbrunch, Schwimmbad, Sauna oder Fitneßtraining. Einem gemütlichen Abend zu Hause bei einer guten Flasche Wein und einem interessanten Buch steht ebenfalls nichts entgegen. Einzige Bedingung, die Herweck stellt: Es muß Spaß machen. Der Rechnungsbeleg der Aktivität, die ein Lächeln erzeugt hat, wird einfach zusammen mit der ausgefüllten Smile Card versendet: Der Wert dieser Karte wird dann sofort per Überweisung erstattet.

Toshiba Consumer Products will sich auf LCD-TV konzentrieren

Toshiba Consumer Products kündigt an, sich künftig im Fernsehbereich ausschließlich auf LCD-TV zu konzentrieren und sich von den Produktparten Rückprojektions-, Plasma- und Röhren-TV zu trennen. Der Konzern begründete seine strategische Entscheidung damit, daß in der Unterhaltungselektronik LCD das Segment mit dem schnellsten Wachstum auf hohem Niveau ist. Verkaufszahlen und Medienberichte belegen die sehr gute Ausgangssituation Toshibas. Mit der Fokussierung auf LCD will das Unternehmen seine Position weiter ausbauen.

Bereits im Dezember 2005 stellte Toshiba die Produktion von Rückprojektions-TVs ein. Damit ist für das Unternehmen eine überaus erfolgreiche Ära zu Ende gegangen: Oftmals war Toshiba Marktführer in Deutschland, wie zum Beispiel im gesamten Jahr 2004. Durch die stetig sinkenden Preise von Plasma- und LCD-TV sowie den Lagerabbau im Handel war die Nachfrage nach Rückprojektions-TV allerdings extrem rückläufig, allein im Oktober/November 2005 ist der Markt stückzahlenmäßig um 35,1 Prozent zurückgegangen. Mit der Abkündigung der Produktparte hat Toshiba auf die veränderte Marktsituation reagiert. Ebenfalls trennen wird sich Toshiba im März von Röhren-TV.

Auch Plasma-TV wird Toshiba in Zukunft nicht mehr anbieten. Der enorme Qualitätssprung der LCD-Panels, die starken Preissenkungen in größeren Bildschirmklassen und geringere Folgekosten für die Konsumenten sind die wesentlichen Argumente dafür, daß Toshiba die LCD-Technologie bevorzugt und sich gegen den Vertrieb von Plasma-TV entschieden hat. Ein weiteres Argument gegen die drei Produktbereiche sei das Inkrafttreten neuer Umweltrichtlinien, die schwere Geräte stärker belasten als leichte, hieß es. „Rückprojektionsfernseher sind in den vergangenen Jahren ein sehr wichtiges Standbein für uns gewesen, so daß es uns schwerfällt, uns von diesem Produktseg-

ment zu verabschieden“, so Klaus Dieter Dahl, General Manager bei Toshiba Consumer Products. „Um aber am Markt erfolgreich zu sein, muß man rechtzeitig erkennen, wann Produkte keine Zukunft mehr haben und seine strategischen Entscheidungen konsequent an diesen Erkenntnissen ausrichten. Deshalb stellen wir nicht nur Rückprojektion, sondern auch Plasma und die klassische Bildröhre ein. Wir haben derzeit im LCD-Markt eine ausgezeichnete Ausgangsposition und Produkte mit hervorragender Qualität. Daher konzentrieren wir uns im Bildbereich auf dieses Zukunftssegment.“

Vertriebspartner von O₂ und Teleround traten zur Reise an

Zu einem Winterabenteuer der besonderen Art hatten O₂ und die Kooperationszentrale Teleround zwölf ihrer wichtigsten Vertriebspartner eingeladen. Im Rahmen eines Reise-Incentives nach Schwedisch Lappland führen die Händler auf Schneemobilen durch die Wildnis und stellten ihre Winter-tauglichkeit bei einer Fahrt mit dem Hundeschlitten unter Beweis. Die viertägige Erlebnisreise Ende Januar hatte aber noch weitere Highlights zu bieten: So kamen die Abenteurer bei einer Polarnacht-Tour mit anschließendem Hüttenabend auf ihre Kosten. Um den Minustemperaturen zu trotzen, erhielten alle eine umfangreiche Ausrüstung. Gewappnet mit Thermozügen und Sturmhauben konnten sie die vielfältigen Winteraktivitäten genießen. Für den Komfort sorgte die Unterbringung im Vier-Sterne-Hotel Laponia, wo am Abend Sauna und Spa-Bereich zum Relaxen einluden. Für die Händler war es ein unvergeßlicher Kurzurlaub im hohen Norden und zugleich eine gute Gelegenheit, sich näher kennenzulernen. Tino Cafaro, Geschäftsführer der tCompany.de aus Vaihingen, zeigte sich begeistert von der exklusiven Veranstaltung: „Mit dieser Reise haben O₂ und Teleround einmal mehr gezeigt, daß sie ihre Händler ernst nehmen und auf eine enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit setzen. Es war ein außergewöhnliches Erlebnis, und wir haben alle nachhaltige Eindrücke mitgenommen.“

Neuer Key Account Manager bei TTE Sales Germany & Austria

Steffen Eißner ist seit Anfang Januar dieses Jahres neuer Key Account Manager bei der TTE Sales Germany & Austria GmbH. Eißner war unter anderem verant-



wortlicher Vertriebsmitarbeiter bei der LG Electronics Deutschland GmbH. Zuletzt war er als Key Account Manager bei der Schneider Electronics GmbH in Mindelheim beschäftigt.

Carsten Schmidt wird Vorstand bei Premiere

Der Aufsichtsrat der Premiere AG hat Carsten Schmidt (42) als neuen Vorstand Sports und New Business mit Wirkung zum 1. März berufen. Schmidt folgt auf Hans Mahr, der das Unternehmen Ende

Plus X Award für Ökologie

Mit noch mehr Medialeistungen für seine Gewinner geht der Plus X Award ins dritte Jahr seines Bestehens. Dabei kommen 2006 zwei wichtige Neuerungen hinzu: Eine weitere Produktgruppe für Wohntechnik und ein viertes Auszeichnungssiegel liefern noch mehr Argumente für die Marke. Sparsamer Strom-, Wasser- oder Reinigungsmittel-Verbrauch wird nun auch beim größten europäischen Technologie-Contest thematisiert. Das Siegel „ausgezeichnet für Ökologie“ oder, in der englischen Variante, „achieved for Ecology“, komplettiert die Erfolgskategorien des Marken-Wettbewerbs und zeigt zudem ein herausragendes Verkaufsargument auf.

Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von Electronic-Partner und Vorsitzender des Jury-Panels für Elektrogeräte und Wohntechnik, bekräftigt die Notwendigkeit der neuen Auszeichnung: „Ökologie bedeutet im eigentlichen Wortsinn: Die Wissenschaft vom Haushalt. Mit der zur Verfügung stehenden Energie haushalten und gleichzeitig Spitzentechnologie mit Begeisterung entwickeln und nutzen – auch das sind entscheidende Impulse für unsere Branche. Ökologisch wertvolle Spitzentechnologie ist ein Thema, das insbesondere die EP: Markenhändler ihren Kunden mit Begeisterung erläutern werden.“ Neben Mobil- und Heimtechnologie wird eine achte Produktgruppe anerkannt: In der Sparte „Wohntechnik“ können sich Hersteller von Netzwerk- und heimischen Sicherheitstechniken ebenso beteiligen wie Produzenten von elektronisch ausgestatteten Möbelstücken, fortschrittlichem Ambiente-Zubehör und Beleuchtungs-Accessoires. Die Auszeichnungen in diesem Bereich sollen auf dem zukunftssträchtigen Markt des „intelligenten“ und „vernetzten“ Heimes für Orientierung beim Einkauf sorgen.

Der Plus X Award 2006 wird mit erheblich erweitertem Umfang durchgeführt. 18 spezialisierte Jury-Mitglieder werden die Produkte fachkompetent und objektiv in den verschiedenen Kategorien bewerten.

Februar im beiderseitigen Einvernehmen verlassen hat. Schmidt verantwortete bisher als Sportchef die Redaktion und die Produktion des gesamten Sportangebotes von Premiere. In seiner neuen Funktion ist er zusätzlich für den Sportrechteinkauf von Premiere zuständig. In seinem Bereich



sind darüber hinaus das Geschäft mit Sportwetten und Gewinnspielen sowie die Werbevermarktung angesiedelt. Schmidt übernimmt ferner die Programm-geschäftsführung von Premiere Österreich.



Einfach clever. T-Mobile@home.

Jetzt auch für Selbstständige und Unternehmer.

- Für nur 3,4 Cent netto pro Minute mit dem Handy ins deutsche Festnetz telefonieren.*
- Kostenlos mit bis zu 4 Kollegen von Handy zu Handy telefonieren.

Infos unter Kurzwahl 2828, www.t-mobile.de/business, im T-Punkt und beim T-Partner Business.
Besuchen Sie uns auf der CeBIT, Halle 26.

Flexibler arbeiten, mehr vom Leben.
Mit einer Office in your Pocket-Lösung von

T · · Mobile · · ·

* Angebot gilt bei Abschluss eines T-Mobile Mobilfunkvertrages im HomePhone-Tarif mit einer Mindestlaufzeit von 24 Monaten und diesen Konditionen (zzgl. MwSt.). Mtl. Grundpreis 13,75 € (dieser verringert sich auf 4,27 €/Monat bei Einbindung einer T-Mobile@home Business-Option, die zu jedem T-Mobile Business-Laufzeitvertrag hinzugebucht werden kann [Für die T-Mobile@home Business-Option fällt ein mtl. Optionspreis von 4,27 € an. Mindestlaufzeit 3 Monate; Voraussetzung ist ein bestehender T-Mobile Business-Mobilfunkvertrag z. B. im Tarif Business Relax 50 mit diesen Konditionen: Mtl. Paketpreis für Inklusivminuten 12,93 €; das mtl. Minutenpaket wird angerechnet auf alle Inlandsgespräche von T-Mobile Deutschland zu T-Mobile Deutschland, ins dt. Festnetz (ausgenommen Sonder- und Servicenummern; Restguthaben verfällt am Monatsende) und zur Mobilbox. Abrechnung erfolgt im 60/1-Sekunden-Takt. Für Verbindungen außerhalb des Minutenpakets fallen z. B. für Standard-Inlandsverbindungen 0,22 € bzw. 0,52 €/Min. an]). Der HomePhone-Tarif kann nur innerhalb des eigenen T-Mobile@home Bereiches (in einem Umkreis von bis zu 2 km, abhängig von der Lage des Standortes) genutzt werden. Für Gespräche ins dt. Festnetz fallen 0,034 €/Min. (außer zu Service- und Sonderrufnummern; Abrechnung erfolgt im 60/60-Sekunden-Takt) an. Der HomePhone-Tarif ist mit den zugrunde liegenden Konditionen zunächst bis 31.03.2006 buchbar.

Sony will 2006 zum HDTV-Jahr machen

Wer zuerst kommt...

Sony will im Jahr 2006 das hochauflösende Digitalfernsehen HDTV besonders in den Blickpunkt rücken. In allen wichtigen Produktsegmenten (TV, Beamer, Camcorder und Vaio Notebooks) sollen HD-Produkte eingeführt werden. Dazu gibt es massive Werbeaktivitäten. Auch den High-Tech-Fachhandel will Sony mit wirksamer Unterstützung „HD ready“ machen.

Nach Ansicht von Burkhard Brache, Senior Product Marketing Manager TV, hat der HDTV-Aufschwung in Europa bereits begonnen. Getrieben wird diese Entwicklung nicht nur von den Geräte-Herstellern, sondern auch von den Satelliten-Betreibern und Pay-TV Sendern. Spürbare Impulse werden zudem von zentralen Medien-Ereignissen wie den Olympischen Winterspielen und vor allem der Fußball-Weltmeisterschaft erwartet.

Im Jahr 2005 verfügten in Europa rund zwei Millionen oder 1,2 Prozent aller Haushalte über ein HDTV-fähiges Empfangsgerät; diese Zahl soll sich in diesem Jahr fast verdreifachen. Im Jahr 2008 erwartet Sony für HDTV-Displays eine Haushaltspenetrationsrate von 12 Prozent – das wären 20 Millionen Haushalte in Europa. Allerdings werden nur drei Millionen von ihnen zu diesem Zeitpunkt HD-Dienste empfangen können.

Nicht nur Fernseher

Sony stellt für diesen jungen Wachstumsmarkt eine breite Produktpalette bereit, die mehr umfaßt als nur (Flachbild-)Fernsehgeräte. Bereits Ende 2004 kam mit der



HDTV bedeutet bei Sony mehr als Fernseh-Geräte und umfaßt eine ganze Produktwelt von der Aufnahme über die Verarbeitung bis zur Wiedergabe.

Handycam FX1 der erste HDV-Camcorder auf den Markt; später folgte die Handycam HC1, die sich zu einem Verkaufsschlager entwickelte und den Marktanteil des HDV-Formates im Herbst letzten Jahres auf 1,7 Prozent steigerte. Das klingt nicht viel, macht aber eine Menge Umsatz aus, denn wertmäßig lag die Handycam HC1 im Oktober vergangenen Jahres auf Platz 5 der Bestsellerliste. Wenn diese Ausgabe von PoS-MAIL gedruckt ist, wird Sony mit der ultrakompakten Handycam HC3 ein ausgesprochen kompaktes und amateurgerechtes Modell einführen, das mit einem Verkaufspreis von rund 1.600 Euro das hochauflösende Format für eine weitaus größere Zielgruppe als bisher erschwinglich macht. Damit will Sven Dabelstein, Senior Pro-

duct Manager Camcorder, den Formatanteil von HDV im Jahresdurchschnitt 2006 verdoppeln. Mit dem Sony Desktop-PC Vaio VGC-RC 102 steht dem ambitionierten Amateur zudem eine HD-Multimedia-Plattform zur Verfügung, auf der er seine HD-Videos schneiden, vertonen und speichern kann.

Die Palette von HDTV-fähigen Flachbild-TVs hat Sony bereits im letzten Jahr konsequent aufgestellt. In der Einstiegsklasse stehen neun Geräte der S-Serie mit Bildschirmdiagonalen bis zu 40 Zoll zur Verfügung. Aufsteiger können unter drei Modellen der V-Serie wählen, und in der Spitzenklasse der W-Serie bietet der KDL-W40A11E nicht nur exzellente Bildqualität mit Bravia Engine und 3 D Kammfilter, sondern auch ein leistungsstarkes Sound System mit integriertem Subwoofer. In der zweiten Hälfte dieses Jahres sollen Bildschirmgrößen über 46 Zoll folgen und die W-Serie durch die X-Serie abgelöst werden.

Dazu kommen Rückprojektorgeräte mit 3-LCD-Technik und Bildschirmdiagonalen bis zu 50 Zoll, die zu erschwinglichen Preisen Kino-Atmosphäre ins Wohnzimmer bringen. Wer mehr Kino will, kann inzwischen auf zwei Sony HDTV-Projektoren zurückgreifen. Bereits das High-End-Gerät Qualia 004 festigte als erstes Modell auf dem Markt mit voller HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln Sonys Vorrei-

terrolle. Mit dem VPL-VW100 folgte inzwischen ein zweiter Projektor, der auch einem breiteren Publikum ein echtes Kino-Erlebnis ermöglicht.

Software und Produktion

Schon bald will Sony mit Filmen auf HD-fähigen Blu-Ray-Disks dafür sorgen, daß jedermann in den Genuß von HDTV-Bildern kommen kann. Dafür sollen im Sommer dieses Jahres die ersten Blu-Ray-Player kommen, denen später Blu-Ray-Recorder und -Laufwerke für den PC folgen werden. Für den Empfang von HDTV-Programmen will Sony im April und Mai in bestimmten Vertriebskanälen Sony TVs mit Humax HDTV Receivern im Bundle vertreiben. Insgesamt will Humax Geschäftsführer Franz Simais bis zur WM 200.000 HDTV Set-Top-Boxen in Deutschland an den Mann bzw. die Frau bringen.

Umfassende Kommunikation

Nicht nur mit der Produktpalette, sondern auch mit den Marketing-Aktivitäten will sich Sony an die HDTV-Spitze setzen. Bereits seit November vergangenen Jahres läuft auf wichtigen Sendern der aufmerksamkeitsstarke Werbespot

für die Bravia Engine, bei dem Michael Ballack als HD-Botschafter auftritt. Das Engagement des Fußball-Stars wird zur WM deutlich verstärkt. Exklusiv mit Pro7 plant Sony eine TV-Kampagne mit Ballack, die durch redaktionelle Integration in affine Sendeformate und Produkt-Promotions, Gewinnspiele usw. verstärkt werden soll. Zum gleichen Thema gibt es auch eine exklusive Kooperation mit der Zeitschrift TV digital, und natürlich soll das Thema HD auch am PoS eine große Rolle spielen: Bis März will Sony 225 HD-Displays beim Fachhandel plazieren, die die neue Bildqualität durch Zuspaltung mit HD-Inhalten demonstrieren. Dabei soll mit den Ergebnissen des Video-Kunstprojekts Bravia Motion Art eine junge, lifestyle-orientierte Zielgruppe angesprochen werden. Unterstützt wird der Handel auch durch umfassende Seminar-Maßnahmen, die Roadshow, ein HD-Online Training im Internet und ein breites Sortiment an Broschüren. Dafür, daß den HDTV-Konsumenten auch Programme und Filme zur Verfügung stehen, sorgt Sony übrigens schon seit Jahren. Denn das Unternehmen ist bekanntlich ein führender Ausrüster in der Fernseh-Produktion, wo HD in verschiedenen Formaten inzwischen schon fast Routine ist. Rund 40.000 Aufnahmegeräte sind weltweit bereits im Einsatz, und in Europa sind bereits jetzt 20 HD-Übertragungswagen in Betrieb; in diesem Jahr sollen 15 weitere allein von Sony – das Unternehmen hält einen Marktanteil in diesem Segment von 50 Prozent – dazu kommen. Denn die Verantwortlichen wissen: Wer morgen in HD senden will, muß heute HD produzieren.

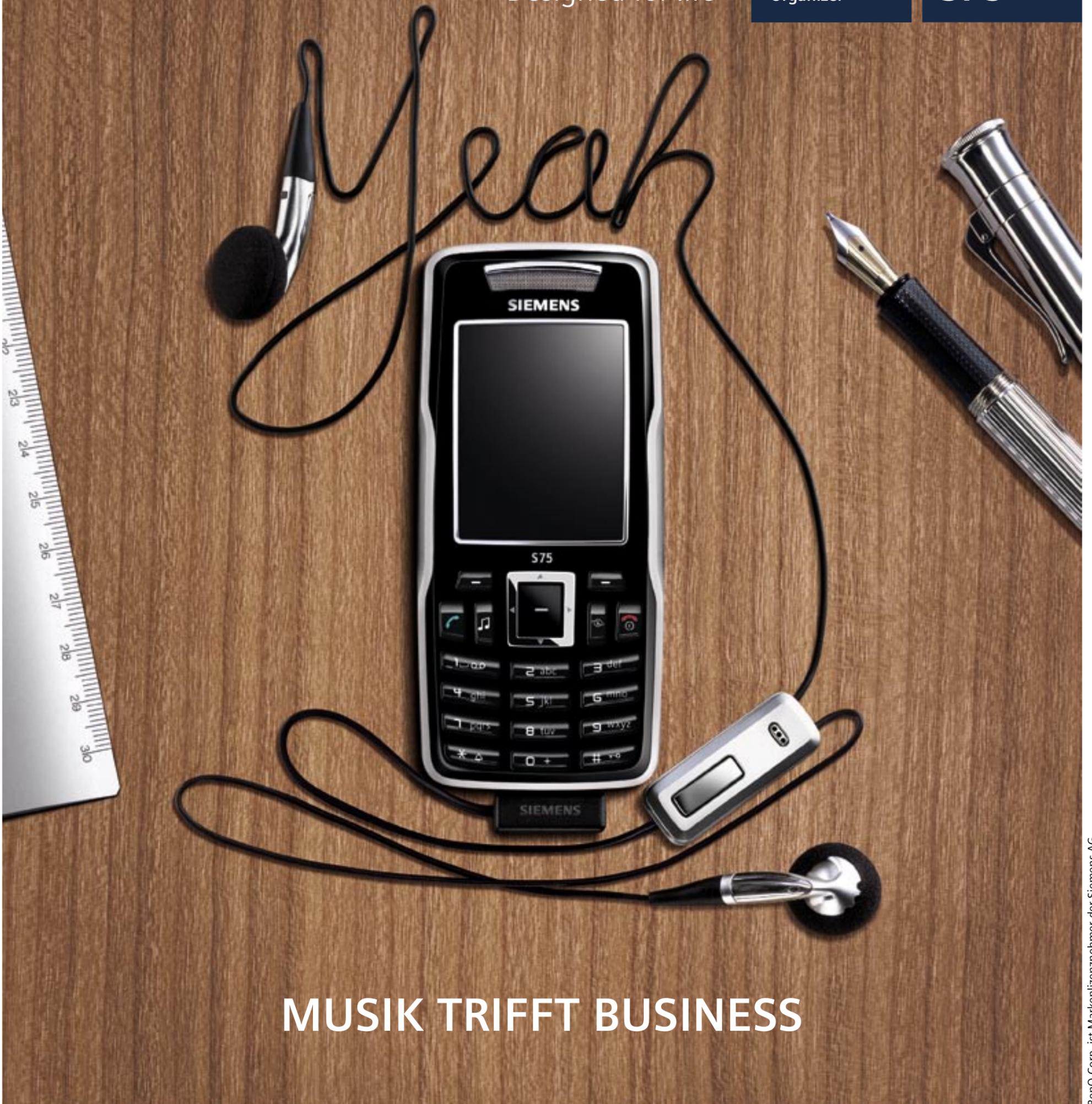


Aufmerksamkeitsstarke HD-Displays sollen beim Fachhandel die Bildqualität von HDTV demonstrieren.



Mit der neuen, kompakten Handycam HC3 für 1.600 Euro (UVP) will Sony neue Zielgruppen für das HD-Video begeistern.

Designed for life



MUSIK TRIFFT BUSINESS



DAS S75 MIT VOLL AUSGESTATTETEM ORGANIZER

Auf alles bestens vorbereitet: mit High-Speed-Datenübertragung, Bluetooth®, einer Unified Inbox und einem voll ausgestatteten Organizer. Wenn Sie zwischendurch mal den Kopf frei bekommen wollen, verwandelt sich das S75 mit nur einem Tastendruck in einen Music-Player mit Audio- und Video-Streaming.

SIEMENS

by **BenQ**mobile

Sharp Aquos LCD-TVs mit neuesten Technologien

Im Jahr der Fußball WM präsentiert Sharp gleich ein ganzes Paket an neuen Technologien zur Optimierung seiner Aquos LCD-TVs, die im Zusammenspiel beste Qualität gewährleisten.

Im Mittelpunkt steht eine neue Generation der Sharp Advanced Super View LCD-Panels. Die horizontalen und vertikalen Einblickwinkel der neuen Panelgeneration für Full-HD und HD ready konnten von bislang 170 Grad auf 176 Grad gesteigert werden. So läßt sich beispielsweise eine ganze Fußball-Mannschaft im Halbkreis vor dem heimischen Fernseher platzieren, ohne daß die außen positionierten Spieler Kontrast- oder Farbbrillanz-Einbußen in Kauf nehmen müssen. Das Kontrastverhältnis der neuen Panels ist mit 1:1.200 um 50 Prozent höher als bei der vorherigen Generation. Die neue Funktion Dynamic Contrast Enhancement

(DCE) sorgt zusätzlich für eine dynamische Erhöhung der Kontraste in hellen und dunklen Arealen des Bildes und somit für eine noch größere Plastizität und eine Verstärkung des dreidimensionalen Eindrucks.

Mit der verbesserten Sharp Quick Shoot Technologie konnte die Pixelgeschwindigkeit von zwölf auf sechs Millisekunden (Gray to Gray) halbiert werden. Dies wird insbesondere Sportfans und Computerspieler freuen.

Neuheiten auf der CeBIT

Wie in den letzten 25 Jahren ist Sharp auch auf der diesjährigen CeBIT präsent und wird auf über 2.000 Quadratmetern die Highlights seiner Produktpalette zeigen.

Besondere Schwerpunkte 2006 sind neben digitalen Dokumenten-Systemen und Mobiltelefonen professionelle LCD-Monitore und LCD-TVs. „Wie bereits in den letz-



„Die CeBIT wird die beste Voraussetzung bieten, dem Handel die neuesten LCD-TV-Modelle noch vor dem Verkaufsstart zu demonstrieren“, so Gunter Kürten, General Manager Retail Sales Division bei Sharp Electronics Germany/Austria, im Rahmen des CeBIT Previews in Hamburg.

ten Jahren wollen wir in Hannover unser LCD-TV-Portfolio vorstellen und rund um die CeBIT unsere Modellpalette erneuern. Die CeBIT wird demnach die beste Voraussetzung bieten, um dem Handel die neuen Modelle noch vor dem Verkaufsstart zu demonstrieren“, so Gunter Kürten, General Manager Retail Sales Division bei Sharp Electronics Germany/Austria, im

Rahmen des CeBIT Previews in Hamburg.

Zum Zweck der erweiterten Produktpräsentation hat Sharp auf der diesjährigen CeBIT noch zusätzliche Fläche angemietet. Im Vordergrund stehen hier Nachfolgemodelle mit der innovativen PALoptimal-Technologie, die speziell für den europäischen Markt entwickelt wurde. Zudem sollen eine komplett neue HD ready-Serie und hierbei auch zunehmend Modelle mit großen Bildschirmdiagonalen und voller HDTV-Auflösung (1.920 x 1.080) präsentiert werden.

Erweitertes HD ready Line-up

Mit drei neuen Aquos Modellen der GD9E- und zwei neuen Modellen der GA9E-Serie erweitert Sharp sein HD ready Line-up um fünf Geräte. Mit der Kombination aus verschiedenen Bildverbesserungstechnologien setzt Sharp neue Maßstäbe. So wirken die Farben

auf dem Display noch einmal viel brillanter und satter. Die optimierten Scaler-Algorithmen sorgen für eine Bildschärfe, die das Potential der hochauflösenden Sharp-Panels besser nutzen lassen. Auch das ruckelfreie und scharfe Bild beim Abspielen von DVDs und anderen Video-Quellen setzt neue Standards, die insbesondere beim Abspielen von HDTV-Bildern zur vollen Geltung kommen.

Aber nicht nur die Bilddarstellung wird bei den neuen Geräten verbessert. Die Lautsprecher bieten mit 2 x 15 Watt satten Kinosound. Das Auto Volume Control (AVC) senkt in Werbepausen die Lautstärke automatisch auf das Niveau des gesehenen Programms. Darüber hinaus wirken Stimmen dank der Clear Voice Funktion noch klarer. Auch in punkto Schnittstelle sind die neuen Geräte überzeugend. Sowohl die silberne GA9E-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 94 und 80 cm als auch die GD9E-Serie mit 113,94 und 80 Zentimetern sind mit jeweils zwei HDMI-Schnittstellen mit HDCP-Unterstützung und zwei Scart-Anschlüssen ausgestattet. Über die RS-232C-Schnittstelle können die Geräte zusätzlich vom PC aus gesteuert sowie über den analogen PC-Eingang RGB als Monitore genutzt werden. Ein Adapterlabel für einen Komponenteneingang auf VGA wird mitgeliefert. *miz*

PoS Aktuell

Plantronics zeigt auf der CeBIT neue DECT- und Bluetooth-Headsets

Der Headset-Hersteller Plantronics stellt auf der CeBIT (Halle 12, A38) unter dem Motto „Find your Space“ neue schnurlose Bluetooth- und DECT-Headsets für maximale Mobilität und hervorragenden Sound vor. Ein zentrales Thema des Plantronics-Messeauftritts ist die Konvergenz zwischen Musik und Telefonie über das Headset: Musikhören und dabei keinen Telefonanruf verpassen.

Auf dem Messestand von Plantronics kann der Besucher alles selbst ausprobieren: wie moderne Soundtechnik die Qualität von Sprache und Musik verbessert, wie der Arbeitsplatz der Zukunft aussieht und wie VoIP im Büro, am Computer daheim und mit dem Notebook unterwegs funktioniert. Wie groß die qualitativen Verbesserungen durch Techniken wie DSP (Digital Sound Processing), Wind Smart und Volume Logic beim Telefonieren und Musikhören sind, darüber kann sich der Messebesucher in einem komfortablen Demobereich informieren. Während DSP klaren Sound ermöglicht, filtert WindSmart störende Windgeräusche heraus, und Volume Logic sorgt dafür, daß MP3-Dateien optimale Wiedergabequalität haben.

Auch diese Vision läßt sich auf der CeBIT erleben: Im Büro der Zukunft nehmen Telefonierer ihre Gespräche über ein schnurloses Headset dank Multipoint-Technik vom Bürotelefon oder dem Handy entgegen. Zugleich ist man nicht

mehr an einen bestimmten Arbeitsplatz gebunden, sondern kann sich frei bewegen und sein Arbeitsumfeld neu gestalten: „Find your Space!“ Der Demobereich Future@work veranschaulicht, wie der Arbeitsplatz der Zukunft aussehen kann. Wer überall in der Welt unter einer Nummer erreichbar sein und kostengünstig telefonieren will, für den ist VoIP das Richtige. Ganz gleich, ob man vom Büro, dem heimischen Computer oder mit dem Notebook aus an einem Hotspot über das Internet telefoniert. VoIP mit schnurlosen und kabelgebundenen Headsets ist am Plantronics Messestand für die Bereiche Business, Home und unterwegs anschaulich dargestellt.

T-Mobile bietet mobile Multiplayer-Games für Bluetooth-Technik

T-Mobile bietet jetzt auch Multiplayer-Games für Bluetooth an. Damit können mehrere Handynutzer über die Nahbereichs-Funktechnik zum gemeinsamen Spiel antreten. So sind zum Beispiel beim virtuellen Pingpong-Match spannende Ballwechsel garantiert. Die Bluetooth-Technik, mit der viele aktuelle Mobiltelefone von T-Mobile ausgestattet sind, sorgt kabellos für den rasanten Datenaustausch zwischen den Handys der Spieler. Die Verbindungen stehen kostenlos zur Verfügung. T-Mobile geht mit den Bluetooth-Games in Deutschland, Österreich, Großbritannien und den Niederlanden an den Start.

Die ersten Handygames von T-Mobile mit Bluetooth-Fähigkeit sind Cannonball, Pocket Glider, Space A und Top Trumps Football Legends. Cannonball ist ein Pingpong-ähnliches Action- und Taktik-

spiel. Siegen kann nur, wer strategisch klug spielt und schnell reagiert. Bei Pocket Glider streifen sich die Mitspieler virtuell Pilotenanzüge über und suchen in wundervollen Abenteuern per Flugzeug ihren Weg durch rätselhafte Geheimplabyrinth. Galaxy Odyssey ist ein schnelles Weltraum Shooter-Game, in dem sich die Spieler durch eine Horde von Weltraummonstern kämpfen müssen. An Duellen mit F14-Kampfmaschinen erinnert Space A, ein weiteres actiongeladenes Shooting-Spiel. Mit Top Trumps Football Legends kommt pünktlich zur Fußball WM ein Quartett-Spiel rund um die berühmtesten Ballkünstler auch auf den mobilen Markt. Spiele- und Fußballfans können Football Legends-Partien allein oder über die Bluetooth-Schnittstellen gegen Freunde spielen. Dabei ringen auf den Displays 30 Fußballerlegenden von heute und gestern um die höheren Werte bei „Internationale Cups“, „Internationale Tore“, „Anzahl der Clubs“ und „Ehrungen“.

Um eines der genannten Games gemeinsam spielen zu können, müssen alle Mitspieler über Bluetooth-fähige Handys von T-Mobile verfügen und das gewünschte Spiel auf dem Handy gespeichert haben. Die vier Spiele sind zunächst exklusiv bei T-Mobile erhältlich und stehen zum Download im mobilen Portal t-zones im Menü Games/Multiplayer&3D bereit. Der Preis pro Spiel beträgt 4,99 Euro, hinzu kommen die Kosten für die mobile Datenübertragung entsprechend der gewählten Datenoption.

T-Mobile bietet die Multiplayer-Games für Bluetooth in Zusammenarbeit mit wait4u und THQ Wireless an. wait4u ist einer der führenden internationalen Produzenten von Mobile Games mit Standorten in Südkorea und Deutschland. THQ Wireless

als einer der weltweit führenden Handyspielerhersteller mit Niederlassungen in den USA, London, Düsseldorf, Paris und Melbourne hat sich ganz auf die Entwicklung und Veröffentlichung innovativer Entertainment-Software für Mobiltelefonplattformen spezialisiert.

Für Zuhause-Kunden gibt es bei Vodafone neue Tarifangebote

Ab sofort gibt es für Vodafone-Kunden neue Angebote bei Vodafone Zuhause. Mit der neuen Vodafone ZuhauseOption und der Vodafone ZuhauseFlatrate soll das mobile Telefonieren im Zuhause-Bereich besonders günstig werden. In der ZuhauseOption, die für fünf Euro extra pro Monat zu einem Mobilfunkvertrag mit Mindestlaufzeit hinzugebucht werden kann, sind eine Festnetznummer sowie günstiges Telefonieren innerhalb des Zuhausebereiches enthalten: Für vier Cent pro Minute telefonieren Kunden rund um die Uhr günstig zu Standardnummern im deutschen Festnetz.

Zusätzlich gibt es für alle, die viel von Zuhause aus telefonieren, optional die Vodafone ZuhauseFlatrate, die zu einem Mobilfunkvertrag mit ZuhauseOption hinzugebucht werden kann. Damit telefonieren Vodafone-Vertragskunden für weitere 15 Euro extra monatlich mit ihrem Handy von zu Hause aus unbegrenzt zu Standardnummern ins deutsche Festnetz und zu den 29 Millionen Kunden im deutschen Vodafone-Netz.

Die Vodafone ZuhauseOption und die Vodafone ZuhauseFlatrate ersetzen ab sofort die bislang angebotene Vodafone ZuhauseMobil Tarifooption. Die beiden neuen Optionen haben eine Mindest-

laufzeit von drei Monaten. Neu- und Bestandskunden können ab sofort beide Optionen im Vodafone-Shop oder telefonisch an der Hotline unter der Kurzwahl 1212 kostenlos aktivieren. Vodafone-Kunden, die den Tarif ZuhauseMobil gebucht hatten, werden auf Vodafone ZuhauseOption und Vodafone ZuhauseFlatrate umgestellt und profitieren damit automatisch von den verbesserten Konditionen. Als Einführungsangebot bekommen alle Kunden, die sich im Aktionszeitraum bis zum 31. März für die Vodafone ZuhauseFlatrate entscheiden, diese während der ersten beiden Monate gratis. Damit sparen sie 30 Euro.

Vodafone hat im Jahr 2005 2,2 Millionen neue Kunden hinzugewonnen

Vodafone hat im vergangenen Jahr 2,2 Millionen neue Kunden hinzugewonnen. Alleine im Weihnachtsquartal kamen rund 900.000 neue Kunden hinzu. Der Kundenbestand wuchs damit auf 29,2 Millionen. Darunter sind inzwischen 1,45 Millionen UMTS-Kunden, die damit Fernsehen auf dem Handy sehen, Musik auf das Handy herunterladen oder das Notebook mobil anbinden können. Auch die neuen Produkte und Tarife von Vodafone Zuhause finden guten Zuspruch. In Deutschland ist der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) gesunken, im Quartal Oktober bis Dezember 2005 lag er bei 22,9 Euro. Der Umsatz im letzten Quartal bewegte sich auf Vorjahresniveau. Erfreulich ist die Entwicklung bei den Datenumständen. Inklusiv SMS betrug der Anteil von Datenumständen im Quartalschnitt 20,4 Prozent. Die reinen Datendienste ohne SMS machen inzwischen darunter 4,7 Prozentpunkte aus.

CeBIT-Highlights von LG



Einen glänzenden TV-Auftritt legt LG mit dem neuen LCD-TV 42LB1R aufs CeBIT-Parkett. Mit 42 Zoll eröffnet das High End-Gerät die neue LB1 LCD-TV-Serie. LGs neuer 42 Zoll Plasma-TV 42PC1R, in „HD ready“-Qualität, setzt in Sachen Schärfe und Brillanz mit hohem Kontrast (10.000:1) und hoher Helligkeit (1.500 cd/m²) ebenfalls neue Maßstäbe in seiner Klasse.

Der Plasma-TV 42PC1R ist mit Scart-Nachfolger HDMI für den digitalen Lifestyle von morgen gerüstet. Selbst in der fernsehfreien Zeit bietet LGs Plasma-TV mit Smart-Wave-Design und extrem schmalen Seitenlautsprechern einen schönen Anblick.

Die neue LB1 LCD-TV-Serie setzt in ihrer hochwertigen Pianolack-Optik ebenfalls einen Design-Trend. Gestochen scharfe Bilder mit einem Kontrast von 1.600:1 begeistern selbst anspruchsvollste Fernsehzuschauer. Eine weitere Besonderheit sind die extra schmalen Lautsprecher mit integriertem Subwoofer für ein prägnantes Sounderlebnis.

DVD-Recording

In Sachen DVD-Recording präsentiert LG auf der CeBIT seine neuesten Super-Slim Modelle. Die Geräte lesen und schreiben alle DVD Minus- und Plusformate, Double Layer +R sowie DVD-RAM und können alle wichtigen Multimediaformate wie DivX und MPEG4 lesen. Für eine optimale Qualität der Aufnahme sorgt das neue LG Bildverbesserungssystem DVFX: Es



reduziert Pixelrauschen und Unschärfen der Originalquelle und sorgt für scharfe Kontraste und farbechte Bilder. Die 9-in-2-Speicherkartenslots machen LGs DVD-Recorder besonders flexibel. Fotos von der Digitalkamera werden somit direkt und unkompliziert auf den TV-Bildschirm übertragen.

Heimkino-Systeme

Den besonderen Rahmen für den Heimkino-Genuss bieten LGs Home-Cinema-Anlagen, wie etwa die LH-T755TK. Die Lautsprechermembranen aus Kevlar halten auch groben Belastungen stand. Ausgestattet mit HDMI-Anschluß und USB-Host bietet das HighEnd-Heimkinosystem höchsten Komfort für anspruchsvolle Multimedia-Fans.



MP3-Player

Ein echter Hingucker ist LG auch bei den MP3-Playern gelungen. Der neue LG FM20 im auffälligen Taupfropfen-Design hat eine beachtliche Akkuleistung von bis zu 20 Stunden. Darüber hinaus: integriertes Radio, Diktiergeräte-Funktion, Direct Encoding und vieles mehr. Ein besonderes Feature für alle, die dem Stress entfliehen möchten, ist die Funktion „Musiktherapie“, die die richtigen Sounds zum Abschalten bietet.



Neue Wege beschreiten

Kommunikation über alle Netze

**Richtungsweisend!
Investitionssicher!**

Internet
Telefonie



AGFEO TK-Anlage AS 45

- Internet-Telefonie (VoIP)
- Analoge-Telefonie
- ISDN-Telefonie



Besuchen
Sie uns!
Halle 12,
Stand C50



AGFEO

einfach | perfekt | kommunizieren

Mehr Informationen und weitere Innovationsprodukte finden Sie in unserem Gesamtkatalog oder unter www.agfeo.de

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld
Info-Line: 0700 CALL AGFEO (0700 225 52 43 36) · Fax: 0521/447 09-98 555
E-Mail: info@agfeo.de

Interview mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung

„Zum Erfolg zählen zuverlässige Partner“

Mit der Fußball-Weltmeisterschaft erwartet den Consumer Electronics Fachhandel ein spannendes und hoffentlich umsatzstarkes Jahr, und auch bei Samsung entwickelt es sich in Sachen Produktneheiten und Marketing-Aktivitäten spannend. PoS-MAIL sprach mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics bei Samsung, über die geplanten Vertriebs- und Marketingaktivitäten des Unternehmens und die Ziele für 2006.

PoS-MAIL: 2006 hat mit den Olympischen Winterspielen (10.2.-26.2.) den Auftakt für sportliche Großereignisse begonnen. Hat sich das gute Weihnachtsgeschäft mit Flachdisplays fortgesetzt?

Hans Wienands: Der Trend zu hochwertigen LCD's in Größenklassen ab 32" und HD-Plasma war auch im Januar ungebrochen, wir sind mit dem Ergebnis ausgesprochen zufrieden.

PoS-MAIL: Mit welchen Maßnahmen hat Samsung den Abverkauf im Handel unterstützt?

Hans Wienands: Aktuell sind hier die gemeinsamen Werbeaktivitäten mit dem Fachhandel zu nennen, mit denen wir die Nachfrage für Samsung-Produkte auch im Januar auf dem hohen Saisonniveau halten konnten. Darüber hinaus sichert die permanent gute Verfügbarkeit von LCD- und Plasmasgeräten für unsere Handelspartner den Absatz zu stabilen Margen. Der Ausbau unserer Vertriebsmannschaft (wir sind ab Februar mit 28 Gebietsverkaufsleitern präsent) optimiert die Kommunikation mit unseren Kunden und sichert den notwendigen Informationsfluß in diesem schnellen Markt. Für die Markteinführung der nächsten LCD-Generation im März läuft jetzt die Vorplanung für die nächsten Handelsschulungen auf Hochtouren.

PoS-MAIL: Würden Sie bitte den Bereich „Schulung“ erläutern?

Hans Wienands: Der Handel ist auf eine optimale Kundenberatung angewiesen, um beim Verkauf von hochwertigen TV-Geräten auskömmliche Margen zu erzielen. Die Schnelligkeit der Pro-

dukte erfordert die permanente Weiterbildung des Handelsverkäufers, damit eine Hochberatung auf werthaltige Produkte möglich ist. Wir bilden daher zusätzlich zu unseren sechs Samsung WIN-Team Trainern weitere Co-Trainer aus, die dem interessierten Handelspartner alle Verkaufsargumente für die Samsung LCD-TV Geräte der G7-Generation zur Verfügung stellen. Darüber hinaus werden die geschulten Inhalte, natürlich mit laufenden Updates, als Online-Training zur Verfügung stehen. Mit dieser einzigartigen Schulungsoffensive werden im März unsere Partner auf den Absatzboom zur Fußball-WM vorbereitet.

PoS-MAIL: Was muß sich der Handel unter dem Einsatz des Samsung WIN-Teams vorstellen?

Hans Wienands: Unsere 28 Gebietsverkaufsleiter arbeiten in sechs Teams zusammen. Jedem Team steht ein Trainer des Samsung WIN-Teams zur Seite. Diese Trainer sind technologisch auf dem neuesten Stand und schulen den Fachhandel auf alle Samsung Geräte aus dem Bereich Unterhaltungselektronik, sind aber jederzeit in der Lage, auch die Geräte aus der konvergenten Welt von Samsung, beispielsweise aus dem IT- und Telekommunikationsbereich, mit ihren vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten mit einzubeziehen. Für das Thema Hausgeräte (Weiße Ware) gibt es drei weitere spezialisierte Trainer.

PoS-MAIL: Wer kommt in den Genuss des WIN-Teams?

Hans Wienands: Jeder Fachhändler, der in seinem stationären Handelsgeschäft ertragreiche Umsätze mit Samsung UE-Produkten generieren will und von

einem unserer Gebietsverkaufsleiter betreut wird. Der Mitarbeiter im Samsung Außendienst wird speziell zur WM aktiv Schulungen anbieten, nimmt selbstverständlich aber auch Anfragen entgegen.

PoS-MAIL: Gibt es weitere, auf die WM ausgerichtete Maßnahmen am PoS?

Hans Wienands: Mit dem Beginn der Kooperationsmessen im Februar und in der Folge bis zur CeBIT werden wir unser umfangreiches Werbeprogramm bekanntgeben.

Ich möchte an dieser Stelle nicht zuviel vorwegnehmen, aber Samsung Electronics wird den Handel mit einem einzigartigen Bündel von Maßnahmen (TV, Print, Coop-Werbung, Schulung und Promotion) unterstützen und so mit einem entsprechenden Nachfrageschub den werthaltigen Absatz im Bereich Flat-Panel TV und HDD/DVD Recording massiv fördern.

PoS-MAIL: Welche neuen Flachdisplays wird Samsung im ersten Halbjahr 06 auf den Markt bringen?

Hans Wienands: Zusätzlich zum bewährten LCD Line-Up rund um den Warentestsieger LE32R41/51 werden wir in den nächsten Wochen die LCD-R7 Linie mit den neuen Panels, den besten technischen Spezifikationen und einem herausragenden Design präsentieren. Samsung bringt damit als erster Hersteller die nächste LCD-Generation rechtzeitig auf den deutschen Markt, um Präsentation und Verfügbarkeit im Handel vor der WM zu sichern. Gleichzeitig erweitern wir das erfolgreiche Samsung Plasma-Sortiment um weitere HD ready Geräte im 42" Segment.



PoS-MAIL: Werden Sie für den Handel ausreichende Mengen zu Verfügung haben, oder ist nach wie vor mit Lieferengpässen zu rechnen?

Hans Wienands: Bis dato hat Samsung die auf der IFA 2005 getroffene Zusage der lückenlosen Verfügbarkeit immer einhalten können. Die rechtzeitige Investition in die modernste Fertigungstechnik und in ein weltweit vernetztes SCM-System ermöglicht uns eine einzigartige Flexibilität bei der Warenversorgung.

Wir sind aber auf die Mitarbeit des Handels angewiesen: Mit einer guten Vorausplanung in einem Zeitkorridor von vier Wochen sind wir immer in der Lage, bei LCD (ab 26") und Plasma zu liefern. Der Handel kann mit dieser Planungssicherheit die Lagerhaltung auf das Maß beschränken, das in der digitalen Welt von heute notwendig ist, um Abschriften und Preisanpassungen auf ein Mindestmaß zu reduzieren.

PoS-MAIL: Dürfen wir wissen, wie sich Ihre Marktanteile in 2005 (gegenüber 2004) entwickelt haben?

Hans Wienands: Bei LCD von ca. 7% Stück/7% Wertmarktanteil im Januar 2005 auf 16% Stück/17%

Wertmarktanteil im Dezember 2005 (im 32" Bereich 21% Wertmarktanteil), bei Plasma-TV von 10% Wertmarktanteil auf etwa 15% im Dezember 2005.

PoS-MAIL: Können Sie dieses sicherlich sehr gute Ergebnis auch in 2006 fortsetzen?

Hans Wienands: Samsung wird dem Fachhandel auch in Zukunft Premium-Produkte in optimaler Qualität, herausragendem Design und auskömmlichen Spannen anbieten. Darüber hinaus verstärken wir die Nachfrage durch eine außerordentliche Werbeinvestition vor der WM mit entsprechenden Coop-Aktivitäten und sichern Verfügbarkeit zu – ich hoffe, mit diesen Argumenten unsere Handelspartner davon zu überzeugen, Samsung weiter zu unterstützen.

PoS-MAIL: Was versetzt Samsung in diese Position?

Hans Wienands: Wie bereits erwähnt, ist es die Investition in Fertigungstechnik (Größe des Mutterglases für LCD, die Gesamtkapazität der Produktion) und die Investition in Forschung und Entwicklung, mit der wir die Technologieführerschaft für alle Schlüsseltechnologien sicherstellen.

PoS-MAIL: Wie sehen Sie Samsungs künftige Positionierung im Markt im Bereich der Unterhaltungselektronik?

Hans Wienands: Zum Erfolg gehören immer verlässliche Partner, und es würde mich freuen, wenn wir durch das gewonnene Vertrauen der Samsung-Partner im beratenden Fachhandel in 2006 eine dauerhafte Platzierung unter den Top 3 im Audio/Video-Bereich erreichen könnten.

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

Samsung Electronics: Rekordumsatz im vierten Quartal 2005

Der koreanische Elektronikkonzern Samsung Electronics hat die Finanzergebnisse für das vierte Quartal 2005 bekanntgegeben. Danach verzeichnete das Unternehmen einen Reinertrag von 2,56 Billionen Won (2,15 Milliarden Euro) bei einem Umsatz von 15,52 Billionen Won (13,04 Milliarden Euro). Der Betriebsertrag wurde mit 2,14 Billionen Won (1,80 Milliarden Euro) beziffert. Der Gesamtumsatz für das abgelaufene Geschäftsjahr (31. Dezember 2005) beträgt 57,46 Billionen Won (48,72 Milliarden Euro), der Reinertrag für 2005 wurde mit 7,64 Billionen Won (6,27 Milliarden Euro) und der Betriebsertrag mit 8,06 Billionen

Won (6,77 Milliarden Euro) verbucht. Verglichen mit dem dritten Quartal, erhöhte sich der Reinertrag im vierten Quartal 2005 um 36 Prozent, und der Umsatz konnte um sieben Prozentpunkte gesteigert werden. Beim Betriebsertrag erzielte das Unternehmen im vierten Quartal eine leichte Steigerung, und das, obwohl Samsung Rückstellungen für eine langfristig angelegte Vergütungsstruktur mit Leistungsprämien gebildet hat. Sie tritt anstelle der bisher üblichen Aktienoptionen für Mitarbeiter. Das Wachstum bei Umsatz und Betriebsertrag sei vor allem auf die Stärke der Geschäftsbereiche Semiconductor und LCD zurückzuführen.



Small Cameras. Big Business.

Die neuen EXILIM Modelle mit vielen innovativen Features und Funktionen.



EX-S600

- 6,0 Megapixel
- brillantes 5,6 cm TFT-Farbdisplay
- MPEG4-Movie
- Anti Shake DSP*
- Filmstabilisierungsfunktion*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



EX-Z600

- 6,0 Megapixel
- helles 6,9 cm TFT-Farbdisplay
- Super Life Battery
- Anti Shake DSP*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



EX-Z850

- 8,1 Megapixel
- helles 6,4 cm TFT-Farbdisplay
- Super Life Battery
- MPEG4-Movie
- Anti Shake DSP*
- Filmstabilisierungsfunktion*
- 3fach optischer Zoom
- AV-Anschluss



Alles, was Ihre Kunden zu begeisterten Stammkunden macht: die neuen EXILIM Digitalkameras. Ausgerüstet mit innovativen Funktionen, die in jeder Situation eine optimale Performance garantieren. Ob Anti Shake DSP* zur Reduzierung verwackelter Bilder, die Filmstabilisierungsfunktion*, die das Verwackeln von Filmen minimiert, Movies für bewegende Momente, die Super Life Battery für extra-langen Foto- und Filmspaß oder die vielen weiteren Features und Funktionen – diese neuen Kameras werden neue Standards im Markt setzen und für starke Kaufimpulse sorgen. **EXciting EXILIM.**



ohne
Anti Shake
DSP*



mit
Anti Shake
DSP*

* Elektronischer Bild- und Filmstabilisator.

Flachdisplays: Markttrends

Erste Samsung LCD-TVs mit LED-Backlights

Einige der neuesten Samsung LCD-TV-Geräte im High End Segment und ein Samsung 56-Zoll großer Rückprojektions-TV sind bereits mit den neuen LED-Lichtquellen ausgestattet. Der auf der CES in Las Vegas von Samsung gezeigte 82-Zoll LCD-Fernseher Typ LN-S8297DE mit LED-Hintergrundbeleuchtung besitzt neben verschiedenen analogen Eingängen auch eine digitale HDMI-Schnittstelle für Eingangssignale von hochauflösenden Programmquellen und Zuspieldgeräten mit HDCP-Funktionalität. Mit seiner nativen Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten unterstützt das Display vollen HDTV-Standard mit 1.080 p. Das Kontrastverhältnis liegt laut Samsung bei 7.000:1 und die Reaktionszeit beträgt 8 ms. Dank weit geöffneter



horizontaler und vertikaler Betrachtungswinkel genießen Zuschauer von unterschiedlichsten Positionen aus ein kontrastreiches und farbgesättigtes Bild. Der LN-S8297DE unterstützt SRS Trusurround XT. Über zwei integrierte Lautsprecherboxen kann damit sogar 6.1-Kanal-Sound simuliert werden. Das Display benötigt keinen Lüfter und überrascht deshalb durch nahezu lautlos leisen Betrieb. LCD-TVs mit LED-Backlight verbrauchen spürbar weniger Strom als vergleichbare Geräte mit herkömmlicher Hintergrundbeleuchtung. Die neue Technologie ermöglicht den damit ausgerüsteten LC-Displays die Darstellung eines breiteren Farbspektrums als es mit den bisherigen Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL-Backlight) möglich ist. LED-Backlights erzeugen weißes Licht durch eine Kombination aus roten, grünen und blauen LEDs (RGB-Farben) und strahlen bestimmte Wellenlängen im roten Spektralbereich, die von Menschen besonders intensiv wahrgenommen werden, stärker aus. Dadurch werden besonders die grünen und roten Farbtöne kräftiger, gesättigter und natürlicher dargestellt. Von Displays mit LED-Backlight dargestellte Bilder wirken deshalb wesentlich „lebensechter“. Im Terminus der LC-Display-Hersteller werden die Vorteile der neuen Backlight-Technologie mit dem Begriff „increased color gamut“ umschrieben.

LED-Backlights halten im LCD-TV-Bereich Einzug

Die LED-Hersteller setzen auf den zukünftigen Einsatz von Light Emitting Diodes (LED) als Backlight-Lichtquelle für LC-Displays große Hoffnungen. Die sich abflachenden Zuwachsraten bei LED-Anzeigen und Klein-Displays, wie sie in Mobiltelefonen, Keypads und mobilen Audioplayern Verwendung finden, könnten durch das zukünftige Massengeschäft mit LED-Backlights mehr als kompensiert werden. Nachdem Sony bereits im Herbst 2005 erste Geräte seiner „Qualia“-Modellreihe mit Hintergrundbeleuchtungen des LED-Systems „Triluminos“ auf den Markt gebracht hat, gelten im Bereich der großformatigen LC-Displays neue Maßstäbe für Kontrast und Farbwiedergabe. „Ob das Tiefrot eines Glases Wein oder

das strahlende Grün eines Blattes: Noch nie wurden Farben so realistisch wiedergegeben wie beim Qualia 005. Selbst das ungeübte Auge sieht den Unterschied“, erläutert ein Sony Sprecher. „Triluminos-Technologie steigert den Kontrast des Displays und erzeugt bei den dargestellten Bildern ein nahezu naturidentisches Farbspektrum.“ Laut Angaben von Sony ist Triluminos die weltweit erste, zur Serienreife gebrachte LED-Hintergrundbeleuchtung und wurde von Sony speziell für den Qualia 005 entwickelt. Triluminos arbeitet mit einer Vielzahl von LEDs in genau definierter Anordnung. Mehrere übereinander liegende Diffusor-Filter streuen das in Farben Rot, Grün und Blau emittierte Licht so, daß eine weiße homogene Lichtquelle entsteht. Bei Displays mit LE-Backlight wird jedes beliebige Pixel mit Licht der gleichen Charakteristik beleuchtet. Das darstellbare Farbspektrum erweitert sich durch LED-Backlights um mehr als 150 Prozent gegenüber konventionellen LCD-TVs.

PRO-FHD1: 1.080 p Plasma HDTV von Pioneer

Pioneer Electronics Inc. (USA) hat für Mitte des laufenden Jahres die Verfügbarkeit eines der weltweit ersten 50-Zoll Plasma Displays mit 1.080 p HDTV-Auflösung angekündigt. Mit dieser technologischen Innovation verdoppelt Pioneer die Pixeldichte und Auflösung bisheriger Plasma Displays um höchstmögliche Bildqualität zu erzielen. Der Pioneer Elite PureVision PRO-FHD1 Plasma-Bildschirm hat die physikalische Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten und ist in der Lage, sämtliche international gebräuchlichen HDTV-Auflösungen darzustellen, inklusive der europäischen HDTV-Standards 720, 1.080 und 1.080 p. „Ganz gleich, ob der Anwender sich ein Football-Match ansieht oder eine große Parade, wir werden ihm das Gefühl vermitteln, ein Teil dieses Ereignisses zu sein. Mit der beeindruckenden HDTV-Qualität unserer neuesten Plasma-Bildschirme werden wir Kunden gewinnen, die den Unterschied schätzen, den Pioneers „Best in Class“-Produkte im Vergleich zu üblichen Geräten bieten, Kunden die den tosenden Beifall und die Pflanze des Publikums lebensecht miterleben wollen und die den Wunsch haben, jede einzelne Blüte der vorbeiziehenden Dekorationen einer Blumenparade zu sehen und sich an deren Anblick erfreuen wollen“, erläuterte enthusiastisch Russ Johnston, Senior Vice President of Marketing and Product Planning for Home Entertainment von Pioneer Electronics USA. Hinter den eindrucksvoll realistischen Bilderlebnissen, die Pioneers PureVision Plasma PRO-FHD1 dem Zuschauer vermittelt, stehen 2 Millionen individuelle Bildpunkte, die Pioneer außerdem mit der wesentlich schnelleren Bildwiederholungsrate des 720 p Standards kombiniert hat. Das Resultat ist ein helles, störungsfreies Bild mit weichen Tonabstufungen und scharfer, akkurater Detaildarstellung, auch bei schnell bewegten Bildinhalten wie sie für Action-Filme und Sport-Reportagen typisch sind. Der Plasma Bildschirm PRO-FHD1 soll nach Aussage von Pioneer eine neue Dimension für HDTV einleiten, gefolgt von weiteren First Class Produkten dieser Art. Zusammen mit einem High-Resolution Audio-Verstärker und adäquaten Lautsprechern sowie Pioneers erstem Blu ray DVD-Player wird der neue PureVision Plasma PRO-FHD1 zum ultimativen Home Cinema System. Nicht weniger eindrucksvoll als die perfekte Bildarstellung des PRO-FHD1 sind die technischen Details und neuen Technolo-

gien, die dahinter stehen: Durch „Deep Encased Cell Structure“ werden die Bildzellen tiefer strukturiert, um eine vergrößerte Oberfläche für mehr fluoreszierende Phosphorbeschichtung zu gewinnen. Horizontale Rillen in der die Bildzellen verschließenden oberen Glasschicht minimieren ungewollt von den Nachbarzellen durchleuchtendes Licht und sorgen für dunklere Schwarzwerte, höheres Kontrastverhältnis und schärfere Bilder. Neuartige, T-förmige Elektroden in den Bildzellen verhindern Fehlzündungen. Eine zwischen dem Plasma-Glas und den einzelnen Lichtzellen liegende Schicht bündelt die Zündenergie effektiver und bewirkt damit eine schnellere Aufladung und Entladung der Plasma-Zellen, wodurch das Kontrastverhältnis und die Helligkeit erhöht und der Energieverbrauch verringert werden. Der neue PureDrive II Signal Prozessor sorgt für geringeres Rauschen, höheres Kontrastverhältnis und natürliche, gesättigte Farbtöne. Ein High Precision Video Scaler paßt Eingangssignale jeder Auflösung optimal an die Möglichkeiten der 1.080 p HDTV-Auflösung an. Das First Surface Pure Color Filter reduziert die Reflektion von einfallendem Umgebungslicht, erhöht die Intensität der Farbwiedergabe und sorgt durch die Einsparung einer früher erforderlichen weiteren Glasschicht für ein schärferes Bild mit wesentlich mehr Details. Erweiterte ISF C3-Kompatibilität ermöglicht eine einfach zu handhabende, zertifizierte Farbkalibrierung mit bisher unbekannter Genauigkeit und Zuverlässigkeit, inklusive achtstufiger Gamma Justage. Für die Einspeisung von Video-Eingangssignalen stehen Digital HDMI, DVI (mit HDCP), Componenten und Composite Buchsen zur Verfügung. Optional werden ein Standfuß und eine Wandhalterung geliefert. Der „Pioneer Elite PureVision PRO-FHD1“ soll ab Juni 2006 in den USA zum UVP von 10.000 US Dollar (= 8.418 Euro) lieferbar sein. Das Datum der Verfügbarkeit auf dem europäischen Markt wurde noch nicht genannt.

Sharp mit professionellen LCD-Monitoren auf der CeBIT

Einer der bedeutendsten Zukunftsmärkte bei Bildschirmen ist der Markt für Public Displays. Die zunehmende Verfügbarkeit flacher, großformatiger Displays hat die Anzahl der professionell zur Anzeige von Informationen und Werbebotschaften eingesetzten LCD-Monitore drastisch ansteigen lassen. Auch Sharp verstärkt als Weltmarktführer und Technologie-Pionier bei LCD-TVs seine Aktivitäten im Profi-Segment und stellt auf der CeBIT ein komplettes Line-up professioneller LCDs für den Business-Einsatz aus, mit Modellen, die besonders für den Einsatz als Info-Terminal in Flughäfen und Bahnhöfen, als digitale Display-Applikation am Point of Sales, im Finanzsektor oder für professionelles Infotainment entwickelt und optimiert wurden. Bis 2009 rechnen die Marktforscher

mit jährlichen Zuwachsraten von mehr als 50 Prozent. Im Public Display Bereich sollen LC-Displays, den Prognosen nach, zunehmend die heute noch favorisierten Plasma-Displays verdrängen. Der Absatz von LC-Displays werde in diesem Marktsegment um mehr als 80 Prozent pro Jahr zunehmen, während die Zuwachsrate bei Plasma-Displays mit etwa zehn Prozent wesentlich bescheidener ausfallen wird. Peter Heins, Produktmanager bei Sharp Electronics Germany/Austria in Hamburg, erklärt die Gründe für diese Entwicklung: „Die Vorteile des Einsatzes großformatiger LCDs gegenüber Plasma-Displays liegen vor allem in den spürbar geringeren Total Cost of Ownership. Dies liegt vor allem an der längeren Lebensdauer, dem geringeren Stromverbrauch und dem wesentlich geringeren Gewicht, alles Faktoren, die Logistikkosten und enorme Erleichterungen bei Montage und Service gewährleisten.“ Neben den geringeren Betriebskosten sieht Heins weitere Vorteile bei der Bildqualität: „Gerade moderne, hochauflösende LCDs mit voller HDTV-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Bildpunkten liefern besonders brillante Bilder, und dies ohne eine Gefahr des Einbrennens statischer Bildinhalte.“ Deshalb wird zur Zeit schon die überwiegende Anzahl der neuen 65 Zoll LCD-Fernseher über den Business to Business Kanal vertrieben. Auf der CeBIT stellt Sharp auch erste Prototypen seiner neuen Full-HD-Monitore vor. Die 37, 45 und 65 Zoll großen Monitore sollen spätestens ab dem diesjährigen Start der weltweit ersten 8Generation LCD-Fertigungsstätte im japanischen Kameyama auf dem deutschen Markt zur Verfügung stehen.

Investitionen wegen hoher Nachfrage: Sharp und Fujitsu

Sharp Corp. und Fujitsu Ltd., zwei der größten japanischen Elektronik-Hersteller, haben Anfang dieses Jahres weitere umfangreiche Investitionen zur Erhöhung ihrer Produktionskapazitäten zur Herstellung von LCD-Panels und LCD-TV-Geräten bekanntgegeben: Sharp plant die Investition von 1,75 Milliarden US Dollar in die Errichtung einer LCD-Panel Fertigungslinie modernster Technologie in West-Japan, um den weltweit zunehmenden Bedarf an LCD-TV-Geräten bedienen zu können. Fujitsu hat die Investition von 120 Milliarden Yen angekündigt, um ebenfalls in der Präfektur Mie eine neue Halbleiterfabrik zu bauen, mit der dem steigenden Bedarf an Chips und Schaltkreisen für Digitalkameras, Mobiltelefone, DVD-Recorder und Flach-TVs Rechnung getragen wird. Die Ankündigungen von Sharp und Fujitsu wurden kurz nach der Ankündigung von Matsushita Electric Industrial Co. bekanntgegeben, 1,6 Milliarden US Dollar in die weltweit größte Produktionsanlage für großformatige Plasma-Displays zu investieren. Sharp und Matsushita beabsichtigen, sich mit Hilfe der angekündigten

Maßnahmen eine noch größere Scheibe als bisher vom schnell anwachsenden großformatigen Flach-TV-Markt zu sichern, der sich laut Prognosen des Marktforschers DisplaySearch bis 2009 auf weltweit 100 Millionen Stück jährlich vervielfachen wird, weil Konsumenten zunehmend ihre alten Röhren-TV-Geräte durch moderne Flach-TVs ersetzen werden.

Toshiba: Nur noch LCD- und SED-TVs

Toshiba wird sich auf der CeBIT, so ein Firmensprecher, mit seinen Präsentationen im TV-Bereich auf LCD-Geräte konzentrieren und damit deutlich die Einstellung der Produktion von Plasma- und Röhrenfernsehern signalisieren. Das Unternehmen sehe LCD-TV-Bildschirme als die sinnvollere Technologie an. Die Herstellung von Rückprojektions-TV-Geräten habe Toshiba bereits im Dezember eingestellt. Ein ausschlaggebender Grund für die Beendigung der Produktion von CRT-TVs sei die ab März im Gebiet der EG verbindliche Elektronikschrott-Verordnung. Fernsehgeräte mit Bildröhren sind wesentlich schwerer als Flachbildschirme, und die von den Unternehmen erhobenen Abgaben für die Entsorgung von Altgeräten werden nicht auf der Basis zu entsorgender Schadstoffe sondern ausschließlich nach Gewicht berechnet. Den nach der Produktionseinstellung von Röhren- und Rückprojektionsgeräten höheren Bedarf an LCD-Panels für die Produktion von TV-Geräten werde das Unternehmen zum Teil mit Panels aus eigener Produktion decken, man habe aber wegen der infolge der bevorstehenden Fußballweltmeisterschaft erhöhten Nachfrage auch Lieferverträge mit verschiedenen Lieferanten von LCD-Panels abgeschlossen. In Zusammenarbeit mit Canon arbeitet Toshiba gleichzeitig auch an der Weiterentwicklung und Produktion von großformatigen Flachdisplays auf Basis der SED-Technologie (Surface Construction Electron Emitter Display), bei der sich die positiven Eigenschaften der bisherigen Bildröhren-Technologie mit den Vorteilen der LCD-Technik verbinden lassen. Bei SED-Displays werden die fluoreszierenden Leuchtschichten der einzelnen Bildpunkte nicht mehr, wie bei der Kathodenstrahlröhre, durch einen zentralen Elektronenstrahl zum Leuchten ange-regt. Statt dessen emittieren in jeder der winzigen Bildzellen für die Darstellung der Pixel bei Anlegen einer Spannung winzige, aus Kohlenstoffverbindungen bestehende Nano-Röhrchen Elektronen, die wie bei der Bildröhre auf eine Phosphorbeschichtung treffen und sie zur Aussendung von farbigem Licht anregen. Zwischen den Kathoden (Nano-Röhrchen) und den Anoden mit der Leuchtschicht besteht nur ein sehr geringer Abstand. Das ermöglicht die Herstellung von sehr flachen Displays, mit großer Helligkeit, hohem Kontrastverhältnis und hervorragender Farbdarstellung. Die Reaktionszeiten derartiger Displays liegen unter einer Millisekunde.



BenQ LCD-HDTV PL4271

Ab Mitte dieses Jahres will BenQ, laut eigener Aussage, mit dem neuen 42 Zoll großen LCD-Fernseher PL4271 ein Design-Highlight setzen. Doch nicht nur mit seinem vollendet gestalteten Äußeren, sondern auch mit den inneren, technischen Werten und hervorragender Bildqualität soll der PL4271 potentielle Käufer für sich einnehmen. Das Gerät verfügt über echte HDTV-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und erreicht das ausgezeichnete Kontrastverhältnis von 1.000:1. Die Helligkeit beträgt 550 Candela pro Quadratmeter und die Reaktionszeit acht Millisekunden, eine Voraussetzung für scharfe schlierenfreie Bilder auch bei schnell bewegten, dynamischen Bildinhalten. Die integrierten Lautsprecher sind elegant und unauffällig unterhalb der Bildfläche angeordnet. Das HDTV LCD-Fernsehergerät PL4271 von BenQ soll im Juni dieses Jahres zum UVP von 3.000 Euro auf den deutschen Markt kommen.

SONY

Jetzt wird's scharf.

Die neue Cyber-shot T9 verfügt nicht nur über ein Carl Zeiss Objektiv mit 3fach Zoom und eine Auflösung von 6 Mega Pixel, sondern sie ist auch die weltweit erste Kamera* mit doppeltem Verwacklungsschutz. Mit den revolutionären Super SteadyShot- und High-Sensitivity-Technologien machen Sie selbst mitten im Geschehen und bei ungünstigem Licht noch superscharfe Bilder.

Erfahren Sie mehr unter www.sony.de/cyber-shot



like.no.other™

Cyber-shot T9

*Sony' und 'Cyber-shot' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.
*Stand Januar 2006

Digitale Inhalte für Premiere in High Definition

Die neuen Receiver

HDTV bietet ein Fernsehbild mit hoher Auflösung und erfordert daher auch entsprechend geeignete Geräte. Namhafte Hersteller wie Philips, Pace und Humax bringen in diesem Frühjahr die ersten HD-fähigen Receiver auf den Markt.



Im Rahmen eines Feldtests für Abonnenten zeigte der Abo-Sender Premiere bereits Anfang Dezember die HDTV-Live-Übertragung des Bundesligaspiels VfB Stuttgart gegen FC Bayern München. Im Dezember wurde auch der weltweit erste HD-Receiver des Herstellers Pace mit der neuen MPEG4/H.264- und DVB-S2-Technologie von Premiere zertifiziert. Premiere Abonnenten waren damit die ersten Zuschauer weltweit, die das hochauflösende Fernsehen mit der neuen MPEG4/H.264- und DVB-S2-Technologie erlebten. Interessierte Kunden des Abo-Senders hatten sich in den

Das HDTV-Angebot des Münchener Abo-TV-Senders Premiere umfaßt seit Ende vergangenen Jahres drei Kanäle: Sport, Film und Dokumentationen. Nun sind auch die ersten HD-fähigen-Receiver lieferbar.



vergangenen Monaten für Premiere HD registriert.

Humax PRHD1000

Der Premiere geeignete HD-Satellitenreceiver PRHD1000 wurde von Humax auf Basis des Kompressionsverfahrens MPEG4 entwickelt. Humax hatte das Gerät bereits auf der IFA 2005 vorgestellt. Der PRHD1000 empfängt über den neuen Übertragungsstandard DVB-S2 hochauflösende Bilder sowohl im verbesserten MPEG4-Kompressionsverfahren als auch im herkömmlichen MPEG2-Standard.

„Durch den PRHD1000 kommt der Zuschauer in den Genuß des hochauflösenden Fernsehens der Zukunft und kann weiterhin das klassische digitale Fernsehen empfangen“, so Franz Simais, Geschäftsführer der Humax Digital



Humax hat den PRHD1000 auf Basis des Kompressionsverfahrens MPEG4 entwickelt. Das Gerät empfängt über den neuen Übertragungsstandard DVB-S2 hochauflösende Bilder sowohl im verbesserten MPEG4-Kompressionsverfahren als auch im herkömmlichen MPEG2-Standard.

GmbH. „Mit der Kombination modernster Technologien in bester Qualität und dem bewährten all-in-one-Konzept bietet Humax dem Kunden das, was er will – leicht bedienbare, zukunftssichere Geräte.“ Neben dem Empfang erstklassiger und hochauflösender

Bilder aller HD- und SD-Formate sorgt der HD-Receiver über den optischen Digitalausgang für besten Raumklang im Wohnzimmer. Durch die scharfen Bilder und den kristallklaren Dolby Surround Sound fühlt sich der Zuschauer wie im Kino. Neben dem für den Empfang von HDTV obligato-



Die PRHD1000-Modelle von Humax sind seit Ende Januar im Fachhandel verfügbar. Ralf Vierberg, Inhaber des Geschäftes Radio Nemetz in Düsseldorf, zeigt sich mit den ersten Abverkäufen sehr zufrieden und wartet auf Nachschub.

rischen HDMI-Ausgang mit integriertem HDCP Kopierschutz hat der Satellitenreceiver zwei Scartanschlüsse für den Anschluß weiterer Geräte sowie eine Schnittstelle für Software-Updates. Das bereits integrierte Nagravision-Verschlüsselungssystem ermöglicht den Empfang aller Premiereangebote einschließlich des neuen HD-Programms mit Spielfilmen, Dokumentationen und Sport. Über zwei weitere CI-Schnittstellen wird der Empfang zusätzlicher PayTV-Angebote möglich. Humax hat seit Ende Januar dieses Jahres mit der Auslieferung der PRHD1000-Modelle an den Fachhandel begonnen.

Philips DSR9005

Der Philips Sat HD Receiver DSR9005 kommt im März in den Handel. Dank des Zugangs zu Free-to-Air können Fernseh- und Radiosender mit dem DSR9005 ohne Aufnahme- oder sonstige Gebühren empfangen werden. Das Gerät ist zudem mit einem Schnittstellenplatz ausgestattet, das CAM-Karten für Pay-TV-Dienste entschlüsselt. Für den guten



Der Receiver Philips DSR9005 arbeitet mit einem sehr empfindlichen Tuner, der mit großer Sorgfalt und Geschwindigkeit das Frequenzband nach neuen Programmen absucht. Die Benutzeroberfläche Euphoria ermöglicht eine einfache Navigation durch die Menüstruktur.

Ton sorgt Dolby Digital. Zwei Scart-Buchsen ermöglichen den Anschluß an das Fernsehgerät oder an andere Quellen (DVD+RW/VCR). Der Receiver arbeitet mit einem sehr empfindlichen Tuner, der mit großer Sorgfalt und Geschwindigkeit das Frequenzband nach neuen Programmen absucht. Die Benutzeroberfläche Euphoria ermöglicht eine einfache Navigation durch die Menüstruktur. Dank einer Multibrand-Fernbedienung sind neben dem Receiver auch der Fernseher, ein DVD-Player oder -Recorder sowie ein Verstärker steuerbar. Der empfohlene Verkaufspreis für den Philips DSR9005 lautet voraussichtlich 399 Euro. miz

DNMG schließt für TV-Kabelnetzbetreiber Vertrag über Premiere HD Einspeisung

Die Deutsche Netz Marketing GmbH (DNMG) und Premiere haben einen neuen Einspeisevertrag geschlossen: Mitglieder und Gesellschafter der DNMG können noch vor der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 Premiere HD, das HDTV-Angebot des Abo-Senders, übernehmen. Die Vereinbarung zwischen Premiere und der DNMG umfaßt die Einspeisung aller bestehenden und künftigen Premiere Kanäle, läuft bis Ende 2014 und hat ein Vertragsvolumen von mehr als 40 Mio. Euro. „Damit kommen wir unserem Ziel, unsere HD-Inhalte nicht nur via Satellit, sondern auch im Kabel möglichst vor der Fußball-WM flächendeckend anzubieten, einen entscheidenden Schritt näher“, sagt Markus Schmid, Vorstand Marketing und Vertrieb der Premiere AG. „Die Vereinbarung mit der DNMG läßt uns in einem Schritt einen beachtlichen Markt erschließen.“

Mit 140 verbundenen Unternehmen ist die DNMG die größte Vermarktungsorganisation für Betreiber von Kabelfernsehtzen im deutschsprachigen Raum. Zu den Gesellschaftern gehören große Netzbetreiber wie Tele Columbus ebenso wie Citycarrier oder Betreiber von kleineren Kopfstellen, die insgesamt mehr als 3 Mio. Haushalte über eigene Kopfstellen versorgen. Mehr als ein Dutzend Sender nutzen die Dienstleistungen der DNMG.

„Dieser Rahmenvertrag gibt der Entwicklung im TV-Kabelnetz einen starken Impuls. Mit Premiere HD können Kabelnetzbetreiber ihren Kunden das Fernsehen der neuesten Generation und erstklassige Inhalte bieten. Brillante Bilder und bester Ton stellen so künftig einen echten Mehrwert für Kabelkunden dar“, so Ingo Schuchert, Verhandlungsführer der DNMG.

Voraussetzung für den Empfang des HDTV-Angebots von Premiere ist ein geeigneter Digital-Receiver sowie Flachbildschirme oder Projektoren mit dem Gütesiegel „HD ready“. Kabelreceiver, die für Premiere HD geeignet sind, werden voraussichtlich zum zweiten Quartal 2006 erhältlich sein.

DIGA



Panasonic
DVD RECORDER DMR-EH56

NR.



QUALITÄT IN SERIE: DIE PANASONIC DIGA DVD-RECORDER.

Mehrfache Testsieger, Publikumsliebliche und innovative Vorreiter: Die Panasonic DIGA DVD-Recorder haben technologische und qualitative Maßstäbe gesetzt. Jetzt wird die Erfolgsserie mit dem DMR-EH56 fortgesetzt.

Die komplette Führungsriege:
www.panasonic.de
www.diga.panasonic.de



Panasonic
ideas for life

Hochauflösende Displays optimal präsentieren

Das will ich sehen: HDTV!

In 2006 erwarten Hersteller und Anbieter einen weiteren positiven Impuls für den bereits boomenden Markt der großformatigen LCD- und Plasma-TVs. Laut Prognosen von Analysten werden zwei sportliche Großereignisse von weltweitem Interesse schon im ersten Quartal statt der üblichen, saisonbedingten Nachfrage-Abschwächung einen neuen Absatzrekord bei Flach-Fernsehgeräten einleiten. Deshalb lieferten sich Samsung und LG.Philips einen Wettlauf, um ihre neuen 7G LCD-Panel Produktionen zeitgleich ein halbes Jahr früher als geplant zu starten. Für den Handel ist spätestens jetzt der Zeitpunkt gekommen, um potentielle Käufer großformatiger Flach-Fernsehgeräte mit beeindruckenden HDTV-Promotion von den Vorteilen des hochauflösenden Fernsehens zu überzeugen.



Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte

50 Prozent der Deutschen haben von „HDTV“ noch nie etwas gehört. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von fischerAppelt Kommunikation und dem Meinungsforscher forsa. 40 Prozent der Befragten wünschen sich ein schärferes und detailreicheres Fernsehbild. Drei Prozent der Befragten geben an (oder glauben), bereits für den Empfang von HDTV ausgestattet zu sein, fünf Prozent planen dies. 50 Prozent der Umfrageteilnehmer wollen jedoch erst dann auf HDTV umstellen, wenn ohne diese Technologie der Bildschirm schwarz bleiben würde. „Die bisherige Werbe- und Kommunikationsstrategie der Hersteller und TV-Sender macht keinen Appetit auf die neue Technik“, kommentiert Christian Pott, Teamleiter Technologie bei fischerAppelt, die Umfrageergebnisse. „Die Menschen lassen sich nicht mit Pixelzahlen, Bildschirmdiagonalen und Claims wie ‚HD ready‘ von HDTV überzeugen“, so Pott. Dem kann man nur zustimmen und feststellen: „Der Powerpoint-Folien sind genug gewechselt, laßt uns endlich Bilder sehen.“ Doch daran mangelte es bisher, und die Schuld dafür schieben sich Industrie, Sendeanstalten und Normierungskonsortien gegenseitig zu: Es dauerte lange, bis sich die Beteiligten über den Standard für eine kopiergeschützte digitale Videoschnittstelle einigen konnten. Als dann ein Jahr später die

ersten HDTV ready Bildschirme auf den Markt kamen, hatte sich noch kein deutscher Sender auf den zukünftigen Video-Codex für HDTV-Sendungen festgelegt. Und HD-DVD Lager und Blu-Ray Protagonisten finden sogar bis heute keinen Konsens über den hochauflösenden Nachfolger der DVD. Der Kaufanreiz für hochauflösende TV-Geräte, Settop-Boxen, DVD-Player und sonstige Zuspielderäte mit HDMI Schnittstelle wird jedoch von der „Macht der Bilder“ ausgelöst. Der Absichtserklärung „Das will ich haben“ geht fast immer der Wunsch „Das will ich erst mal sehen“ voraus. Die olympischen Winterspiele waren und die diesjährige Fußballweltmeisterschaft sind hervorragende Gelegenheiten, um einem breiten Publikum den neuen Fernsehstandard schmackhaft zu machen. Hier ist jedoch zur Zeit fast ausschließlich der Handel gefordert, denn das auf- und anreizende „HDTV-Gerät beim Nachbarn“ existiert ja so gut wie noch nicht. Mit Vorführungen von HDTV und hochauflösenden Video-Programminhalten muß deshalb der Fachhandel dafür Sorge tragen, daß seine Kunden sich anschaulich ein Bild von den Vorteilen des hochauflösenden Fernsehens machen können.

Wer sendet schon HDTV, und was?

In Deutschland sind mehrere qualitativ hochwertige HDTV Angebote verfügbar: Unter der Dachmarke Premiere HD bietet

Premiere drei HD-Abonnements an: Premiere HD FILM (Spielfilme und Serien), Premiere HD SPORT (nationaler und internationaler Spitzensport) und Premiere HD THEMA (Dokumentationen von Discovery). Die HD-Abos sind als Zusatzabonnements in Verbindung mit dem jeweiligen Premiere Standardabonnement erhältlich. Sat.1 und ProSieben strahlen als erste deutsche Privatsender ihre Programme parallel zum herkömmlichen Signal auch in hochauflösender Qualität aus. Gesen-

det wird echtes HDTV-Material oder hochskaliertes SD-Material. Der Satellitenbetreiber Astra strahlt rund um die Uhr ein kostenloses HDTV Demonstrations-Programm mit hochqualitativen Video-Programminhalten aus, um Endkunden die Möglichkeit zu bieten, den neuen Fernsehstandard kennenzulernen und den Handel bei der Vorführung und Vermarktung von HDTV Equipment zu unterstützen. Der paneuropäische HDTV Sender HD-1, ein Pionier des hochauflösenden

Fernsehens, sendet bis 12 Uhr unverschlüsselte und danach verschlüsselte HDTV-Programme in den Sprachen Französisch, Niederländisch und Englisch und strahlt sein Programm auch über Kabel in den Netzen von Ish und Kabel BW aus. Eine Smartcard zur Decodierung der Sendungen kann im Bundle mit einem Receiver erworben werden. Für ca. 250 Euro ist die Smartcard auch separat erhältlich. Auf dem HD1 werden von 20 bis 24 Uhr Konzerte, Opern, Sportveranstaltungen



Immer optimale Bildeinstellungen mit Datacolor SpyderTV

Der „Datacolor SpyderTV“ macht Schluß mit ungünstigen Bildeinstellungen bei Fernsehgeräten und sorgt vor allem am PoS mit seinen zahlreichen, gleichzeitig in Betrieb befindlichen Bildschirmen für optimale Präsentation aller vorgeführten Geräte. Der „SpyderTV“ mißt Kontraste, Helligkeit, Farbe, Tint und Farbtemperatur des Fernsehers und hilft dem Nutzer, ungünstige, subjektiv bedingte Fehleinstellungen zu korrigieren und die jeweils optimalen Anpassungen zur Verbesserung der Bildqualität festzustellen und durchzuführen. Das SpyderTV Set besteht aus einem Sensor zur Erfassung der Meßwerte, einem sogenannten „Colorimeter“ mit zugehöriger Software. Das Colorimeter wird über ein USB-Kabel mit einem Notebook oder einem in der Nähe des zu messenden Bildschirms stehenden Rechner verbunden und dann mit Hilfe einer Vorrichtung auf den Fernsehschirm aufgesetzt. Mit dem Sensor werden die von der mitgelieferten DVD auf dem Rechner abgespielten Test-Muster analysiert und danach die von der SpyderTV-Software errechneten Einstellungen vorgenommen. Das Ergebnis ist ein gravierend verbessertes Fernsehbild, das besonders bei modernen Großbildschirmen sehr sinnvoll ist. Zahlreiche Hersteller aktivieren nämlich zur Geräte-Auslieferung den sogenannten „Torch Mode“, einen Modus, der für starkes Umgebungslicht im Verkaufsraum konzipiert ist und höchste Kontraste erzielt. Unterschiedliche Bildwerte bei Geräten können auch durch angeschlossene Komponenten wie DVD-Player und Verbindungskabel hervorgerufen werden. Nur mit Augenmaß immer die optimale Kombination von eingestelltem Kontrast, Helligkeit, Farbe, Tint und Farbtemperatur zu finden, ist selbst für Experten nahezu unmöglich. Der SpyderTV ist zum UVP von 289,- Euro lieferbar und nicht nur für professionelle Geräteeinstellungen im Einzelhandel hilfreich, sondern auch gut als wertiges und nützliches Add on bei Verhandlungen über den Verkauf hochpreisiger Flachbildschirme einzusetzen.

HDMI-Switcher von Oehlbach



Mit zwei neuen HDMI-Umschaltern erleichtert Oehlbach den Einstieg ins HDTV-Fernsehen und ermöglicht den problemlosen Anschluß mehrerer HDMI-kompatibler Zuspelgeräte an ein „HD ready“ LCD- oder Plasma-Fernsehgerät. Moderne, auch für HDTV geeignete Fernsehgeräte, verfügen über einen digitalen HDMI-Eingang. An diesen können mit HDMI-Schnittstelle ausgestattete Zuspelgeräte wie Settopboxen, DVD-Player, DVD-Recorder, SAT-Receiver oder Spielekonsolen angeschlossen werden. Die zur Zeit angebotenen HDTV-Geräte und für hochauflösende Videosignale geeigneten Displays verfügen meist nur über eine HDMI-Schnittstelle. Um bei einem solchen Gerät die digitale Signalquelle zu wechseln, muß das Anschlußkabel des einen Geräts entfernt und ein anderes Kabel eingesteckt werden, wirklich ein Anachronismus bei einem modernen HDTV-Gerät. Deshalb bietet der Kabel-Spezialist Oehlbach ab sofort zwei HDMI-Umschalter an: Das Modell XXL-2100 (2:1) schaltet zwischen zwei HDMI-Quellen um, und das Modell XXL-4100 (4:1) bietet dem Anwender die Möglichkeit, mit einem Schalter zwischen vier HDMI-Quellen wählen zu können, deren Videosignal auf einem Bildschirm oder Projektor mit nur einem HDMI-Eingang dargestellt werden soll. Das „XXL“ in der Typenbezeichnung steht bei Oehlbach für die beste darstellbare Qualität. Beide HDMI-Umschalter sind die weltweit ersten im Handel angebotenen Geräte, die in jeder Hinsicht den HDMI-Richtlinien entsprechen. Verwendet werden ausschließlich HDMI-Chips der neuesten Generation. Die maximale Auflösung der umgeschalteten Videosignale beträgt 1.080p/1.920 x 1.080 (VESA bis UXGA). Für die Verstärkung der eingehenden und ausgehenden Signale sorgt die integrierte Repeaterfunktion. Auf diese Weise ist der Anschluß großer Kabellängen (bis 20 Meter) problemlos möglich. Vergoldete HDMI-Buchsen sichern den bestmöglichen Kontakt. Im Automatikmodus wählt der Oehlbach-XXL-HDMI-Umschalter selbständig den Eingang, an dem ein Signal anliegt, aus. Die manuelle Umschaltung erfolgt durch Betätigung eines Umschalters auf der Frontseite. Der UVP für das Modell 2100 beträgt 549,- Euro, für das Modell 4100 749,- Euro.

oder Highlights wie Live-Events, Sportübertragungen oder Rockkonzerte gesendet. In der sonstigen Sendezeit werden Landschaftsbilder und Dokumentationen gezeigt. HD5, der zweite HDTV-Sender von 1080, sendet als kostenloser Promo-Kanal in einer 24-Stunden-Schleife hochauflösende Bilder wie z. B. Konzertmitschnitte, Weltallaufnahmen und Szenen aus der Tier- und Pflanzenwelt. Dem Zuschauer wird außerdem HDTV und der richtige Aufbau der Surround-Sound-Anlage erklärt. HD2, der dritte Sender von Euro 1080, richtet sich als Premium Event-Kanal vorwiegend an Kinos, Restaurants oder Gaststätten, kann aber auch von Privathaushalten empfangen und mit der für HD1 gültigen Smartcard decodiert werden und ist außerdem als Pay-per-Event-Kanal angelegt.

HDMI Switch + Skalierer: cinemateq picture optimizer plus II (SDI)

HDTV, High Definition Video-Programm-Material und die digitale



Der picture optimizer plus II (SDI) von cinemateq ist ein voll digitaler High-End Videobild-Optimierer mit 8-fachem HDMI-Videoswitcher. Ein „HDMI upgrade kit“ mit vier zusätzlichen, skalierbaren HDMI-Eingängen (insgesamt 12) und einem zusätzlichen HDMI-Ausgang (insgesamt 2 voll-digitale Ausgänge) ist für März 2006 angekündigt.

HDMI-Schnittstelle mit dem Kopierschutz HDCP haben den Markt um eine neue Produktgruppe erweitert: „HDMI-Switcher, Skalierer und Picture Optimizer“. Die Zeiten, in denen man beliebige Geräte einfach durch ein Kabel mit je einem Stecker an beiden Enden verbinden konnte, sind offensichtlich vorbei. Im Zeitalter der digitalen Video-Schnittstelle HDMI ist die Kabelverbindung zur bidirektionalen Kommunikationslinie mutiert, über die sich miteinander zu verbindende Geräte erst mal wechselseitig identifizieren und akzeptieren müssen, bevor die permanent überwachte Übertragung kopiergeschützter Videosignale gestartet wird. Möchte man mehrere durch HDCP überwachte Bildquellen und Zuspel-

geräte an einem Bildschirmeingang umschalten und gleichzeitig Videosignalquellen mit geringerer Auflösung optimal an die hohe Auflösung eines HDTV-TV-Bildschirms anpassen, dann ist man mit einem Gerät wie dem cinemateq picture optimizer plus II (SDI) alle Sorgen los. Das Unternehmen cinemateq, ein in Gräfelfing/München beheimateter Hersteller volldigitaler Heimkinotechnik, hat den picture optimizer plus II (SDI) als voll digitalen High-End Videobild-Optimierer mit integriertem 8-fach HDMI-Videoswitcher konzipiert. Das Gerät skaliert Eingangssignale auf alle gängigen Auflösungen bis hin zu „echtem“ HDTV 1080p bei 50/60 Hz hoch (upscaling) und liefert ausgangsseitig nach volldigitaler Bearbei-

tung Videosignale mit einzigartiger Bildqualität an Projektoren, Plasma- und LCD-Bildschirme. Mit seinen umfangreichen Funktionen ist der cinemateq picture optimizer plus II (SDI) bestmöglich für im High-End Heimkino-Bereich wie im Präsentations-Umfeld gestellte Anforderungen ausgestattet. Das zur Zeit spärliche Angebot an hochauflösend produziertem Video-Programmmaterial läßt sich nun mühelos erweitern: Man legt einen handelsüblichen DVD-Film in den DVD Player, läßt das ausgegebene Videosignal durch den picture optimizer plus II optimieren und sieht sich den Film in HDTV-Auflösung mit überzeugender Bildqualität auf einem HD-ready Bildschirm an. So kommt man schon vor dem Verkaufsstart der ersten HD-DVD- und Blu-Ray-Filme in den Genuß hochauflösender Bilderwelten und wertet gleichzeitig umfangreiche DVD-Sammlungen auf. Neben den Funktionen zur professionellen Video-Bildoptimierung arbeitet das Gerät als

hochwertiger Video-Switcher. Mit zehn Eingängen und vier Ausgängen stehen sämtliche aktuellen Schnittstellenarten für In- und Output zur Verfügung und lassen sich alle für das Heimkino oder den Präsentationsraum benötigten Verbindungsvarianten realisieren. Bedienung und Konfiguration erfolgen per Infrarot-Fernbedienung auf einem Display oder On-Screen Menü. Alle Einstellungen und Bedienungsmöglichkeiten sind verständlich formuliert. Die Auslieferung erfolgt „ready to run“, so daß auch unerfahrene Heimkinobesitzer das Gerät sofort in Betrieb nehmen können. Der cinemateq picture optimizer plus II (SDI) ist zum UVP von 1.895,00 EUR lieferbar.

Sharp HD ready Aquos GD7E

Der Kooperation zwischen dem LCD-TV-Weltmarktführer Sharp und dem deutschen Traditionshersteller Loewe AG entstammen die drei am Loewe Standort Kronach produzierten HD-ready LCD-TV-Geräte LC-37GD7E, LC-32GD7E und LC-26GD7E mit Bildschirmdiagonalen von 94, 80 und 65 Zentimetern. Sharp positioniert die neue Modellreihe im Oberklasse-Segment seines umfassenden LCD-TV Portfolios. Neben den exzellenten Display-

Eigenschaften der mit Panels aus der eigenen LCD-Panel-Produktion in Kameyama bestückten Sharp 16:9 LCD-Fernseher mit 450 Candela und einem Kontrastverhältnis von 800:1, verfügen die Top-Geräte über weitere neue Ausstattungsmerkmale und Einrichtungen für die digitale Zukunft im heimischen Wohnzimmer: Alle drei Modelle sind HD-ready und erfüllen mit 1.366 mal 768 Bildpunkten und HDMI-Eingang die Grundvoraussetzungen für das kommende hochauflösende Fernsehen HDTV. Mit dem neuen gekapselten Hybrid-Tuner sind sie für den besten und störungsfreien Empfang schwacher analoger Signale und für digitales terrestrisches Fernsehen DVB-T optimiert. Das 37-Zoll-Modell LC-37GD7E und der kleinere 32-Zoll-Bruder LC-32GD7E verfügen mit einem zweiten Tunerbaustein zusätzlich über ein digitales Satellitenempfangsteil für DVB-S. Beim 26-Zoll-Modell kann dieses Empfangsteil nachgerüstet werden. Neu ist auch das in 18 Sprachen verfügbare On Screen-Display (OSD) und der elektronische Programm Guide (EPG). Erstmals setzt Sharp auf einen AV-Link, mit dem z. B. die Stationsliste des Fernsehers über Scart-Anschluß am Videorekorder übermittelt wird. Die drei neuen Top-Modelle sind zum UVP von 3.799 Euro (LC-37GD7E), 2.599 Euro (LC-32GD7E) und 1.799 Euro (LC-26GD7E) verfügbar.

DVD von Grundig zur HDTV-Promotion

Erst die direkte Gegenüberstellung herkömmlicher PAL-Bilder mit gleichen Bildszenen in HDTV macht den Qualitätsunterschied zwischen HDTV und PAL eindrucksvoll sichtbar. Bei Fachmessen werden auf ausgestellten Fernsehgeräten gestochen scharfe HDTV-Programminhalte gezeigt, um Besucher von den Vorzügen des HDTV-Standards zu überzeugen. „Sogar für Fachleute ist es oft schwierig, die Brillanz des hochauflösenden Fernsehens zu erkennen, wenn der direkte Vergleich zum bisher üblichen Fernsehbild fehlt“, sagt Britta Rürup, Director Marketing Communication bei der Grundig Intermedia GmbH. „Wir haben deshalb in einem Clip den HDTV-Inhalt stellenweise auf die PAL-Auflösung heruntergerechnet. Dadurch steht das PAL-Bild inmitten des HD-Bildes und macht auf einen Blick deutlich, wo die Vorteile eines HD-ready LCD- bzw. Plasma-TVs liegen.“ Eine entsprechende DVD wird, solange der Vorrat reicht, vom Grundig Vertrieb an die Händler ausgegeben. *evo*

HDTV-Sender Tabelle

Premiere	HD FILM	DVB-S2/MPEG4/H.264.	Astra 1H (19,2°E)	Transponder 75, 11914.50 MHz/H
Premiere	HD SPORT	DVB-S2/MPEG4/H.264.	Astra 1H (19,2°E)	Transponder 75, 11914.50 MHz/H
Premiere	HD THEMA	DVB-S2/MPEG4/H.264.	Astra 1H (19,2°E)	Transponder 75, 11914.50 MHz/H
SAT 1	Vollprogramm	DVB-S2/MPEG4/H.264.	Astra 1E (19,2°E)	Transponder 102, 12,441 GHz/V
Pro 7	Vollprogramm	DVB-S2/MPEG /H.264.	Astra 1E (19,2°E)	Transponder 102, 12,441 GHz/V
Astra	HDTV Demo	DVB-S2/MPEG4/H.264.	Astra 1H (19,2°E)	Transponder 102, 12,441 GHz/V
Astra	HDTV Demo	DVB-S/MPEG-2	Astra 1H (19,2°E)	Transponder 88, 12,168 GHz/V
HD-1	Doku / Events	DVB-S/MPEG-2	Astra 1D (23,5°E)	10758.50 MHz / V
HD-5	HDTV Demo	DVB-S/MPEG-2	Astra 1D (23,5°E)	10758.50 MHz / V
HD-2	Live Events	Time Sharing mit HD-5	Astra 1D (23,5°E)	10758.50 MHz / V

POs-Neuheiten

Bei Tattung sind drei neue HD ready TV-Geräte ab sofort verfügbar



Mit der plakativen Nachricht: „Die neuen HDTV-Fernseher von Tattung sind da!“ hat Tattung Niederlande, die euro-

päische Zentrale des in Taiwan beheimateten Herstellers, die sofortige Verfügbarkeit seiner neuesten LCD-Fernseher bekanntgegeben. Alle Modelle der neuen Geräteserie im 16:9-Format sind „HD ready“ und überzeugen nach Angaben des Herstellers mit kontrastreicher, brillanter Bilddarstellung und Betrachtungswinkeln von 176° horizontal und vertikal: Der 32 Zoll große Tattung V32ECCB mit 81 cm Bilddiagonale verfügt über die Auflösung



von 1.366 x 768 (WXGA), das Kontrastverhältnis von 1.000:1 und die Helligkeit von 550 cd/m². Die kurze Reaktionszeit von 10 ms garantiert auch bei schnell bewegten Bildinhalten scharfe Bilder ohne Wischeffekte, zum Beispiel bei Actionfilmen und Sportsendungen. Neben den Videoeingängen 2x Scart-Buchse, CompositeVideo, S-VideoYPbPr (720p/1080i) und DVI mit HDCP1.1-Unterstützung steht ein DVI-I Video-Eingang (digital

DVI-D + analog D-Sub) zum problemlosen Anschluß des TV-Bildschirms an einen PC zur Verwendung als Computer-Monitor bereit. Optional ist ein zusätzlicher DVB-T Tuner lieferbar. Der Einsatz modernster Technologien wie Motion Adaptive De-Interlacer, digitale Regelung von Helligkeit und Kontrast und neueste Methoden zur Rauschunterdrückung sorgen für höchstmögliche Bildqualität. Im PC-Modus steht eine PIP-Funktion (Picture in Picture) zur gleichzeitigen Darstellung von PC-Inhalten und TV-Bildern zur Verfügung. Der V32ECCB ist über die Distributionskanäle von Tattung zum UVP von 1.299 Euro erhältlich. Ebenfalls schon lieferbar sind die Modelle der EMRO-Reihe, V32EMRO und V37EMRO. Beide Modelle stellen Bildinhalte mit 1.366 x 768 Bildpunkten (WXGA) und 16,7 Millionen Farben dar und sind für die Wiedergabe üblicher Fernseh-

programminhalte im normalen PAL-Standard und auch die Ansteuerung mit hochauflösenden Videosignalen (HDTV, Blu-Ray, HD-DVD) über den HDMI-Eingang ausgestattet. Die kurze Reaktionszeit von 8 ms garantiert auch bei schnell bewegten Bildinhalten konturscharfe Detailabbildungen ohne Wischeffekte. Ein DVB-T-Tuner ist bereits integriert. Der analoge TV-Tuner unterstützt die Fernsehnormen B/G, D/K, I und L/L' (Multi-

Europe), die Farbsysteme PAL/SECAM, und das Sound System NICAM/A2 (IGR). Beide Geräte verfügen über Picture in Picture (PIP) und Picture by Picture (PBP). Der V32EMRO (81 cm) ist zum UVP von 1.499 Euro, der 37 Zoll große V37EMRO (94 cm) zum UVP von 1.999 Euro erhältlich.

Archos Pocket Multimedia Center Gmini 500



Archos, Hersteller mobiler Multimedia- und Speicherlösungen, stellt das neue Pocket Multimedia Center Gmini

500 vor: Das kleine Gerät ist mit einer 30 GB fassenden Festplatte ausgestattet und kann bis zu 120 Stunden Videos, 300.000 Fotos oder 15.000 Musiktitel speichern und abspielen. Es ersetzt im Archos-Angebot den Vorgänger Gmini 400. Filme können mit dem Gmini 500 nach Anschluß an ein TV-Gerät oder größeren Bild-



schirm in DVD-ähnlicher Qualität angeschaut werden. Das ist besonders auf Reisen interessant. Das integrierte Vier-Zoll-Farb-LCD des Gmini 500 stellt Bildinhalte mit einer Auflösung von 480 x 272

Bildpunkten und in 262.000 Farben dar. Abgespielt werden auch MPEG-42, WMV3 und geschützte WMV3-Dateien. Über die USB Host-Schnittstelle lassen sich Fotos direkt von der Digitalkamera überspielen. Das Organisieren, Anschauen und Umbenennen von Fotos ist auch ohne Computer möglich. Diashows auf dem TV-Gerät sind für den Gmini 500 kein Problem. Die Abmessungen betragen 76 x 124 x 18 mm und das Gewicht 250 Gramm. Der geladene Akku des Gmini 500 reicht für bis zu 15 Stunden Wiedergabe von Musik und bis zu 5 Stunden Wiedergabe von Filmen auf dem integrierten Bildschirm. Der Gmini 500 ist zum UVP von 399,99 erhältlich.

Trendnet TBW-103UB: WiFi Bluetooth USB Adapter



Der US-amerikanische Netzwerkhersteller Trendnet präsentiert mit dem TBW-103UB einen USB 2.0 Adapter, der in einem Gerät Schnittstellen für Bluetooth und 802.11g WLAN Zugriff vereint. Der drahtlose 54 MBit/s 802.11g USB-2.0 & Bluetooth Combo-Adapter ermöglicht parallele Bluetooth- und WiFi-Verbindungen, so daß über WLAN-Hotspots gleichzeitig das Internet genutzt und mit Bluetooth-Geräten wie zum Beispiel Mobiltelefonen, Notebooks oder PCs kommuniziert werden kann. Unterstützt werden 64/128/256-Bit WEP- und WPA-Verschlüsselung. Die Reichweite beträgt bis zu 100 Meter innen und 400 Meter im Freien. Die Bluetooth-Reichweite beträgt bis zu zehn Meter. Mitgeliefert werden

einfache Einrichtungs- und Diagnoseprogramme. Trendnet gewährt drei Jahre Garantieleistung. Der UVP in Deutschland beträgt 55 Euro.

Sony: 8 GB Micro Vault Pro Stick



Sony Europe stellt als jüngstes Mitglied seiner Micro Vault Pro-Familie einen neuen USB-Stick mit 8 GB Speicherkapazität vor. Diese hohe Speicherkapazität stellt eine kleine Ein-Zoll-Festplatte zur Verfügung, die von einem kompakten, hochglanzpolierten Metallgehäuse geschützt wird. Über einen seitlich ausklappbaren USB-Stecker kann der 8 GB



MicroVault Pro in den USB-Anschluß eines Notebooks oder Computers eingesteckt werden. Gegenüber Vorgängermodellen verfügt der neue Stick über eine deutlich höhere Speicherkapazität und ein eleganteres Gehäuse-Design. Auf dem ultraportablen 8 GB MicroVault in Größe einer Visitenkarte ist die Dateisynchronisations-Software „Auto Sync“ von Sony installiert, die sehr hohe Zuverlässigkeit und Qualität bei der Datenspeicherung gewährleistet. Der neue Micro Vault ist zum UVP von 199 Euro verfügbar.

CeBIT-Neuheiten von Hitachi

Die Hitachi Media Group präsentiert auf der CeBIT die neue Generation der Picture Master Flachbildschirm-TVs. Zudem kündigt das Unternehmen seine inzwischen sechste Generation an DVD-Camcordern an.

Die Entwicklung der neuen DVD-Camcorder-Linie erfüllt die Ansprüche der technikbegeisterten Filmfans im gleichen Maße wie die der preisbewußten Hobbyfilmer, bei denen Komfort und die möglichst einfache Bedienung im Vordergrund stehen. Die Produktlinie, bestehend aus den Modellen DZ-GX3300, DZ-GX3200, DZ-GX3100 und DZ-BX35, verfügt erstmals über ein Multi-Format-Laufwerk, das die gängigsten DVD-Formate wie DVD-R, DVD-RW, DVD+RW und DVD-RAM beschreibt. Digitale Fotoaufnahmen können auf DVD im Format -RAM und auf SD-Karte gespeichert werden. Alle Modelle haben die neue „Video-to-Photo“ Funktion. Diese ermöglicht es, Fotos aus einem Video herauszuschneiden und separat auf SD-Karte zu speichern. Umschalten zwischen der Foto- und Videofunktion ist nicht mehr nötig, da die gewünschten Szenen nach der Aufnahme auf DVD einfach zum Foto umgewandelt werden. Die

Camcorder-Serie hat einen 2,7 Zoll großen LCD-Bildschirm im 16:9-Format und ist mit einem Super Digital Zoomobjektiv ausgestattet. Ein nützliches Feature ist Hitachis Neuentwicklung, das sogenannte „Oversampling“. Dabei wird eine größere als die im Display sichtbare Bildfläche aufgezeichnet. Damit können verwackelte Bilder leicht korrigiert werden.



Hitachis neue Camcorder-Linie erfüllt die Ansprüche von technikbegeisterten Filmfans im gleichen Maße wie die der preisbewußten Hobbyfilmer. Komfort, eine unkomplizierte Bedienführung sowie ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis stehen bei den neuen Geräten im Vordergrund.

Weitere Features sind der „One-Touch-Finalization“-Knopf, mit dem Aufnahmen schnell gesichert werden können, sowie eine „Sleep/Restart“ Funktion. Diese versetzt den Camcorder in einen stromsparenden Zustand, aus dem die Kamera auf Knopfdruck innerhalb von einer Sekunde startklar ist. „Hitachi entwickelt seine DVD-Camcorder-Linie kontinuier-

lich weiter, so daß wir die Ansprüche unserer Kunden nach einfacher Bedienung und gleichzeitig brillantem Bild erfüllen“, so Carsten Landshöft, Account Manager, Consumer Channel der Hitachi Digital Media Group. „Hitachi brachte den ersten DVD-Camcorder auf den Markt. Wir sind Vorreiter in diesem Segment und beweisen dies mit der weiter ausgefeilten Ausstattung der neuen Produkte zu einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis einmal mehr.“

Picture Master Flat-TVs

Die neuen Picture Master Flachbildschirm-Fernseher in den Größen von 32 bis 55 Zoll sind alle HD ready. Das erste Produkt der

neuen Serie, das auf den Markt kommen wird, ist der 42PD9700. Wie seine Vorgänger ist er mit dem Picture Master Chip ausgestattet, der dank 10-Bit-Videoverarbeitung 68,6 Mrd. Farben darstellen kann und das Bild durch intelligente Bildbearbeitungsfunktionen verbessert. Darüber hinaus konnte Hitachi den Stromverbrauch aller Geräte, trotz entscheidend verbesserter technischer Meßwerte, wesentlich reduzieren und weitere Audio- und Video-Features hinzufügen. „Hitachi ist bereits Marktführer im Segment der Plasma-Fernsehergeräte mit HD Auszeichnung. Diese Position bauen wir weiter aus“, sagt Carsten Landshöft. „Das gelingt uns durch zukunfts-fähige Technologie, ansprechendes Design und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Die neue Geräteserie folgt dieser Tradition. Wir verbessern die Auflösung, erhöhen Kontrast und Helligkeit

und entsprechen dem Markt, in diesem Fall durch die Integration eines digitalen Tuners.“ Das Kontrastverhältnis der neuen Plasma Geräte liegt bei 3.000:1, der Helligkeitswert bei 1.400 cd/m². Für ein detailgetreues Bild sorgt die Auflösung von 1.024 x 1.080 Pixeln. Die Wiedergabe der Blau- und Grüntöne erfolgt wie bei dem erfolgreichen Vorgängermodell durch den Einsatz von Multi-Band-Paß-Filtern. Die Oberfläche des Plasmas ist gegen Lichteinfall geschützt und entspiegelt. Hitachi schraubt mit der Weiterentwicklung seiner Geräte den Energiebedarf des 42PD9700 um 40 Prozent herab – nach Angaben des Herstellers verbraucht ein LC-Display fast die dreifache Menge an Strom. Das Panel hat eine geringe kapazitive Reaktanz, so daß die Energieausbeute optimal ist. Für den guten Ton sorgt die 36-Watt-Leistung der insgesamt vier Kanäle – je zwei integrierte Lautsprecher und Subwoofer. Der 42PD9700 ist damit der erste Plasma-Fernseher von Hitachi mit integrierten Subwoofern und digitalem Tuner. Surround Sound ist durch den Einsatz von BBE und WOW (SRS und TruBase) garantiert. Hitachi wird noch im Frühjahr dieses Jahres den Nachfolger des 55 Zoll großen Plasmas 55PD5200, das Modell 55PD9700, präsentieren. Das Gerät wird mit einer Helligkeit von 1.000 cd/m² aufwarten. miz



Bei Loewe läuft der High-Tech-Vorverkauf

Marketingmaßnahmen rund um die WM

Pünktlich zum Fußball-Event des Jahres bietet Loewe seinen Fachhandelspartnern neue Produkte mit innovativen Funktionen und effektive Kommunikationsmaßnahmen.

Mit einer erweiterten Flat-TV-Range möchte Loewe den Fachhandel für die Fußball-WM rüsten. Der neue Loewe Modus L42 sowie der im Design aufgewertete Loewe Xelos A 42 schaffen ein attraktives Angebot an großformatigen Plasma-TVs. Die erfolgreiche Loewe Individual Linie wird um ein attraktives Audio System ergänzt und später um Individual 40, den ersten Loewe LCD-TV mit 100 cm Bild diagonalen. Ein weiteres Highlight bei Loewe ist die Replay Funktion DR+. Die grüne Taste auf der Loewe Fernbedienung bietet einen ganz besonderen Komfort. Diese Funktion

ermöglicht das Aufzeichnen von Spielsituationen. Per Knopfdruck werden sowohl die vorangegangenen 30 Sekunden als auch die nächsten 30 Sekunden des laufenden Geschehens als Highlight aufgezeichnet.

Modus Flat-TV Linie

Die neuen Modus Flat-TVs im jungen Design erweitern das Angebot im Segment Loewe Life. Modus richtet sich an Endkunden, die vor allem Wert auf Bildschirmgröße und Design legen, aber nicht den Mehrpreis für die luxuriöse Wertigkeit und umfangreiche Ausstattung eines Xelos bezahlen möchten. Modus reduziert sich auf das Wesentliche: Die hochauflösenden großformatigen 42"-Plasma- und 37"-LCD-Panels arbeiten auf der Digital+-Plattform und sind HD ready. Auch auf den Empfang von digitalen Fernsehsignalen ist der Modus bestens vorbereitet. Der DVB-T/C-Empfang sowie ein

Common Interface zur Entschlüsselung von Pay-TV-Sendern ist bereits integriert. DVB-S kann optional integriert werden.

Dank klarer Produktdifferenzierung zwischen Modus und Xelos in Design, Ausstattung und Preis kann der Handel das Absatzpotential der Wachstumsmärkte für große Plasma- und LCD-TV-Geräte noch besser nutzen.

Peripherie mit mehr Leistung

Mit Centros 1202 führt Loewe im März eine leistungsstarke Alternative zum Centros 2102 HD ein. Beide DVD-Recorder sind technisch eng verwandt – nur DVD-Audio und die HDMI-Schnittstelle entfallen beim neuen Centros 1202. Für den Kunden bedeutet das: ein preiswerter DVD-Recorder, der dank Double-Layer-Recording bis zu acht Stunden Aufnahmezeit in vier Quali-



tätsstufen bietet. Und mit Copy-to-Disc lassen sich auch digitale Schnappschüsse der Digitalkamera von der Speicherkarte auf DVD archivieren. Das in Material und Design hochwertige Gerät harmonisiert sehr gut mit dem Systemdesign der Loewe TV-Geräte. Eine Systemfernbedienung reicht, um sowohl das Fernsehgerät als auch den Centros 1202 zu bedienen.

Werbekampagne

Eine breit angelegte Printkampagne soll die neue Highlight-Funktion von Loewe in den Mittelpunkt setzen. Spannende Anzeigeformate in ausgesuchten Titeln sorgen für viel Aufmerksamkeit. Die Printkampagne wird ergänzt durch flankierende Maßnahmen wie Plakate und Online-Promotions. *miz*

Pos Aktuell

Erster Pay-Radio Kanal über DVB-T

Die TechniSat Digital GmbH sendet seit Anfang Februar den ersten Pay-Radio Sender über DVB-T. Radioropa Hörbuch, so der Name des Programms, widmet sein Rund-um-die-Uhr-Vollprogramm dem Themenkomplex Hörbuch und Hörspiel. Hierzu zählen neben kompletten Hörbüchern und Hörspielen auch Hörbuchbesprechungen und Hörbuchankündigungen. Radioropa Hörbuch sendet in Berlin auf Kanal 59, ist Conax-verschlüsselt und kann ab sofort mit einem Conax-fähigen DVB-T-Receiver oder einem DVB-T-Receiver mit CI-Schnittstelle und eingelegetem Conax-Modul empfangen werden. Um das Signal zu entschlüsseln, ist eine freigeschaltete TechniSat-SmartCard notwendig. „Wir sind stolz darauf, mit Radioropa Hörbuch zeigen zu können, daß verschlüsselte Angebote in Deutschland auch über DVB-T möglich sind. Radioropa Hörbuch ist erst der Anfang. Wir planen weitere Programme dieser Art“, so Thomas Gruppe, Prokurist und DVB-Projektmanager bei TechniSat.

Panasonic: Monitoring für Netzwerkkameras

Mit dem Monitoring-System BL-WV10b von Panasonic steht ab sofort der zusätzliche Fernsehkanal „Sicherheit“ auf dem TV-Programm. Kaum etwas beruhigt das menschliche Gemüt mehr, als selbst zu sehen, daß alles in Ordnung ist. Mit dem neuen Monitoring-System bietet Panasonic für Geschäfts- wie Privatleute eine technische Lösung, um das aktuelle Geschehen in Läden, Lagerbereichen

oder Wohnhäusern jederzeit im Auge behalten zu können. Das BL-WV10b wird über ein Videokabel an ein Fernsehgerät angeschlossen, und schon arbeitet der Bildschirm auch als Überwachungsmonitor mit gleichzeitiger Anzeige der von bis zu vier Kameras aufgenommenen Bilder ihrer Umgebung. Durch Umschalten kann der Benutzer zum Fernsehprogramm zurückkehren.

retec baut seinen Online-Shop aus

retec, Distributor für Speichermedien und Zubehör, hat sein Sortiment im Web-Shop um POS-Material und Accessoires erweitert. Mit diesen neuen Bereichen will retec seinen Händlern einen noch besseren Service am Verkaufsort anbieten. So können Fachhändler ab sofort PoS-Material wie beispielsweise Blisterwände, Dummies und Aufkleber zur Unterstützung ihrer Produktpräsentation online bestellen. Im Accessoires-Bereich sind attraktive Artikel rund um die Marke Store-Berry vertreten, vom Lanyard über die Baseball-Kappe bis zur modischen Schultertasche. Zahlreiche Angaben rund um die angebotenen Produkte sowie Bildmaterial erleichtern die Auswahl. Seit der Einführung des retec Web-Shops im Oktober 2005 wurde das Sortiment gezielt den Bedürfnissen der Anwender angepaßt. Der Web-Shop führt das gesamte Produktportfolio der retec GmbH.

Panasonic verschenkt DVD-Pakete zum Testen an Camcorderkäufer

Wer bis zum 31. März einen neuen Panasonic DVD-Camcorder VDR-D300, VDR-D250 und VDR-D150 kauft, die erstmals auf DVD RAM, DVD RW und DVD R aufnehmen, erhält ein DVD Mix Pack gratis dazu. Das DVD Mix Pack mit je einer 8 cm DVD RAM, DVD RW und DVD R erhalten die Käufer hierfür direkt beim

teilnehmenden Fachhändler. Damit können Videofilmer von Beginn an die Multi-format-Kompatibilität testen. Die original Panasonic DVD-Rohlinge sind durch das neu entwickelte Panasonic Pro Hard Coating besonders kratzfest, schmutz- und staubabweisend. Aufmerksamkeitsstarke Kartonhüllen, Aufsteller und Flyer weisen den Weg zu den neuen Panasonic DVD-Camcordern.

Discovery und Premiere laden Verkäufer zum Wettbewerb ein

Wer viele Premiere Abonnements verkauft, kann bald am Arabischen Golf Urlaub machen. Discovery belohnt den Verkauf von Premiere Thema Abos mit

attraktiven Preisen, unter anderem einer Reise nach Dubai. An dem von Discovery und Premiere initiierten Verkäuferwettbewerb können alle Premiere Händler mit ihren Verkäufern im Fachhandel teilnehmen. Jedes bis zum 31. März über das Online-Tool Premiere Connect angemeldete Premiere Thema Abo geht automatisch in die Wertung ein. Händler, die die meisten Premiere Thema Abonnements vermarkten, erhalten wertvolle Gewinne, die Discovery zur Verfügung stellt. Der erste Preis ist eine Reise nach Dubai für zwei Personen im Wert von 4.000 Euro. Der zweite bis vierte Preis jeweils eine Reise nach Rom im Wert von 3.200 Euro. Darüber hinaus stiftet Discovery Channel weitere attraktive Preise, darunter DVDs ausgewählter Discovery-Programme. Parallel zum Verkäuferwettbewerb führen

Discovery und Premiere ein Consumer-Gewinnspiel am Point of Sale durch. Unter dem Motto „Stille deinen Wissensdurst“ wird in zirka 100 Verkaufsstellen, darunter Saturn und Media Markt, eine multimediale Wissensbar aufgebaut, an der Interessierte außer einem erfrischenden Mineralwasser auch spannende Einblicke in Programme von Discovery erhalten. LCD-Screens zeigen kurze Trailer der vier Discovery-Sender Discovery Channel, Animal Planet, Discovery Geschichte und Discovery HD. Die Kunden können thematisch mit den Sendern verbundene Gewinnspielfragen beantworten und attraktive Preise gewinnen – zum Beispiel ein Premiere Abo inklusive Premiere Thema und einen hochwertigen Digital-Receiver.

Sharp erhöht die Produktionskapazitäten im LCD-Segment

Sharp hat eine Aufstockung der Investitionen in das hypermoderne Werk Kameyama II um 1,4 auf insgesamt 2,5 Milliarden Euro beschlossen. Dadurch wird unter anderem eine Vervierfachung der LCD-Panel-Produktion bis Ende 2008 ermöglicht. „Die Eröffnung des Werks im Herbst wird uns vom ersten Tag der Produktion an zu einer einzigartigen Marktposition verhelfen. Kameyama II besitzt die weltweit höchste Effektivität bei der Produktion großer Bildschirmdiagonalen. Und in diesen Segmenten, also über 40 Zoll, findet ein wesentlicher Teil des Wachstums der Zukunft statt“, so Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Deutschland/Österreich, anlässlich der CeBIT Preview in München.

Große Bildschirmdiagonalen sind eine Säule der LCD-TV Strategie von Sharp. Ebenso wichtig und in Märkten wie Japan und den USA bereits heute Muß: hochauflösende Panels. Sharp ist nach eigenen Angaben weltweit Treiber der HDTV-Auflösung und des HD ready Siegels in Deutschland. In Zukunft wird Sharp noch mehr eine Vorreiterrolle im Premium-Bereich mit Full-HD-Panels einnehmen. Die „Veredelung des HD ready-Segments“ wird nach Einschätzung Boltens eines der großen Sharp Themen dieses Jahres. Sharp betreibt die Einführung von HDTV in Deutschland durch eine umfangreiche Kooperation mit dem Fernsehsender Sat.1. Der erste große HDTV-

Höhepunkt 2006 wird die Übertragung des Champions League Endspiels im Mai aus Paris auf Sat.1 HD sein. Bolten: „Wer wissen will, in welcher Qualität die WM in High Definition aussehen wird, sollte sich das Spiel ansehen.“ Dritte Säule des LCD-TV-Jahres ist die Vier-Panel-Strategie mit einem breiten Line-up. Sharp zeigt sich in diesem Zusammenhang für den Sportsommer bestens gerüstet. „2006 wird das Jahr mit den meisten neuen Produkteinführungen. Wir haben es geschafft, viele Neueinführungen nach vorn zu verlegen“, meinte Bolten. „Unter anderem die Nachfolgeserie der erfolgreichen PAL-optimal-Reihe, mit der wir es geschafft haben, ein komplett neues Fernsehsegment in Deutschland zu etablieren.“ „Den Markt von vorne weg zu entwickeln“ ist das Credo des Marktführers. Dies gilt auch für ein ureigenes Sharp Thema: die Umweltfreundlichkeit seiner Produkte. Heute noch Randthema, wird es in den Augen des Sharp Managements zunehmend an Wichtigkeit gewinnen und stellt daher die vierte Säule der Sharp LCD-TV-Strategie dar. Nach der erstmaligen Auszeichnung eines Fernsehers mit dem EU Eco Label für die Sharp SH1E-Serie 2005 sowie der PALoptimal Baureihe P50, der GA6 HD ready Modelle und des 4:3 Modells LC-20S4E 2006, plant Sharp, diese Auszeichnung auch für viele die künftigen LCD-TVs zu beantragen.

JVC mit portabilem Multimedia-Navi

Mit dem KV-PX9 präsentiert JVC ein portables Navigationsgerät, das mit einer Halterung im Fahrzeug angebracht wird. Das Gerät ist mit einer 20-GB-Harddisk ausgestattet, bietet Kartenmaterial von ganz Europa und die Möglichkeit, auch Audio- und Videodateien abzuspielen.

Das neueste JVC Navi vereint Navigation und Entertainment. Rund 13 GB stehen für das Speichern von eigenen Daten zur Verfügung. Somit sind bis zu 60 Stunden Filmaufnahme (384 kbps für Video und 64 kbps für Audio, QVGA 30 fps) und bis zu 225 Stunden Musik (128 kbps) möglich. Auch Fotos finden auf dem KV-PX9 Platz. So reicht hier die Speicherkapazität für 8.666 Bilder

(komprimierte JPEG Dateien mit Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln.) Wer noch wichtige Daten oder Notizen mit auf die Reise nehmen möchte, kann auch Word- oder Excel-Dateien auf der Festplatte des Gerätes speichern. In Sachen Routenplanung und Navigation ermöglichen zahlreiche Karten und Point-of-Interest-Informationen, Schnellsuche und

deutliche Grafiken höchsten Bedienkomfort. Der 3,5-Zoll-Monitor bietet eine geringe Reflektion und hohe Leuchtkraft. Der Touchscreen und die klare Sprachführung machen das Gerät besonders komfortabel. So kann auf dem Touchscreen beispielsweise die Helligkeit des Displays gesteuert werden. Eine Pfeiltaste verwandelt die 2D-Ansicht in 3D

und umgekehrt, und auch die AV-Funktionen sind ganz unkompliziert über das Display steuerbar. Das Navigationssystem kann natürlich auch außerhalb des Autos eingesetzt werden und fungiert außerdem als digitaler Audio-Player. Der KV-PX 9 hat integrierte Lautsprecher, so daß Musik auch ohne Kopfhörer gehört werden kann. Der 3D



Der KV-PX9 bietet Speicherplatz für bis zu 60 Stunden Filmaufnahme, 8.666 Bilder (Auflösung 1.600 x 1.200 Pixel) und bis zu 225 Stunden Musik (128 kbps). Damit wird das Navi zur portablen Entertainment-Station erweitert.

Sound Mode gewährleistet eine sehr natürliche Klangwiedergabe. Der KV-PX9 ist außerdem in der Lage, gleichzeitig zu navigieren und Musik abzuspielen. Mit der Haupteinheit im Auto verbunden, kann Musik über das Autoradio abgespielt werden, während die Navigationsstimme über die im Gerät integrierten Lautsprecher zu hören ist. *miz*

Pos-Neuheiten

Corel stellt WordPerfect Office X3 vor

Corel präsentiert mit WordPerfect Office X3 die neueste Ausgabe seiner Office-Familie. Zur Zeit ist die Büro-Suite allerdings nur auf englisch verfügbar, die deutsche Version soll folgen. Die neue Version bietet verbesserte Kompatibilität und Formatierungsmöglichkeiten und eine neue PDF-Funktion. Neu sind die erweiterte Microsoft Office-Kompatibilität, eine überdurchschnittliche Feature-Bandbreite und umfassende Benutzerfreundlichkeit. Corel WordPerfect Office X3 setzt außerdem bei der Wiederverwendung von Dokumenten-inhalten neue Standards: Die Office-Suite bietet die Möglichkeit, Dokumente aus Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und Präsentationen in das plattformübergreifende PDF-Dateiformat zu exportieren. PDF-Dateien mit Texten und Grafiken können zur Weiterverarbeitung in das Textverarbeitungsprogramm WordPerfect X3 importiert werden. Die Standard Edition ist zum UVP von 399 Euro, die Home Edition für 99 Euro und die Student and Teacher Edition für 129 Euro erhältlich.

Schöne Aussicht: 21" Allrounder Eizo S2100

Zum UVP von zirka 1.050 Euro liefert Eizo mit dem neuen Allrounder S2100 einen 21 Zoll großen LCD-Monitor, der in allen üblichen Anwendungsbereichen für große Bildschirme eingesetzt werden kann, aber auch sehr gut für anspruchsvolle Büro-Anwendungen, wie zum Beispiel umfangreiche Tabellenkalkulationen geeignet ist. Mit 1.600 x 1.200 Bildpunkten ermöglicht der Eizo S2100 die Darstellung von zwei DIN A4 Seiten auf dem Bildschirm, ohne daß der Anwender vertikal oder horizontal scrollen muß. Das maximale Dunkel-

kontrastverhältnis beträgt 1.000:1, die Helligkeit 300 cd/m² und der horizontale wie vertikale Betrachtungswinkel 178°.



Ein 10-Bit-Look-Up-Table versorgt die LCD-Anzeige mit einer Palette aus rund einer Milliarde Farbtönen. Ein Overdrive-Schaltkreis analysiert alle Veränderungen der Bildinformation und beschleunigt gezielt die langsameren Farbtöne. Auf diese Weise bleibt die Bildqualität auch bei Bewegtbildern (zum Beispiel schnellen Videosequenzen, Animationen sowie Drehungen von Gitternetz-Modellen) frei von störenden Verzögerungen und Schärfeverlusten. Jeder Eizo S2100 wird bereits während der Fertigung in Betrieb genommen und nach einer aus-

föhrlichen Warmlauf-Phase in allen Parametern abgestimmt und justiert. Seine Produkt- und Bildqualität bleibt lange erhalten. Eizo leistet für den 21-Zöller S2100 fünf Jahre Vor-Ort-Austauschservice.

Power Line Ethernet-Adapter von Panasonic



Mit der Einführung des Panasonic HD-PLC (Power Line Communication) Ethernet Adapters BL-PA100 kommt das Internet „aus der Steckdose“. Mit der Technik von Panasonic ist das Einrichten eines Highspeed-Datennetzwerkes leicht und unkompliziert. Früher waren für solche Vorhaben zeit- und kostenaufwendige Verkabelungen und zahlreiche Einstellungen in Konfigurationsdialogen erforderlich. Für den Datentransfer mit bis zu 190 Mbps Übertragungsgeschwindigkeit nutzt der Panasonic HD-PLC Ethernet Adapter die vorhandenen Stromleitungen. Zur Installation wird lediglich der Panasonic Adapter in die Steckdose eingesteckt und an seine Ethernet-Buchse ein Netzwerkkabel zur Verbindung mit einem PC oder anderem Netzwerkgerät, wie zum Beispiel einer Panasonic Netzwerkkamera, angeschlossen. Dieser erste Adapter fungiert ab jetzt als „Master“ im Netzwerk. Um

weitere Adapter, sogenannte „Clients“, hinzuzufügen, werden diese an Steckdosen angeschlossen, danach wird jeweils am Master und am neu hinzugekommenen Adapter der Setup-Knopf gedrückt. Aufleuchtende LEDs an den Adapters informieren über das erfolgreiche Setup. Für die Einrichtung ist ein Computer nicht erforderlich. Danach können der Client und das an ihm angeschlossene Netzwerkgerät an jede beliebige Steckdose im Haushalt umziehen.



Mit einer Datendurchsatzrate von 190 Mbps ist der BL-PA100 selbst für anspruchsvollste Anwendungen hervorragend geeignet. Über die Sicherheit des neuen PLC-Netzwerkes brauchen sich Anwender keine Gedanken zu machen, denn der BL-PA100 schützt das Netz automatisch mit einer AES 128-bit Verschlüsselung, die so sicher ist, daß zahlreiche Internet-, Banking- und Online-Shopping-Anbieter darauf vertrauen. Für optimale Stabilität sorgen die QoS (Quality of Service) Funktionen TDMA und CSMA. Der Panasonic HD-PLC Ethernet Adapter BL-PA100 wird ab April zum UVP

von 150 Euro lieferbar sein. Zusätzlich wird Panasonic auch ein Starter-Set, bestehend aus zwei BL-PA100 Adapters, zum UVP von 240 Euro anbieten.

Adobe Acrobat 3D ist jetzt verfügbar



Die neue Software Acrobat 3D der Adobe Acrobat Produktfamilie dient der schnellen Darstellung und Abstimmung von 3D-Modellen in Konstruktion und Entwicklung mit Adobe PDF und dem kostenlosen Adobe Reader. Ab sofort ist Adobe Acrobat 3D verfügbar und ermöglicht technischen Projektteams, 3D-Daten schnell, sicher und effizient mit Adobe PDF-Dokumenten zu verteilen, zu nutzen und mit dem kostenlosen Adobe Reader abzustimmen. Konstrukteure, Mitarbeiter in der technischen Dokumentation, professionelle Anwender aus dem Maschinenbau, der Automobil- und Luftfahrt-Industrie sowie Architekten und Bauingenieure konvertieren mit der neuen Software 3D-Modelle aus allen gängigen CAD-Formaten und integrieren sie in plattformübergreifend nutzbare PDF-Dateien. Acrobat 3D ist zum UVP von 1.360 Euro verfügbar. Registrierte Anwender von Acrobat 7.0 Professional erhalten das Upgrade für ca. 740 Euro.

Drahtlose Gyration Mouse von Thomson



Die drahtlose Gyration Mouse von Thomson eröffnet eine neue Dimension der Navigation in grafischen Computer-Oberflächen: Kleine einfache Handbewegungen genügen für kontrollierte Richtungsänderungen des Cursors. Die Beschaffenheit der Unterlage ist unbedeutend, denn sie wird überhaupt nicht benötigt. Die Maus-Navigation funktioniert auch mit Handbewegungen im freien Raum, die durch die patentierte GyroPoint-Technologie in präzise Bewegungen des Mauszeigers umgesetzt werden. „Gyration“ steht für höchste Bewegungsfreiheit, die besonders bei Präsentationen, aber auch bei Computer-Spielen oder Büroanwendungen ein bisher nicht gekanntes Bedienungsgefühl vermittelt. Für die drahtlose Übertragung der Maus-Kommandos über Distanzen bis zu 10 Meter sorgt eine störungsfreie Funkverbindung im 2,4-GHz-Bereich. Sichtverbindung zur Basis-Station ist nicht erforderlich. Der Empfänger kann zusammen mit dem PC unter der Arbeitsfläche platziert werden. Interferenzen mit anderen Funkverbindungen (zum Beispiel WLAN) werden durch automatischen Frequenzwechsel verhindert. In Kombination mit dem Softwarepaket „GyroTools Media Control“ bietet die „GO-Maus 60“ dem Anwender individuell programmierbare, mit der Swipes-Taste gesteuerte Befehle: Beim Ansehen einer DVD, dem Hören von Musik oder Vorführen einer Präsentation kann der Anwender die GO-Maus z. B. für das Vorspulen programmieren und braucht dann nur eine Taste zu drücken und die Hand nach rechts zu bewegen. Entsprechende Handbewegungen nach oben und unten bewirken eine Kontrolle der Lautstärke. Die Gyration GO-Maus GC 115 MCE ist zum UVP von 99 Euro erhältlich. Das Gyration Tastatur- & Maus-Set GC 215 MC KDE mit GC 315 MF KDE ist zum UVP von 139 Euro lieferbar.



Pinnacle: PCTV USB Stick für DVB-T



Auf der CeBIT stellt Pinnacle in Halle 2, Stand C60, mit dem neuen PCTV USB Stick eine Lösung für digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) an Laptops und Notebooks vor: Der PCTV USB Stick und die zum Lieferumfang gehörende Software Pinnacle TVCenter machen jeden mobilen oder stationären Computer zum Fernseher und Videorecorder. Im Inneren des Pinnacle PCTV USB Sticks befindet sich ein ultrakompakter USB-Tuner Stabantenne. Eine Miniatur-Fernbedienung wird mitgeliefert. Durch sein schlankes, elegantes Design eignet sich der Stick besonders für den mobilen Einsatz.

POS-MAIL

CeBIT Guide

Der Wegweiser für den High-Tech-Fachhandel

Die CeBIT 2006 – vom 9. bis 15. März in Hannover – zeigt, wie die digitalen Lösungen für Arbeit und Freizeit zusammenwachsen: angefangen von Software und Geräten für das Business und Kommunikationslösungen für Haus und Büro bis zum Digital Lifestyle. Damit trägt die Messe der zunehmenden Konvergenz der Märkte Rechnung, denn Informations- und Kommunikationstechnik verschmelzen sowohl mit Consumer Electronics als auch mit Verkehrstelematik und Logistik. Die CeBIT schafft Raum für aktuelle Themen. Neben dem flächendeckenden Komplettangebot stehen immer mehr nutzenorientierte Themenschauen auf dem Programm. Jeder der Schwerpunktbereiche wartet mit Foren, Sonderveranstaltungen und Top-Themen auf, die zum Wissenstransfer beitragen. Im Bereich „Business Processes“ sind dies beispielsweise die Präsentationen zu RFID und Security. Highlights im Segment „Digital Equipment & Systems“ sind die Themen HDTV sowie Personal & Mobile Storage. Der Bereich „Communications“ lockt unter anderem mit den Sonderpräsentationen VoIP@CeBIT und der WLAN-World. Highlight in diesem Schwerpunkt sind die Themen „Telematik, Navigation und Logistik“ sowie Handy-TV. Weitere nutzenorientierte Lösungen bieten die Veranstaltung „Bank-Finanz-Systeme“ im Segment „Banking & Finance“, die Präsentation „Geoinformationssysteme“ und die Bereiche „eHealth“ und „Public Sector Parc“ sowie das Diskussionsforum „future talk“ im „future parc“. Einen besonderen Akzent legt die CeBIT auf die Ansprache des Mittelstandes mit einem neu gestalteten Forum in Halle 5, einer ganzjährig „geöffneten“ Website (www.cebit-mittelstand.de), der Sonderpräsentation „CeBIT Business Solutions“, spezifischen Angeboten der Aussteller und Vortragsveranstaltungen in allen Messe-Schwerpunkten. Neu auf der diesjährigen CeBIT ist die Veranstaltung „Digital Living“ in Halle 27. Damit schafft die Deutsche Messe AG in Ergänzung zu dem „klassischen“ CeBIT-Angebot an digitaler Consumer Electronics eine zusätzliche herstellerübergreifende Plattform für die emotionale Ansprache. „Digital Living“ zeigt CE-Lösungen zum Anfassen und Ausprobieren und wendet sich speziell an den Handel und den technikbegeisterten Nutzer. Das Event ist täglich bis 22 Uhr geöffnet und kostet zehn Euro Eintritt. Für CeBIT-Besucher ist der Eintritt frei.

Kur z u n d b ü n d i g

CeBIT 2006, Hannover
Homepage: www.cebit.de

Messedauer:

Donnerstag, 9., bis Mittwoch, 15. März 2006

Öffnungszeit:

9.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Eintrittspreise:

Tageskarte: Vorverkauf Euro 33,-

Dauerkarte: Vorverkauf Euro 71,-

Tageskarte/Tageskasse: Euro 38,-

Dauerkarte/Tageskasse: Euro 81,-

Die CeBIT-Eintrittsausweise gelten gleichzeitig als Fahrkarten im Großraum-Verkehr Hannover.

Katalog/CD-ROM: jeweils 26,50

AUSSTELLER NACH PRODUKTGRUPPEN

COMPUTER

HARDWARE

Desktops

Acer Computer GmbH
NEC Deutschland GmbH

Notebooks

BenQ Deutschland
BHS Binkert GmbH

LG Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Toshiba Europe GmbH
Vodafone AG

PDA's

Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG

CD-Laufwerke

BenQ Deutschland
LG Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH

DVD-Laufwerke

BenQ Deutschland
LG Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Netzwerk und Wireless LAN

Belkin GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Hama GmbH & Co. KG
Tatung
Thomson MultiMedia Sales Germany
Toshiba Europe GmbH
ZTE

Modems

Brodos AG/ my-eXtra

Herweck AG
Sagem Communication Germany GmbH
Thomson MultiMedia Sales Germany

Grafik- und Soundkarten

Avnet Technology Solutions GmbH

Grafiktablets

Tatung
Wacom Europe GmbH

PERIPHERIE

Monitore

• CRT
Samsung Electronics GmbH

• LCD/TFT

Avnet Technology Solutions GmbH
BenQ Deutschland
BHS Binkert GmbH
Herweck AG
LG Deutschland GmbH

Quatographic Technology GmbH
Richardson Electronics GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Wacom Europe GmbH

• PDP

LG Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Richardson Electronics GmbH
Samsung Electronics GmbH

Drucker

BHS Binkert GmbH

Epson Deutschland GmbH
Kodak GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Umax Systems
Xerox GmbH

Scanner

BHS Binkert GmbH
Epson Deutschland GmbH
Kodak GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Xerox GmbH

Multifunktionsgeräte

BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Epson Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Rollei GmbH
Sagem Communication Germany GmbH

Speicher

Brodos AG/ my-eXtra
Hama GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH

Card Reader

Belkin GmbH

BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Omnikey GmbH

Projektoren

NEC Deutschland GmbH

Zubehör

Belkin GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Toshiba Europe GmbH

SOFTWARE

Abbyy
BHS Binkert GmbH

Navigon GmbH
Red Hat

VMware

DIGITAL IMAGING

Camcorder

BHS Binkert GmbH
Hitachi Europe GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Digitalkameras

BenQ Deutschland
BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Casio Europe GmbH

Epson Deutschland GmbH
Herweck AG
Kodak GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Rollei GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

Speichermedien

BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra

Epson Deutschland GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Hitachi Europe GmbH
Kodak GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Rollei GmbH

Software

Abbyy
BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH
Red Hat

Zubehör

Belkin GmbH

BHS Binkert GmbH

Brodos AG/ my-eXtra
Casio Europe GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Kodak GmbH
Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

DIGITAL TV

Sat-Receiver

BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
IVS GmbH/ Topcom
Samsung Electronics GmbH

Set-Top-Boxen

Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
Sagem Communication Germany GmbH
Samsung Electronics GmbH
Siemens Home and Office Comm.
Thomson MultiMedia Sales Germany

Personal Video Recorder

Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH
Siemens Home and Office Comm.

DVD-Player

BHS Binkert GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
LG Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

DVD-Recorder

BenQ Deutschland

BHS Binkert GmbH
Hitachi Europe GmbH
LG Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Siemens Home and Office Comm.

Festplattenrecorder

BHS Binkert GmbH
Herweck AG
Hitachi Europe GmbH
IVS GmbH/Topcom
LG Deutschland GmbH

Panasonic Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Siemens Home and Office Comm.
Toshiba Europe GmbH

MHP-fähige TV-Geräte

BHS Binkert GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

HDTV

BenQ Deutschland
BHS Binkert GmbH
Epson Deutschland GmbH

Hitachi Europe GmbH
LG Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH
Siemens Home and Office Comm.

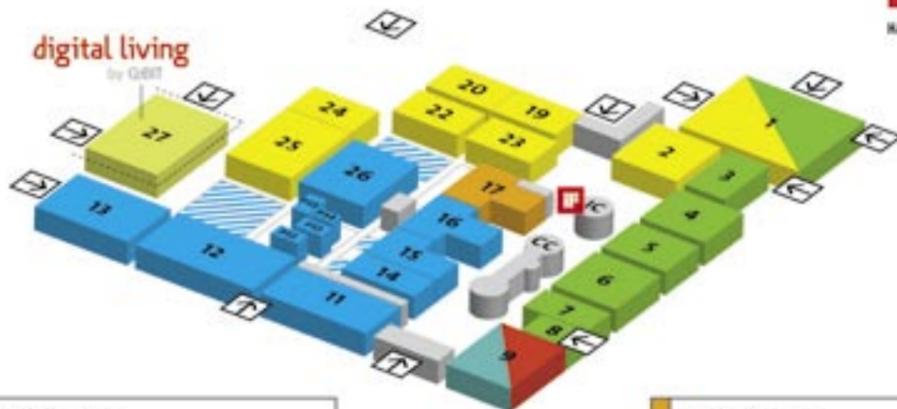
Zubehör

Belkin GmbH
BHS Binkert GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH

CeBIT 2006



digital living
by CeBIT



Business Processes
(Halle 1, 3-5)

Communications
(Hallen 11-16, 26, Pavilions 32-35, Freigelände)

Digital Equipment & Systems
(Hallen 1, 2, 19, 20, 22-25)

Banking & Finance
(Halle 17)

Public Sector Parc
(Halle 9)

future parc
(Halle 9)

INTERNET

DSL-Anbieter

Arcor AG & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
debitel AG
Herweck AG
Sagem Communication Germany GmbH

Satelliten-Zugänge-Internet

Brodos AG/ my-eXtra
eBay
ZTE

Webcams

IVS GmbH/Topcom

Internet-Portal

Arcor AG & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra

Software

Red Hat

Zubehör

Brodos AG/ my-eXtra
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
ZTE

MOBILE MEDIA

Car Stereo

Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH

Car Navigation

Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH

Lautsprecher

Panasonic Deutschland GmbH

Zubehör

Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH

TELEKOMMUNIKATION

DECT

Agfeo Telekommunikation
Auerswald GmbH & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
Dangaard Telecom
Herweck AG
IVS GmbH/Topcom
Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH
Siemens Home and Office Comm.
Thomson MultiMedia Sales Germany
Tiptel AG

DSL-Anbieter

Agfeo Telekommunikation
Arcor AG & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
debitel AG
Herweck AG
IVS GmbH/Topcom
mobilcom AG
O2 Germany

Faxgeräte

Brodos AG/ my-eXtra
Epson Deutschland GmbH
Herweck AG
Panasonic Deutschland GmbH

Sagem Communication Germany GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH

Festnetz

Agfeo Telekommunikation
Arcor AG & Co. KG
Auerswald GmbH & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
Dangaard Telecom
debitel AG
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
IVS GmbH/ Topcom
Mobilcom AG
O2 Germany
Samsung Electronics GmbH
Siemens Home and Office Comm.
T-Com
Thomson MultiMedia Sales Germany
Tiptel AG
ZTE

Freisprechanlagen

Brodos AG/ my-eXtra
Dangaard Telecom
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
Plantronics GmbH

Internet-Dienstleistungen

Arcor AG & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
IVS GmbH/Topcom
O2 Germany
T-Com
T-Online International AG
ZTE

Internet-Portal

Arcor AG & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
Herweck AG
O2 Germany

Mobile Datenlösungen

Brodos AG/ my-eXtra
Dangaard Telecom
debitel AG
Casio Europe GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
mobilcom AG
O2 Germany
T-Mobile Deutschland GmbH
Vodafone D2 GmbH

Mobiltelefone

Auerswald GmbH & Co. KG
Brodos AG/ my-eXtra
Dangaard Telecom
debitel AG
Herweck AG
LG Deutschland GmbH
mobilcom AG
NEC Deutschland GmbH
O2 Germany
Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
T-Mobile Deutschland GmbH
Thomson MultiMedia Sales Germany
Vodafone D2 GmbH
ZTE

UMTS

Brodos AG/ my-eXtra
debitel AG
Herweck AG
mobilcom AG
NEC Deutschland GmbH
O2 Germany
Panasonic Deutschland GmbH
Sagem Communication Germany GmbH

Samsung Electronics GmbH
T-Mobile Deutschland GmbH
Vodafone AG

Wireless LAN

Belkin GmbH
Brodos AG/ my-eXtra
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
IVS GmbH/Topcom
O2 Germany
Samsung Electronics GmbH
Siemens Home and Office Comm.
T-Mobile Deutschland GmbH
Thomson MultiMedia Sales Germany
Tiptel AG
ZTE

Zubehör

Agfeo Telekommunikation
Auerswald GmbH & Co. KG
Dangaard Telecom
debitel AG
Hama GmbH & Co. KG
Herweck AG
mobilcom AG
Plantronics GmbH
T-Mobile Deutschland GmbH
ZTE

GAMES

Konsolen

Brodos AG/ my-eXtra

Spiele

Brodos AG/ my-eXtra

Zubehör

Belkin GmbH
Brodos AG/ my-eXtra

Hama GmbH & Co. KG

AUSSTELLERÜBERBLICK

A

Abbyy 1/ F 91
Acer Computer GmbH 25/ D 40
Agfeo Telekommunikation 12/ C 50
Gaswerkstr. 8 • 33647 Bielefeld
Tel.: 0700/2 25 52 43 36
Fax: 0521/44 70 99 85 55
www.agfeo.de
Arcor AG & Co. KG Pavillon 33
Auerswald GmbH & Co. KG 12/ C 40
Avnet Technology Solutions GmbH 25/ C 22

B

Belkin GmbH 25/ E 64
BenQ Deutschland 1/ A 39
BHS Binkert GmbH 25/ D 40
Dr. Rudolf-Eberle-Str. 12 • 79725 Laufenburg
Tel.: 07763/928-0 • Fax: 07763/928-399
www.bhsbinkert.de
Brodos AG/my-eXtra 11/ B 14

C

Casio Europe GmbH 1/ D 39

D

Dangaard Telecom 12/ A 65
debitel AG An Halle 1/ Pavillon A

E

eBay 25/ D40
Epson Deutschland GmbH 1/ C 28

G/H

Hama GmbH & Co. KG 1/ B 51
Herweck AG 12/ D 29
Hitachi Europe GmbH 1/ D 45

I

IVS GmbH / Topcom 12 / C 83

K

Kodak GmbH 1/ B 59

L

LG Electronics Deutschland GmbH 26/ A 59 + 1/ C03

M

mobilcom AG 16/ A 06

N

Navigon GmbH 11/ D 49
NEC Deutschland 2/ B 24
Reichenbachstr. 1 • 85737 Ismaning
Tel.: 089/96 274-0 • Fax: 089/96 274-500
www.de.nec.de

O/P/Q

O2 Germany 12
Omnikey GmbH 7/ D 22/5c
Panasonic Deutschland GmbH 1/ 6 c 2
Plantronics GmbH 12/ A 38
Quatographic Technology GmbH 1/ L 03 (ADF)

R/S

Red Hat 5/ F 58 /3
Richardson Electronics GmbH/
A.C.T. Kern 25/ C 29
Rollei GmbH 27/ A 54
Sagem Communication Germany GmbH 26/ E 32
Samsung Electronics
GmbH 26/ D 60 + 1/ B 41 + Freigelände/ C 09
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH 1/ C 51
Siemens Home and Office
Comm. Devices 26/ A 31
Sharp Electronics (Europe) GmbH 1/ A 71

T

T-Com 26/ A 01
T-Mobile Deutschland GmbH 26/ A 01
T-Online International AG 26/ A 01
Tatung 2/ A 58
Thomson MultiMedia Sales Germany 12/ A 66
Tiptel AG 12/ C 46
Toshiba Europe GmbH

U/V/W

Umax Systems 2/ B 51
Vodafone D2 Germany Freigelände/Pavillon 604
VMware 1/ F 71
Wacom Europe GmbH 1/ K 03 + 17/ A 01

X/Y/Z

Xerox GmbH 1/ F 10
ZTE 12 / C 48





Log in!

iProfits

IT-Anwendermesse für Dienstleistung,
Handel, Handwerk, Industrie und
öffentliche Verwaltung

Messe plus Kongress - lernen Sie Neuheiten
und Branchentrends kennen, direkt aus der
Region Berlin-Brandenburg.



in Kooperation mit der
Standortinitiative
We make IT.berlinbrandenburg

11.–12. Mai 2006

www.itprofits.de

Sonys Giga Panel bringt Musik vom PC in den Pkw

Sonys neues In-car Soundsystem MEX-1GP, kurz Giga Panel genannt, macht es dank eines abnehmbaren Bedienelementes mit USB 2.0-Schnittstelle in drei Schritten möglich, Musik vom PC auch direkt ins Auto zu laden. Dazu wird das Frontpanel abgenommen, über die USB-



Schnittstelle an den PC angeschlossen, und die Musikdateien werden ausgewählt. Per „drag and drop“ werden die MP3-Dateien auf das Giga Panel übertragen. Das Gerät speichert auf dem integrierten 1 GB Flash-Speicher bis zu 500 Songs (bei einer verwendeten Bitrate von 64 kBit/s oder ca. 265 Songs bei 128 kBit/s). Dies entspricht einer Speicherkapazität von mehr als 35 Stunden Musik (bei 64 kBit/s oder ca. 18 Std. bei 128 kBit/s). Das Giga Panel wird mit einem USB-Kabel ausgeliefert und beim Anschluß an den PC als externes Laufwerk erkannt. Zusätzliche Software oder weiteres Zubehör sind nicht erforderlich. Durch die einfache Handhabung per „drag and drop“ ist langwieriges Brennen von CDs für die Autofahrt nicht mehr nötig. Das Giga Panel gibt aber nicht nur MP3-Dateien wieder, sondern ist zudem ein leistungsfähiger MP3 CD-Tuner, der problemlos CD-R/-RWs abspielt.

Dieser Eindruck verstärkt sich, sobald der Fotograf die Kamera einschaltet und sich mit der Bedienung vertraut macht. Er entdeckt animierte Menüs sowie Erklärungen für die Icons, Tastenfunktionen und Kameramodi. Sony hat bei der Entwicklung des Handhabungskonzeptes großen Wert darauf gelegt, daß sich die verschiedenen Funktionen und Möglichkeiten dem Benutzer intuitiv erschließen, ein Blick in die Bedienungsanleitung ist daher nur noch in Ausnahmefällen erforderlich.

Auch zur Bildauflösung erscheinen Zusatzinformationen auf dem LC-Display. Zudem stehen jetzt 15 Menüsprachen zur Auswahl, und die neue Direkttaste für den Wiedergabemodus vereinfacht dem Fotografen den Umgang mit der neuen Kamera. Deutlich zur Verbesserung trägt auch die neue Funktion „LCD Boost“ bei, mit deren Hilfe das Display mit einem Knopfdruck aufgehellt werden kann, zum Beispiel dann, wenn beim Fotografieren unter starker Sonneneinstrahlung die Erkennbarkeit des Displays nicht optimal ist. Bei der Cyber-shot W30 mißt das LCD zwei Zoll (5,1 Zentimeter), mit einer Auflösung von

85.000 Pixeln, bei der W50 fällt es mit 2,5 Zoll (6,2 Zentimeter) und 115.000 Pixeln noch etwas größer aus.

Für die hohe Qualität der Aufnahmen sorgen in beiden Neuheiten ein 6-Megapixel-CCD sowie ein Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit einem dreifachen optischen Zoom und einer Brennweite von 38 bis 114 mm (im Vergleich zu KB). Der ISO-Verwackelungsschutz ermöglicht auch noch in schwierigen Lichtsituationen scharfe Fotografien: Bei sich bewegenden Motiven oder geringem Licht erhöhen die Kameras



Die Sony Cyber-shot W30 (l.) und W50 präsentieren sich mit modernem Design, hervorragender Carl Zeiss Optik und hochwertiger Technik.

automatisch die ISO-Empfindlichkeit, was kürzere Verschlusszeiten gestattet und Verwacklungen bzw. Bewegungsunschärfen vorbeugt. Dies kann allerdings, wie immer bei elektronischen Anti-Verwacklungsfunktionen, zu erhöhtem Bildrauschen führen. Auch manuell lassen sich jetzt die zusätzlichen höheren Empfindlichkeiten ISO 800 und 1.000 nutzen. Mehr Spielraum bei unzureichenden Lichtverhältnissen gestattet zudem der verbesserte Wirkungsgrad des integrierten Blitzes: Bis zu einem Abstand von 7,30 Metern können die W30 und W50 Motive

W30/W50 mit 6 Megapixeln Sony erweitert die Cyber-shot Serie

„Bewährtes sollte man nicht ändern, es sei denn, man kann es verbessern.“ Nach diesem Motto hat Sony die beiden neuen Sechs-Megapixel-Digitalkameras Cyber-shot W30 und W50 konzipiert. Einer der wesentlichen Unterschiede zu den Vorgängermodellen fällt Kennern sofort in den Blick: Die beiden neuen Modelle sind deutlich dünner als die W5 und W7, und auch ihr Design wirkt moderner.

aufhellen. Dabei stammt die Energie aus einem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku, der Energie für zirka 400 Bilder bei der W30 und etwa 390 Bilder bei der W50 liefert (gemessen nach dem CIPA Standard). Zusätzlichen Komfort beschert die enorme Schnelligkeit der beiden Cyber-shot Digitalkameras. Die Verzögerungen betragen beim



Einschalten 1,3 Sekunden, bei der Verschlusszeit 0,3 Sekunden und beim Auslösen 0,009 Sekunden. Die Aufnahmen können auf einem Memory Stick Duo oder auf dem 32 MB großen internen Speicher abgelegt werden.

Lieferumfang und optionales Zubehör

Zum Lieferumfang gehören ein Akkuladegerät, ein USB- und ein AV-Kabel. Beiden Kameras beigelegt ist außerdem ein erweitertes und verbessertes Software-Paket. Das neue Programm Cyber-shot



Großen Fotospaß für Einsteiger und Könnler versprechen die neuen Cyber-shot W Kameramodelle.

Viewer 1.0 ermöglicht eine leichtere Handhabung der Aufnahmen auf einem PC.

Neben dieser Standardausstattung bietet Sony eine reichhaltige Auswahl an Zubehör. So stehen zum Beispiel zur Erweiterung der Brennweite des Objektivs der Vorsatzadapter VAD-WB (30 Euro*), der 0,7fach-Weitwinkelkonverter VCL-DH0730 (130 Euro*) sowie der 2,6fach-Telekonverter VCL-DH2630 (140 Euro*) zur Verfügung. Die Nylontasche LCS-WF (30 Euro*) oder die Ledertasche LCS-WE (40 Euro*) schützen die Kamera. Das Unterwassergehäuse SPK-WA (100 Euro*) ist bis zu

einer Tiefe von drei Metern wasserdicht. Zusätzlich kann das Equipment mit dem Zusatzakku NP-BG1 (50 Euro*) erweitert werden. Zum sofortigen Drucken der Bilder steht der Fotodrucker DPP-FP50 (170 Euro*) bereit. In zirka 67 Sekunden sind die Fotos gedruckt. (* unverbindliche Preisempfehlungen)

Die neuen Sony Cyber-shot W30 und W50 präsentieren sich somit als anspruchsvolle Einsteigerkameras mit neuem Design und vielfältigen technischen Möglichkeiten, die auch die Erwartungen ambitionierter Hobbyfotografen erfüllen werden.

Sony zeigt auf der CeBIT B2B-Produktlösungen

Mit eindeutigem Fokus auf die Businesskunden zeigt der Auftritt auf der CeBIT die vielfältigen Möglichkeiten beim integrativen Zusammenspiel der Sony Kernprodukte im Geschäftskundensegment. Dazu zählen videokonferenz- und netzwerkbasierende Videoüberwachungslösungen der Marke Ipela, die Notebooks aus dem Bereich Vaio Professional sowie das Lineup der B2B-Projektoren und der professionellen LCD- und Plasma-Bildschirme. Vor allem ganzheitliche Lösungen aus einander ergänzenden Produkten und maßgeschneiderten Services stehen bei Sony Professional im Mittelpunkt. „Wir nutzen die CeBIT 2006 ganz gezielt als Kommunikationsplattform für unsere Business-Kunden“, erläuterte Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, das neue Messekonzept, „und fokussieren damit auf wesentliche Schwerpunkte unseres professionellen Portfolios zu diesem Zeitpunkt.“ Der Sony-Stand in Halle 13, Stand C25, soll damit zum festen Bestandteil des CeBIT-Besuchsprogramms von Business-Endkunden, Resellern und Systemhäusern gehören.

Preise und Verfügbarkeit

Die Cyber-shot W30 und die Cyber-shot W50 sollen dem Handel ab März zur Verfügung stehen. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 229 Euro für die Cyber-shot W30 und 279 Euro für die Cyber-shot W50.

Panasonic mit neuen Lumix Kameras

Die Kleinen ganz groß

Mit den Digitalkamera-Modellen DMC-FZ7, DMC-FX01 und DMC-TZ1 präsentiert Panasonic drei neue leistungsstarke Zugänge in der Lumix-Familie. Die Kameras zeichnen sich durch ihre Kompaktheit und ihre hochentwickelten innovativen Features aus.

Mit der ca. 350 Gramm leichten Lumix DMC-FZ7 setzt Panasonic Akzente in Sachen kompakte Superzoomkamera. Der neue Sechsmegapixel-Sensor und eine weiter optimierte Version des bewährten lichtstarken Leica DC Vario Elmarit 12x Zoom-Objektivs (2,8–3,3/36–423 mm) bilden das optische Kernstück der FZ7. Mit der erweiterten optischen Zoom-Funktion läßt sich der Telebereich mit vier Megapixeln auf 530 mm und mit drei Megapixeln sogar auf 595 mm erweitern. Dabei schützt der optische Bildstabilisator O.I.S. effektiv vor Verwacklung. Seine Sensoren erkennen eine unruhige Kamerahaltung und gleichen die Verwacklungen durch die gegenläufige Bewegung eines Linsenelementes aus. Das bringt einen Gewinn von bis zu drei Zeitstufen beim Fotografieren aus freier Hand. Gegen die Bewegungsunschärfe von Motiven bei wenig Licht und langen Belichtungszeiten hilft der Hochempfindlichkeits-Modus mit ISO 800 oder 1.600. Dazu werden die Helligkeitsinformationen mehrerer Pixel gebündelt. Die Auflösung reicht für Aus-

drucke in gewohnter Qualität bis zum beliebten Standard-Printformat 10 x 15. Im Zusammenspiel von umfassenden Zoomfunktionen, dem optischen Bildstabilisator und dem Hochempfindlichkeits-Modus erweist sich die Lumix FZ7 als ideale Reisekamera.

Die Lumix-FZ7 ist ab Ende März lieferbar und in den Farben Mattschwarz oder Silber erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 479 Euro.

Mit der Lumix DMC-FX01 präsentiert Panasonic die nächste Generation der ebenso eleganten wie kompakten FX-Serie. Das neue 3,6x-Weitwinkel-Tele-Zoom-Objektiv (28–102 mm) mit seinen erweiterten fotografischen Möglichkeiten vor allem bei Landschafts-, Architektur- und Innenaufnahmen bietet viel Spielraum für Kreativität. 6-Megapixel-Auflö-



Die neuen Lumix-Kameras arbeiten mit einem optischen Bildstabilisator O.I.S. Dieser bringt einen Gewinn von bis zu drei Zeitstufen beim Fotografieren aus freier Hand. Seine Sensoren erkennen eine unruhige Kamerahaltung und gleichen die Verwacklung durch die gegenläufige Bewegung eines Linsenelementes aus.

schung und der Venus Engine Plus-Bildprozessor bieten die nötigen Qualitätsreserven für anspruchsvolle Aufgaben wie etwa die erweiterte optische Zoomfunk-

tion und den neuen Hochempfindlichkeits-Modus. Typisches Panasonic-Merkmal ist auch hier der optische Bildstabilisator O.I.S. Für die komfortable und sichere Bildkontrolle sorgt auch das helle, hochauflösende LC-Display mit 207.000 Pixeln. Effektives Energiemanagement macht ununterbrochenen Fotospaß mit bis zu 320 Aufnahmen pro Akkuladung möglich. Die durch Finetuning trotz geringerem Energieverbrauch verbesserte Rechenleistung des Venus Engine Plus-Prozessors sorgt für schnelle Aufnahmebereitschaft und Bildfolgen. Besonders schnell reagiert das Autofokussystem mit der Highspeed-Option beim Großfeld-AF. 16 Motivprogramme garantieren auch Einsteigern unter den verschiedensten Aufnahmebedingungen den optimalen Modus. Dank der 207.000 Pixel gestaltet sich die Bildbetrachtung auf dem 6,35 cm großen LC-Display sehr komfortabel. Die hohe Auflösung erlaubt jetzt nicht nur eine 9- oder 16fach Minibild-Darstellung, sondern auch Übersichten von 25 Aufnahmen oder in der Kalenderfunktion nach Monatstagen sortiert. Neu ist die „Reisedatumfunktion“. Sie zeigt alle Reisetage mit Datum und Uhrzeit im Monitorbild und erlaubt den Ausdruck über die mitgelieferte Lumix-Software.

Der bewährte Venus Engine-Bildprozessor wurde für die neue Lumix-Generation weiter optimiert. So braucht die aktuelle Version Venus Engine Plus nur noch 70 Prozent der Energie von Venus Engine II. Dank seiner Multitasking-Fähigkeiten arbeitet der Prozessor so reaktionsschnell, daß die Auslöseverzögerung der FX01 bei nur 0,005 s (ohne AF-Zeit) und die Bildfolge bei 0,7 s liegt.

Die DMC-FX01 ist ab März lieferbar und in den Farben Silber, Mattschwarz und Nachtblau erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 429 Euro.

Ideal für den Reise-Einsatz ist auch die ultrakompakte Lumix DMC-TZ1 mit 10fach Zoomobjektiv und einer Auflösung von 5 Megapixeln. Das lichtstarke Leica DC Vario-Elmarit (2,8–4,2/35–350 mm) kombiniert versenkbare Linsenelemente mit einem abgewinkelten Strahlengang. Das macht die Lumix-TZ1 zur derzeit klein-



sten 10x-Zoomkamera (Digitalkamera mit mehr als 1 Megapixel, Stand: 14. 2. 2006). Wie bei allen Lumix-Kameras, sorgt auch in der TZ1 der optische Bildstabilisator O.I.S. für eine um bis zu drei Zeitstufen erweiterte Verwacklungssicherheit, die gerade bei langen Brennweiten so wichtig ist. Die TZ1 ist die erste Lumix, bei der die neueste Bildprozessor-Generation Venus Engine III zum Einsatz kommt. Sie erkennt Farb- und Helligkeitsrauschen und unterdrückt das besonders störende

Farbrauschen ganz gezielt, so daß der reguläre Empfindlichkeitsbereich auf ISO 800 erweitert werden konnte.

Das helle, hochauflösende 6,35 cm-LCD mit 207.000 Pixeln bleibt durch seine automatische Helligkeitsanpassung auch bei Dunkelheit klar und deutlich erkennbar.

Die leistungsstarke und überaus kompakte Reisekamera Lumix-TZ1 wird ab April in den Farben Silber und Schwarz lieferbar sein (UVP: 429 Euro). *miz*

Platin für die Lumix-FZ30

Der DIWA Platin Award 2005 in der Kategorie „Advanced – Megazoom“ geht an die Lumix-FZ30. Dies gab die Digital Imaging Websites Association bekannt. Die Digitalkamera konnte damit auch die Bestenauslese, für die nur DIWA Gold Award Träger zugelassen werden, für sich entscheiden. Nach Aussagen der DIWA hat das strenge Auswahlverfahren gezeigt, daß die Verbindung von Leica und Panasonic mit der FZ30 als Vorzeigekamera höchstes Vertrauen und Anerkennung verdient. Die DIWA-Experten aus aller Welt lobten u.a. die erstklassige Qualität der Lumix Superzoom, das schnelle 12x Leica DC Vario-Elmarit Zoom-Objektiv und eine Vielzahl von Ausstattungsmerkmalen, wie man sie von hoch gehandelten traditionellen Fotomarken erwarten würde.



Der DIWA Platin Award ist der verdiente Lohn für eine benutzerfreundliche Megazoom-Kamera, die neben einer fabelhaften Acht-Megapixel-Bildqualität über zahlreiche vollautomatische, halbautomatische und manuelle Kontrollmöglichkeiten verfügt. Die FZ30 ist damit für einen breiten Anwenderbereich vom Naturfotografen bis zum semiprofessionellen

Nutzer der ideale Gefährte. Und auch der faire Preis spricht laut DIWA für die kompakte Lumix mit dem großen Können.

Panasonics neuer DMR-EH56 DVD-Recorder – kompatibel zu allen DVD-Formaten

Mit einer verbesserten Version des hochgelobten Super Drive Systems präsentiert Panasonic seinen neuesten DVD-Recorder DMR-EH56 im Diga-Sortiment. Der Recorder mit 160 GB-Festplatte, SD-Speicherkarteneingang und DV-Anschluß bringt den Anwender in den Genuß komfortabler Netzwerk-Optionen. Dabei arbeitet das Gerät flüsterleise mit einem Betriebsgeräusch von 30 dB. Der DMR-EH56 verarbeitet alle DVD-Formate (DVD-RAM, -RW, -R(DL), +RW, +R(DL) und spielt neben diesen Formaten zusätzlich JPEG, MP3 und DivX Daten nicht nur von CD-R/-RW, sondern auch von DVD-R ab. Zudem arbeitet das Gerät mit einem nach Funktionen gegliederten Navigationsmenü. In drei Schritten läßt sich eine auf Festplatte aufgenommene Sendung auf DVD kopieren. Erfordert das eingesetzte Disc-Format eine Finalisierung (z. B. DVD-R), fragt der Recorder automatisch nach dem Kopieren, ob er diesen Prozeß starten soll. Die Auto-Drive-Select Funktion erfolgt über die Fernbedienung, und der Wechsel zwischen den Laufwerken (HDD/DVD/SD) gestaltet sich damit ganz unkompliziert. Der DMR-EH lädt eine neu eingelegte DVD oder SD Speicherkarte automatisch, so daß die Wiedergabe unmittelbar beginnen kann. Wie die 2005er-Modelle bietet auch der neueste Diga-DVD-Recorder mit bis zu 500 horizontalen Linien Schärfe im LP-Modus. Seine 160-GB-Festplatte speichert im LP-Modus außerdem bis zu 138 Stunden. Wer die schnelle Aufnahme benötigt, wird die 16 x High Speed-Kopierfunktion von Recorder auf Festplatte zu schätzen wissen. In nur 42 Sekunden wird eine Stunde (im EP Modus) auf eine 16x DVD-R kopiert.



Über den SD-Speicherkarteneingang und den DV-Anschluß stehen dem Anwender attraktive Optionen offen. So können Digitalfotografen und Hobbyfilmer ihre Aufnahmen von SD-Speicherkarte (MPEG2/JPEG/TIFF) und DV-Kassette auf der Festplatte speichern und somit Daten aus verschiedenen Quellen an einem Speicherort organisieren. Zudem ist der DVD-Recorder in der Lage, bewegte Bilder und Fotos zusammen auf einer DVD-RAM zu speichern.

Der DMR-EH56 ist ab Mitte März lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 499 Euro. Zur Markteinführung des DVD-Recorders wird in limitierter Auflage ein 5er Pack 16 x DVD-R Rohlinge mitgeliefert. Zu der leistungsstarken DVD-Recorder-Range bringt Panasonic passend zur Fußball-WM ein breites Portfolio an neuen Viera LCD-TVs in den Markt. PoS-MAIL wird in der kommenden Ausgabe ausführlich berichten.

CeBIT Premiere:

Das in Hamburg beheimatete Unternehmen HIGH-DEF Technology präsentiert auf der CeBIT die High End Version seiner „BoxOne“, ein mit neuester Intel Viiv Technologie ausgestattetes, digitales Entertainment-Center für das Wohnzimmer. Die HIGH-DEF „BoxOne“ stellt dem Anwender alle Funktionen der Unterhaltungselektronik zur Verfügung, verpackt in ein schlankes Gehäuse, dessen Design technische Perfektion signalisiert. Zugleich verfügt der Besitzer einer HIGH-DEF „BoxOne“ auch über einen zuverlässigen, unter Windows XP Media Center Edition 2005 laufenden, mit ausgesuchten Komponenten bestückten Hochleistungscomputer mit LAN und WLAN Netzwerkfähigkeiten.

Die HIGH-DEF „BoxOne“ stellt die jeweils genutzten Funktionen und Anwendungen mit hoher Performance bereit und kann gleichzeitig verschiedene Aufgaben abarbeiten. Als Bildausgabegerät läßt sich ein Fernsehgerät oder Display,

„HIGH-DEF BoxOne“ mit Intel Viiv

aber auch ein Computer-Monitor anschließen. Für die voll-digitale Videoverbindung zu einem „HD ready“ TV-Gerät steht neben zahlreichen analogen Videoausgängen eine HDMI Schnittstelle zur Verfügung. Zu den Fähigkeiten der BoxOne gehört, um einige Beispiele zu nennen, das Abspielen von DVD-Filmen und Audio- oder Video-CDs oder aus Fotoaufnahmen zusammengestellten Diashows. Das Tonsignal kann mehrkanalig bis hin zu 7.1 Surround ausgegeben werden. Internet und eMail bringt die BoxOne auch auf den Fernseh-Bildschirm. Sie besitzt den Funktionsumfang eines digitalen Videorecorders, der sich bei Bedarf online über das Internet programmieren läßt, und einen analogen wie digitalen DVB-T-Tuner. Auf der 250 Gigabyte fassenden Festplatte ist viel Platz für Videoaufnahmen, Musikarchive und komprimierte Videofilme. Die BoxOne kann auf gespeicherte Musiktitel oder Internet-Radio-

stationen zugreifen und diese als Musik-Jukebox auf dem Fernseher und angeschlossenen Audiokomponenten abspielen, oder als komprimiertes Audio-Streaming an Netzwerkgeräte in anderen Räumen übertragen. Als Computer bietet die BoxOne die volle Leistungsfähigkeit eines Multimedia-Computers mit Windows XP Media Center Edition 2005 als Betriebssystem. Die „Instant-on Funktion“ des bereits mit „Intel Viiv“ Funktionalität ausgestatteten Motherboards stellt auf Tastendruck sämtliche Funktionen der



„HIGH-DEF „FlatOne“: HD ready LCD-TV, 94 cm Bildhöhe, integrierter WLAN/LAN Streaming-Client“



HIGH-DEF „BoxOne“: HDTV-kompatibles digitales Entertainment-Center und PC mit Windows XP Media Center Edition 2005

HIGH-DEF BoxOne ohne Bootvorgang oder Warten zur Verfügung. Das „Entertainment“ beginnt damit sofort.

Echtes „All-in-One“ ohne Kompromisse

Die Daten und Ausstattungsmerkmale der HIGH-DEF „BoxOne“ offenbaren universelle Funktionalität und ein kompromißlos optimiertes technisches Konzept: HIGH-DEF Mini-ITX Mainboard mit Intel 945 GT+ICH7 (fan-less design), Intel Dual Core CPU T2500 und T2400, CD-/DVD Player/Brenner (+/-R, +/-RW, RAM), TV/Radio Tuner (Analog/DVB-T, WLAN (MiniPC), 250 GB HD, Vollaluminium-Gehäuse mit seitlichen Kühlrippen, „CE-Formfaktor“ (5,5 cm Bauhöhe), Digital Media Interface: 1 x HDMI, 1 x DVI/VGA, YUV (component), 1 x S-Video, 1 x FireWire, 4 x USB 2.0, 1 x Gigabyte Ethernet, 1 x Mini-PCI slot, 1 x S/PDIF (Coaxial, Digital-Out), 8 x RCA for 8 channel Audio-Out, 56 k Modem, 2 x PCI Express, SATA-2, und RF-

MCE Fernbedienung. Der UVP beträgt 1.899,- Euro.

Erweitertes HIGH-DEF Line up im Frühjahr 2006

Ein weiterer Ausbau des Angebots an HIGH-DEF Produkten ist zum Frühjahr 2006 angekündigt. Der „BoxOne“ soll die „BoxTwo“ zur Seite gestellt werden, die unter anderem mit integriertem Mehrkanal-Verstärker zum direkten Anschluß von bis zu 6 Lautsprechern ausgerüstet sein wird. Der Flachbildschirm HIGH-DEF „FlatOne“, ein HD ready LCD-TV mit 94 cm Bildhöhe mit integrierter Streaming-Funktionalität, kann von der „BoxOne“ oder handelsüblichen PCs mit WLAN übertragene Audio- und Video-Inhalte wiedergeben. Auf der CeBIT 2006 stellt HIGH-DEF Technology seine Produkte vor im: NORD/LD forum (Kooperation NORD/LB), 3. Allee / 3. Straße Messengelände Hannover. Kontakt: Lothar Kerestedjian, +49 (0) 173 628 2464, LK@hd-tec.com *evo*

Neuheiten

Neuer DVD-Recorder von Daewoo Electronics

Mit dem DRX-1105 präsentiert Daewoo Electronics einen ultrakompakten DVD-Recorder. Das Gerät hat eine Höhe von 4,8 cm. Der DRX-1105 speichert sowohl auf den Formaten DVD+R und +RW als auch auf DVD-R und DVD-



RW und gibt die Formate DivX3.xx bis DivX5.xx, XVID und MP43 als AVI sowie DVD, DVD-R/-RW, DVD+R/+RW, S-VCD, VCD, Audio CD, CD-R/-RW, MP3 und JPEG wieder. Über den Front-DV-Eingang i-Link (IEEE 1394) können Digitalkameras oder Camcorder direkt angeschlossen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für den DRX-1105 lautet 299 Euro.

JVC LCD-TV mit Multi-Memory Kartenleser

Mit dem neuem LT-37M60 präsentiert JVC einen „DynaPix“ LCD-Fernseher, der HDTV ready ist und als besondere Funktion mit einem integrierten Multi-Memory Kartensteckplatz ausgestattet ist.

Der LT-37M60 ist mit einem 37 Zoll (94 cm) W-XGA LCD-Panel ausgestattet, das eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixel ermöglicht. Damit ist das Gerät kompatibel zu den HD-Formaten 720 p/1080 i und entspricht dem zukunftsweisenden High Definition Standard. Hervorzuheben ist auch der – neben den üblichen Anschlüssen – noch zur Verfügung stehende Komponenten-, PC- und HDMI-Anschluß, der die originalgetreue und unkomprimierte Übertragung digitaler Signale von entsprechenden Geräten mit einem einzigen Kabel ermöglicht. Komplettiert wird



die Ausstattung des neuen LCD-TVs mit einem hochwertigen Tuner und einem Sound System, wie „3D“, „BBE Sound“ und „Active Hyper Bass“. Der LT-37M60 ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 3.799 Euro.

Drei neue MP3 CD-Tuner von Pioneer

Mit den drei neuen Headunits DEH-P6800MP, DEH-P5800MP und DEH-P4800MP setzt Pioneer Akzente in der MP3-CD-Tuner Mittelklasse bis 250 Euro.

Die Geräte verfügen über einen IP-Bus zum Anschluß von externen Medienwechslern, iPod-Adapter oder Fahrzeug Subdisplays. Der DEH-P4800MP ist auf die Bedürfnisse von MP3- und iPod-



Usern zurechtgeschnitten. Über den rückseitigen AUX-Eingang kann ein beliebiger MP3-Player oder Discman angeschlossen werden. Dabei wird das Kabel hinter dem Armaturenbrett unsichtbar verlegt und kann bis ins Handschuhfach oder in die Mittelkonsole gelegt werden. Somit ist der MP3-Player vor den Augen gieriger Langfinger geschützt. Die Pioneer Mittelklasse verfügt als weiteres Ausstattungsmerkmal über eine IP-Bus-Schnittstelle, an die weitere externe Signalquellen angeschlossen werden können. So finden parallel auch ein iPod-Adapter, ein CD/DVD-Wechsler oder sogar ein TV-Tuner Anschluß an der Headunit und können somit über die Tasten des CD-Tuners bedient werden. Der DEH-P6800MP ergänzt die Designlinie mit Jog Dial um ein Flip-Down Panel mit umschaltbarer Tastenbeleuchtung (rot/grün) und blauweißem OEL-Display für interaktive Animationen. Technisch hat der DEH-P6800MP viel zu bieten. Mit seinen drei Vorverstärker-Ausgängen ist dieser CD-Tuner selbst für wettbewerbsfähige Hochleistungsanlagen mit mehreren Endstufen geeignet. Der DEH-P6800MP ist jedoch nicht nur auf Leistung ausgelegt – er bietet mit automatischer Lautstärke-

nachführung (ASL) und im Lieferumfang enthaltener Fernbedienung auch ein ansprechendes Komfortpaket. Der DEH-P5800MP orientiert sich ganz am traditionellen CD-Tuner Design und verfügt über ein Flap-Down Panel mit Pop-Up Drehschalter für die Lautstärke. Zur Anpassung an das Fahrzeug Interieur ermöglicht er die Auswahl von jeweils zehn Tastatur- und Displayfarben. Alle drei CD-Tuner unterstützen neben herkömmlichen Audio CDs die Dateiformate WAV, MP3 und WMA. Insbesondere bei komprimierten Musikdateien wird die Klangqualität durch die BMX-Funktion verbessert. Um das Optimum aus dem verbauten Lautsprechersystem herauszuholen, kann der Fahrer das Klangbild mit dem parametrischen Equalizer (EEQ+) und dem Hoch- und Tiefpassfilter individuell abstimmen.

Neue Standards für Akkus von Panasonic

Mobil Mit der innovativen Panasonic Solid Solution (PSS)-Technologie setzt Panasonic neue Maßstäbe in Sachen Lithium-Ionen-Akkus. Die neuen Akkus verbinden die Pluspunkte der bisherigen aufladbaren Lithium-Ionen-Batteriesysteme und bieten höchste Kapazität bei größtmöglicher Sicherheit. Die neue Technologie bietet auf der einen Seite dieselbe hohe Energiedichte wie übliche Lithium-Ionen-Batterien mit Kobalt-Kathode, andererseits weist sie dank einer ausgesprochen hohen thermischen Stabilität den höchsten Sicherheitsstandard auf, wie er

bislang nur bei Lithium-Mangan-Typen zu finden war. Darüber hinaus zeichnen sich die neuen Akkus durch lange Lebensdauer, geringeren Spannungsabfall bei Anfangs-Entladungen als Kobalt-Lithium-Akkus und dieselbe Ladespannung wie herkömmliche Li-Ion-Akkus aus.

Das prismatische Modell CGA-103446 „PSS“ bietet eine typische Kapazität von 1.800 mAh, die zylindrischen Typen sind bei einem Durchmesser von 18,6 mm und einer Höhe von 65,2 mm mit typischen Kapazitäten von 2.050 mAh (CGR-18650AF „PSS“), 2.250 mAh (CGR-18650CF „PSS“) und dem Top-Wert von 2.450 mAh (CGR-18650DA „PSS“) erhältlich. Der prismatische Akku ist dank seines Gehäuses aus Aluminium und des daraus resultierenden geringen Gewichts



für Handhelds und ähnliche Geräte prädestiniert. Die PSS-Batterien werden in Osaka (Japan) produziert. Die Fabrik stellt wie alle Panasonic Batterie-Fabrikationsstätten dank eigener Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme sowie regelmäßiger Audits gleichbleibend hohe Standards nach ISO 9000 ff. und ISO 14000 ff. sicher.

IT- und UE-Produkte

BenQ präsentiert auf der CeBIT innovative Digital Lifestyle Produkte

In Halle 1 / Stand A39 präsentiert das international operierende Unternehmen BenQ „Innovative Produkte für den digitalen Lifestyle von heute“ aus den Bereichen IT und Unterhaltungselektronik. Mit zahlreichen Exponaten demonstriert der in Taiwan beheimatete Anbieter anschaulich Beispiele für die Integration seiner Erzeugnisse in unterschiedlichste private und geschäftliche Lebensbereiche. Neben dem umfangreichen Line up an IT-Produkten, wie Notebooks, Monitore und Eingabegeräte, setzt BenQ mit elf auf der CeBIT vorgestellten „HD ready“ LCD-TVs einen deutlichen Schwerpunkt bei UE-Produkten.

Laut Ankündigungen von Firmensprechern will BenQ die bereits verfügbaren TV-Modelle im Laufe der kommenden Monate zu variabel abgestuften Geräte-Serien ausbauen. Die Bildschirmgrößen der neuen V- (Value) und P- (Prestige) Modelle werden zwischen 26 Zoll über 32 Zoll und 37 Zoll bis hin zu 42 Zoll betragen.

Das neue Joybook S53W

Mit dem neuen Joybook S53W erfreut BenQ die Anwender mit einem mobilen Rechner, der hohe Performance mit großer optischer Attraktivität verbindet. Das kostbar aussehende, schneeweiße WXGA-Notebook verfügt über eine Festplatte mit 80 GByte. Zur Verfügung stehen 512 MB Hauptspeicher (2x 256 MB). Das 13 Zoll große LCD/TFT Widescreen-Display überzeugt mit der Helligkeit von 200 cd/m² und seiner brillanten Bildarstellung. Zahlreiche verfügbare Schnittstellen und die integrierte WLAN-Funktionalität mit den schnellen Standards IEEE 802.11b/g machen das Joybook S53W zur flexiblen Workstation und zugleich zur universellen Kommunikationszentrale. Für Auf-



BenQ Joybook S53W

gaben der Datensicherung und des Publishings steht ein integrierter, schneller Double-Layer-DVD-Brenner zur Verfügung. Das neue Joybook S53W von BenQ ist ab März zum empfohlenen Verkaufspreis von 1.199 Euro verfügbar.

DLP-Projektor BenQ W10000

Der mit dem neuesten DLP-Chip von Texas Instruments ausgestattete Projektor BenQ W10000 verfügt über beste technische Voraussetzungen und Ausstattungs-Details, um Anwendern und Betrachtern perfektes Kinovergnügen im eigenen Zuhause zu bereiten, ganz gleich ob man sich Film-Highlights im Fernsehen ansieht oder vom DVD-Player zugepielte Kinohits genießen möchte. Mit seiner echten HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, dem sensationell hohen Kontrastverhältnis von 15.000:1 und der Helligkeit von 1.200 ANSI Lumen brilliert der BenQ W10000 mit scharfen, detailreichen Bildern und gesättigten Schwarzwerten, die vor allem für die realistische Wiedergabe von Kinofilmen entscheidend sind. Der 16:9 HDTV-Projektor verfügt neben zahlreichen anderen Signaleingängen bereits über eine HDMI-Schnittstelle für den Anschluss von hochauflösenden Zuspelgeräten und Programmquellen. Mit der Markteinführung des W10000 vermittelt BenQ eindrucksvoll einen Ausblick auf die realisierbare Qualität zukünftiger Heimkino-Projektoren im High-End-Segment. Erhältlich soll der Projektor BenQ

W10000 zum UVP von 10.000 Euro im vierten Quartal 2006 sein.

Umfassender Ausbau des TV-Geräte-Angebots

Elf neue LCD-TV-Modelle will BenQ auf der diesjährigen CeBIT vorstellen. Die ersten, in der Typenbezeichnung hinter den Buchstaben stehenden Ziffern geben Auskunft über die Bildschirmgröße der neuen TV-Geräte: VL2633, VL3233, VL3733, VL4233, PL4271, VA261, VA321, VA371, VA421, DV3251 und DV3750. Die Bildschirmgrößen liegen zwischen 26 Zoll bis 42 Zoll Bilddiagonale und alle Geräte werden durchgehend „HD ready“ sein, also auch über HDMI-Schnittstellen verfügen. Einige Modelle werden mit 1080p über echte HDTV-Auflösung verfügen. Das Kontrastverhältnis liegt je nach TV-Gerät zwischen 800:1 bis 1.200:1, die Helligkeit zwischen 500 – 550 cd/m² und die für scharfe schlierenfreie Darstellung schnell bewegter Bildinhalte, wie Actionfilme und Sportereignisse, besonders wichtige Reaktionszeit beträgt durchgehend 8 ms. BenQ setzt bei der Konzeption der neuen Modelle wie gewohnt auf ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis, leistungsstarke Panels und perfektioniertes, elegantes Design. Der Fokus liegt auf der mit 8 ms extrem kurzen Reaktionszeit, der zusätzlichen HDMI-Schnittstelle und bei Modellen, deren Lautsprecher unterhalb des Displays angeordnet sind.

LCD-TV „BenQ DV3251“ mit Raumlicht-Sensor

Mit dem DV3251 stellt BenQ einen neuen 32 Zoll großen LCD-Fernseher mit 16:9 Widescreen in Silber-Anthrazit gestaltetem Gehäuse vor. Als besonderes Ausstattungsmerkmal besitzt der BenQ



BenQ DLP-Projektor W10000



BenQ LCD-TV DV3251

Raumlicht SENSOR
automatische Helligkeitsanpassung



DV3251 einen Raumlicht-Sensor zur automatisch optimierten Anpassung der Bildeinstellungen an das jeweils vorhandene Umgebungslicht: Bei starkem Lichteinfall werden Helligkeit und Kontrast erhöht und in dunkler Umgebung entsprechend verringert. Eventuell auftretende Blendeffekte und Spiegelungen auf dem Display werden durch die Raumlicht-Sensor-Technologie deutlich reduziert, die Augen werden entlastet, und der Betrachter kann das Geschehen auf dem Bildschirm wesentlich entspannter genießen. Ein nicht unwillkommener Nebeneffekt der Raumlicht-Sensor-Technologie besteht in dem geringeren Energieverbrauch.

Für die scharfe und schlierenfreie Darstellung von Bildinhalten mit Actionszene oder Sportreportagen sorgt die kurze Reaktionszeit von nur 8 ms. Das 16:9 Widescreen-Gerät mit der Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten ist „HD ready“ und verfügt sowohl über eine HDMI-Schnittstelle wie einen analogen Komponenteneingang und garantiert dem Käufer durch optimale Voraussetzungen für die Übertragung hochauflösender HDTV-Bildsignale eine hohe Zukunftssicherheit. Der BenQ DV3251 erreicht einen Helligkeitswert von 500 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 800:1. Die weiten Betrachtungswinkel von horizontal wie vertikal 170 Grad ermöglichen hochwertige Bildqualität bei variablen Zuschauerpositionen. Der LCD-Fernseher BenQ DV3251 ist ab März zu einem UVP von 1.299 Euro erhältlich.

Neue externe Double-Layer DVD-Brenner

Die zwei neuen externen Brenner von BenQ finden mit ihrem schlanken Design bequem auf jedem Schreibtisch Platz. Mit dem geringen Gewicht von 410 Gramm und mit den kompakten Abmessungen von 13,97 x 2,16 x 15,75 cm lässt sich der BenQ TW200D wahlweise vertikal oder horizontal betreiben. Der externe DVD-Brenner beschleunigt und liest DVDs mit 8facher, DVD+/-RW mit 4facher und CDs sowie CD-RWs mit 24facher Geschwindigkeit. Auch DVD+R Double-Layer-Rohlinge können beschrieben werden. Der Brenner verfügt über eine USB 2.0 Schnittstelle. Sein UVP beträgt 249,- Euro. Das zweite der neuen Laufwerke, der externe DVD-Brenner BenQ EW16GA, verfügt neben der USB 2.0 Schnittstelle auch über einen Firewire- und einen USB OTG-Anschluss (On-The-Go). Eine Digitalkamera kann ohne Zwischenschaltung eines PCs an den BenQ EW16GA angeschlossen werden, und die aufgenommenen Bilder lassen sich direkt auf CD oder DVD-Rohlinge aufzeichnen. DVD+R und DVD-R-Medien werden mit 16facher Geschwindigkeit, DVD+R Double-Layer-Rohlinge mit 8facher und DVD-R Double-Layer-Rohlinge mit 4facher Geschwindigkeit beschrieben. DVD+RW beschleunigt der BenQ EW16GA mit 8facher, DVD-RW mit 6facher Geschwindigkeit. CD-R werden mit 48facher sowie CD-RW-Rohlinge mit maximal 32facher Geschwindigkeit beschrieben. Der BenQ EW16GA wiegt 1,52 kg und seine Abmessungen betragen 17,02 x 6,10 x 24,13 cm. Der UVP beträgt 199,- Euro. Beide Laufwerke sollen im April verfügbar sein.

Laser-Drucker von Samsung Erfolgs-Serie mit Zukunft

Schon vor dem Einstieg mit Laser-Printern unter eigenem Label in den Druckermarkt zählte Samsung Electronics mit seinen hochqualitativen OEM-Produkten zum Kreis der weltweit größten Drucker-Hersteller. Seitdem entwickelte der in Südkorea beheimatete Elektronik-Konzern das Geschäft mit Druckern intensiv weiter und ist in diesem Segment zum marktbestimmenden Pionier aufgestiegen. Bei Personal Laser Printern hält Samsung inzwischen unangefochten die Marktführerschaft und bekam 2005 in dieser Kategorie von internationalen Fach-Juroren im zweiten Jahr in Folge die Höchstnote für Produktzuverlässigkeit zugesprochen. Seit der Vorstellung der Farblaser-Serie CLP500 auf der CeBIT 2004 wiederholt Samsung diese Erfolge nun auch bei Farblaser-Druckern und adressiert mit neuesten Modellen speziell kleinere und mittelständische Unternehmen sowie Privat-Anwender.

Höchstleistung in Farbe: Farblaserdrucker CLP-510/510N

Kosteneffizienz, unkomplizierte Handhabung und Schnelligkeit sind die Eigenschaften, mit denen sich die Farblaserdrucker Samsung CLP-510/510N als zuverlässige Bürogehilfen sowohl im Small und Home Office Bereich



Der CLP-510 druckt bis zu 24 Seiten pro Minute in S/W und bis zu 6 Seiten pro Minute in Farbe. Der CLP-510N mit Printserver kann über LAN oder Wireless-LAN in Netzwerke eingebunden werden.

wie in großen Betrieben schnell unverzichtbar machen. Mit extrem leisen Druckwerken, der Erstellung hochwertiger Dokumente zu ökonomischen Kosten und schneller Druckausgabe setzt Samsung auch hier wieder neue Maßstäbe. Mit leuchtenden Farben, lebendigen Bildern und gestochen scharfen Texten erfüllen der CLP-510 und die Netzwerkversion CLP-510N bei interpolierten Auflösungen von bis zu 1.200 x 1.200 dpi höchste Ansprüche an die farbige oder monochrome Druckqualität, und das auch auf Spezialmedien wie Umschlägen, Etiketten und Karton. Die serienmäßig eingebaute Einheit für Duplex-Druck spart Papier, indem sie die Seiten doppelseitig bedruckt. Die Farblaserdrucker CLP-510/510N drucken farbige Prints sogar preiswerter, als einige Schwarzweiß-Laserdrucker ihre monochromen Ausdrücke erstellen können. Bis zu 24 Seiten pro Minute (A4) in Schwarzweiß und bis zu 6 Seiten pro Minute (A4) in Farbe verlassen den Ausgabeschacht. Der CLP-510N



Samsungs NO NOIS™ Technologie schont trotz Hochleistung die Ohren der Anwender. Das Arbeitsgeräusch bleibt unter 49 dB(A).

ist serienmäßig mit einem Ethernet-Printserver ausgerüstet und kann wahlweise über LAN oder Wireless-LAN in Netzwerke eingebunden werden. Volle Kompatibilität besteht zu gängigen Betriebssystemen von Windows über Linux bis hin zu Macintosh (ab Version 10.3x). Durch NO NOIS-Technologie werden die Ohren der Anwender trotz Hochleistung geschont: Selbst bei einseitigem Farbdruck bleibt das Arbeitsgeräusch unter leisen 49 dB(A). Der Papiervorrat im 250-Blatt-Papiermagazin und der 100-Blatt Mehrzweckpapierzufuhr läßt sich durch den Einsatz des optionalen 500-Blatt-Papiermagazins auf insgesamt 850 Blatt erhöhen. Je nach Druckanforderungen sind unter-



Hohe Druckgeschwindigkeit und konkurrenzlos niedrige Betriebskosten machen den CLP-600 zum idealen Farblaser-Printer für kleine Unternehmen und Arbeitsgruppen. Der UVP für den CLP-600 beträgt 649,- Euro.

schiedliche Kartuschen mit höherer oder geringerer Ergiebigkeit verfügbar. Bei hohem Druckaufkommen lassen sich durch Verwendung einer High-Yield-Kartusche bis zu 7.000 Seiten in SW und 5.000 farbige Seiten bis fünf Prozent Deckung bedrucken. (Die Standard-Kartusche reicht für 3.000 Seiten in S/W und 2.000 Seiten in Farbe aus.) Die Abmessungen des Samsung CLP-510/510N betragen 510 x 470 x 405 mm, sein Gewicht 32 kg.

Kompakt und kostensparend: Die Samsung CLP-600 Reihe

Mit hohem Druckvolumen, lebendig wirkenden Farbausdrucken, hoher Druckgeschwindigkeit und konkurrenzlos niedrigen Betriebskosten sind die Drucker der CLP-600 Familie ideal für kleine Unternehmen und Arbeitsgruppen geeignet. Trotz erstaunlich geringen Geräte-Abmessungen und hoher Auflösung wird sowohl bei Schwarzweiß wie in Farbe eine Druckgeschwindigkeit von 20 Seiten pro Minute erreicht. Für komfortables Arbeiten sorgt eine 250 Blatt fassende Papierzufuhr. Die Abmessungen betragen 465 x 465 x 445 mm, das Gewicht 28,5 kg.

Familienzuwachs für die CLP-600 Familie hat sich bereits angekündigt: Eine Modellvariante des CLP-600 mit der Typenbezeichnung CLP-650 ist mit Postscript und PCL6 ausgestattet. Als kleinster

High Performance Personal Laser Printer ML-1610

Der Leistungs-Riese Samsung ML-1610 besticht das Auge durch klare Formen und kompakte Abmessungen, die viel Platz für andere Dinge auf dem Desktop des Anwenders lassen. Der S/W Laserdrucker ML-1610 verfügt über alle Fähigkeiten und Leistungsdaten, die private Nutzer und kleinere Unternehmen von einem modernen Laserdrucker erwarten. Bis zu 16 Seiten pro Minute bedruckt der Printer, ohne bei der Druckqualität Kompromisse eingehen zu müssen. Die Mehrzweck-Papierzufuhr faßt 150 Blatt. Serienmäßig ist sie mit einem 2 MB-Speicher ausgerüstet und kann eine Vielzahl unterschiedlicher Papierarten und Formate wie z. B. Normalpapier, Umschläge, Etiketten, Folien und



Der S/W Laserdrucker ML-1610 bedruckt 16 Seiten pro Minute. Die Mehrzweck-Papierzufuhr faßt 150 Blatt.

Karton verarbeiten. Die Abmessungen betragen 358 x 299 x 217 mm, das Gewicht 5,5 kg. Der günstige Anschaffungspreis und die enorm hohe Druckqualität machen den ML-1610 im SOHO-Bereich und für kleinere Unternehmen zum Laserdrucker der ersten Wahl. *evo*



Der Papiervorrat im 250-Blatt-Magazin und der 100-Blatt-Mehrzweckpapierzufuhr läßt sich durch ein optionales 500-Blatt-Papiermagazin auf 850 Blatt erweitern.

Für Farbdokumente liegt die Druckgeschwindigkeit bei vier Seiten pro Minute, Schwarzweiß-Dokumente druckt der CLP-300 mit der Geschwindigkeit von 16 Seiten pro Minute aus. Komfortable 150 Blatt finden im Papierschacht Platz und tragen dazu bei, daß der Anwender eines CLP-300 auch Zeit für die wichtigeren Dinge hat.

Samsung Laserprinter Cash Back Aktion: 15.2.-30.4.2006

Für potentielle Endkunden macht Samsung den Kauf eines Laserprinters vom Typ CLP-510 (UVP: 399 Euro) oder ML-1610 (UVP: 119 Euro) durch eine umfangreiche „Cash Back Aktion“ noch attraktiver: Endkunden, die zwischen dem 15.2. und 30.4. einen Farblaser-Printer CLP-510 kaufen, bekommen von Samsung nach Übermittlung eines Cash Back Formulars eine Rückvergütung in Höhe von 50 Euro (inkl. MwSt.) auf ihr Girokonto überwiesen. Für den monochromen S/W Laserprinter ML-1610 beträgt der „Cash Back“ 20 Euro (inkl. MwSt.) Teilnahmeberechtigt sind ausschließlich Endkunden mit Wohnsitz in Deutschland, die das Gerät oder die Geräte in Deutschland gekauft haben. Nicht teilnahmeberechtigt sind Groß- und Einzelhändler sowie Onliner (Online-Shops). Das Formular zur Cash Back-Anforderung erhält der Käufer beim Kauf eines (oder mehrerer) dieser Geräte in Form eines Flyers ausgehändigt, auf dem die Modalitäten und Adressen für die Abwicklung detailliert beschrieben sind.

POS Aktuell

WISI bietet Kurse für Handwerk und Handel

Als enger Partner der Fach- und Handwerksbetriebe sowie des Handels bietet die Wilhelm Sihn Jr. GmbH & Co. KG (WISI) im ersten Halbjahr 2006 im WISI-Schulungszentrum Niefern wieder zahlreiche Fachseminare rund um Empfang und Verteilung an. Da heute innovative Technologien, Anwendungen und Konzepte in immer kürzeren Abständen realisiert werden, müssen sich Fachbetriebe, die im Konkurrenzkampf die Nase vorne behalten wollen, regelmäßig weiterbilden. WISI paßt aus diesem Grund ständig alle Lehrgangsinhalte an aktuellste Entwicklungen auf dem Markt an. Das für die berufliche Praxis notwendige neue Wissen wird in konzentrierter Form vermittelt. Ein Beispiel ist das terrestrische Fernsehen, das bundesweit in immer mehr Regionen angeboten wird. Der Bedarf an Grundwissen über DVB-T sowie der damit verbundenen terrestrischen Empfangs- und Verteilungstechnik ist in den Fachbetrieben enorm hoch. Die Fachseminare sind zumeist zweitägig. Mit Rücksicht auf den laufenden Fachbetrieb finden die Schulungen freitags und samstags statt. Die Lehrgangskosten belaufen sich auf 132 Euro, inklusive einer Hotelübernachtung, je zweitägigem Kurs. Zur ana-

logen und digitalen Meßtechnik ist am 5. April 2006 ein Tageskurs geplant. Die Kursgebühren hierfür betragen 75 Euro. Da viele Betriebe auch an individuellen Kursen interessiert sind, bietet WISI nach Absprache Termine an. Alle Lehrgänge finden im WISI-eigenen Schulungszentrum in Niefern statt. Anmeldungen nimmt WISI-Marketing (Tel: 07233 – 66 215; Fax: 07233 66 320) entgegen und sind auch im Internet unter www.wisi.de möglich. Termine für WISI-Fachlehrgänge im 1. Halbjahr 2006: Kurs 1 Terrestrische Empfangstechnik, DVB-T; Termine: 17.02. und 18.02.2006. Kurs 2 Satellitenempfangstechnik; Termine: 28.04. und 29.04.2006. Kurs 3 Hausverteiltechnik; Termin: 09.06. und 10.06.2006. Kurs 4 Kopfstellentechnik/Kanalaufbereitung; Termin: 04.05. und 06.05.2006. Kurs 5 Meßgerätetechnik analog/digital Universalmeßempfänger WA 70; Termin: 05.04.2006.

Online-Projektoren-Berater von NEC

NEC will mit Hilfe eines Online Verkaufsbereiters Kunden und Händler tatkräftig unterstützen. Der NEC Online Verkaufsbereiter bietet Lösungen für jedes Kundenprofil. Ganz gleich, ob ein Kunde wenig Vorwissen zu Projektoren mitbringt oder bereits ein Profi ist: Mit einigen wenigen Klicks und der Beantwortung von ein paar einfachen Fragen gelangt er zu dem NEC-Projektor, der perfekt auf seine individuellen Anforderungen und Bedürf-

nisse zugeschnitten ist. Besonders interessant: Der Online-Projektorenberater liefert nicht nur eine Lösung, sondern bietet weitere Alternativen an. Die technischen Informationen zum ausgewählten Projektor werden gleich mitgeliefert. Und obendrein können die Features mehrerer Beamer noch miteinander verglichen werden. Der neue Service ist ab sofort auf der Homepage von NEC Deutschland (<http://www.de.nec.de>) verfügbar. Wenn der Kunde das optimale Gerät gefunden hat, kann er sich bei Interesse ein unverbindliches Angebot erstellen lassen. Dazu muß er nur seine Kontaktdaten hinterlassen. Die Anfrage wird von NEC direkt zum nächstgelegenen Händler weitergeleitet, der sich dann mit dem Kunden innerhalb eines Werktages in Verbindung setzt. Mit dem interaktiven Berater bietet NEC dem Endkunden eine qualifizierte Hilfestellung bei der Projektorenwahl und verstärkt gleichzeitig die Zusammenarbeit mit den Händlern: „Wir setzen seit Jahren erfolgreich auf den Fachhandel und haben mit dieser Verkaufsstrategie ausschließlich positive Erfahrungen gemacht. Ein Online-Direktvertrieb ist deshalb von NEC nicht geplant“, so Thomas Nedder, General Manager Computer Storage Products and Professional Graphics bei NEC. „Mit Hilfe unseres Online-Projektoren-Beraters liefern wir dem Händler vor Ort eine gezielte Produkthanfrage einschließlich der Kontaktdaten des Kunden. Das Verkaufsgespräch übernimmt dann aber der Händler selbst. Schließlich wollen wir, daß vor allem unsere Partner im Fachhandel von unserem neuen Online-Tool profitieren.“

Plasmavision und Spectral

Die ab 2006 jährlich stattfindende IFA macht erfinderisch. Weil kaum davon auszugehen ist, daß sich mit der Verdoppelung der Messekosten auch die Umsätze und Profits verdoppeln, entstehen strategische Allianzen auf seiten der Industrie. Im Falle des Plasma TV-Spezialisten Fujitsu General und des befreundeten TV Möbel-Herstellers Spectral bietet sich das jeweilige Grundlayout der beiden Unternehmen zur Kooperation geradezu an. Mit einem grundsätzlich schon sehr ähnlichen Erscheinungsbild und mit Großfotos im Format von Fototapeten wollen die beiden Spezialisten gemeinsam Messeatmosphäre schaffen. Dabei möchte Fujitsu General seine „Plasmavision“ High End-Displays auf hochwertigen Spectral-Möbeln auf die Händler wirken lassen, während Spectral anstelle nackter High-Tech-Möbel selbige in realer Anwendung präsentieren will. Ein auf den ersten Blick großer, gemeinsamer und im ähnlichen Layout gestalteter Messestand soll sich Besuchern bei genauerem Betrachten und nach Betreten dennoch mit zwei unterschiedlich gesetzten Prioritäten und Produktschwerpunkten erschließen.

Samsung erhält 25 iF Product Design Awards

25 Produkte von Samsung sind mit dem renommierten iF Design Award 2006 ausgezeichnet worden. Damit hat sich die Zahl der Auszeichnungen im Vergleich zum vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Mit dieser Anzahl führt der Elektronikkonzern die Liste der iF-Award-Gewinner an. Die Awards sind auf eine vielfältige Produktpalette verteilt: Von Fernsehgeräten aller Technologien über eine Heimkinoanlage, Mobiltelefone, Camcorder, MP3-Player, Monitore, Notebooks und Drucker bis hin zu einem Mikrowellengerät wurden alle Produktbereiche von Samsung ausgezeichnet. Der iF Design Award wird nur an Produkte vergeben, deren Markteinführung kurz bevorsteht oder nur an Produkte, die noch nicht länger als drei Jahre auf dem Markt sind. Bewertet werden Kriterien

Erfolgreiches Canon Shop-in-Shop-Konzept bei Foto Koch in Düsseldorf

Im November vergangenen Jahres hat Foto Koch, Düsseldorfs größtes Fachgeschäft für Foto, Video und Unterhaltungselektronik, gemeinsam mit Canon ein innovatives Shop-in-Shop-Konzept umgesetzt. Übersichtlich und ansprechend werden alle wesentlichen Canon-Produkte funktionsfähig präsentiert und laden sogleich zum Anfassen und Ausprobieren ein. Dabei kommt erstmals ein neues Canon-Shop-Design zum Einsatz. Die Eröffnung des Shop-in-Shops, der nun zum festen Inventar bei Foto Koch zählt, wurde mit verschiedenen Aktivitäten wie Promotions, Produktvorstellungen und pflifigen Gewinnspielen flankiert. „Informieren, einkaufen und sich gleichzeitig in einem ansprechenden Shop-in-Shop-Areal voller interessanter Produkte unbekümmert und frei zu bewegen, das stellt eine sympathische Alternative zu unpersönlichen und unübersichtlichen Großmärkten dar“, so Jens Blinn, Marketingleiter bei Foto Koch. Neben der attraktiven Präsentation der Produkte, ist es die kompetente und freundliche Beratung des Foto Koch-Verkaufspersonals, die dem Kunden einen schnellen Einblick in die Welt von Canon bietet. „Die Idee zu diesem positiven Vorhaben ist aus der hervorragenden Zusammenarbeit mit Canon entstanden“, so Jens Blinn. „Bereits das vergangene Weihnachtsgeschäft ist überaus positiv verlaufen, und mit Vorfreude blicken wir der Urlaubssaison entgegen.“



wie Designqualität, Ästhetik, Materialien und Innovation. Auch Funktionalität, Umwelt- und Benutzerfreundlichkeit, Sicherheit und Lebensdauer sind ausschlaggebend. Der im Jahr 1954 eingeführte iF Design Award wird vom IndustrieForum Design in Hannover gestiftet und zählt zu den weltweit bedeutendsten Designauszeichnungen. Die Gewinner werden am Ende eines Jahres gewählt und auf der CeBIT im Frühjahr präsentiert. Bereits im vergangenen Jahr gelang es Samsung Electronics, zwölf der begehrten Trophäen zu erringen. Seit 2001 erhielten insgesamt 65 Samsung-Produkte den Preis. „25 iF Product Design Awards in diesem Jahr sind ein herausragendes Ergebnis“, freut sich Thomas Ferrero, Corporate Marketing Director von Samsung Electronics Deutschland.

fessionelle Anwender und Produkte des Geschäftsbereiches Document Imaging gezeigt.

Neue Leitung Vertrieb bei Grundig

Otto Reinke, bislang Business Development Director bei Grundig, ist seit Mitte Januar Stellvertreter des Leiters Sales & Marketing. In dieser Funktion unterstützt und vertritt er den Leiter des Bereiches Marketing und Vertrieb. Weiterhin leitet er kommissarisch die internationalen Vertriebsaktivitäten. Otto Reinke begann seine Karriere in der Unterhaltungselektronik nach dem Studium der Wirtschafts-



wissenschaften an den Universitäten Hannover und Cardiff bei der Panasonic Deutschland GmbH in Hamburg. 1996 wechselte er zu Grundig, wo er zunächst unterschiedliche Tätigkeiten in den Bereichen Marketing, Area Management und International Key Account Management übernahm. Nach seinen Aufgaben als Geschäftsführer der Vertriebsgesellschaften in Belgien und Finnland kehrte er im Herbst 2004 als Leiter Business Development in die Nürnberger Zentrale der Grundig Intermedia GmbH zurück.

Kodak: Digitale Fotolösungen auf der CeBIT

Kodak will auch in diesem Jahr wieder digitale Fotolösungen auf der CeBIT in Hannover präsentieren, die vom 9. bis 15. März stattfindet. Auf dem Stand in Halle 1 sollen vor allem Konzepte für Wertschöpfung rund um das Produkt Digitalkamera im Vordergrund stehen. Neben den neuesten Digitalkameras, darunter die neue Kodak EasyShare V570 mit zwei Objektiven, will Kodak auch zahlreiche Möglichkeiten für den Ausdruck von Bildern präsentieren. Dazu gehören die Kodak EasyShare Druckerstationen und das umfangreiche Portfolio an Inkjet-Papieren für Amateure und Profis sowie die Kodak Picture Kiosks für den Handel. Daneben werden Drucksysteme für pro-

Duttenhofer verkauft Einzelhandelsgeschäfte an Media-Saturn

Die Würzburger Duttenhofer Gruppe hat vier Einzelhandelsgeschäfte mit Wirkung vom 1. März 2006 an die Media-Saturn-Unternehmensgruppe verkauft. Duttenhofer will sich in Zukunft auf den europaweiten Versandhandel konzentrieren, mit dem das Unternehmen bereits jetzt 90 Prozent des Umsatzes erzielt. Verkauft wurden das Duttenhofer Fachgeschäft in der Würzburger Innenstadt sowie die drei „Top 3“-Märkte in Bad Neustadt, Schweinfurt und Würzburg. Media-Saturn will die Geschäfte in Bad Neustadt und Würzburg als Media Märkte sowie den Standort Schweinfurt als Saturn weiterführen und sämtliche Mitarbeiter übernehmen. Über die Vertragsmodalitäten wurde Stillschweigen vereinbart. Nach Ansicht von Duttenhofer-Chef Rolf Duttenhofer bringt Media-Saturn alle Voraussetzungen mit, „die vier Märkte erfolgreich weiter zu betreiben und allen Mitarbeitern eine langfristige Beschäftigungsperspektive zu bieten.“ Auch Klaus Hoffmann, Mitglied der Geschäftsführung der Media Markt Management GmbH, die hervorragende Qualifikation der 160 übernommenen Mitarbeiter hervor.

„Perfect F.I.T.“ mit Alpine

Alpine Electronics hat vom 16.-27. Januar in verschiedenen Großstädten Deutschlands seine diesjährige Roadshow veranstaltet. Der Hersteller von Audio-, Navigations- und Mobile-Media-Systemen für den Fahrzeugeinsatz stellte dabei nicht nur eine Vielzahl neuer Produkte und technologischer Innovationen sowie die Marketing- und Vertriebsstrategien für 2006 vor. Darüber hinaus wurde zu dem Hauptthema „Perfect F.I.T.“ – das Kürzel steht für „Factory Integration Technology“ – eine spezielle Fachhändler-Schulung durchgeführt. Der Workshop zeigte eine breite Palette innovativer Möglichkeiten zum Anschluß von Mobile-Media-Komponenten an werkseitig eingebaute Audio-/Video-Systeme auf. Herzstück solcher Lösungen ist eine neue Blackbox-Headunit von Alpine – der VehicleHub Pro. Aufschlußreiche Beispiele für „Factory Integration Technology“ wurden zudem in speziellen Perfect F.I.T.-Democars (BMW E39 530D Touring, Audi A4 Avant 1,9TDI und Mercedes W203 220 CDI) präsentiert. Sie führen Fachhändlern eindrucksvoll vor Augen, wie mit vergleichsweise geringem Aufwand modernste Car-Infotainment-Komponenten integriert werden können. Ob Digital-TV oder DVD-Video, ob iPod-Musik oder 5.1-Kanal-Surroundsound – all das läßt sich mit den Alpine-Lösungen in bester Qualität genießen. „Unser neues Roadshow-Konzept mit zusätzlichen Nachmittagsveranstaltungen und den „Perfect F.I.T.“-Workshops sind vom Fachhandel sehr positiv aufgenommen worden“, freut sich Uwe Keuchel, Senior Manager Marketing & Sales der Alpine Electronics GmbH. „Daß Alpine mit dem VehicleHub Pro eine sehr flexible und nutzerfreundliche Lösung zur Anbindung von Aftermarket-Komponenten an OEM-Systeme entwickelt hat, findet bei unseren Geschäftspartnern besonders großen Zuspruch. Mit unserer Innovation können sie nunmehr neue Kundengruppen fürs moderne Car-Entertainment begeistern.“

Alpines Leitgedanke für die Entwicklung des VehicleHub Pro war es, den Fachhändlern eine hoch flexible Systemlösung an die Hand zu geben, mit der sich die unterschiedlichsten Kundenwünsche im Bereich Mobile-Media erfüllen lassen. So glaubt eine Vielzahl von Autofahrern, sich in einem Dilemma zu befinden: Einerseits möchte man z. B. sein vertrautes Steuergerät mit großem Display inklusive Lenkrad-Fernbedienung nicht mehr missen oder schreckt vor umfangreicheren Umbauten im Fahrzeug-Cockpit zurück; andererseits würde man nur allzu gerne stets die modernsten Trends der Unterhaltungselektronik auch im eigenen Wagen nutzen können. Die ideale Lösung für dieses Problem hat nun Alpine mit der zweiten VehicleHub-Generation entwickelt: Durch den Anschluß eines VehicleHub Pro (VPA-B222R) an die originale Anlage läßt sich diese mit einer Fülle von Mobile-Media-Komponenten aufrüsten, ohne daß OEM-Komponenten – wie Headunit, Monitor und Lautsprecher – ausgebaut oder irgendwelche Einschränkungen in Kauf genommen werden müssen. So können die Funktionen des Werksystems (z. B. Telefon, Navigation oder Einparkhilfen) weiterhin genutzt werden. Zudem braucht man keine Umbauten am Armaturenbrett vorzunehmen: Das Erscheinungsbild des Cockpits kann bleiben, wie es ist.



Nokia lud Fachjournalisten zum Kamingespräch



Emotional angesprochen werden die Kunden unter anderem mit den Dekoelementen von Nokia.

Daß es nicht nur deshalb so einfach ist, Nokia Geräte zu verkaufen, weil diese zur technologischen und lifestyleorientierten Spitze gehören, sondern weil das Unternehmen den Abverkauf bei den Handelspartnern auch mit vielfältigen Unterstützungsmaßnahmen fördert, ist in der Telekombranche bekannt. Was aber genau Nokia im vorigen Jahr unternommen hat, das erläuterten die Nokia Manager Karsten Schilly und Mikael Vainio einem Dutzend Fachjournalisten bei einem Kamingespräch im Wirtschaftsclub Düsseldorf.

„Wir haben es schon immer als eine besondere Herausforderung angesehen, praxisnahe Vermarktungskonzepte zu entwickeln, die den Handel dabei unterstützen, seinen Kunden die Wertigkeit unserer Produkte zu vermitteln“, stellte Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer & Market Operations, Nokia GmbH, fest. Dazu wurden 2005 die Aktivitäten des Bereichs Trade Marketing stark ausgebaut. Dieser bietet Antworten

die sie anschließend zum Beispiel gegen Werbemittel, Marketingmaßnahmen oder die Teilnahme an Incentives einlösen können“, erläuterte Schilly. „Und wir können über die Gutschriften analysieren, welche Produkte besonders gut oder schlechter laufen und können dadurch schnell und sehr flexibel reagieren, wenn unsere Erwartungen an das jeweilige Produkt nicht erfüllt werden, um zum Beispiel mit besonderen Aktionen

Lösungen.“ Wichtig sei hier der einheitliche Auftritt nach außen. Vainio: „Wir stellen bei unserem optischen Auftritt die Emotionalität der Marke dar. Der Endkunde soll Vertrauen aufbauen und sich im Nokia Umfeld geborgen fühlen können.“ Diese Einheitlichkeit des optischen Auftritts gelte auch für aktuelle und zukünftige Kampagnen, deren Elemente für einen hohen Wiedererkennungseffekt im Geschäft sorgen.

Breitgefächerte Unterstützung für den Handel

Nokia richtet Weblog zur Westwood Ausstellung ein

Bis zum 14. Mai können Mode-Fans 34 Jahre Designgeschichte in der Vivienne Westwood Retrospektive im NRW-Forum Düsseldorf sehen. Nokia richtet zur Ausstellung unter www.nokia.de/westwood-weblog ein Internet-Tagebuch ein. „Unsere Nokia Style-Reporter werden mit dem



Nokia N90 Impressionen aus der Ausstellung einfangen und in den Weblog stellen. Dort können User in den Themenbereichen Punk, Barock sowie Behind the Scenes die Welt der Vivienne Westwood hautnah und multimedial erleben“, erklärte Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer Market Operations, Nokia GmbH. Kreative Köpfe werden im Weblog unter dem Motto „Princess Punk is on the Blog“ dazu eingeladen, sich bis zum 15. März selbst als Designer im Rahmen eines Gewinnspiels zu betätigen. Mitmachen ist ganz einfach: Lieblingskleidungsstück aussuchen, fotografieren und hochladen. Neben Eintrittskarten lockt als Preis ein exklusives, limitiertes Accessoire, das von Vivienne Westwood für die neue Nokia L'Amour Fashion Collection entworfen wurde. Außerdem gibt es dazu auch ein Modell der Kollektion – das Nokia 7380 – und ein Nokia N90 Multimedia Device zu gewinnen. „Die World-Tour der großen Vivienne Westwood Retrospektive macht nach Stationen wie London oder Tokio für kurze Zeit halt in Düsseldorf. Durch den extra für die Ausstellung aufgesetzten Weblog können wir besonders ein urbanes, kommunikationsstarkes und lifestyleorientiertes Publikum ansprechen, das nicht die Gelegenheit hat, selbst in die Ausstellung zu gehen, aber durch den Weblog auf eine andere Art einen Blick in die Ausstellung werfen kann“, kommentierte Werner Lippert, Ausstellungsmanager des NRW-Forum Kultur und Wirtschaft.

ten auf die Frage, welches Produkt in welchem Vertriebskanal wie angeboten werden muß. Hintergrund dieser Differenzierung sei die Tatsache, daß Verbraucher immer besser informiert seien, sich die Geschäfte, in denen sie kaufen wollen, gezielt aussuchen und in den unterschiedlichen Kanälen auf verschiedene Weise nachfragen. „Ein Unternehmen, das überall erfolgreich sein will, muß auf diese Entwicklung reagieren“, so Schilly, „ein einziges Vertriebskonzept paßt heute nicht mehr in die gesamte Handelslandschaft.“ Ein wichtiges Tool bei der Kommunikation zum Handel stellt seit geraumer Zeit das Nokia Händlerportal im Internet (www.trade.online.nokia.com) dar, in dem derzeit rund 12.000 meist aktive Händler registriert sind. Und darin wiederum hat sich nach Schillys Ausführungen vor allem das Pro-

Anreize zum Verkauf des entsprechenden Produktes zu schaffen.“ Die Angebote, die gegen die Bonuspunkte eingelöst werden können, umfassen eine breite Palette von Produkten und Dienstleistungen. „Es ist aber sehr erfreulich, daß die meisten Händler sich nicht für Konsumgüter für den eigenen Gebrauch entscheiden, sondern aus dem Angebot Dinge und Unterstützungsmaßnahmen auswählen, die ihnen helfen, ihr Geschäft besser zu machen und das Business vor Ort stärken“, betonte Schilly.

„Ein weiteres Instrument zur Verkaufsunterstützung ist das Nokia Shopkonzept, das schon vor einigen Jahren eingeführt wurde und seitdem kontinuierlich weiterentwickelt wird“, meinte Mikael Vainio, Business Director Multimedia. Basierend auf der bereits beschriebenen Erkenntnis des unterschiedlichen Kaufverhaltens des Verbrauchers biete Nokia heute ein umfangreiches Portfolio an Dekorations- und Ladenbauelementen. „Jeder Händler kann dabei entscheiden, in welchem Maße er die Marke Nokia und ihre Produkte und Lösungen präsentieren will“, so Vainio. „Wir können alle Bedürfnisse zufriedenstellen, von unterschiedlich bestückten Dekopaketen über spezielle Nokia Regalwände bis zu kompletten Shop-in-Shop- oder Stand-alone-

Den direkten Kontakt zu seinen Handelspartnern sucht Nokia bei Trainingsmaßnahmen und Roadshows. Beim Herbsttraining 2005 wurden rund 700 Teilnehmer verzeichnet, die beispielsweise über die Weihnachtskampagne „Komm



Spezielle Ladenbauelemente erleichtern die Präsentation der Nokia Geräte und die Demonstration der verschiedenen Anwendungen.



Karsten Schilly

gramm „Points for you“ bewährt. Das Bonusprogramm biete Vorteile für die Handelspartner ebenso wie für Nokia selbst. „Die Händler erhalten für ihre Bestellungen Punkte gutgeschrieben,

ins Warme“ informiert wurden und losgelöst von Produkten Tips und Tricks für den Verkauf von Nokia Produkten erhielten. Erfolgreich war auch die Roadshow, die demnächst eine Neuaufgabe finden wird. Die thematische Richtung ist dabei klar: „Sprache ist nur eine der möglichen Anwendungen von Handys. Wer werden auf der Roadshow Mehrwertstrategien zeigen, mit denen der Kunde für die Multimedia- und E-Mail-Funktionen unserer Geräte begeistert werden kann“, sagte Vainio. *Herbert Päge*

POS Aktuell

Arcor rüstet Netz mit ADSL2+ Technik aus

Arcor rüstet sein Netz mit ADSL2+-Technik aus. Die Übertragungsgeschwindigkeit erhöht sich damit auf bis zu 16 Megabit pro Sekunde. Den Datenturbo zündet Arcor in allen mit eigener Infrastruktur erschlossenen Regionen. Bis Februar 2006 bietet das Unternehmen Multimedia-Zugänge in über 300 Städten und Gemeinden an. Der neue Multimedia-Zugang von Arcor kostet pro Monat 69,85 Euro. Für diesen Komplettpreis erhalten Kunden neben Telefon- und DSL-Anschluß auch eine Flatrate fürs breitbandige Surfen sowie eine Pauschale für alle nationalen Telefonate im Festnetz. Mit ADSL2+ bietet Arcor im Download Geschwindigkeiten von bis zu 16 Megabit pro Sekunde an. Im Upstream werden bis zu 800 Kilobit pro Sekunde erreicht. Die bisherige DSL-Technik erlaubt Übertragungsraten von bis zu sechs Megabit pro Sekunde. Mit ADSL2+ können Kunden über das Internet beispielsweise mehrere TV-Programme parallel empfangen sowie gleichzeitig schnell im weltweiten Datennetz surfen und telefonieren. Arcor hatte die zweite DSL-Generation seit September 2005 im fränkischen Coburg getestet. Nach erfolgreichem Abschluß des Pilotversuches realisiert das Unternehmen jetzt bundesweit Highspeed-Internetzugänge auf Basis von ADSL2+. Mit dem neuen Angebot wird aus einem Festnetzanschluß ein vielseitig nutzbarer Kommunikationskanal, der für heutige Multimedia-Anwendungen und künftige Triple Play-Dienste mit 16 Megabit eine optimale Bandbreite bietet.

Neuer Leiter E-Business bei Talkline

Carsten Mesecke-von Rheinbaben hat mit sofortiger Wirkung die Leitung des Fachbereichs E-Business der Talkline GmbH & Co. KG übernommen. Der 33jährige war dort bislang Teamleiter der Abteilung Internet-Services. Zukünftig verantwortet er die gesamten Online-Aktivitäten des Mobilfunk-Anbieters: Diese umfassen die Bereiche Internet, Intranet sowie Media- und Online-Kooperationen mit den Schwerpunkten Online-Sales und -Services. Mesecke-von Rheinbaben gehört dem Unternehmen seit 1999 an. Der Diplom-Kaufmann begann seine Laufbahn sofort nach dem BWL/Marketing-Studium in Münster als Marketing-Assistent bei Talkline. Seit 2001 fungierte er als Teamleiter in der Sparte Internet-Services und betreute dort den Aufbau und die Ausgestaltung des Online-Shops.

Vodafone stellt auf der CeBIT 2006 vier Themen in den Mittelpunkt

Für Vodafone stehen auf der CeBIT vier Themen im Mittelpunkt: Musik auf dem Handy, Fernsehen auf dem Handy, Festnetzsubstitution mit Vodafone Zuhause und UMTS Broadband. Vodafone ist auf der CeBIT 2006 wieder mit einer eigenen Halle vertreten: Die Neuheiten werden auf 3.000 Quadratmetern im Vodafone Pavillon, Freigelände G 04 südlich Halle 25, gezeigt. Zur CeBIT wird Vodafone den neuen Musikdienst RadioDJ präsentieren, mit dem Vodafone Kunden maßgeschneiderte Radiokanäle auf dem Handy hören, zusammenstellen und Songs aus dem laufenden Programm auf das Handy herunterladen können. Vodafone zeigt mit MobileTV über UMTS außerdem, wie Fernsehen auf dem Mobiltelefon funktionieren kann. Zur CeBIT wird es rund fünf neue Kanäle geben, damit dreißig insgesamt. Und auf der CeBIT stellt Vodafone

vor, wie man auf dem Handy wie mit einer Fernbedienung durchs Programm zapfen kann. Mit einer DVB-H-Demo wird ein Ausblick auf mögliche weitere Stufen vom MobileTV gegeben. Weiterhin demonstriert Vodafone auf der CeBIT Alternativen zum Festnetz. Schließlich gibt das Unternehmen einen Einblick in den Ausbau des UMTS-Netzes. UMTS Broadband (HSDPA) beschleunigt die Datenübertragung auf bis zu 1,8 Mbit/s für die mobile Anbindung des Notebooks. In einer Demonstration am Stand werden sogar noch höhere Geschwindigkeiten zu sehen sein.

T-Mobile eMail Mobil ist jetzt auch über Handyportale erreichbar

Per Handy E-Mails abrufen, versenden und verwalten soll für T-Online-Kunden ab sofort einfacher werden: eMail Mobil, der Kommunikationsdienst von T-Online, ist jetzt auch direkt über die mobilen Portale der Mobilfunkbetreiber zu erreichen. Seit dem Relaunch von eMail Mobil vor gut einem Jahr erfreut sich der Dienst nach eigenen Angaben des Anbieters zunehmender Beliebtheit. So steige die aktive Nutzerzahl wöchentlich um etwa neun Prozent. Dabei sei bei den T-Online Kunden nicht mehr nur das Lesen von E-Mail gefragt – immer mehr Nutzer schreiben und versenden diese auch. Mit einer wöchentlichen Steigerung von 24 Prozent verzeichnet die Adreßbuch-Aktualisierung die höchsten Zuwächse. Kunden von T-Mobile finden T-Online eMail Mobil in den t-zones unter der Rubrik „E-Mails & Chat“. O₂ stellt den Dienst im Bereich Messaging zur Verfügung und E-Plus i-Mode ermöglicht den Zugriff auf eMail Mobil im Gesamtmenü unter dem Punkt „Chat/Mail/Web“. Darüber hinaus führt weiterhin der Link www.m-email.t-online.de zu dem für T-Online Kunden inklusiven Dienst. Unabhängig von dem gewählten Zugriffsweg wird der Nutzer zu einem Anmeldefenster geleitet, in das er Kennung und Paßwort einträgt. Anschließend erhält er Zugang zu seinem T-Online eMail-Konto sowie dem zugehörigen Webadreßbuch.

350 O₂ Händler erhalten neue Geschäftsausstattung

„Wer nicht auffällt, wird leicht übersehen“ ist das Motto der aktuellen Image-Dekotour von O₂ quer durch Deutschland. 350 ausgewählte Fachhändler erhalten dabei eine neue Geschäftsausstattung im aktuellen Design von O₂. Eine professionelle Deko-Agentur übernimmt die Umgestaltung. Der erste Eindruck ist entscheidend.

E-Plus erweitert Business-Partner-Programm und lädt zur Roadshow

E-Plus baut das Business-Partner-Programm aus und bietet erfolgreichen Händlern im Geschäftskunden-Bereich eine exklusive Partnerschaft: Fachhändler, die mehr als 70 Prozent ihrer Mobilfunkverträge für E-Plus abschließen, werden ab sofort noch intensiver und individueller unterstützt. Sie profitieren zudem von einem Sonderbonus und Premium-Incentives. Gemeinsam mit persönlichen Ansprechpartnern erarbeiten die Premium-Händler individuelle Business- und Marketingpläne. Dabei steht das gesamte E-Plus Leistungspaket zur Verfügung – von der Leadgenerierung bis hin zu Co-Branding-Aktionen und gemeinsamen Events. Schulungen und Round-Table-Meetings runden das Angebot ab. Auch das Internetportal www.businesspartner-eplus.de für Händler wird um einen Premium-Bereich erweitert. Neben Informationen zu E-Plus, den Produkten und aktuellen Angeboten können Premium-Partner dort aktuelles Werbematerial herunterladen, individuelle Informationen zu Incentives einsehen und künftig auch ihre Mobilfunkkarten-Aktivierung verfolgen. Von der Erweiterung des Business-Partner-Programms sollen Händler und Geschäftskunden gleichermaßen profitieren: Die individuelle Beratung und Unterstützung

durch E-Plus Ansprechpartner sowie der Austausch untereinander helfen den Fachhändlern, Geschäftskunden noch kompetenter zu beraten.

Ende Februar startete E-Plus eine Roadshow, auf der neue mobile Lösungen für den Business-Alltag vorgestellt werden. Damit knüpft das Unternehmen an ein erfolgreiches Event aus dem vergangenen Jahr an. Die Informationsveranstaltung in Zusammenarbeit mit Nokia macht im März noch in fünf deutschen Städten Station: am 2. in Berlin, am 7. in Düsseldorf, am 13. in Frankfurt am Main, am 16. in München und am 20. in Stuttgart.

Das Programm der E-Plus Roadshow ist auf professionelle Anwender zugeschnitten, die ihre Geschäftsprozesse effizienter gestalten wollen. Kunden können sich im direkten Dialog mit Experten über neue mobile Office-Konzepte, mobile Lösungen für den Außendienst sowie mobile Anlagensicherung und -überwachung informieren.

Die Teilnahme an den ganztägigen Veranstaltungen ist kostenlos. Weitere Informationen sowie die Möglichkeit zur Anmeldung finden Interessierte auf der Website www.eplus.de/roadshow2006.

Deshalb sollen die bekannten Bubbles von O₂ in den Geschäften sofort ins Auge fallen. Im Rahmen der Dekotour stattet O₂ die 350 ausgewählten Händler mit neuen Dekomitteln aus. Einen „echten Hingucker“ soll dabei zum Beispiel die 158 Zentimeter große Drehleuchtsäule darstellen. Daneben umfaßt die Image-Geschäftsausstattung auch Leuchtkästen, Handyhalter und Vitrinenzusatzdekoration. „Die richtige Präsentation ist ein wesentlicher Faktor für einen erfolgreichen Verkauf der Produkte. Dabei wollen wir unsere Händler vor Ort unterstützen“, meinte Michael Migain, Head of Central Retail von O₂. Mit der Umgestaltung wurde eine professionelle Deko-Agentur beauftragt, die zusammen mit den Händlern jeweils eine individuelle Lösung erarbeitet. So behält jedes Geschäft sein eigenes Gesicht und profitiert zugleich von der Zugkraft der Marke O₂.

Agfeo und Lancom geben Zusammenarbeit bekannt

Die Agfeo GmbH & Co. KG und die Lancom Systems GmbH haben ihre zukünftige Zusammenarbeit bekanntgegeben. Lancom Systems bietet innovative Voice-over-IP (VoIP), VPN- und Wireless LAN Infrastruktursysteme an. Agfeo Telekommunikation zählt zu den führenden Herstellern von Telefonanlagen und Endgeräten im europäischen Markt. Beide Unternehmen planen und entwickeln speziell für die Anforderungen von Unternehmenskunden. Ziel der Kooperation ist die abgestimmte technologische Weiterentwicklung geeigneter Produkte, eine gemeinsame Vermarktung von Lösungen

sowie die technische Unterstützung von Kunden. Die Partnerschaft soll Kunden beider Unternehmen qualitativ hochwertige, schlüsselfertige Lösungen für die gemeinsame Nutzung von ISDN-Telefonie und VoIP bieten. Durch die Kombination der Telefonanlagen von Agfeo und Routern von Lancom Systems können Außenstellen, Home-Offices und mobile Telefonarbeitsplätze über DSL-Internet-Verbindungen vollständig und kostengünstig in die TK-Infrastruktur integriert werden. So lassen sich beispielsweise Agfeo TK-Anlagen mit VoIP fähigen Lancom Routern auf einfache Weise über das Internet koppeln. Dem Anwender bringt dies neben gebührenfreien Telefonaten zwischen Standorten den Komfort eines einheitlichen Rufnummernsystems sowie zusätzlich eine leistungsstarke und sichere Datenverbindung der EDV-Netze. Mit der Kooperation von Agfeo und Lancom Systems haben Fachhandel und Endkunden die Sicherheit, professionelle und optimal aufeinander abgestimmte Lösungen zu erhalten. Der Fachhandel wird gezielt mit gemeinsamen Veranstaltungen und Informationsmaterial zu den Lösungen unterstützt.

Besucher der CeBIT können sich während der Messe auf den Ständen von Agfeo und Lancom Systems (H12/C50 und H15/E11) von den neuen Möglichkeiten der Kombination von ISDN-/Analog-Telefonanlage und VoIP überzeugen.

„Wenn sich kompetente Partner finden, ist das ein guter Anfang, um gemeinsam professionelle Lösungen zu entwickeln“, kommentierte Michael Boelke, Geschäftsführender Gesellschafter von Agfeo. „Lancom und Agfeo sind in ihrer jewei-

ligen Arbeitsumgebung zweifellos Spezialisten. Die Früchte dieser Zusammenarbeit werden zukunftsorientierte und marktgerechte Lösungen zu fairen Preisen sein. In Verbindung mit Lancom bieten wir unseren Partnern die Chance, sich neben dem Thema klassische Telefonie mit der ‚neuen‘ Welt von Voice over IP auseinanderzusetzen. Gemeinsam schaffen wir die Voraussetzungen für eine technisch anspruchsvolle und hochwertige Kommunikation der Zukunft.“

Schatzsuche von O₂ geht in die zweite Runde

Die geheimnisvolle Schatzsuche von O₂ geht in eine neue Runde: Seit Anfang Februar können sich ausgewählte Vertriebspartner von O₂ für die Teilnahme an der „Jagd nach dem Bergkristall“ qualifizieren. Die Händler, die bis Ende März die meisten Geschäftskundenverträge abschließen, starten im Mai zur Schatzsuche. Das Business Incentive hat bereits Tradition. Zum vierten Mal in Folge bläst O₂ 2006 zum Halali. Ausgewählte Händler sind aufgerufen, im Aktionszeitraum bis 31. März möglichst viele Geschäftskundenverträge zu sammeln. Für jeden Vertragsabschluß gibt es Punkte. Die „Top-Agenten“ setzt O₂ im Mai dann auf die „Jagd nach dem Bergkristall“ an. „Wir wollen unsere erfolgreichsten Vertriebspartner auch dieses Jahr wieder mit einem spannenden Abenteuer belohnen“, sagte Heiko Hambücker, Head of Local Retail Consumer Sales von O₂. „Das Ziel der Reise wird aber noch nicht verraten. Auf jeden Fall hat sich O₂ diesmal etwas Besonderes ausgedacht.“

O₂ zeigt auf der CeBIT unter anderem neue E-Mail-Push- und Telefonielösungen für Geschäftskunden

O₂ und Microsoft stellen auf der CeBIT den Service Microsoft „Direct Push“ vor, eine E-Mail-Lösung für Microsoft Exchange 2003. E-Mails, Kalendereinträge, Adressen und Aufgaben sendet „Direct Push“ automatisch auf den Windows Mobile-basierten Xda. Dateianhänge in Word, Excel und Powerpoint sowie Musik- und Videoanhänge ohne Größenbeschränkungen können auf dem Xda direkt geöffnet werden.

Mit dem neuen Testprogramm „Try-Smart & Start“ von O₂ zum Preis von 1.290 Euro (plus MWSt.) können Unternehmen „Direct Push“ vier Wochen lang testen. Das „Try Smart“-Paket bietet bereits alle Funktionen des Produkts und enthält die Kosten für die Software-Installation und Inbetriebnahme vor Ort beim Kunden für bis zu drei Nutzer. Die Beratung, Inbetriebnahme und Betreuung führt O₂ in Kooperation mit den Systemhäusern infoWAN und intelcom durch. Das Testpaket umfaßt darüber hinaus 30 MB Datenvolumen sowie Anschluß- und Grundgebühr. Der Kunde erhält für den Testzeitraum bis zu drei kostenlose Xdas, zum Beispiel den Xda mini S. Beratung und Betreuung sind im Preis enthalten.

Für die bereits verfügbare BlackBerry-Lösung stellt O₂ neue Endgeräte vor. Dazu gehören der BlackBerry 8700g und der Xda mini, der voraussichtlich ab Februar 2006 mit einem BlackBerry-Client ausgestattet ist und so den sicheren Zugriff auf Firmen E-Mails ermöglicht. Der neue, von Research in Motion (RIM) entwickelte und hergestellte BlackBerry 8700g bietet eine komplett neue Plattform mit Intel-Prozessor und doppelt soviel Speicherkapazität (16 MB SD-RAM/64 MB Flash-ROM) wie bisher. Darüber hinaus ist das neueste Modell mit einem großen, hochauflösenden LC-Farbdisplay mit intelligenter Fotosensor-Technologie ausgestattet, die die Helligkeit des Monitors und der Tastatur automatisch anpaßt. Die Nutzer des Geräts profitieren damit neben einer deutlich verbesserten Leistungsfähigkeit – etwa kürzeren Reaktionszeiten bei Anwendungen oder der Suche nach Einträgen im Adreßbuch

und in E-Mail-Listen – auch von erweiterten Möglichkeiten zum Betrachten von E-Mail-Anhängen und erstmalig von einer Freisprecheinrichtung des integrierten Telefons. In Verbindung mit dem Tarif O₂ Business Profi bietet der Münchner Netzbetreiber den BlackBerry 8700g zum Preis von 149 Euro (plus MWSt.) an.

Unter dem Motto „Nehmen Sie Ihre Nebenstelle einfach mit“ zeigt O₂ außerdem die umfassende Kommunikationslösung Portable Office. So können Geschäftskunden von O₂ mit der darin enthaltenen Flat Genion-Option am Arbeitsplatz und auf dem Firmengelände Gespräche ins gesamte nationale Festnetz zum monatlichen Pauschalpreis zusätzlich führen. Für Neukunden ist die Option in den ersten drei Monaten kostenlos. Darüber hinaus ist es möglich, mit der Flat Intern-Option auch alle firmeninternen Gespräche deutschlandweit zum monatlichen Festpreis zu führen. In Kombination mit den Tarifen O₂ Business und O₂ Business Profi kann der Kunde somit seine Kosten besser kontrollieren.

Seit Ende 2005 bietet O₂ außerdem ein neuartiges GSM-Tischtelefon für den Arbeitsplatz. Mit einer O₂ Multicard für Handy und Tischtelefon ist der Mitarbeiter unter einer einzigen Rufnummer sowohl am Arbeitsplatz als auch unterwegs erreichbar – und das mit nur einer monatlichen Grundgebühr. Das GSM-Tischtelefon bietet alle gewohnten Komfortfunktionen wie großes Display und Tastatur, einen komfortablen Hörer und eine Freisprecheinrichtung. Es kann am Stromnetz betrieben werden und verfügt auch über einen integrierten Akku. Das ermöglicht dem Mitarbeiter hohe Flexibilität. Darüber hinaus unterstützt das GSM-Tischtelefon SMS-Nachrichten, Konferenzgespräche und das Weiterverbinden von Gesprächen. Mit Vertrag ohne Handy kostet das Gerät etwa 30 Euro. Bei Vertragsabschluß mit einem Handy beträgt der Aufpreis für das Tischtelefon etwa 130 Euro.

2006 wird das Jahr der Handys für Musik und Foto Neues vom 3GSM World Congress

BenQ Mobile bringt das erste Handy mit HSDPA

BenQ Mobile hat auf dem 3GSM World Congress in Barcelona, Spanien, das flache UMTS-Telefon BenQ-Siemens S81 vorgestellt. Reduziertes Design, klassische Eleganz und Metallelemente auf der Rückseite des Gehäuses verleihen dem schwarz glänzenden Handy eine hochwertige Anmutung. Per UMTS-Verbindung kann der Nutzer Filme, Video-clips oder Musikstücke in allen gängigen Formaten (H264, MP3, AAC, AAC+, AMR, WMA) laden oder in Echtzeit ansehen/hören.



Im Lieferumfang enthalten ist ein Stereo-Headset. Für Fotos hat das Handy eine integrierte 1,3-Megapixelkamera mit Zehnfach-Digitalzoomfunktion, LED-Fotolicht und separatem Auslöser, und zum Nachbearbeiten der Aufnahmen einen Foto-Editor. Für Video-Telefonate ist das S81 mit einer zweiten Kamera (VGA) oberhalb des großen Zwei-Zoll-TFT-Bildschirms (262.144 Farben, 176 x 220 Pixel) ausgestattet. Mit dem eingebauten Camcorder sind auch Videoaufnahmen möglich. Die Kapazität des internen Speichers (30 MB) kann mit micro-S-Karten auf bis

zu 1 GB erweitert werden. Ein eingebauter Organizer und die Möglichkeit der Synchronisation mit einem PC sprechen Businessnutzer an. Das BenQ-Siemens S81 steht dem Handel ab dem zweiten Quartal in der Farbvariante Schwarz/Silber zur Verfügung.

Ebenfalls neu bei BenQ Mobile ist das BenQ-Siemens EF91, das nach Herstellerangaben weltweit erste Handy mit HSDPA-Technik. HSDPA bedeutet „High Speed Downlink Packet Access“ und beschreibt eine Technologie, die eine vielfach höhere Datenübertragungsrates im UMTS-Netz ermöglicht als der herkömmliche Standard. Stehende oder bewegte Bilder lassen sich mit der eingebauten 3,2-Megapixelkamera mit Autofokus, Digitalzoomfunktion, Fotolicht und Camcorder-Funktion jederzeit

fangen. Das Zwei-Zoll-TFT-Display (240 x 320 Pixel) kann über 262.000 Farben darstellen. Alle Multimedia-Inhalte lassen sich auf Micro-SD-Karten speichern, die in das Handy gesteckt werden. Der eingebaute MP3-Musikspieler wartet mit neuartigem 3D-Klang für realistische Soundeffekte auf. Das BenQ-Siemens EF91 kommt im Sommer in verschiedenen Farbvarianten auf den Markt.



Mit dem BenQ-Siemens EF51 stellt BenQ Mobile schließlich einen Musik-Player mit integriertem Handy vor. Design, funktionale Ausstattung, Benutzerführung und Zubehör orientieren sich laut BenQ Mobile konsequent an den Bedürfnissen der Musikfans. Zugeklappt ist das EF51 ein leistungsfähiger Musik-Player. Sämtliche Tasten an der Gehäuse-Außenseite dienen ausschließlich der Musikknutzung. Für eine schnelle und einfache Bedienung finden sich unterhalb des 1,6-Zoll-TFT-Farbdisplays (262.144 Farben, 128 x 128 Pixel) übersichtlich angeordnete Tasten für Play, Pause sowie schnelles Vorwärts- und Rückwärtsspringen. Die Telefonaustattung verbirgt sich unter einer Klappe an der Vorderseite des Handys. Als besonders komfortabel soll sich in der Praxis die sprachgesteuerte Musikauswahl (Speech-to-Music) erweisen, die das umständliche Suchen durch Listen überflüssig machen soll. Neben einem FM-Radio und einem Player für Musikdateien in den Formaten MP3-, WMA-, AAC- und AAC+ hat das Musik-Handy 3D-Surround-Sound sowie einen Sechs-Band-Equalizer eingebaut. Mit dem EF51 kann der Nutzer zudem Musik direkt aus dem Radio aufnehmen. Die Display-Lyrics-Funktion zeigt den Songtext während des Spielens auf dem Display an. Der integrierte Speicher kann mit mini-SD-Karten erweitert werden. Im Lieferumfang enthalten sind ein USB-Kabel und ein Stereo-Headset. Aufgeklappt wird das EF51 zum Mobiltelefon mit integrierter 1,3-Megapixel-Digitalkamera und 64 unterschiedlichen Klingelmelodien. Das BenQ-Siemens EF51 kommt im zweiten Quartal in den Farben Weiß und Schwarz auf den Markt. Der Preis wird dann festgesetzt.



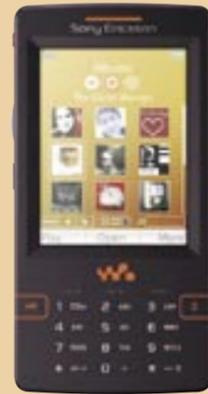
BenQ Mobile schließlich einen Musik-Player mit integriertem Handy vor. Design, funktionale Ausstattung, Benutzerführung und Zubehör orientieren sich laut BenQ Mobile konsequent an den Bedürfnissen der Musikfans. Zugeklappt ist das EF51 ein leistungsfähiger Musik-Player. Sämtliche Tasten an der Gehäuse-Außenseite dienen ausschließlich der Musikknutzung. Für eine schnelle und einfache Bedienung finden sich unterhalb des 1,6-Zoll-TFT-Farbdisplays (262.144 Farben, 128 x 128 Pixel) übersichtlich angeordnete Tasten für Play, Pause sowie schnelles Vorwärts- und Rückwärtsspringen. Die Telefonaustattung verbirgt sich unter einer Klappe an der Vorderseite des Handys. Als besonders komfortabel soll sich in der Praxis die sprachgesteuerte Musikauswahl (Speech-to-Music) erweisen, die das umständliche Suchen durch Listen überflüssig machen soll. Neben einem FM-Radio und einem Player für Musikdateien in den Formaten MP3-, WMA-, AAC- und AAC+ hat das Musik-Handy 3D-Surround-Sound sowie einen Sechs-Band-Equalizer eingebaut. Mit dem EF51 kann der Nutzer zudem Musik direkt aus dem Radio aufnehmen. Die Display-Lyrics-Funktion zeigt den Songtext während des Spielens auf dem Display an. Der integrierte Speicher kann mit mini-SD-Karten erweitert werden. Im Lieferumfang enthalten sind ein USB-Kabel und ein Stereo-Headset. Aufgeklappt wird das EF51 zum Mobiltelefon mit integrierter 1,3-Megapixel-Digitalkamera und 64 unterschiedlichen Klingelmelodien. Das BenQ-Siemens EF51 kommt im zweiten Quartal in den Farben Weiß und Schwarz auf den Markt. Der Preis wird dann festgesetzt.

Nokia ergänzt das mittlere Segment

Nokia hat in Barcelona die beiden Kamerahandys Nokia 6131 und Nokia 6070 präsentiert. Mit beiden Geräten erweitert das Unternehmen sein erfolgreiches Produktportfolio im mittleren Preissegment. Das Klapp-Handy Nokia 6131 bietet umfassende Funktionen, darunter eine 1,3-Megapixel-Kamera und ein hochwertiges Display mit 16,7 Mio. Farben. Den preislich tieferen Eckpunkt in diesem Segment setzt das klassische, einfach zu bedienende Nokia 6070. Beide Geräte werden voraussichtlich im Verlauf des zweiten Quartals ausgeliefert.

Sony Ericssons neues Walkman Handy W950i

Sony Ericsson hat in Barcelona das neueste Mitglied seiner Walkman Handy-Familie vorgestellt: Das W950i bietet unter anderem 4 GB internen Speicher, UMTS-Funktionalität und einen Touchscreen. Das Gerät ist 15 mm dick und soll in Sachen Design Maßstäbe setzen. Das schlanke und kompakte Gehäuse des W950i zeigt sich in dunklem Violett mit orangefarbenen Akzenten, eine spezielle Mattierung verhindert Fingerabdrücke. Das W950i hat laut Sony Ericsson die gleiche Funktionalität und Tonqualität wie ein hochwertiger MP3-Player. Auf dem 4 GB großen Flash-Speicher können bis zu 4.000 Lieder gespeichert, sortiert und verwaltet werden. Mit der neu entwickelten Benutzeroberfläche des Walkman Players wurde die Navigation durch die Musikbibliothek vereinfacht. Zur Übersichtlichkeit trägt zusätzlich die optionale Darstellung der Albumcover bei. Multitasking ermöglicht gleichzeitiges Musikhören, Verfassen von Textnachrichten, Verschicken von E-Mails und Surfen im Internet. Durch UMTS kann das W950i Dateien auch direkt (Over-the-Air) von den Portalen der einzelnen Provider herunterladen. Das W950i bietet neben den Funktionen eines Walkman Handys auch E-Mail und schnelles Surfen im Internet. Benutzer können mit dem Mobiltelefon das gesamte Spektrum an mobilen Multimedia-Applikationen nutzen wie Video-Streaming und 3D-Spiele. Das Speichern und Austauschen von Mediendateien ist ebenfalls eine der vielen Anwendungsmöglichkeiten. Das Sony Ericsson W950i ist ein Tri-Band UMTS Walkman Mobiltelefon und kommt voraussichtlich im dritten Quartal in den Handel.



Neben seinem vertrauten Nokia Design bietet das Nokia 6070 grundlegende Kamerafunktionen und ein Stereo-UKW-Radio zum günstigen Preis. Das Handy läßt sich dank seines großen Farbdisplays und eines übersichtlichen Tastaturlayouts sowie der intuitiv nutzbaren und vertrauten Nokia Series 40-Benutzeroberfläche komfortabel bedienen. Das Nokia 6070 bietet alle grundlegenden Mitteilungsfunktionen, darunter SMS- und MMS-Mitteilungen, Nokia Xpress Audio-Mitteilungen, E-Mails und Instant Messaging. Zu den Sprachkommunikations-Funktionen gehören Push-to-talk, Sprachaufzeichnung und Freisprechen. Eine Infrarot-Schnittstelle rundet das Funktionsangebot ab. Schnelles mobiles Internetsurfen wird über den integrierten XHTML-Browser und Edge-Funktionalität gewährleistet. Für Unterhaltung sorgen ein Stereo-UKW-Radio und die Unterstützung für Musik- und Klangerfassungen im WB-AMR-Format, MP3- sowie polyphone (mehrstimmige) Klingeltöne im MIDI-Format. Das Nokia 6070 soll im Verlauf des zweiten Quartals erhältlich sein. Beim Nokia 6131 hat das Unternehmen nach eigenen Angaben besonderen Wert auf die Bedienbarkeit gelegt, die sich unter anderem im



kompakten, schlanken Design des schwarzen Gehäuses mit Chrom-Elementen und dem übersichtlichen Tastaturlayout äußert. Mit einem Tastendruck läßt sich das Telefon öffnen und offenbart dann ein QVGA-Display mit 16,7 Mio. Farben. Das Außendisplay bietet 262.144 Farben. Zu den umfassenden Funktionen des Nokia 6131 gehören auch ein digitaler Musik-Player und ein Stereo-UKW-Radio mit Unterstützung von Visual Radio-Diensten. Die integrierte 1,3-Megapixel-Kamera wird durch eine spezielle Kamerataste aktiviert. Die Achtfach-Digitalzoom-Funktion unterstützt die kreativen Möglichkeiten beim mobilen Fotografieren. Sowohl das Hauptdisplay innen als auch das kleine Außendisplay können als Sucher genutzt werden. Zu den weiteren Funktionen gehören Bluetooth, ein E-Mail-Client mit Unterstützung für Dateianhänge, ein Hot-Swap-Steckplatz für microSD-Speicherkarten sowie Nokia Xpress-Audio-Mitteilungen und Push-to-talk-Funktion. Das Nokia 6131 unterstützt Quadband-Betrieb und soll im Verlauf des zweiten Quartals 2006 erhältlich sein. Der Verkaufspreis ohne Mobilfunkvertrag und Steuern wird für das Nokia 6070 bei rund 135 Euro liegen, für das Nokia 6131 bei rund 275 Euro.

Sagem stellt zwei neue Multimediahandys vor

Sagem hat die beiden flachen Multimediahandys my700X und my800X angekündigt. Sie richten sich nach Angaben des Herstellers an alle, die modisches Design und neueste Technologie zu schätzen wissen. Das Quad-Band-Handy my700X bietet die Möglichkeit, Musikfunktionen mit hoher Qualität zu nutzen. Anwender können mit diesem Handy Musik herunterladen und abspielen oder auch Radio hören. Dank EDGE-Technologie (Enhanced Data for GSM Evolution) bietet das Gerät eine sehr schnelle Download-Leistung. Sein integrierter 32-Megabyte-Speicher und die Möglichkeit der Ausweitung durch Mini-SD-Speicherkarten ermöglichen es, auch umfangreiche Musiksammlungen zu speichern. Hohe Benutzerfreundlichkeit sorgt nicht nur für einfache Verwaltung der Musikfunktionen, sondern auch für bequemen Zugriff auf die Hauptfunktionen. Für mobile Fotografen steht eine 1,3-Megapixel-Kamera zur Verfügung. Fotos und Videos können auf dem 262.000-Farben-Display in hoher Qualität betrachtet werden. Das Gerät ist mit Stereo-Zubehör kompatibel (einschließlich Bluetooth-Kopfhörer). Das my700X hat die Abmessungen 106 x 46 x 15 mm.

Die zweite Neuheit, das Triple-Band-Handy Sagem my800X, ist ebenfalls mit einem flachen (16 mm) und kompakten Design-Gehäuse ausgestattet, in dem sich fortschrittliche Multimediatechnologien vereinen. Zur Ausstattung gehören eine Bluetooth- und eine Infrarot-Schnittstelle, ein großer Bildschirm (176 x 220 Pixel) und eine Megapixel-Kamera. Die Benutzeroberfläche stellt sicher, daß sich alle Multimedia-Funktionen und Services einfach und schnell bedienen lassen. Beide neuen Sagem Handymodelle werden ab dem zweiten Quartal erhältlich sein.

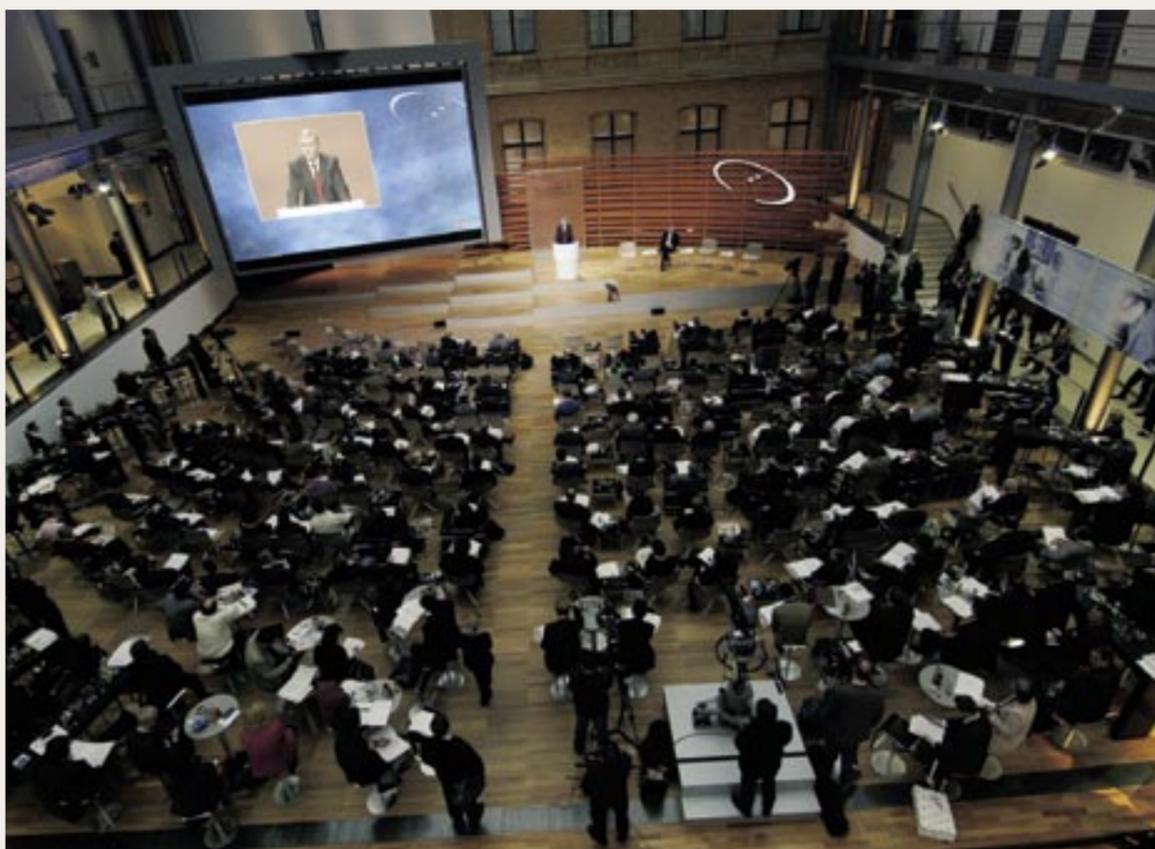


15. Internationales Presse Kolloquium in Berlin

Deutsche Telekom öffnet neues Kapitel der Telekommunikation

Zum 15. Mal hatte die Deutsche Telekom Anfang Februar zum Internationalen Presse Kolloquium geladen, und rund 250 in- und ausländische Journalisten waren der Einladung gefolgt. In seiner Berliner Hauptstadtrepräsentanz informierte der Konzern über aktuelle Themen und Trends und gab einen Einblick in künftige (Groß-)Projekte. Im Mittelpunkt standen dabei das neue High-Speed-Glasfasernetz für zehn Städte, eine Dual Phone-Lösung, das 3D-Center, das die Kommunikation um neue Dimensionen bereichert, sowie die Datenflatrate der Tochter T-Mobile und das schnelle mobile Internet (HSDPA), das zur CeBIT starten wird.

„Deutschland hat mit seiner Informations- und Kommunikationsbranche eine große Chance, im internationalen Wettbewerb eine Führungsposition einzunehmen. Dafür müssen sich die Innovationskräfte aber ungehindert entfalten können“, forderte Telekom-Chef Kai-Uwe Ricke in seiner Eröffnungsrede. „Noch haben wir



Rund 250 Journalisten aus dem In- und Ausland fanden sich Anfang Februar zum 15. Internationalen Presse Kolloquium in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom ein.

trauen auf die entsprechenden politischen Rahmenbedingungen. Noch fehlten regulatorische Klarheit und Verbindlichkeit für den Aufbau der gesamten Infrastruktur für insgesamt drei Milliarden Euro in 50 Städten, die bis Ende 2007 geplant ist. „Wir werden aber bei einem Teil des Aufbaus in Vorleistung gehen, mit einer Investition von rund 500 Millionen Euro“, betonte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom.

3D-Center zeigt Möglichkeiten des neuen Netzes

Eine der vollkommen neuen Anwendungen für das Highspeed-Internet ist das 3D-Center. „Mit diesem Produkt schlagen wir ein

ganz neues Kapitel der Telekommunikation auf“, sagte Ricke. Das 3D-Center besteht aus einem hochauflösenden Bildschirm, in dessen Rahmen Kameras integriert sind. Diese Kameras verfolgen die Augenbewegungen des Betrachters und ermöglichen so die Darstellung eines gestochen scharfen dreidimensionalen Bildes – ohne bisher notwendige

Hilfsmittel wie farbige Brillen. „Mit dieser Technologie sehen Sie beispielsweise Ihren Gesprächspartner in einer Videokonferenz, als ob er Ihnen gegenüber sitzt.“ Das 3D-Center wird mit einer virtuellen dreidimensionalen Fernbedienung gesteuert und läßt sich außer zur Videotelefonie auch zum Onlineshopping und zum Abruf von dreidimensionalen Filmen nutzen. Die Übertragung der Datenmengen für das 3D-Center erfordert Bandbreiten von bis zu 25 Megabit pro Sekunde – etwa für Videokonferenzen.

„Das ist nur eine der vollkommen neuen Anwendungen, die mit dem Highspeed-Internet der Telekom möglich werden“, so Ricke. Dazu gehörten außerdem die Möglichkeit, Fernsehen in HDTV-Qualität über die Internetleitung zu empfangen und gleichzeitig im World Wide Web zu surfen. „Und natür-



Das Dual Phone verbindet die hohe Qualität der Festnetztelefonie mit der Flexibilität der mobilen Kommunikation.

lich reden wir auch über ganz neue Anwendungen im Bereich Telemedizin oder E-Learning.“



Das 3D-Center besteht aus einem hochauflösenden Monitor mit in den Rahmen integrierten Kameras.

Dual-Phone als zweite Konvergenzlösung

Ricke kündigte zudem den Start der Dual-Phone-Lösung an – nach T-Mobile@Home das zweite Konvergenzprodukt der Deutschen Telekom, das in der Produkt-Roadmap zur Internationalen Funkausstellung in Berlin vorgestellt wurde. Das Dual

denversprechen kommunizieren.“ Der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom nannte drei Beispiele: So können sich Kunden künftig ihr Handy im T-Punkt ganz nach ihren Wünschen konfigurieren lassen. Bei der Vereinbarung von Serviceterminen richtet sich die Telekom in Zukunft nach den Terminwünschen der Kunden. Und auf Wunsch werden alle bei der Telekom gekauften Produkte kostengünstig beim Kunden zu Hause installiert. „Die Weiterentwicklung der Kundenversprechen ist nur ein Beispiel für unser großes Ziel: die Implementierung einer Service-Kultur auf allen Ebenen des Konzerns.“

Kundenversprechen werden ausgeweitet

Ricke betonte, daß die vor einem Jahr gestarteten Kunden-Versprechen bereits Wirkung zeigen. Die Telekom gibt ihren Kunden damit feste Leistungszusagen – etwa für den Service im T-Punkt oder an den Hotlines. „Wir haben dadurch bereits große Fortschritte bei der Verbesserung der Qualität aus Kundensicht erzielt“, so Ricke. „Aber damit geben wir uns nicht zufrieden. Unter dem Motto ‚die Serviceversprechen gehen weiter‘ werden wir in Kürze weitere Kun-



Kai-Uwe Ricke, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom

in Deutschland die Ressourcen, wir brauchen aber die notwendigen Rahmenbedingungen.“ Ohne ein Umdenken in der Regulierungspolitik werde Deutschland den Anschluß verlieren. Die Deutsche Telekom will das neue Highspeed-Internet nach Ricles Ausführungen in den ersten zehn Städten in Deutschland Mitte des Jahres starten – im Ver-

Talkrunde mit Vorständen

In einer Talkrunde zum Internationalen Presse Kolloquium der Deutschen Telekom haben die Vorstände der drei strategischen Geschäftsfelder darüber informiert, wie die Telekom die Zukunft der IT- und Telekommunikationsbranche vorantreibt. Im Mittelpunkt standen auch hier der Aufbau des High-speed-Internets, neue Konvergenzprodukte und das WM-Engagement der Telekom.

Die Vorstände Walter Raizner (Breitband/Festnetz), René Obermann (Mobilfunk) und Lothar Pauly (Geschäftskunden) waren sich einig, daß für künftige Anwendungen weitaus höhere Bandbreiten erforderlich seien, als sie heute zur Verfügung stehen – und zwar sowohl im Festnetz als auch im Mobilfunk. „Das neue Hochgeschwindigkeitsnetz wird eine gesellschaftliche Revolution anstoßen, deren Auswirkungen wir derzeit noch gar nicht vollständig erkennen“, sagte Walter Raizner. Aus der medialen Einbahnstraße werde ein dialogfähiges System.

„Das bietet neue Perspektiven etwa für das E-Working, für E-Health oder E-Learning.“ Raizner präsentierte mit dem 3D-Center, wohin die Reise gehen wird: „Die dreidimensionale Kommunikation mit dem 3D-Center schafft

emotionale Nähe bei der 3D-Video-Konferenz, Videos und Filme werden lebendig.“ Damit eröffnen sich



Walter Raizner

die Weiterentwicklung von mobilen Internetdiensten. „Ein wichtiges Element ist unser integriertes mobiles Breitbandnetz, das wir jetzt um die nächste Technikgeneration erweitern – HSDPA.“

Mit diesem Standard (High Speed Downlink Packet Access) bietet T-Mobile zur CeBIT mobile Übertragungsraten von rund 1,8 Megabit pro Sekunde. Innerhalb der nächsten drei Jahre sollen sogar sieben Megabit möglich sein. Diese Geschwindigkeiten gelten nicht nur für Laptop-Datenkarten. Beim 15. Internationalen Presse Kolloquium waren Prototypen eines Highspeed-Handys von

„Highspeed-Internet ist eine Revolution“

Family Whiteboard dient als Nachrichtenzentrale

Das Family Whiteboard von T-Com ist eine leistungsstarke Kommunikations- und Informationszentrale, mit der sich die täglichen Abläufe und der Informationsaustausch in Familien, Wohngemeinschaften, kleinen Unternehmen und Freiberufler-Büros koordinieren lassen. Auf einem acht Zoll großen, hochauflösenden Touchscreen werden alle wichtigen Informationen übersichtlich und komprimiert dargestellt. Dank des



sogenannten always-on Modus sind sie jederzeit verfügbar. Bedient wird das Family Whiteboard über die Berührung des Bildschirms mit Finger oder Stift. Die Bedienung ist dank einfacher Menüführung und graphischer Oberfläche intuitiv. Über eine Tastatur, die sich direkt in den Bildschirm einblenden läßt, können Texte eingegeben werden. Dank WLAN kann der Kunde jederzeit selbst entscheiden, wo er sein Family Whiteboard nutzen möchte.

Das Family Whiteboard vereint zahlreiche Funktionen in einem Gerät: Die Nachrichtenzentrale ist gleichzeitig Pinnwand, Briefkasten, Adreßbuch, Kalender, Fotoalbum und Infothek. Per E-Mail, MMS oder SMS lassen sich Nachrichten versenden und empfangen. Familienmitglieder können sich gegenseitig wichtige Informationen per Sprachnachricht oder virtueller Notiz hinterlassen. Durch den Zugriff auf vielfältige Informationsdienste werden zudem aktuelle Nachrichten, Kino-News und Sport ebenso wie Wettervorhersagen geliefert. Ist das Family Whiteboard eingerichtet, reicht die Eingabe einer persönlichen PIN, um die gesamte Bandbreite der Anwendungen zu nutzen. Das Gerät verfügt über drei USB-Ports, die den Funktionsumfang zusätzlich erweitern. Über einen USB-Stick lassen sich Musikdateien abspielen, Urlaubsbilder anschauen oder Dateien übertragen. Das Family Whiteboard wird derzeit im Rahmen eines Markttests bei Kunden getestet. Ziel ist es, das Family Whiteboard exakt auf die Kundenbedürfnisse abzustimmen. Die Erkenntnisse des Markttests fließen in die weitere Produktentwicklung ein. Eine Markteinführung ist für Ende 2006 geplant.

neue Optionen für Fernsehübertragungen und Online-Shopping. Per Videokonferenz wurde der Münchner Physik-Nobelpreisträger Theodor Wolfgang Hänsch nach Berlin zugeschaltet, der sich von den Möglichkeiten des 3D-Centers beeindruckt zeigte: „Solche hochauflösenden und dreidimensionalen Übertragungen bieten gerade für wissenschaftliche Anwendungen faszinierende Aussichten.“

Mobile Bandbreiten bis zu sieben Megabit

Walter Raizner kündigte außerdem den Marktstart der Dual Phone-Lösung für das zweite Quartal 2006 an. „Die Dual Phone-Lösung ist das Universalgerät für die private Sprach- und Datenkommunikation, egal ob zu Hause oder unterwegs, via Festnetz, Mobilfunk oder Hotspot.“



René Obermann

René Obermann griff den Gedanken auf und nannte die konsequente Weiterentwicklung von Konvergenzprodukten als wichtiges Ziel. Nach dem Start von T-Mobile@Home vor wenigen Wochen gehe es jetzt auch um

BenQ Siemens und eines Smartphones des koreanischen Herstellers HTC zu sehen.

Tetra-Funk für WM-Stadien

Lothar Pauly gab in der Talkrunde bekannt, daß T-Systems zur Fußball-Weltmeisterschaft ein Digitalfunknetz für alle zwölf WM-Sta-



Lothar Pauly

dien aufbauen und betreiben wird. Der entsprechende Vertrag sei mit dem FIFA-Organisationskomitee (OK) geschlossen worden. Darüber hinaus verbindet T-Systems auch die OK-Zentralen in Berlin und Frankfurt sowie das Internationale Medienzentrum in München mit dem drahtlosen und abhörsicheren Funkstandard Tetra (Terrestrial Trunked Radio). Somit nutzen bereits ab dem 22. Mai die OK-Mitglieder, die Stadionmanager und die privaten Sicherheitskräfte die neue Digitaltechnologie. „Das ist aber nur ein Teil unseres umfangreichen WM-Engagements“, sagte Pauly. „Wenn beim Endspiel am 9. Juli rund 3,5 Milliarden Menschen vor den Fernsehern sitzen, dann garantiert T-Systems die Übertragung der Bilder – wenn gewünscht auch in der hochauflösenden HDTV-Technik.“ *Herbert Päge*

T-Com, HDE und eBay starten die nächste Runde ihrer Foren für Einzelhändler

Die Forenreihe für Einzelhändler, die T-Com, eBay und der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) gemeinsam ins Leben gerufen hatten, geht in die zweite Runde. Im vorigen Jahr waren die Veranstaltungen ein großer Erfolg, denn rund 400 Einzelhändler nutzten auf über 20 Foren die Chance, sich über die Möglichkeiten zur zusätzlichen Vermarktung von Produkten über den Online-Marktplatz eBay zu informieren. Aufgrund dieser positiven Resonanz bieten die Partner in diesem Jahr weitere Informationstermine an. Bis zum April finden bundesweit erneut über 30 Foren in den örtlichen T-Punkt Business Filialen statt. Partner vor Ort sind die regionalen Einzelhandelsverbände.

Die Fachforen informieren über die Chancen und Herausforderungen durch den Online-Handel bei eBay. Die Veranstaltungsreihe wendet sich an etablierte Einzelhändler. Für direkten Praxisbezug sorgen die Fachreferenten: IT-Experten und „eBay PowerSeller“ geben bei den zweieinhalbstündigen Foren Einzelhändlern Tips, wie sie eBay als zusätzlichen Absatzkanal für ihr stationäres Geschäft nutzen können, welche Produkte für den Online-Handel geeignet sind und welche technischen Voraussetzungen dafür bereitstehen sollten. Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist für Einzelhändler kostenlos.

Weitere Informationen zu Fachforen und zu Terminen sind auf der Internetseite des HDE unter <http://www.einzelhandel.de> zu finden. Dort stehen für Interessenten auch die Anmeldeformulare bereit, mit denen sie sich beim örtlichen Einzelhandelsverband zu den Veranstaltungen anmelden können. Der Einzelhandel ist nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland mit insgesamt 2,7 Millionen Beschäftigten in rund 420.000 selbständigen Unternehmen und einem jährlichen Umsatz von 500 Milliarden Euro. Die Online-Umsätze steigen kontinuierlich an: Lagen sie vor fünf Jahren noch bei 2,5 Milliarden Euro, so prognostiziert der HDE für dieses Jahr bereits 16,3 Milliarden Euro – das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von etwa 13 Prozent.

POS Neuheiten

Sony Ericsson M600i dient auch als schnelle Nachrichtenzentrale

Mobil Sony Ericsson hat das M600i vorgestellt: ein Mobiltelefon und eine Nachrichtenzentrale in einem schicken Gehäuse. Der Touchscreen mit Schrifterkennung fördert die schnelle und ergonomische Bedienung. Das M600i ist das zweite Handy im Sony Ericsson-Portfolio mit Symbian OS Version 9.1 und Unterstützung der Softwareplattform UIQ 3.0: Der Nutzer kann das Gerät so auf vielfältige Weise an seine Bedürfnisse anpassen. Mit neuen Push-E-Mail-Anwendungen, der Remote-Synchronisierung und dem



erweiterbaren Speicher stehen dem Nutzer UMTS-Handy-Funktionen und E-Mail-Anschluß in einem Gerät zur Verfügung. Durch das ergonomische Design kann das M600i einfach mit einer Hand bedient werden. So kann der Nutzer über die große Dual-Funktions-Tastatur beispielsweise mühelos Nachrichten eingeben; gleichzeitig dient sie als Tastenfeld für Zahlen oder die Rufnummereingabe. Der Drei-Wege-Jog Dial und der 2,6"-QVGA-Bildschirm mit 262.000 Farben sorgen dafür, daß der Nutzer bequem E-Mails lesen und Videos oder Grafiken in hoher Qualität betrachten kann. Auch Multitasking – etwa im Internet surfen und gleichzeitig dabei telefonieren – wird dank der Software-Plattform und der intuitiv gestalteten Benutzeroberfläche möglich. UMTS ermöglicht dem M600i Nutzer schnelles, leichtes E-Mail-Handling selbst bei großen Dateianhängen und Multimedia-Downloads in hoher

Geschwindigkeit. Zum Lesen und Bearbeiten von Dokumenten bietet das M600i viele Anwendungen, unter anderem für PowerPoint-, Word- und Excel-Dateien sowie Adobe-PDFs. Um jederzeit und überall den Zugang zu privaten und geschäftlichen E-Mails zu gewährleisten, werden derzeit diverse Push-E-Mail-Anwendungen für das M600i in Zusammenarbeit mit einer Reihe von Partnern entwickelt. Sony Ericsson legt größten Wert auf mobile Sicherheit. Eine leistungsstarke Antiviren- und Firewall-Software von McAfee steht für das M600i ebenso wie die Verschlüsselungssoftware Pointsec als Try & Buy-Paket zur Verfügung. Den VPN-Client von Certicom für den sicheren Zugriff auf Firmennetze erhält der Nutzer kostenfrei. Dem M600i stehen bis zu 80 MB interner Speicher zur Verfügung. Zusätzlich wird ein 64 MB Memory Stick Micro, ein neues, sehr kleines Speichermedium für kompakte Mobilfunkgeräte, mitgeliefert. Das M600i ist das erste Sony Ericsson Produkt, das mit dieser neuen Speicherkarte ausgerüstet ist. Das M600i ist in den Farben Granite Black und Crystal White erhältlich und kommt im zweiten Quartal in den Handel.

Handy in Sekunden mit Power-Pack einsatzfähig

Mobil Die Chips and More Computerhandels GmbH, Freiburg, bietet ab sofort eine externe Batterie zum Aufladen von Handys der Hersteller Nokia, Motorola, Samsung und Sony Ericsson an. Außerdem ist eine Version mit einem Mini-USB Adapter verfügbar. Die Notfall-Batterie – Mobcharger genannt – ist etwas größer als eine Kreditkarte, wiegt 35 Gramm, befindet sich in einem verschweißten Plastik-Pack und kann vier Jahre gelagert werden. Über den fest verbundenen Anschlußstecker kann das Handy aufgeladen werden und ist bereits während des Ladevorgangs nach ein paar Sekunden einsatzbereit. Danach verfügt das Gerät – abhängig vom Modell – über maximal 90 Minuten Sprechzeit und bis zu 480 Minuten Standbybetrieb. Mobcharger kann nach Gebrauch problemlos entsorgt werden. Unabhängig von der Funktion als „Notstromaggregat“ eignet sich Mobcharger ausgezeichnet als Werbebeschenkung, Promotion-Artikel oder Kunden-

Siemens kommt mit einem breiten Neuheitenportfolio zur CeBIT



Mit dem KX-TCD290 bietet Panasonic ab sofort ein Schnurlostelefon, das stoß-, staub- und spritzwassergeschützt ist. Gemäß IP54 Zertifizierung

ist das Mobilteil absolut unempfindlich gegen das Eindringen von Schmutzpartikeln und Spritzwasser und damit vor vielen Tücken des Alltags gefeit. Staub und Späne in Werkstätten verzeiht es ebenso wie einen überraschenden Regenschauer bei der Gartenarbeit. Zudem ist das KX-TCD290 stoßertprobet. Eckt das Mobilteil an oder fällt es zu Boden, mildert eine Gummiumrandung die Krafteinwirkung auf das Gehäuse und schützt das Innenleben. Übertönen Werkstattmaschinen, Rasenmäher oder andere Geräusche die polyphonen Rufmelodien, meldet das KX-TCD290 durch einen Leuchtindikator an der Antenne eingehende Anrufe. Kann doch einmal ein Anruf nicht angenommen werden, schaltet sich der in der Basisstation integrierte digitale Anrufbeantworter mit insgesamt 15 Minuten Aufnahmezeit ein. Der Anrufbeantworter

ist komfortabel auch über das Mobilteil zu bedienen. So lassen sich Nachrichten in Gebäuden aus bis zu 50 Metern und im Freien aus bis zu 300 Metern Entfernung abhören. Mit seiner Freisprechfunktion bringt das 190 Gramm leichte Handset ein zusätzliches Plus an Bewegungsfreiheit in die Kommunikation. Für freihändiges Telefonieren steht außerdem ein Headset-Anschluß zur Verfügung. Das KX-TCD290 bietet Platz für 200 Namen und Rufnummern im Telefonspeicher des Mobilteils. 20 weitere können in der Basisstation gespeichert werden. Als weitere Komfortfunktionen stehen der Klang-Optimierer sowie der Nachtmodus auf der Ausstattungsliste. Auch das Senden und Empfangen von SMS ist möglich. Display und Tastatur sind beleuchtet.

Ein NiMH-Akku liefert Energie für maximal 240 Stunden Standby oder bis zu 16 Gesprächsstunden. Das titanschwärze KX-TCD290 ist ab sofort für 99,99 Euro (UVP) verfügbar. Optionale Mobilteile stehen ebenfalls bereit.



bindungsinstrument. Chips and More bietet die Einwegbatterie zum empfohlenen Endkundenpreis von 7,99 Euro an. Auf www.mobcharger.com sind die unterstützten Geräte aufgeführt, die kontinuierlich um neue Handtypen erweitert werden.

Motorola SLRV soll Erfolg des RAZR wiederholen

Mobil 113,5 x 49 x 11,5 mm sind die Maße des neuen flachen Designhandys SLRV von Motorola. Das Gerät ist mit Quad-Band- und Bluetooth-Technologie ausgestattet und bietet damit uneingeschränkte Mobilität fast rund um den Globus. Die aus einem Stück gearbeitete Metalltastatur, deren blaue Beleuchtung sich dem Umgebungslicht anpaßt, wird umrahmt von einem in klassischem Schwarz gehaltenen Gehäuse. Über die gro-



ßen Tasten lassen sich die vielfältigen Anwendungen des SLVR bequem steuern. Zur Ausstattung gehören zum Beispiel der integrierte MP3-Player und die VGA-Kamera mit Vierfach-Zoomfunktion. Mit einer Wechselspeicherkarte läßt sich die Speicherkapazität

den die Freisprechfunktion mit hochwertiger Akustik, eine VGA-Digital-Kamera und Multimedia Messaging Services (MMS). Darüber hinaus ist das my400X mit einem 65k-Farbdisplay (128 x 160 Pixel) und einer Benutzeroberfläche ausgestattet, die schnellen Zugang zu allen Anwendungen bietet. Das Sagem my401X bietet gegenüber dem my400X ein höheres Maß an Connectivity. Es ist Bluetooth-fähig, und mit seinen Synchronisations-Features können mittels SyncML Daten mit dem PC oder anderen Mobiltelefonen ausgetauscht werden. Durch Tri-Band ist es zudem auf der ganzen Welt einsetzbar.

des SLVR erweitern. Weiteres Detail ist das hochwertige, 176 x 220 Pixel große Display mit 262.144 Farben.

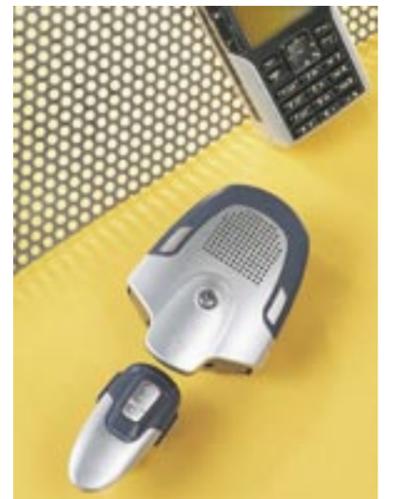
Ultraflach und ebenso elegant präsentieren sich die beiden SLVR-Familienmitglieder L6 und L2, wobei sie mit 10,9 mm den größeren Bruder SLVR sogar noch um ein paar Millimeter unterbieten. Beide Geräte liefern dem Nutzer alle Funktionen eines modernen Mobilfunkgerätes: Bluetooth, großes Farbdisplay und 10



MB interner Speicher. Das L2, mit klassischem Tastaturfeld und silberfarbenem Äußeren, verzichtet extra für den Businessnutzer auf eine Kamera und entspricht so den Sicherheitsanforderungen vieler Firmen. Beim L6 ist mit der glatten und blau beleuchteten Tastatur die Verwandtschaft zum SLVR klar zu erkennen. Eine VGA-Kamera mit Vierfach-Zoomfunktion erweitert die Multimedia-Möglichkeiten des neuen Mobiltelefons.

Zwei flache Sagem Handys mit Kamera

Mobil Mit dem my400X und dem my401X hat Sagem Communication zwei neue Mobiltelefone vorgestellt, die nach Angaben des Herstellers eine perfekte Mischung aus Technologie und Design bieten. Beide Geräte sind schlank und leicht (85 Gramm). Das my400X-Handy ist trotz seiner kompakten Abmessungen mit einer großen Tastatur ausgestattet und daher sehr benutzerfreundlich. Es liegt nach Unternehmensangaben perfekt in der Hand. Zu den weiteren Kennzeichen des Telefons zäh-



eines Plug-and-Play-Geräts für das Auto verknüpft. Mittels Klammer wird die Basis auf die Sonnenblende gesteckt, wo sie ihren Dienst solange verrichtet, bis ein Gespräch über das eingeklinkte, abnehmbare und neun Gramm leichte Bluetooth-Headset angenommen wird. Damit kann der User dann auch während des Telefonats das Auto verlassen. Mit je einem Li-Ion-Akku ausgestattet, steht das Headset 100, die Basis 200 Stunden in Bereitschaft. Die Gesprächszeit des Ohrhörermodells beträgt vier Stunden, die der Basis sechs Stunden. Kompatibel mit dem Bluetooth-Standard V1.2, unterstützt das System die Funktionen Annehmen und Beenden von Gesprächen, Sprachwahl und Wahlwiederholung direkt von der Freisprecheinrichtung aus.

Siemens kommt mit einem breiten Neuheitenportfolio zur CeBIT



Siemens Home and Office Communication Devices präsentiert auf der CeBIT in Halle 26, Stand A31, ein umfangreiches Portfolio an neuen Schnurlostelefonen für Festnetz- und Internettelefonie, innovative Internet-Zugangsgeräte und Settopboxen für die neue digitale Welt der Heimunterhaltung sowie Lösungen für die Heimvernetzung und -steuerung.

Mit neuen Gigaset-Produkten für die Internettelefonie zu Hause spricht Siemens nun auch Verbraucher an, denen bisher der Zugang zu „Voice over IP“ zu technisch erschien. Mit einfach zu bedienenden Produkten, für die man nicht mal einen PC braucht, wird die neue, kostengünstige Art zu telefonieren attraktiv. Vorgestellt wird unter anderem das Gigaset C450 IP, ein DECT-Schnurlostelefon mit integrierter Voice-over-IP-Funktionalität.

Das Hybridmodell hat einen Festnetz- sowie einen LAN-Anschluß und läßt sich wie ein herkömmliches Telefon bedienen, so daß jedermann die Vorzüge der kostengünstigen Internet-Telefonie ganz einfach und ohne den Einsatz eines PCs nutzen kann. Ebenso einfach wie die Handhabung ist die Einrichtung des Geräts: Die Provider-Einstellungen werden direkt über das Menü des Mobilteils online abgerufen und automatisch geladen. Das schnurlose Allround-Talent wird schon kurz nach seiner Vorstellung auf der CeBIT im Handel für weniger als 100 Euro zu kaufen sein.



Fernsehen „on demand“ wird mit neuen Settopboxen Realität. Ob Kabelanschluß, Satellit, Antenne oder Internet, für jede Empfangsart gibt es bei Siemens Home and Office Communication Devices anwenderfreundliche und intelligente Lösungen, die den Nutzern eine vielfältige Programmauswahl sowie Aufnahme- und Speicherfunktionen bieten – und das auch im brillanten HDTV-Format.

Wer heute schon die Qualitäten des breitbandigen DSL-Zugangs zu schätzen weiß, kann sich in Zukunft auf noch schnellere Zugangsmöglichkeiten und noch mehr Services freuen. Von Siemens werden Gigaset-Produkte gezeigt, die zusammen das sogenannte „Triple Play“ unterstützen. Neben dem Internetzugang bieten die neuen Gigaset-Zugangsgateways genug Bandbreite für Voice over IP und Multimediainhalte wie zum Beispiel Fernsehkanäle oder Video on Demand. Für Gebiete, die heute noch keine DSL-Abdeckung haben, ist „Wimax“ (Worldwide Interoperability for Microwave Access) – ein neuer Standard für regionale Funknetze – eine zukunftsfähige Alternative, zu der erste Endprodukte vorgestellt werden. Das vernetzte Haus wird zur CeBIT mit dem Marktstart von Gigaset-Home-Control-Produkten verschiedener Partner realisierbar. Ob Jalousie, Türsprechstelle, Lichtsystem, Herd oder Waschmaschine, mit einem Gigaset-Schnurlostelefon hat der Nutzer alles ganz einfach im Griff.

Standard für regionale Funknetze – eine zukunftsfähige Alternative, zu der erste Endprodukte vorgestellt werden. Das vernetzte Haus wird zur CeBIT mit dem Marktstart von Gigaset-Home-Control-Produkten verschiedener Partner realisierbar. Ob Jalousie, Türsprechstelle, Lichtsystem, Herd oder Waschmaschine, mit einem Gigaset-Schnurlostelefon hat der Nutzer alles ganz einfach im Griff.

mobilcom hat ein klar definiertes Ziel: Wachstum durch DSL

Durch verschiedene Maßnahmen will der Bündelsdorfer Service Provider mobilcom in diesem Jahr weiter wachsen und seinen Marktanteil mindestens konstant halten. Dabei soll insbesondere die Ergänzung des Portfolios durch DSL-Festnetzangebote dazu beitragen, neue Kunden zu gewinnen und Cross Selling Chancen wahrzunehmen. Wie das hinter dieser Strategie stehende Konzept aussieht, erläuterten die mobilcom Manager Michael Grodd, Vertriebsvorstand, Dr. Jens Gerhardt, Bereichsleiter Vertrieb Handel, und Hubert Kluske, Bereichsleiter Vertrieb Shops, im Rahmen eines Pressegesprächs in München.

Zunächst stellte Grodd fest, daß die 2003/2004 begonnene Strategie der „neuen mobilcom“, sich auf den beratungsintensiven Handel zu konzentrieren, zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens im Jahr 2005 beigetragen habe. „Wir gewinnen dort qualitativ überdurchschnittliche Kunden. Das beweist, daß die Ausrichtung und der Weg, den wir gehen, richtig sind“, so Grodd. Ende 2005 zählte mobilcom rund

Leute und die richtigen Tarife haben. Aus dem Zusammenspiel dieser drei Faktoren erklärt sich das Plus bei Postpaid, dem Segment, in dem sich Service Provider in der Vergangenheit immer recht schwer getan haben.“

Auch die Gründung des Discountanbieters Klarmobil habe zur Stabilisierung der Marktposition beigetragen. „Wir können es uns gar nicht aussuchen, wir müssen auf Marktveränderungen reagieren und auf der gesamten Klaviatur

möglichst noch im ersten Halbjahr 2006 erfolgen. Bis dahin werden aber noch einige Klippen zu umschiffen sein.

Tatsächlich war bereits acht Wochen nach dem Start der Vermarktung von freenet-DSL die Präsenz der grünen Marke im Handel unübersehbar. „Bei 44 Prozent unserer Leistungspartner stand das schnelle Breitbandinternetangebot bereits im November 2005 im Fokus“, berichtete Gerhardt. „Dabei lohnt sich der Aufwand für das neue Angebot: Nach Ergebnissen einer Umfrage, die die unabhängige Marketing-



Dr. Jens Gerhardt

agentur Brandpolice für uns durchgeführt hat, haben 18 Prozent der mobilcom Fachhändler bereits im November zwischen elf und 20 DSL-Verträge pro Monat verkauft.“ Und bei jedem zwölften mobilcom-Leistungspartner habe während des Umfragezeitpunkts

optimale Ausgangsbasis für die Vermarktung des anspruchsvollen Festnetzprodukts.“ Um die Festnetzkompetenz der Fachhandelspartner zu steigern, hat das mobilcom Trainerteam den Schulungsplan für 2006 deutlich erweitert. So wird es neben Workshops für freenet-DSL zentrale Produktschulungen sowie Training-on-the-job-Angebote geben. „Und auch spezielle Angebote für Inhaber und Ladenleitungen sind geplant, in denen es unter anderem um Führungskompetenz und um Mitarbeitermotivation geht“, so Gerhardt, „denn um ein komplexes Produkt wie DSL zu verkaufen, muß der Chef in der Lage sein, seine Begeisterung auf die Mitarbeiter zu übertragen.“

Weiterer Ausbau der mobilcom Shops

Dank DSL stehen die Zeichen auch bei den mobilcom Shops auf Wachstum. „In diesem Bereich haben wir mit der Vermarktung schon einige Monate früher begonnen, und der Erfolg war ebenso groß wie der im freien Fachhandel“, stellt Hubert Kluske fest. Allerdings sei nicht nur DSL für den Erfolg der mobilcom Shops verantwortlich. „Wir haben 2005 netto 53 neue Geschäfte



Hubert Kluske

eröffnet und damit das Ziel, jede Woche eine Neueröffnung zu feiern, erreicht“, sagte Kluske. Insgesamt gab es damit zum Jahresende 272 mobilcom Shops. In diesem Jahr soll es etwas beschaulicher zugehen: Bis Ende 2006 soll das Netz der mobilcom Shops auf 300 Vertriebsstellen angewachsen sein. Die reduzierte Geschwindigkeit erklärt sich laut Kluske zum einen aus der bereits von Grodd gemachten Feststellung, daß nicht Wachstum um jeden Preis das Ziel sei, zum anderen daraus, daß es immer schwieriger werde, Menschen zu finden, die bereit seien, das Risiko einer Selbständigkeit einzugehen. Kluske: „Wir wissen, wo wir Geschäfte eröffnen wollen, wir wissen, wie die aussehen sollen, aber wir finden nur mit Mühe Partner, die den Shop führen wollen.“ *Herbert Päge*

„Uns geht's gut“

des Vertriebs spielen, um die Zukunft des Unternehmens und unserer Händler zu sichern“, führte der mobilcom Vorstand aus. Man habe sich aber Zeit gelassen, um ein entsprechendes Angebot zu entwickeln und setze auch in diesem Bereich auf die Bonitätsprüfung des Kunden. So sei es gelungen, auch als Discounter erfolgreich unterwegs zu sein.

Wachstum durch Beratung am PoS

Doch das angestrebte Wachstum im Handel solle über das bewährte Mittel der Beratung am Point of Sale erreicht werden, stellte Dr. Jens Gerhardt fest. Neben den vielfältigen Unterstützungsmaßnahmen beim Mobilfunk können die Handelspartner der mobilcom seit einigen Monaten auch auf DSL-Angebote für das Festnetzgeschäft zurückgreifen. Ermöglicht wird die Erweiterung des Portfolios durch die Kooperation mit Freenet. Die endgültige Zusammenführung beider Unternehmen zu einer einzigen Gesellschaft soll



Michael Grodd

4,8 Millionen Kunden, von denen deutlich mehr als 50 Prozent Postpaidkunden waren. „Mit dieser Zahl haben wir zum einen das Ziel erreicht, das wir uns Anfang 2005 gesteckt hatten, zum anderen hat das Kundenwachstum dazu beigetragen, daß wir unseren Marktanteil haben halten können“, erläuterte der Vertriebsvorstand. Diese Tatsache sei vor allem vor der Dynamik, mit der sich der Mobilfunkmarkt im vorigen Jahr verändert habe, als äußerst positiv zu bewerten. „Heute können wir sagen, uns geht es gut, trotz Tchibo, Aldi und No-Frills“, sagte Grodd. Trotz des erfreulichen Anstiegs der Zahl der Kunden sei herauszustellen, daß das Unternehmen nicht Wachstum um jeden Preis betreibe. Grodd: „Ich bin überzeugt davon, daß unser Erfolg darauf beruht, daß wir die richtigen Botschaften, die richtigen

mobilcom führt neue Businessstarife ein

Mit neuen, günstigen Konditionen setzt mobilcom jetzt noch stärker auf das Geschäftskundensegment. Neben außergewöhnlichen Serviceleistungen erwarten Businesskunden zahlreiche Optionen, mit denen der Serviceprovider maßgeschneiderte Rahmenverträge zusammenstellt. Kunden haben dabei die Wahl zwischen allen vier deutschen Mobilfunknetzen.

Bereits mit dem Einsteigertarif Business Start mit einem monatlichen Grundpreis von netto 5,95 Euro können Businesskunden günstig telefonieren. Rund um die Uhr beträgt der Minutenpreis in Festnetz und Mobilfunknetze netto 29 Cent. Solche Minutenpreise waren bislang in Business-Einsteigertarifen nicht zu finden.

Übersichtliche Minutenpreise zu allen Zeiten in alle deutschen Netze bieten auch die Tarife Business Basic und Business Premium. Bei ihnen kostet die Minute ins Festnetz oder netzintern netto 19 beziehungsweise neun Cent. Auch Telefonate in andere Mobilfunknetze sind mit 29/25 Cent netto wirtschaftlich. Hochwertige Businesshandys – von datentauglichen UMTS-Modellen bis zu Blackberry oder Nokia Communicator – sind bei den Tarifen dank hoher Subventionen gegen geringe Zuzahlung erhältlich.

Eine Reihe von Optionen berücksichtigt dabei fast jede individuelle Situation. Die VPN-Option (Virtual Private Network) enthält beispielsweise 1.000 Minuten für Telefonate innerhalb der Teilnehmer eines Rahmenvertrags oder mit Erweiterung sogar innerhalb von Firmentelefonanlagen. Auch sind verbilligte Gespräche ins Festnetz, SMS, Datenübertragung oder E-Mail-Pushdienste per Option buchbar. So bietet mobilcom ein wirtschaftliches und flexibles Gesamtpaket.

Schon Kleinstunternehmen profitieren nach mobilcom Angaben von den niedrigen Fixkosten und günstigen Minutenpreisen. Für Großabnehmer dürften aber vor allem die Staffel-Rabatte ein gewichtiges Argument sein, hieß es in einer Pressemitteilung. Nutzt ein Kunde mehr als 50 SIM-Karten, erhält er beispielsweise bei den Minutenpreisen Rabatte von über 50 Prozent. Bei den Grundpreisen sind außerdem Rabatte über 40 Prozent möglich. Eine speziell geschulte Geschäftskundenhotline unterstützt die Kunden dabei, innerhalb der Rahmenverträge alle Möglichkeiten zu nutzen und berät bei der Auswahl der individuell besten Endgeräte.

debitel will Präsenz im Handel ausbauen

Bestätigt durch das Wachstum der vergangenen Monate (siehe Kasten unten) will debitel seine Präsenz im Handel ausbauen: Bis zum Jahresende sollen 500 neue Vertriebsstellen das aktuelle Händlernetz erweitern. Ein Eckpfeiler des geplanten Wachstums ist dabei das neue Partnerkonzept, mit dem etwa ein Zehntel der neuen Vertriebspartner gewonnen werden soll. Diese sollen den Stuttgarter Service Provider nicht nur als ein Angebot unter vielen am Point of Sale vertreten, sondern als selbständige Unternehmer komplett im „look & feel“ von debitel arbeiten.

„Wir suchen Menschen, die mit Begeisterung verkaufen und sich eine eigene Existenz aufbauen sowie freie Unternehmer, die sich als debitel Partner ein Standbein schaffen wollen“, erläuterte Berndt Pföhler, Geschäftsführer der debitel Vertriebs GmbH, im Gespräch mit PoS-MAIL. Neben einem guten Leumund und überprüfbarer Kreditwürdigkeit müssten Interessenten nur Begeisterung für das Verkaufen mitbringen, Branchenkenntnisse seien nicht erforderlich. Pföhler: „debitel hat ein ausgesprochen gutes Schulungsangebot und in Kombination mit dem Training-on-the-job, das potentielle debitel Partner in

existierenden Geschäften absolvieren, sehen wir uns in der Lage, den Interessenten innerhalb weniger Wochen für das Geschäft fit zu machen.“ Verschiedene Lernmodule sorgen bei debitel dafür, daß sich jeder Interessent das notwendige Wissen aneignen kann, von den Grundlagen der Festnetz- und Mobilfunkkommunikation über Geräte und Produkte bis zu praxisnahen Tätigkeiten wie dem Freischalten von Verträgen, der Konfiguration von Handys und der Warenwirtschaft. Eigenkapital ist nicht erforderlich, und auch Franchisegebühren fallen nicht an. Im Gegenteil: debitel stellt dem neuen Partner die komplette



Die neuen debitel center zeigen sich in aktualisiertem Design. So wie hier an der Sendlinger Straße 10 in München, in dem Centerleiter Burhan Narkiz seinen Kunden Musik und Foto als besondere Schwerpunkte zeigen kann, deren Angebot über den reinen Mobilfunk hinausgehen.

plette Ladeneinrichtung im debitel Design ebenso zur Verfügung wie die Erstausrüstung mit Geräten. „Wir gehen mit einem hohen Betrag in Vorleistung und sind deshalb natürlich daran interessiert, mit dem neuen Händler eine langfristige Partnerschaft aufzubauen“, betonte Pföhler. Diese könne sich für beide Seiten aber nur dann lohnen, wenn der neue Partner mit vollem Engagement daran



Berndt Pföhler

arbeite, die Zielvereinbarungen zu erfüllen. „Was wiederum aus mehreren Gründen nicht allzu schwer fallen dürfte“, meinte Pföhler. So biete debitel zunächst einmal Unterstützung bei der Auswahl



und der Analyse des Standortes. Aufgrund der dabei gewonnenen Daten werde eine realistische Umsatzprognose als Basis der Zielvereinbarung getroffen. Dort, wo beispielsweise hohe Mieten gezahlt werden müssen, seien selbstverständlich auch höhere Umsätze schon allein zur Deckung der Fixkosten erforderlich als an preiswerteren Standorten. Weiterhin könne der neue debitel Partner auf das komplette Telekommunikationsangebot des Service Providers zurückgreifen. Pföhler: „Das bedeutet, es stehen nicht nur zwei Mobilfunknetze mit vier Netzbetreibern zur Auswahl, sondern auch Festnetzangebote, die sich einzeln verkaufen oder auf unterschiedliche Weise mit dem Mobilfunk zu attraktiven

debitel gewinnt Michael.kommunikation als dritten Distributor

debitel weitet die Aktivitäten im freien Fachhandel aus: Seit Mitte Februar arbeiten der Stuttgarter Service Provider und der Distributor Michael.kommunikation aus dem niedersächsischen Bohmte partnerschaftlich zusammen. Durch diese Partnerschaft setzt debitel die Strategie fort, sich dem breiten, nicht kooperierten Fachhandel zu öffnen. Nach der Zusammenarbeit mit dem langjährigen Partner Chris Keim Com und der im Jahr 2005 erfolgten Kooperation mit Komsa bildet Michael.kommunikation den dritten Distributionskanal.

Paketen zusammenfassen lassen können.“ Besonders erfolgreich seien debitel Händler deshalb vor allem dort, wo Shops der Netzbetreiber als unmittelbare Wettbewerber vorhanden seien. „Dort können sich unsere Händler profilieren, weil sie nicht auf die Angebote eines einzelnen Netzbetreibers angewiesen sind, sondern weil sie aus dem gesamten Spektrum der Angebote die für den Kunden attraktivste Lösung wählen können“, stellte Pföhler fest. Weiterhin würden die neuen Partner nicht ausschließlich auf das debitel eigene Portfolio festgelegt. In einem zuvor vereinbarten Rahmen können die Partner ihr Sortiment erweitern, und so unter Umständen Kompetenz, die sie in anderen Branchen erworben haben, erfolgreich für ihr eigenes Geschäft nutzen. Denkbar seien dabei viele Möglichkeiten der Spezialisierung. So zum Beispiel durch die UMTS-Datenkarten auf IT-Produkte, durch MP3- oder fotofähige Handys auf das Thema Musik und Bilddienstleistungen oder auch auf Car-Entertainment und mobile Navigation. Pföhler: „Es gibt keinen Grund, die Stärken, die der Partner in anderen Bereichen gesammelt hat, nicht zu nutzen. Jedem Händler bleibt es selbst überlassen, ob und wie er das Kernsortiment ergänzt.“ Interessenten wenden sich an partnercenter@debitel.de oder an Kirsten Eckwert unter Telefon 0711/89254011.

Weihnachtsgeschäft bringt starken Zuwachs

Äußerst zufrieden hat sich Roberto Blickhan, Geschäftsleitung Vertrieb der debitel AG, mit dem Geschäftsverlauf der vergangenen Monate gezeigt. In einem Gespräch mit PoS-MAIL stellte er fest, daß die vergangenen Monate dem Unternehmen starken qualitativen und quantitativen Zuwachs gebracht hätten. Danach stieg nicht nur die Zahl der debitel-Kunden um brutto 700.000, sondern bei den Neukunden handele es sich auch um Mobilfunknutzer, die weit häufiger zum Handy griffen als der Durchschnitt der deutschen Mobiltelefonbesitzer. Besonders starkes



Roberto Blickhan

Wachstum sei durch das Weihnachtsgeschäft erzielt worden, „und auch aus dem Januar sind wir wieder mit einem guten Ergebnis herausgegangen“, so Blickhan. Den Erfolg führte er vor allem auf die attraktiven Angebote der vergangenen Monate zurück, in deren Mittelpunkt stets „attraktive und gut positionierte Geräte“ wie das Sony Ericsson W550i gestanden hätten. „Jeder zweite der Zugänge erfolgt durch eine Kampagne“, sagte Blickhan. Aber die Monatsangebote seien nur ein Teil eines stimmigen Konzeptes, zu dem neben den Produkten auch eine gute Marketingunterstützung, Warendruck und die Ansprache des Endkunden gehöre, mithin „die Summe aller Maßnahmen des Vertriebs“. Herauszustellen sei beim Blick auf die Entwicklung der vergangenen Monate auch die Akzeptanz, die Kamerahandys beim Verbraucher gefunden hätten. Dadurch konnte beispielsweise der Umsatz im Fotohandel deutlich ausgebaut werden. Insbesondere die Fürther Fotohändler-Kooperation Ringfoto engagiere sich in diesem Bereich stark und habe deshalb Wachstum erzielt, das mit deutlichem Abstand über dem Durchschnittsplus des Unternehmens liege. Dabei würden über Ringfoto Kunden gewonnen, deren ARPU, also der Umsatz pro Kunde, ebenfalls einen Wert signifikant über dem des durchschnittlichen debitel Kunden erreiche. Präzisieren mochte Blickhan diesen Wert nicht, aus Zahlen der Vergangenheit darf hier allerdings ein Wert deutlich über 30 Euro unterstellt werden.

Neues Partnerkonzept ist ein Eckpfeiler der geplanten Expansion

Ich kaufe Canon bei ComLine!

Canon PIXMA iP4200

- Fotoprints in herausragender Qualität: bis zu 9.600 x 2.400 dpi
- Zwei Papierzuführungen, integrierte Duplexeinheit und Bedrucken geeigneter CDs und DVDs
- ChromaLife100 System für Fotoprints mit lang anhaltender Farbstabilität
- Druck eines randlosen Fotoprints in Laborqualität im Format 10 x 15 cm in ca. 51 Sekunden
- Single Ink Technologie
- PictBridge für den Fotodirektdruck von kompatiblen Kameras und Camcordern



Preissenkung!

ComLine Art.Nr. PC-104200

73,-

NEU!



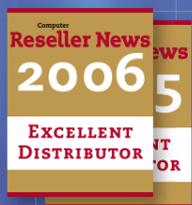
Canon MV900

- Breitbildformat, LCD-Breitbild-Display und Farbsucher
- 25facher optischer Zoom
- DIGIC DV für lebendige Farben
- Easy Automatik und vielseitige Aufnahmeprogramme
- Einfache Handhabung, kompaktes Design
- Eingebauter Objektivschutz
- Mikrofoneingang

ComLine Art.Nr. VC-1080

233,-

www.ComLine-Shop.de



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

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



POS Neuheiten

TerraTec: Cinergy DT express Diversity

 TerraTec Electronic stellt auf der CeBIT das Thema „Mobiles, digitales Fernsehen“ in den Vordergrund. Die Betonung liegt dabei auf „mobil“ und nicht nur auf „portabel“. Mit einer wirklich mobilen TV-Empfangeinrichtung können nämlich auch während der Fahrt im Auto oder im Zug TV-Programme mit scharfen und ruckelfreien Bildern empfangen werden. Entsprechende Produktneuheiten des Nettetalers Multimedia-Anbieters sind auf der CeBIT unter dem Begriff „Cinergy DT express Diversity“ und „Cinergy DT USB Diversity“ in Halle 25, D 40 zu sehen. Der Begriff „Diversity“ steht für die Verwendung von zwei Antennen und zwei Tunern in einem Gerät. Dual-Tuner ermöglichen über Antenne einen erheblich besseren mobilen Empfang von Digital-TV-Programmen, weil der Signaleingang des Gerätes immer auf die Antenne und den Tuner mit dem jeweils besten Empfangssignal geschaltet werden kann. Im stationären Einsatz ist es mit zwei Tunern auch möglich, ein Programm zu betrachten und gleichzeitig ein anderes aufzunehmen. Zu den von Terratec vorgestellten Neuheiten gehören auch TV-Hybrid-Lösungen mit unterschiedlichen Bus-Systemen für Notebooks, wie PCMCIA/Express card, Dual DVB-S via USB oder z. B. die analogen internen/externen Cinergy 800e PVR/Cinergy 800i PVR mit Hardware-

MPEG2-Encoder und MCE. Im Bereich Home-Entertainment wird als weiteres Mitglied der Noxon Familie das neue „Noxon 2 radio“ vorgestellt, das mit Lautsprechern und FM-Radio ausgeliefert wird.

Tatung Monitore L17NCDT und L19NMDT

 Tatung präsentiert die neuen LCD-Monitore L17NCDT und L19NMDT, beide mit einem elegant anmutenden, mattschimmernden platingrauen Gehäuse und unterhalb des Bildschirmes integrierter Lautsprecherzeile mit zweimal einem Watt ausgestattet. Der 19-Zöller L19NMDT hat eine Auflösung von 1.280 x 1.024 Pixeln, ein Kontrastverhältnis von 700:1 und die



Helligkeit von 270 cd/m². Die Reaktionszeit beträgt 8 ms. Das konzeptionell gleiche, 17 Zoll große Schwestermodell Tatung L17NCDT hat ebenfalls die Auflösung von 1.280 x 1.024. Das Kontrastverhältnis beträgt 700:1, die Helligkeit 270 cd/m² und die Reaktionsgeschwindigkeit 8 ms. Als Videoeingänge stehen bei beiden Monitoren ein DVI-I Eingang mit digi-

taler DVI-Buchse und analoger D-Sub Buchse zur Verfügung. Der 17-Zöller L17NCDT soll ab März lieferbar sein.

Tatung V20KQDX: 20“ LCD-TV mit Auflösung 1.680 x 1.050 Pixel

 Mit seiner Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten ist der ab April lieferbare LCD-TV V20KQDX von Tatung auch als hochqualitativer Computer-Monitor einsetzbar. Das 20-Zoll QDI Panel des Gerätes mit einer Bildhöhe



von 51 cm hat ein Seitenverhältnis von 16:10. Das Kontrastverhältnis beträgt 600:1, die Helligkeit 300 cd/m², die Reaktionsgeschwindigkeit 8 ms, der Betrachtungswinkel 176° horizontal wie vertikal. Weitere Ausstattungsmerkmale: 3D de-interlaced & 3D Comb Filter, Aspect Ration Control (ARC), Auto Picture Control (APC), Audio: Stereo, Teletext: 255 Seiten, PIP-Funktion, Eingänge: Scart/Composite/S-Video. Weitere interessante Neuheiten gibt es darüber hinaus auf dem CeBIT Stand von Tatung zu sehen. Neben CE-Produkten wie PCs, LCD-Fern-

Sony Vaio SZ : Premium Notebooks



Die ultraportablen Notebooks der neuen Vaio SZ-Serie bewirbt Sony als „Premium-Notebooks für Profianwender“. Alle drei Geräte haben die bisher einzigartige, „Stamina“ genannte Umschaltmöglichkeit zwischen integrierter und externer Grafiklösung der Intel Centrino Duo Mobiltechnologie und sind optimal für die Vernetzung ausgestattet. Bei zwei Modellen steht neben WLAN 802.11 a/b/g Funktionalität auch eine Bluetooth Schnittstelle zur Verfügung. Das Top-Modell VGN-SZ1XP hebt sich mit einem ultradünnen X-Black Display mit LED-Backlight-Technologie und TPM-Sicherheits-Chip und Fingerprint-Scanner für höchste Datensicherheit von den beiden Schwestermodellen ab: Intel Core Duo Processor T2400 (1,83 GHz) mit 2 MB L2 Cache, 1.024 MB DDR2 SDRAM, 100 GB S-ATA HDD, 13,3 Zoll WXGA X-Black TFT-Display, Umschaltbarer Grafik: NVIDIA GeForce Go 7400 mit TurboCache + Intel shared Graphics, WLAN 802.11 a/b/g + Bluetooth, Integrierte Kamera, Sensor, Super Multi Double Layer DVD±RW-Laufwerk, Carbon-Chassis, Gewicht 1,69 kg. Das konzipierte Modell, VGN-SZ1HP, ist mit einer 1,66 GHz Dual Core CPU, 512 MB DDR2 SDRAM und einer 80 GB S-ATA HDD Festplatte bestückt und wiegt 1,85 kg. Das an private Anwender adressierte VGN-SZ1M wird ohne Digitalkamera und Bluetooth ausgeliefert. Die UVPs betragen: VGN-SZ1XP/C: 2.499 Euro, VGN-SZ1HP/B: 1.999 Euro, VGN-SZ1M/B: 1.699 Euro. Lieferbar ist die Vaio SZ-Serie ab März.



sehern, PDPs, Home-Entertainment-Geräten und Mediaplayern zeigt der in Taiwan beheimatete Hersteller seine neuentwickelte LCD-TV Modellreihe mit neuem Design und unterhalb des Displays angeordneter Stereo-Lautsprecher-Zeile: Vorgestellt werden ein 42-Zoll TV-Gerät 42EMGI und die Schwestermodelle V37MCGI und V32MCGI mit 37 und 32 Zoll Bildhöhe, alle HD ready und mit HDM-Schnittstelle. Bekanntgegeben wurden bereits einige Daten des

42-Zöllers, die typisch für die gesamte Reihe sind: TFT-LCD Panel (CMO) mit 16:9-Seitenformat, 1.920 x 1.080 Pixel, sichtbare Bildfläche 93 x 52 cm, 16,7 Mio. Farben, Kontrastverhältnis 1.000:1, Helligkeit 550 cd/m², horizontaler und vertikaler Betrachtungswinkel 176°, Reaktionszeit 8 ms. Analoges Pal/Secam Tuner, optionaler digitaler DVB-T Tuner, Teletext mit 255 Seiten Speicher, PIP und POP Funktion. Audio: Equalizer, Subwoofer, Auto Volume Control (AVC).

POS Aktuell

Sagem und Alcatel arbeiten gemeinsam an Handy-TV-Lösungen

Anlässlich des 3GSM World Congress in Barcelona haben Alcatel und Sagem bekanntgegeben, daß Sagem beabsichtigt, Mobiltelefone zu entwickeln, die sowohl für den Übertragungsstandard DVB-H im UHF-Band als auch im S-Band geeignet sind. Sagem unterstützt damit die Initiative „Unlimited Mobile TV for Mass Market“ von Alcatel, die die Entwicklung von DVB-H für das S-Band vorschlägt. Das S-Band ist ein Frequenzband, das Satellitenübertragungen vorbehalten ist. Es schließt unmittelbar an das 3G/UMTS-Spektrum an und ist über Kontinente hinweg zu empfangen. Die ersten Prototypen der Sagem-Mobiltelefone, die die DVB-H-Technologie für S-Band unterstützen, werden in der zweiten Jahreshälfte 2006 für Feldversuche zur Verfügung stehen. Ein kommerzielles Produkt soll 2007 erhältlich sein. Das Projekt „Unlimited Mobile TV for Mass Market“ stützt sich auf

eine einzigartige Kombination aus DVB-H-basierter terrestrischer und satellitengestützter Übertragung im S-Band als Ergänzung zu den bestehenden 3G/UMTS- und/oder EDGE Sendernetzen. Der Ansatz von Alcatel erlaubt es Betreibern, ihre 3G- und/oder EDGE-Investitionen abzusichern und vorteilhaft zu nutzen, während das S-Band zugleich ein unbegrenztes Sendegebiet, ein unbegrenztes Publikum, eine unbegrenzte Anzahl von Fernsehkanälen und eine maximale Interaktivität ermöglicht.

„Sagem steht hinter DVB-H als Basis für einen erfolgreichen Start des Mobilfernsehens von morgen“, stellte Thierry Buffenoir, stellvertretender CEO von Sagem Communication, fest. „Zudem sind wir starke Befürworter der innovativen Vision von Alcatel für eine Erweiterung des DVB-H-Standards für S-Band, da das S-Band den Weg für eine länderübergreifende geographische Abdeckung durch DVB-H-Technologie bereiten wird.“

Und Olivier Coste, Präsident von Alcatel Mobile Broadcast, fügte hinzu: „Alcatel begrüßt die Verwendung von DVB-H-Technologie für das S-Band. Dies ist ein klares Signal, daß die Initiative ‚Unlimited Mobile TV for Mass Market‘ von Alcatel die Entwicklung des Mobilfernsehens in

Europa und dem Rest der Welt in großem Maßstab ermöglichen wird. Alcatel wird Sagem Communication seine volle Unterstützung gewähren, damit das Unternehmen sein Know-how im DVB-H-Standard im UHF-Bereich im vollen Umfang nutzen kann, während es gleichzeitig Zugang zu den fantastischen Möglichkeiten des Mobile-TV-Marktes erhält, der durch die Weiterentwicklung von DVB-H im S-Band erschlossen wird.“

Bei Funkwerk Dabendorf stehen vier Themen im Mittelpunkt der CeBIT

Auf ihrem Messestand B37 in Halle 11 zeigt die Funkwerk Dabendorf GmbH Innovationen rund um die Themen Bluetooth, Navigation, UMTS und Flottensteuerung. Neben Produktneuheiten präsentiert FwD auch Konzepte und Visionen für die Fahrzeugkommunikation der Zukunft. Freisprechen und Navigation – beides schließt sich nicht mehr aus. Wie es einfach geht, zeigt FwD mit Freisprechanlagen, die sich mit wenig Aufwand zur Navigationshilfe erweitern lassen, ob kabellos per Bluetooth oder fest in einer Freisprechanlage integriert. Die gezeigten Lösungen unterstützen verschiedene Mobiltelefone und Smartphones. Die umständ-

liche und kostenaufwendige Installation mehrerer Geräte zum Navigieren und Telefonieren wird damit überflüssig. Ein weiteres Highlight zur komfortablen Zielführung zeigt FwD mit der „NaviCom“. Die Messeneinheit ist ein vollwertiges Navigationssystem, das Freisprechen mit Bluetooth SIM Access ermöglicht. Die Bedienung erfolgt bequem über Sprachbefehle und einen Touchscreen.

Ein neues Konzept zur Verbindung von Bluetooth Multimedia zeigt FwD mit der „iSound“. Diese bringt Musikdateien aus dem MP3-Player in die Freisprechanlage des Fahrzeugs. Die Übertragung erfolgt dabei nicht über Kabel, sondern per Bluetooth. In HiFi-Qualität kann dann die Musik auf dem vorhandenen Soundsystem des Fahrzeugs abgespielt werden. Passend zum Thema Bluetooth zeigt FwD mit der Com und Audio blue zwei Testsieger für das Telefonieren im Auto.

UMTS erfreut sich in Deutschland einer wachsenden Beliebtheit. Auch im Fahrzeug wird der Datenturbo für die mobile Kommunikation zunehmend wichtiger. Eine wesentliche Rolle spielen hier Verbindungssicherheit und -stabilität. Auf der CeBIT zeigt FwD einen UMTS-Leistungsverstärker für den Fahrzeugeinsatz. Mit dem Compenser MC 3G wird eine

Lösung für die störungsfreie Kommunikation mit UMTS möglich. Der Compenser gleicht entstehende Leistungsverluste im Fahrzeug aus und minimiert damit lästige Verbindungsabbrüche.

FwD baut auch sein Geschäftsfeld Flottensteuerung weiter aus. Bereits 2005 wurde mit der FleetBox basic eine Einsteigerlösung für das Flottenmanagement gezeigt. Zur CeBIT stellt FwD die FleetBox pro vor, eine professionelle Lösung für die Steuerung des Fuhrparks. Neben Funktionen wie Fahrzeugortung, Routenverfolgung und Berichtsauswertung weist die Messeneinheit ein besonderes Merkmal auf: Als einzige Telematik-Lösung im Markt unterstützt die Anlage auch das Telefonieren über Bluetooth SIM Access.

Damit vereint die Neuentwicklung Funktionen zur Flottensteuerung mit den Vorzügen einer modernen Kommunikationsanlage. Die von der FleetBox pro gesammelten Daten können über das Internet ausgewertet werden. Hierzu stehen verschiedene Portale bereit. Die Marktführer auf dem Gebiet der Flottensteuerungs-Portale werden ihr Angebot direkt auf dem Messestand von FwD präsentieren.



37,⁷⁰

37,⁷¹

39,⁵⁸

42,⁰³

Neuheit!

SanDisk 1 GB SD Card
Bestellnr.: 564044

SanDisk 1 GB Compact
Flash Card
Bestellnr.: 409638

SanDisk 1 GB MicroSD
TransFlash
Bestellnr.: 869706

SanDisk 1 GB Memory Stick
PRO Duo Gaming
Bestellnr.: 744833

SanDisk Cruzer Micro 1 GB
Bestellnr.: 873017

Alle Preise sind Stand: 10.02.2006

Für jedes Gerät den richtigen Speicher

Die neuen **Multitalente**
aus der Sansa e200 Serie:

- bis zu 6 GB Speicher (intern)
- großes Farbdisplay
- zusätzlich MicroSD-Slot
- Audio, Foto- und Videofeatures



Neuheit!

**DGH - Ihr Distributor
für SanDisk bietet:**

- das komplette SanDisk-Sortiment
- hohe Warenverfügbarkeit
- große Auswahl an POS-Material
- Preissicherheit durch Lagerwertausgleich
(Fragen Sie uns nach den Bedingungen)

Unser komplettes Sortiment mit tagesaktuellen Preisen finden Sie unter

www.dgh.de/sdd

**VERBOTEN SCHNELL!
VERBOTEN GUT!**

DGH

GROSSHANDEL

[Stellenangebot]



cinemateq ist Hersteller und Anbieter modernster Audio- und Videotechnik für den privaten Heimkino- und professionellen Präsentationssektor. Für das stetig wachsende Produktsortiment suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

Product Manager (m/w)

In dieser verantwortungsvollen Position sind Sie für die eigenständige Betreuung der *cinemateq* Produktpalette verantwortlich. Zu Ihren Aufgaben zählen internationale Markt- und Wettbewerbsanalysen, die Einleitung und Steuerung von Produktneuentwicklungen, das Portfoliomanagement und die Mitentwicklung von Vertriebs- und Marketingmaßnahmen.

Neben Ihrer fachlichen Qualifikation zeichnen Sie sich durch eine teamorientierte Arbeitsweise, Durchsetzungsstärke und Verantwortungsbereitschaft aus. Sie verfügen nicht nur über analytische Fähigkeiten, sondern sind auch pragmatisch und umsetzungsstark.

Ihre Aufgabe:

- Ausbau und Pflege des Produktsortiments und Mitgestaltung der Produktprogrammpolitik
- Produkteinführungen in Zusammenarbeit mit Marketing und Vertrieb
- Produktverantwortung über die gesamten Produktlebenszyklen
- Koordination und Steuerung der Produktion sowie der Lieferanten

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaft, Elektro- oder Nachrichtentechnik oder vergleichbare Ausbildung
- mehrjährige Berufserfahrung als Produktmanager ist elementar
- fundierte Marktkenntnisse im Unterhaltungselektronikmarkt
- Gute Englisch- und PC-Kenntnisse
- Gute Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten

Wenn Sie diese Position reizt und Sie über den entsprechenden Background verfügen, freuen wir uns über die Zusendung Ihrer Bewerbungsunterlagen – bevorzugt per eMail – unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an kpr@cinemateq.de oder an: *cinemateq GmbH & Co. KG*, Lochhamer Schlag 12, 82166 Gräfelfing.

Unter 089 / 8913690 steht Ihnen Herr Klaus-Peter Rusche gerne für ein telefonisches Vorabgespräch zur Verfügung.

QUAD Musikwiedergabe liefert neue und refurbishde Elektrostaten und übernimmt den Service, weltweit

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

Sachbearbeiterin/Sekretärin

sucht neue Herausforderung im Raum Düsseldorf/Wuppertal

Selbständiges und zuverlässiges Arbeiten, kaufmännische Kompetenz und Organisationsgeschick, Teamfähigkeit sowie Sicherheit im Umgang mit Menschen zählen ich neben Ehrgeiz, Entwicklungswillen und Zielstrebigkeit zu meinen Stärken.

Langjährige Praxis im Sekretariat, Rechnungswesen, Spesenabrechnung und der sichere Umgang sowohl am PC (MS-Office) als auch Mac und Internet runden mein Erfahrungsprofil ab.

Mein berufliches Engagement und meine Freude an leistungsorientiertem Arbeiten möchte ich gerne in ein neues, anspruchsvolles Aufgabengebiet mit Perspektive einbringen.

Chiffre 4259813



Maulkorb für den RFID-Chip

Der vor einigen Jahren gern gebrauchten Redensart: „Ich glaube, mein Schwein pfeift“, könnte ein erfolgreiches Remake bevorstehen. Vielleicht wird man bald sagen: „Ich glaube, mein RFID piepst“. Denn dem winzigen, flachen Chip wird von zahlreichen Experten eine große Zukunft vorausgesagt. Radio Frequency Identification (RFID) Technologie funktioniert ähnlich wie die Identifikation bei modernen Wegfahrsperren in Automobilen. Ein RFID-System besteht aus dem am Objekt angebrachten Transponder, dem „RFID-Tag“, und einem Erfassungsgerät. Der passive RFID-Tag speichert den 96 Bit langen „Electronic Product Code“ (EPC). Mit dem Erfassungsgerät kann der RFID-Tag aus einer Entfernung von wenigen Zentimetern bis zu einigen Metern angesprochen und sein EPC ausgelesen werden. RFID soll schon bald große Warenströme dirigieren, die Scannerkassen in Supermärkten und die Bordkarte bei Flugreisen ersetzen. Ein RFID-Tag befindet sich auch im biometriegestützten EU-Reisepaß (e-Paß) den Deutschland als einer der ersten EU-Staaten einführt. Das deutsche Unternehmen Livewire, <http://www.livewire.de>, will eine Spezialschutzhülle für den ePaß anbieten, die aus einer in Kunststoff laminierten Aluminiumlegierung besteht und zuverlässig, das Auslesen der Daten im RFID-Chip verhindert. „Die Schutzhülle verhindert, daß Unberechtigte an die gespeicherten Daten kommen, denn sie unterbindet jeglichen Datenverkehr mit dem Chip“, erklärte Livewire-Pressesprecher Stefan Horvath. Das könnte jedoch unseren Finanzminister ärgern: Denn wie eine Sprecherin des Bundesinnenministeriums gegenüber dem „Focus“ bestätigte, ist ein Modell in Vorbereitung, das privaten Unternehmen gegen eine Gebühr erlaubt, die RFID-Daten auszulesen, „... damit die Investitionskosten für die Technologie wieder eingefahren werden.“

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 Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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



Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

CeBIT

Join the vision

HANNOVER 9.-15.03.2006

Halle 1
Stand B41

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

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

www.samsung.de





**Bitten Sie
Samsung zur
Kasse!**

€ 50,- zurück
(inkl. MwSt.)



Samsung CLP-510

€ 20,- zurück
(inkl. MwSt.)



Samsung ML-1610

Sie kaufen und wir zahlen.

Was bekommen Sie heute für den Kauf eines Druckers? Nur den Drucker. Samsung gibt Ihnen mehr! Wie? Für jeden gekauften CLP-510 bekommen Sie € 50,- inkl. MwSt. und für jeden ML-1610 € 20,- inkl. MwSt. zurück. Jetzt heißt es scharf kalkulieren und clever handeln! Teilnahmeschluss ist der 30.4.2006. Weitere Informationen zu der Cash-Back-Aktion des weltweit zweitgrößten Herstellers für monochrome Laserdrucker finden Sie unter www.samsung.de.

SAMSUNG