

# POS-MAIL

April 2007

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

8. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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



## ... mehr als Schwarze Magie!

Mit vier Full HD-Modellen mit Bilddiagonalen von 37, 40, 46 und 52 Zoll geht Samsungs neue M8 LCD-TV-Serie an den Start. Mit echter HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten und dem spektakulären dynamischen Kontrastverhältnis von 15.000:1 (37er-Modell 8.000:1) verfügen die 94 cm, 102 cm, 117 cm und 132 cm großen High-Definition-Displays über beste Voraussetzungen zur Darstellung gestochen

scharfer Bilder mit hohem Detailreichtum und naturgetreu wirkenden Farben. Mit 550 cd/m<sup>2</sup> Helligkeit, modernsten, sorgfältig abgestimmten Bildoptimierungs-Technologien und reichhaltiger Gesamtausstattung werden die Modelle der Samsung M8-Serie schon vor ihrer Markteinführung von anspruchsvollen Heimkino-Anwendern als ideale Flachbild-TVs favorisiert.

Gesättigte Schwarzwerte sind ein wesentliches Kriterium für detailreiche Bilddarstellung ohne Spiegelungen und Reflexionen.

Besonders bei dieser Eigenschaft unterscheiden sich hochqualitative TV-Displays eindrucksvoll von

geringwertigen No-Name-Produkten zum Mitnahmepreis. Um LCD-Panels mit hoher Schwarzsättigung herstellen zu können, bedarf es der umfangreichen Erfahrung der Entwickler und modernster Produktions-Technologien. Für

die hochauflösenden Modelle seiner M8-Reihe hat Samsung zu diesem Zweck das neue „Super Clear“-Panel entwickelt, bei dem von den Nachbarzellen diffundierendes Licht auf ein Minimum reduziert und seitlich auf die

Pixelzellen einfallendes und erneut diffus reflektiertes Umgebungslicht zuverlässig vermieden wird. Dem Anwender werden höhere Kontrastwerte und plastisch wirkende Bilder geboten. Hohe Schwarzwerte sind besonders für

die perfekte Vorführung von Kinofilmen entscheidend, bei denen abgedunkelte Szenen und Bild-Areale als Mittel der dramaturgischen Regie beliebt sind und die Illusion und Spannung des Filmgeschehens durch grau

 **Packard Bell**  
www.packardbell.de



# VIERA



# HD ohne Programm?

Wenn diese Ausgabe von PoS-MAIL erscheint, ist die Sony PlayStation 3 (endlich!) auf dem Markt. Das ist eine gute Nachricht, und zwar nicht nur, weil Legionen junger und auch älterer Kids die Geschäfte des High-Tech-Fachhandels stürmen, um endlich die langersehnte Spielekonsole und natürlich auch die Spiele dazu mitzunehmen. Die PS3 wird zudem ohne Zweifel ein wichtiger Treiber des Geschäfts mit HD Fernsehern werden – denn der rasante Spiele-Spaß bereitet mit einer alten „Röhre“ wirklich nur das halbe Vergnügen.



Da die PS3 auch über einen Blu-ray Spieler verfügt, wird auch die Nachfrage nach HD-Filmen in diesem Format zunehmen, denn leider gibt es ja sonst nur wenige Möglichkeiten, das hochauflösende Fernsehen zu genießen. Die frei empfangbaren Sender – ob öffentlich-rechtlich oder kommerziell – zieren sich immer noch wie die berühmte Jungfrau, auf HD-Standard einzusteigen. Auf der CeBIT war zu hören, dass das ZDF schon (?) 2008 wenigstens die Olympischen Spiele im hochauflösenden Format übertragen will. Die ARD kündigte ihren Einstieg für 2010 an. Wie gut, dass wenigstens Pay-TV-Sender wie Premiere teilweise HD-Programme senden.

Mit ihrer Bremser-Haltung sägen die frei empfangbaren Sender an dem Ast, auf dem sie sitzen. Denn im digitalen Zeitalter werden sich die Konsumenten schnell daran gewöhnen, nur noch das anzuschauen, was sie wirklich sehen wollen – die Stichworte Web 2.0 oder TV On Demand sollen hier genügen. Zudem bietet amazon bereits heute 72 Filmtitel auf Blu-ray Disk an. Bis 2010, liebe ARD, werden Hunderte, womöglich Tausende von Titeln im HD-Format erhältlich sein. Welchen Grund sollte man dann noch haben, auf dem HD-Fernseher Programme im guten, pardon, weniger guten PAL-Standard anzuschauen? Wenn die Sender verhindern wollen, dass sich das Publikum sein Programm in Zukunft selber zusammenstellt, sollten sie ihre HD-Politik überdenken, und zwar schnell!

Herzlichst Ihr

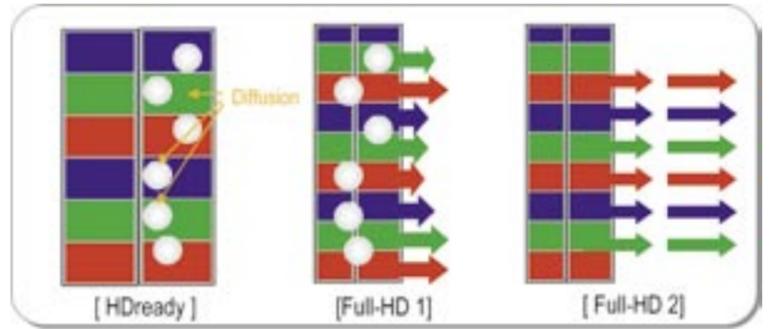
Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

schimmerndes Schwarz empfindlich gestört wird. Eine weitere Aufgabe stellt die Sichtbarmachung von Bild-Details innerhalb dunkler Bildpartien dar: Diese sind in der Regel nur minimal heller als ihre dunkle Umgebung und werden für Betrachter nur bei hoher Schwarzsättigung „Super Clear“ sichtbar.

## Mehr als Schwarze Magie: Samsungs Super Clear Panel

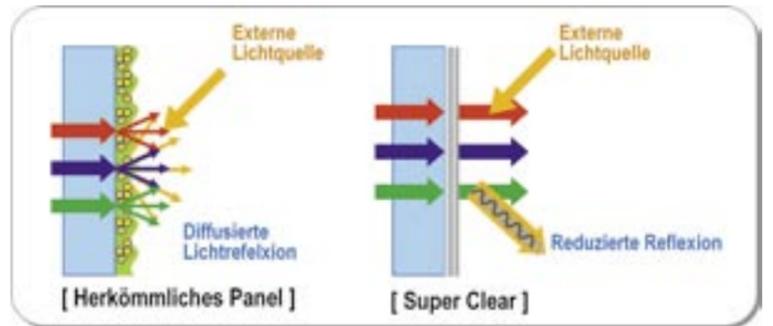
Der für die hochwertige Bild Darstellung und die Qualität der Farbwiedergabe wichtige Schwarzwert wird durch die Reflexion des auf das Display fallenden Umgebungslichts stark beeinträchtigt. Durch ein auf dem LCD-Panel aufgebracht Diffusormaterial kann diesem Effekt entgegengewirkt werden. Damit wird das einfallende Umgebungslicht stark diffundiert und nicht mehr zum Auge des Betrachters reflektiert (siehe Grafik „Herkömmliches Panel“, gelbe Pfeile). Leider wird bei dieser Lösung auch das von den Pixelzellen erzeugte Licht diffundiert und seitlich abgelenkt. Das reduziert die erzielbare Gesamthelligkeit des Panels. Von dem Diffusormaterial verteiltes Umgebungslicht erhellt aber auch die Oberfläche derjenigen Pixelzellen, die bei dem jeweiligen Bildinhalt eigentlich schwarz, also unbeleuchtet bleiben sollen. Das vermindert wiederum die Schwarzsättigung. Bei LCD-Paneln bisheriger Bauart muss also immer ein Kompromiss zwischen der Vermeidung von Reflexionen und Spiegelungen und dem erzielbaren Wert der Schwarzsättigung eingegangen werden. Samsungs neu entwickeltes „Super Clear Panel“ ist so konzipiert, dass von den Pixelzellen des Panels erzeugtes Licht nicht mehr diffundiert, sondern ungehindert in Richtung des



Super Clear Panel lässt das Licht ungehindert abstrahlen.

Betrachters abgestrahlt wird (s. Grafik „Super Clear“, RGB-Pfeile). Bisher verwendetes herkömmliches Diffusor-Material ist der

bar (siehe Grafik „Super Clear: Full HD 2“). Das Ergebnis ist überzeugend: Die Schwarzsättigung wird entscheidend erhöht, auch in



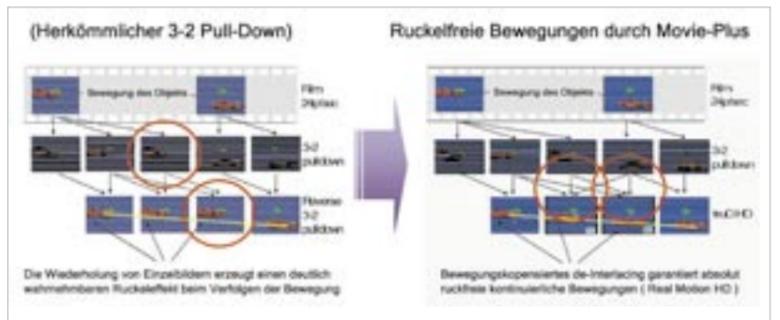
Super Clear Panel erhöht die Schwarzsättigung, macht Farben leuchtender und satter.

Pixelgröße von HD-ready-Panels angepasst. Verwendet man das gleiche Material bei Full-HD-Panels, die wegen der größeren Pixelanzahl wesentlich kleinere Pixeloberflächen haben, wird das vom Panel abgestrahlte Licht stark geblockt (siehe Grafik „Full-HD 1“, RGB-Pfeile). Für seine Super Clear Panels hat Samsung ein Diffusor-Material entwickelt, das das Umgebungslicht diffundiert, aber vom Panel selbst erzeugtes und nach vorn abgestrahltes Licht

dunklen Bildpartien werden Details deutlich sichtbar, Farben wirken reiner, leuchtender und satter.

## Immer korrekte Farben: Wide Color Enhancer

Das auf modernen Flachbild-TV-Geräten dargestellte Video-programm-Material besteht aus einem Content-Gemisch in unterschiedlichsten Fernsehsignal-Normen. DVD-Filme sind zumeist in der US-Fernsehnorm NTSC konfektioniert, deutsche Filme



Mit Movie-Plus laufen Bewegungen weich und natürlich ab.

nicht beeinträchtigt. Mit dem Super Clear Panel ist ein Kontrastumfang bis zu 15.000:1 realisier-

und TV-Programme in PAL. Die verbreiteten TV-Systeme PAL (EBU), NTSC (SMPTE-C) und



Die M8-LCD-Serie mit Full HD von 1.920 x 1.080p

HDTV arbeiten mit unterschiedlichen Grundfarben und Farbräumen. Das würde, wenn es unkorrigiert bleibt, je nach gerade dargestelltem TV-Standard bei den drei Farbsystemen zu unterschiedlicher Farbdarstellung führen. Deshalb sind die Displays im Idealfall mit einer Farbkorrektur ausgestattet, die unterschiedliche Farbräume emulieren kann. Samsung High-End-Displays wie die M8-Serie sind mit einem Wide Color Enhancer ausgerüstet, der über einen stark erweiterten Farbraum verfügt. Der Wide Color Enhancer von Samsung unterstützt einen wesentlich größeren Farbraum, als zur Darstellung der standardisierten TV-Systeme benötigt wird. Deshalb kann der Wide Color Enhancer mit einer Farbkorrektur arbeiten, die die erforderlichen Grundfarben kalkuliert und unterschiedliche Farbräume emuliert. Im „Auto-Modus“ stellt das Gerät die standardisierten HDTV-Farben dar. Dadurch sieht der Betrachter eines mit Wide Color Enhancer ausgestatteten M8 HDTV-Programme und Blu-ray/HD-DVD-Filme immer mit den korrekten Farben, die bereits bei der Produktion des Programm-Materials vorgegeben waren und eingehalten wurden.

### Movie-Plus (Reverse Pulldown)

Es liegt in der Natur der Technik, dass fast jeder erzielte Fortschritt andere technische Unzulänglichkeiten zutage fördert, die zuvor nicht so deutlich sichtbar waren. Das fordert neue Entwicklungen heraus. Der ruhige, flimmerfreie Bildstand moderner Flachbild-TVs macht ruckelnde Bewegungsabläufe bei auf dem Bildschirm dargestellten Objekten deutlich sichtbar. Das Problem tritt vor allem dann auf, wenn die Bildwechsel-Frequenz des darzustellenden Video-Programm-Materials nicht mit der vom TV-Gerät akzeptierten Bildwechsel-Frequenz übereinstimmt. Die Signalverarbeitung im TV-Gerät versucht dann, die Bildwechsel-Frequenz des Eingangssignals durch eine ganzzahlige Multiplikation anzupassen. Die Rechnung geht aber nur in seltenen Fällen auf. Meistens müssen, um die erforderliche Bildfrequenz zu realisieren, in bestimmten Abständen Einzelbilder (Frames) zweimal gezeigt werden, bevor das nächste Einzelbild mit einer neuen Information folgt. Da sich bei einem zweimal hintereinander gezeigten (Bild)-Frame an der Bildinformation nichts ändert, verändert sich im gleichen Zeitraum auch die Position eines bewegten Objekts nicht. Ein fahrendes

des Auto scheint einen Augenblick stillzustehen, um sich danach wieder weiterzubewegen, es „ruckelt“. Das Problem des „Judder“ kann vor allem bei der Wiedergabe von HDTV-Programm-Material auftreten: Spiel- und Dokumentar-Filme werden meist mit 24 Bildern pro Sekunde aufgenommen. Weil HDTV-Signale von den Eingangsschaltungen der Displays oft nur mit 50 oder 60 Hertz Bildwechsel-Frequenz angenommen



Die Samsung M8-Serie ist in 37, 40, 46 und 52 Zoll ab April verfügbar.



HD ready LCD TV der Samsung R8-Serie in schwarzem Klavierlack-Finish

Auf diese Weise wird der typische „Judder-Effekt“ deutlich reduziert (siehe Grafik „Ruckelfreie Bewegungen durch Movie-Plus“). Mit „Movie-Plus“ laufen Bewegungen auf der Bildfläche weich und natürlich ab.

### Samsung Full HD LCD-TV-Reihe M8 ab Mitte April

Alle Modelle der neuen M8-LCD-Serie mit Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten werden wahlweise als Variante mit integriertem DVB-T-Tuner angeboten. Die neuen „Super Clear“-Panels garantieren höhere Schwarzwerte und klare Bilder ohne Spiegelungen. Die Vorteile sind höhere Kontrastwerte und so gut wie keine Reflexionen. Die in edlem Schwarz gehaltenen Modelle der M8-Serie fügen sich in jede Wohnumgebung und ihr Farbkonzept harmonisch ein. Vor allem das 52 Zoll große Flaggschiff mit 132 Zentimetern Bilddiagonale ist die erste Wahl, wenn man sich in Kombination mit Geräten wie einem Samsung Blu-ray Disc Player zu Hause eine perfekte Heimkinoumgebung erschaffen möchte. Gegenüber den Vorgängermodellen der F7- und M7-Serie bieten die Modelle der M8-Serie erweiterte Kalibriermöglichkeiten, mit denen das Display individuell auf Wohnraum und Quellgeräte abgestimmt werden kann. Der optimierte „Movie-Mode“ sorgt für die optimierte Unterstützung des jeweiligen Videostandards. Das Soundsystem SRS Tru Surround XT und die fünf unterstützenden Tonmodi Standard, Musik, Film, Sprache sowie die benutzerdefinierten Einstellungsoptionen sorgen für satten, räumlichen Klang und Live-Atmosphäre. Spielekonsolen und PCs harmonisieren mit den Modellen der M8-Serie perfekt: Per Knopfdruck



HD ready LCD TV der Samsung R8-Serie als Sondermodell in Perlweiß:

können der integrierte Spiele-Modus aktiviert, Schärfe und Schwarzwert erhöht und der Sound optimiert werden. Drei HDMI-1.3-Schnittstellen, davon eine seitlich am Gerät angebracht, sorgen für bequemen Anschluss aller gängigen Audio- und Videogeräte. Die neuen Modelle der Samsung M8-Serie sind mit Bilddiagonalen von 37, 40, 46 und 52 Zoll ab April verfügbar. Die UVPs betragen: LE52M86BD, 132 cm, 4.399,- EUR, LE46M86BD, 117 cm, 3.299,- EUR, LE40M86BD, 102 cm 2.399,- EUR, LE37M86BD, 94 cm 1.999,- EUR.

### HD ready Designer-Modelle: LCD-Serie R8 von Samsung

Die neuen HD ready LCD TV-Geräte der R8-Serie von Samsung kann man zu Recht als Designer-Modelle bezeichnen. Ganz gleich, ob in schwarzem Klavierlack-Finish oder als Sondermodell in Perlweiß: Die eleganten, mit drehbarem Standfuß ausgestatteten Geräte mit Bilddiagonalen von 23, 26, 32, 37 und 40 Zoll überzeugen auch mit ihren technischen Werten. Das dynamische Kon-

trastverhältnis beträgt bei den 23- und 26-Zoll-Modellen 4.000:1 und 5.000:1. Bei den Geräten ab 32 Zoll aufwärts beträgt das Kontrastverhältnis 8.000:1 Die Helligkeit erreicht bis zu 550 cd/m<sup>2</sup>. Die ab April lieferbaren Geräte der R8-Serie tragen alle das HD ready Logo und sind wahlweise auch mit integriertem DVB-T-Tuner erhältlich. Ein Sondermodell in Perlweiß wird in den Größen 23, 32 und 40 Zoll lieferbar sein. Die Betrachtungswinkel betragen horizontal wie vertikal 178 Grad. Mit zahlreichen Schnittstellen, unter anderem drei HDMI-1.2-Eingängen, ausgestattet, lassen sich alle verbreiteten Zuspieler anschließen. Die unterhalb des Bildschirms verborgenen Lautsprecher und SRS Tru Surround XT mit fünf unterstützenden Tonmodi Standard, Musik, Film und Sprache liefern effektvollen Sound. Ein großes Plus für begeisterte Spieler ist der Game-Modus, der auf Knopfdruck Schärfe und Schwarzwert erhöht und den Sound optimiert. *evo*

## POs-MAIL INHALT

Interview mit Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung Electronics Deutschland GmbH ... 4

Flachdisplays: Markttrends ... 8

Interview mit Ronald de Jong, Geschäftsführer der Philips GmbH und Leiter des Bereiches Consumer Electronics ... 9

Panasonic verbessert nochmals Viera-Technologien ... 10



Erfolgreicher ElectronicPartner Branchentreff 2007 ... 12

Neue Monitore im Breitbildformat ... 14



Falk Navigationsgerät P300 ... 15

CeBIT 2007: Spagat zwischen Innovationsshow und Business-IT Arbeitsmesse ... 16

CeBIT 2007: Neues für den TK-Handel ... 18

Nokia intensiviert Zusammenarbeit mit dem Handel ... 22



JVC präsentiert den weltweit ersten Full HD Camcorder ... 25

PMA 2007 in Las Vegas ... 26

Olympus stellt zwei neue E-System-Kameras vor ... 27

Navigieren und Telefonieren: Packard Bell Compaq 800 ... 28

Ultra Mobile PCs: Kompetenz durch Innovation. ... 29

Gaming Peripherie „amBX“ von Philips ... 30

Tk-Nachrichten ... 24

Tk-Neuheiten ... 23

Neuheiten ... 21, 27, 28

Aktuell ... 6, 31

Kleinanzeigen ... 31

Impressum ... 31

# Der Trend zu hochwertigen TV-Geräten ist trotz erhöhter Mehrwertsteuer wachsend

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



„Das Samsung LCD-TV-Sortiment umfasst ab diesem Frühjahr 52 Gerätetypen“, so Hans Wienands.

**Samsung hat auch für das laufende Geschäftsjahr ein breites Produktportfolio im Bereich Großbild-TV angekündigt. PoS-MAIL sprach mit Hans Wienands, Business Director Sales Consumer Electronics über die Entwicklung bei Samsung in diesem Segment und die Ziele des Unternehmens für das laufende Jahr.**

**PoS-MAIL:** Herr Wienands, Samsung hat immer wieder seinen Führungsanspruch für die CE-Branche deutlich gemacht. Sehen Sie sich an der Spitze?

**Hans Wienands:** Wir sehen uns dank der Unterstützung durch unsere Handelspartner auf einem guten Weg. Zur Zeit befinden wir uns auf einem soliden dritten Platz im CE-Markt in Deutschland, möchten aber unseren Marktanteil durch eine breit angelegte Produkt- und Werbekampagne in diesem Jahr weiter stabilisieren und ausbauen.

**PoS-MAIL:** Welche Produkte aus dem Hause Samsung zählen für Sie zu den Highlights im laufenden Geschäftsjahr?

**Hans Wienands:** 80 Prozent unseres LCD und Plasma Sortiments

erneuern wir im April. Der Bereich LCD-TV wird von 44 Gerätetypen auf 52 Typen ausgebaut. Im Sortimentsfokus stehen hier die Bildschirmklassen über 37 Zoll bis 52 Zoll, jeweils mit dem Standardmodell der S-Serie, der neuen Designlinie R8 und dem Technologiehighlight der M8-Baureihe. Das 1080P Panel des M8 erreicht mit seinem „SuperClear-Panel“ nie geahnte Schwarzwerte und ermöglicht eine Bildwiedergabe, die dem Videostandard der Hollywood-Studios entspricht. Darüber hinaus führen wir Nachfolger der sehr erfolgreichen Home-Theatre-Systeme ein, die sich in den Ausstattungsmerkmalen als perfekte Zuspätspieler für die anspruchsvollen Full-HD LCD/Plasma-Geräte anbieten, das Design ergänzt die TV-Geräte ideal. Das Samsung Anynet/HDMI-CEC-System ermöglicht die komplette Steuerung aller AV-Komponenten (incl. DVD/HD-Recording) über die TV-Fernbedienung, die Geräte erkennen sich untereinander. Natürlich kommt auch der wichtige Bereich MP3 Spieler – wir belegen aktuell Platz 3 im Markt – nicht zu kurz. Mit dem K3 stellen wir erneut ein Design-Gerät ins Rampenlicht, das mit seiner Technik überzeugt.

**PoS-MAIL:** Wie schätzen Sie die Entwicklung im Segment Großbild-

*TV ein – welche Marktgröße kann der Fachhandel erwarten?*

**Hans Wienands:** Wir rechnen damit, dass es in diesem Jahr ein kräftiges Wachstum für Großbild-Fernseher geben wird. Das geht natürlich auch mit der guten Bildqualität einher. Hochauflösende Bilder sollten auf Geräten mit großen Bilddiagonalen betrachtet werden. In diesem Jahr wird ein Wachstum bei HDTV-tauglichen Fernsehgeräten um 67 Prozent auf 3,5 Millionen Stück erwartet. Dies soll sich in den folgenden Jahren durch die größere Verbreitung von HD-Content nochmals steigern.

**PoS-MAIL:** Welche Position möchte Samsung im Jahr 2007 im TV-Segment einnehmen?

**Hans Wienands:** Wir möchten auch in diesem Jahr unsere Position als Nr. 1 bei Flat-Panel TV verteidigen. Das Sortiment bei LCD und Plasma ist deutlich erweitert, wir können kanalspezi-



„Für das laufende Geschäftsjahr wird mit einem starken Wachstum für Großbild-Fernseher gerechnet. Ein wichtiger Grund sind die hochauflösenden Bilder, die auf einem großen Bildschirm einfach besser zur Geltung kommen.“



fische Anforderungen einfacher erfüllen, und das Hochberaten ist bei Samsung in allen Größen- und Preisklassen möglich – ich glaube, dass wir unseren Handelspartnern ein sehr ertragreiches Portfolio anbieten können.

**PoS-MAIL:** Ist es durch die erhöhte Mehrwertsteuer für den Fachhandel nicht schwieriger geworden, hochwertige Produkte zu verkaufen?

**Hans Wienands:** Vielen Dank für die Frage: Wir erleben gerade das Gegenteil – der Verbraucherswunsch nach einem TV-Gerät in zeitgemäßem Design mit einem zeitgemäßem Bildformat ist ungebrochen und nimmt noch zu. Die Bereitschaft, sich nach guter Beratung ein Gerät zuzulegen, das zukunftsfähig ist, sich durch

bestmögliche Qualität auszeichnet und einen guten Markennamen bietet, ist so hoch wie seit Jahren nicht mehr. Die Freude des Konsumenten an Technologie und Design bietet unserer Branche eine Sonderkonjunktur, der auch die MwSt.-Erhöhung nicht schaden konnte.

**PoS-MAIL:** Mit welchen Maßnahmen unterstützt Samsung den Fachhandel?

**Hans Wienands:** Mit einer breiten Marketing-Kampagne. Der Werbeinsatz für die TV-Kampagne, die im Frühjahr geschaltet wird, beläuft sich auf 6 Millionen Euro. Magazin- und Outdoor-Werbung stehen ebenfalls auf dem Plan. Der Handel wird außerdem mit PoS-Material unterstützt. Darüber hinaus sind auch wieder Trainings geplant. Natürlich ist dabei unser Win Team wieder im Einsatz. Das Samsung-Trainings-Team ist immer auf dem neuesten technischen Stand, um dem Handel bei technischen Fragen kompetent Rede und Antwort zu stehen und die Vorzüge von Samsung-Produkten verständlich zu erklären. Bis Mitte April werden insgesamt 2.000 Verkäufer geschult.

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



Genießer

Songschreiber

Musikliebhaber

Du hast viele Seiten.  
Welche lebst du heute?

Künstler

Trendscout

**NOKIA**  
Connecting People



Nokia 7360



Nokia 7373



Nokia 7390

An manchen Tagen lebst du dein Faible für Musik aus, an anderen spürst du aktuellen Designtrends nach oder genießt einfach nur das Leben. Die Nokia L'Amour Collection hat so viele Seiten wie deine Persönlichkeit. Welche lebst du heute?

[www.nokia.de/lamour](http://www.nokia.de/lamour)

### Auf die Punkte, fertig, los!

Sammeln Sie mit der Nokia Fashion-Serie bei **Nokia Points for You** bis zu 250 Punkte.

Sie möchten mehr über Points for you erfahren? Bei [www.points-for-you.de](http://www.points-for-you.de) erhalten Sie alle Informationen über das Nokia Bonusprogramm und wie Sie zukünftig an dem Verkauf von Nokia Mobiltelefonen noch mehr Freude haben. Viel Spaß!

## Pos Aktuell

### Prof. Dr. Pinkwart wird Schirmherr des Plus X Awards

Der Innovationsminister von Nordrhein-Westfalen, Prof. Dr. Andreas Pinkwart, hat die Schirmherrschaft für den Plus X Award übernommen. „Innovationen sind für Unternehmen keine Sahnehäubchen, sondern Fundament dauerhaften Erfolgs. Für unsere Gesellschaft sind sie Voraussetzung für hochqualifizierte, zukunftssichere Arbeitsplätze“, so Minister Pinkwart. „Dass der Plus X Award den Wert von Forschung und Entwicklung als zentrales Kriterium kommuniziert und prämiiert, befördert eine Anerkennungskultur gegenüber Unternehmen, die heute bereits an morgen denken.“ Minister Pinkwart wird auf der feierlichen Preisverleihung, der Plus X Award-Night 2007 in Köln, anwesend sein und als Schirmherr das Grußwort sprechen.

### Strategische Zusammenarbeit zwischen Sharp und expert

Sharp Electronics ist in den Kreis der strategisch bedeutenden Lieferanten der expert AG aufgenommen worden. expert honorierte damit die starke Position von Sharp bei LCD Fernsehern, dem wichtigsten Bereich der Konsumelektronik, sowie ein stringentes, qualitätsorientiertes Vertriebskonzept, heißt es in einer Pressemitteilung. „Wir freuen uns sehr, dass eine so renommierte Fachhandelskooperation wie die expert AG Sharp als Qualitäts- und Innovationsmarke für hochwertige LCD-TVs anerkennt“, so Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria. „expert ist einer der führenden Fachhandels-Kanäle, auch und gerade wenn es um die kompetente Beratung geht. Das bestätigt die Stiftung Warentest mit einem ‚gut‘ für expert in einem Test der Elektronikmärkte“, führt Bolten weiter aus. Starke Marken schaffen Kundenfrequenz und deutlich höhere Wertschöpfung.

### ADL-Agenturpartner-System mit Vorteilen für den Fachhandel

Das ADL Agenturpartner-System sieht den Klein- und mittelständischen Händler als kompetenten Partner für die Vermittlung der von ADL angebotenen Produkte. Die Kooperationspartner von ADL, an erster Stelle SchaubLorenz, werden neue Exklusiv-Geräte ausschließlich über das Agenturpartnersystem vertreiben. Altein-

gesessene Fachhändler werden sich vielleicht noch an ein ähnliches Konzept erinnern, das vor vielen Jahren von Telefunken praktiziert worden ist. Damals war das noch ein mühsames Unterfangen: Es gab noch keine EDV, und die Abwicklung und Fakturierung wurden lange noch manuell abgewickelt. ADL bietet eine verbesserte, ausgefeilte und weiterentwickelte Neuauflage an. Für den Handel ergeben sich vor allem zwei Vorteile: Eine Spannsicherheit ist gewährleistet, denn aufgrund des Systems bleiben die Verkaufspreise der Exklusiv-Modelle stabil. Der Kunde freut sich über ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis – und kommt wieder.

Die ADL Germany GmbH befindet sich derzeit in Gründung und wird ihren Sitz in München haben. Eine am 26. März beginnende Roadshow stellt in elf großen Städten das System vor.

Termine und Veranstaltungsorte der Roadshow:

26.3. und 27.3.2007 in Düsseldorf, Mercure Hotel, Düsseldorf City Nord, Nördlicher Zubringer 7, 40470 Düsseldorf; 28.3. und 29.3.2007 in Dortmund, Best Western Parkhotel & Kongresszentrum Westfalenhallen, Stroballer 45, 44139 Dortmund; 16.4. und 17.4.2007 in Kassel, Best Western Hotel Ambassador International, Friedrich-Ebert-Allee 1, 34225 Baunatal; 18.4. und 19.4.2007 in Leipzig, Best Western Premier Victor's Residenz-Hotel, Georgring 13, 04103 Leipzig; 23.4. und 24.4.2007 in Berlin, Best Western Premier Airport Hotel Fontane Berlin, Jonas-Lie-Str. 5-11, 15831 Berlin-Mahlow; 25.4. und 26.4.2007 in Hamburg, Deutsche Telekom AG Tagungshotel, Oberer Landweg 27, 21033 Hamburg; 2.5. und 3.5.2007 in Hannover, Best Western Premier Parkhotel Kronsberg, Gut Kronsberg 1, 30539 Hannover; 7.5. und 8.5.2007 in Mannheim, Rheingoldhalle Mannheim-Neckerau, Rheingoldstr. 215-217, 68199 Mannheim; 9.5. und 10.5.2007 in Nürnberg, Arvena Park am Franken-Center, Görliitzer Str. 51, 90473 Nürnberg; 21.5. und 22.5.2007 in Stuttgart, Deutsche Telekom AG Tagungshotel, Universitätsstr. 34, 70569 Stuttgart; 23.5. und 24.5.2007 in München, Deutsche Telekom AG, Tagungshotel Seidl-Kreuzweg 11, 85737 Ismaning.

### Neue UE-Marke Yuraku präsentierte sich erstmals auf der CeBIT

Yuraku, eine neue Marke für Unterhaltungselektronik, hat erstmalig ihre Flachbildschirme, LCD-TVs, digitalen Bilderrahmen und MP3-Player auf der CeBIT vorgestellt. Highlight auf dem Yuraku-Stand waren schicke LCD-Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von 20 bis 46 Zoll. Für das Büro oder den heimischen PC bietet Yuraku TFT-Displays von

### NEC präsentierte umfangreiches Technologie-Know-how auf der CeBIT 2007

Für jede Anforderung die perfekte Lösung – „That's why NEC innovates“ – so lautete das NEC-Motto zur diesjährigen CeBIT. NEC präsentierte seine Innovationskraft in den Bereichen IT-, Network-, Display- und Future-Solutions. Einer der Schwerpunkte beim diesjährigen CeBIT-Auftritt war der Bereich Display Solutions. Dazu zählen Plasma- und LC-Displays ebenso wie Projektoren für Business-Anwendungen, Spiele oder Heimkino. Der Trend zu Digital Signage ist ungebrochen. Mit Plasma- und LC-Displays bietet NEC – Marktführer im Public Display Bereich – für jede Anforderung die richtige Lösung. Auf der CeBIT zeigte NEC Displays mit Bildschirmdiagonalen von 40 bis 57 Zoll. Eines der Highlights war der NEC MultiSync LCD5710. Das Public Display mit einer Bildschirmdiagonale von 57 Zoll verfügt über eine Full-HD-Auflösung (1.080p) und ist in einer Landscape- und einer Portrait-Version verfügbar. Ebenfalls 1.080p-fähig sind die neuen Multifunctional LCDs der Multeos Reihe mit 40 und 46 Zoll, die für visuelle Kommunikation und Multimediaanwendungen konzipiert sind. Der generelle Trend bei den Desktop-LCDs ist ganz klar das Thema „Wide“. NEC präsentierte neue Breitformat-Modelle von 20 bis 26 Zoll für die verschiedensten Anforderungen: mit „Glossy“ Bildschirmoberfläche für Spielbegeisterte und dem neuen NEC MultiSync LCD2690 WUXi für professionelle Anwender. Heimkino-Enthusiasten kommen mit der neuen Plasma Display XR-Serie auf ihre Kosten. Die Modelle in 42 Zoll (XGA-Auflösung), 50 Zoll und 60 Zoll (WXGA-Auflösung) wurden ebenfalls auf der CeBIT präsentiert. Bei den Projektoren kann NEC ebenfalls durch Vielseitigkeit punkten. Das Produktportfolio des Marktführers in diesem Segment deckt nahezu jede Anforderung ab, vom portablen Minibeamer bis zum NC800C, dem kleinsten und leichtesten digitalen Kino-DLPTM Projektor der Welt. Geradezu winzig ist im Vergleich dazu der Prototyp eines LCD-LED-Projektors, den NEC erstmals auf der CeBIT zeigte. Der Projektoren-Zweig ist gerade einmal doppelt so groß wie eine Packung Zigaretten und zaubert Schnappschüsse vom NEC Handy direkt an die nächste Wand. Etwas größer ist der neue NP60 – der weltweit kleinste Projektor mit 3.000 ANSI-Lumen.

17 Zoll bis 19 Zoll und Widescreen TFTs von 19 bis 22 Zoll. MP3-Player zählen ebenfalls zum Sortiment des Unternehmens wie auch digitale Bilderrahmen.

### Sharp Corporation mit neuem Vorstandsvorsitzenden

Zeitgleich mit dem Start des neuen Geschäftsjahres zum 1. April gibt es einen Wechsel an der Spitze von Sharp. Nach über neun Jahren als Vorsitzender des Vorstandes und maßgeblicher Prägung und Ausbau des Unternehmens, gibt Katsuhiko Machida seinen Posten ab und übernimmt die Position des Auf-



sichtsratsvorsitzenden. Sein Nachfolger wird Mikio Katayama. Katayama, seit 1981 bei Sharp, war zuletzt in der Position des Corporate Senior Executive Director.

### Dominic Papenheim mit neuem Aufgabebereich bei Grundig

Dominic Papenheim ist Director International Key Account Management bei Grundig und für die optimale Betreuung großer internationaler Kunden und grenz-



überschreitend agierender Handelsketten zuständig. Zudem verantwortet er den Bereich International Trade Marketing, um so auf die Bedürfnisse des internationalen Handels effizient und schnell eingehen zu können. Die ersten Schritte auf

Standard bessere Bildqualität bei halber Dateigröße bieten. Das Unternehmen will HD Photo bei den entsprechenden Standard-Organisationen registrieren. Nach Angaben von Microsoft bewahrt HD Photo im Vergleich zu JPEG besser den Inhalt der Original-Datei und ermöglicht effektivere Bildverbesserungsmaßnahmen. Dabei bleibe der Kontrastumfang und Farbraum des Kamera-Sensors erhalten, betont das Unternehmen. Zudem bietet das neue Format die Möglichkeit, nur die Bildinformationen zu decodieren, die für die entsprechende Anwendung bzw. Auflösung auch benötigt werden. Bildbearbeitungen können bereits in den komprimierten Daten vorgenommen werden. Eine Beta-Version von HD Photo plug-ins steht bereits für Adobe Photoshop Software zur Verfügung. Damit können Adobe Photoshop Anwender HD Photo Dateien erzeugen und lesen – auch Formate mit großem Kontrastumfang werden unterstützt. Die plug-ins unterstützen die Adobe Photoshop Versionen CS3 und CS2 und werden für Windows Vista und Windows XP sowie für Mac OS X verfügbar sein. Die Beta-Version des Windows plug-ins kann beim Microsoft Download Center heruntergeladen werden. Die endgültige Version soll in etwa zwei Monaten kostenlos zur Verfügung stehen. Ebenfalls als Download verfügbar ist der HD Photo Device Porting Kit, mit dem Hersteller die Unterstützung des neuen Dateiformates in ihren Geräten und Plattformen sicherstellen können.

### Führende Hersteller gründen IPTV-Konsortium

AT&T Inc., Ericsson, France Telecom, Panasonic, Philips, Samsung Siemens, Sony und Telecom Italia haben gemeinsam das Open IPTV Forum gegründet. Dieses Konsortium wird übergreifende Spezifikationen für die Bereitstellung von IPTV-Diensten entwickeln. Es wird sich auf die Entwicklung offener Standards konzentrieren, die die Markteinführung von IPTV-Technologien erleichtern und beschleunigen können. Dadurch steigt der Nutzen von IPTV für Verbraucher, Netzbetreiber, Inhalte- und Serviceanbieter, Hersteller von Unterhaltungselektronik sowie Infrastrukturanbieter. Das Open IPTV Forum plant, Anforderungs- und Architektur- sowie Protokollspezifikationen im Laufe des Jahres 2007 zu erarbeiten. Das Konsortium ist auch für weitere Unternehmen aus der Branche offen.

### Microsoft kündigt neuen Standard für Bilddaten an

Microsoft hat ein neues Datenformat für digitale Bilder angekündigt. Es heißt HD Photo und soll im Vergleich zum JPEG-

### Wenn der Kunde nicht zahlt

Die Dienstleistung wurde ausgeführt, die Zahlung bleibt aus. Es gibt kaum ein Unternehmen, das sich nicht schon einmal mit dieser lästigen Problematik beschäftigen musste. Die Teschinkasso Forderungsmanagement GmbH übernimmt im Falle schlechter Zahlungsmoral die effiziente Überwachung von Forderungen und schont somit Zeit, Geld und Nerven des Gläubigers. Das Unternehmen arbeitet seit über zwanzig Jahren mit sehr transparenten Mitteln und fungiert getreu dem Slogan: „Wir verlangen keine Vorkasse, denn wir arbeiten erstmal.“

Für die bundesweite Betreuung sind bei der Teschinkasso eine kompetente Außendienst- und Innendienst-Mannschaft sowie ausgebildete Juristen mit langjähriger spezieller Berufserfahrung im Einsatz. Jeder einzelne Inkassofall wird entsprechend den juristischen Möglichkeiten und Erfordernissen bei der Sachbearbeitung individuell behandelt. Dabei nimmt die Teschinkasso auch direkten telefonischen Kontakt mit dem Schuldner auf. In der Praxis hat sich herausgestellt, dass so mancher säumige Zahler bereits nach einem Anruf reagiert, viele Zahlungssäumnisse können somit außergerichtlich geklärt werden. Hierbei wird großer Wert darauf gelegt, die Beziehung zwischen den Parteien nicht zu belasten. Der Kunde erhält kostenlos Abschriften aller Schriftstücke, monatliche Sachstandsberichte und Statistiken – auf Wunsch auch digital oder online. Für eine Zusammenarbeit mit der Teschinkasso ist keine Mitgliedschaft erforderlich. Jahresbeiträge oder Anschlussgebühren sowie Auftragspauschalen oder Vorkosten zum Zeitpunkt der Auftragserteilung fallen ebenfalls nicht an. Die Bearbeitungsgebühr wird vom Schuldner gezahlt, für den Gläubiger entstehen im Erfolgsfall keinerlei Kosten. Die Auszahlung der Hauptforderung erfolgt dann zu 100 Prozent sofort nach Zahlungseingang. Teschinkasso bietet außerdem mit Teschinkasso Faktura ein bewährtes und praxisorientiertes Debitoren-Software-Programm, das sich durch einen hohen Bedienkomfort auszeichnet. Ein bonitätsbasiertes Schuldner-Scoring hilft aussichtslose Fälle zu identifizieren. Es ermöglicht Wirtschaftsauskünfte und Bonitätsprüfungen. Zudem übernimmt die Teschinkasso auch alle Arbeiten der Debitorenbuchhaltung.

# HD Everio

Weltweit erster Camcorder\* mit  
Full HD 1920×1080 Aufnahme



## JVC Everio GZ-HD7 – Full HD Hard Disk Camcorder

### Full HD 1920x1080

Weltweit erster Consumer-Camcorder mit Full HD (1920x1080) Aufnahme und Wiedergabe

### Hochleistungs-Kamerablock

3-CCD-Chip | FUJINON 10fach opt. Zoom Profi-Optik | optische Bildstabilisierung | 5 Stunden 1920 Full HD Video auf 60GB HDD

### Einfache Archivierungsmöglichkeiten

HD Everio SHARE STATION (optional) für direkte DVD-Erstellung und Wiedergabe (1920 Full HD) | CyberLink BD-Software für Blu-ray AV Disc Bearbeitung



Erlebe die Zukunft | [www.jvc.de](http://www.jvc.de)

**JVC**<sup>®</sup>  
The Perfect Experience

# Flachdisplays: Markttrends

## Samsung und LG.Philips nehmen chinesischen Markt ins Visier

In Erwartung der steigenden LCD-TV-Nachfrage des chinesischen Marktes stocken koreanische Hersteller ihre chinesischen Produktionskapazitäten auf: Laut Marktbeobachter Displaybank wurden 2006 in China 3,8 Millionen LCD-TVs verkauft. Das sind mehr als doppelt soviel Geräte, wie im Jahr 2005 abgesetzt werden konnten. Wie Displaybank nach einer Analyse der durch China Video Industry Association veröffentlichten Daten prognostiziert, werden 2007 in China 7 Millionen LCD-TV-Geräte produziert. Industrie-Experten erwarten für das Jahr 2008 in China einen gewaltigen Nachfrageschub nach LCD-TVs, ausgelöst durch die Anfang August in Peking (Beijing) beginnenden Olympischen Sommerspiele. Um für die erwartete Nachfrage gerüstet zu sein, will der südkoreanische Hersteller Samsung seine Produktion von LCD-Panels in China im kommenden Jahr verdoppeln und hat deshalb Anfang März mit dem Bau seiner zweiten LCD-Panel-Fabrik in Suzhou begonnen. Die neue Fertigungslinie soll bereits im September des laufenden Jahres mit der Produktion beginnen und 2008 eine Kapazität von 2 Millionen LCD-Panels erreichen, vielleicht aber sogar mit dem Ausstoß von 3 Millionen Stück von Samsungs erster LCD-Panelfabrik in Suzhou gleichziehen. Samsungs stärkster koreanischer Mitbewerber, LG.Philips LCD, will ebenfalls seine Kapazitäten durch den Bau einer zweiten Herstellungslinie in Guangzhou beträchtlich vergrößern. LG.Philips' erste chinesische Produktion in Nanjing, die seit 2003 fertigt, produziert jährlich 3,6 Millionen LCD-Panels, beginnend bei kleineren Größen für Computer-Monitore, bis hin zu Großformat-LCD-Panels für Flach-TV-Geräte. Die geplante zweite Fabrik wird sich jedoch, wie Verantwortliche von LG.Philips LCD betonen, fast ausschließlich auf die Produktion von LCD-Panels für großformatige LCD-TV-Geräte konzentrieren. „Wir haben die Genehmigung für den Bau einer zweiten Produktionsanlage bereits von der chinesischen Regierung erhalten, aber noch keine endgültige Entscheidung über die Größe des Projekts und den Baubeginn getroffen“, erklärte ein Sprecher von LG.Philips. Laut DisplaySearch ist Samsung Electronics mit 19,6 Prozent Marktanteil des globalen Marktes der weltweit größte LCD-Panel-Hersteller, dicht gefolgt von LG.Philips LCD mit 19,3 Prozent Marktanteil bei Panels oberhalb von 10 Zoll Bilddiagonale.

## China: Großbild-LCD-Preise fallen bis zu 70% in 2007

In China sollen die Verkaufspreise für LCD-TV-Geräte mit 40 Zoll Bildschirm-Diagonale und größer gegen Ende dieses Jahres im Vergleich zu den aktuell gezahlten Preisen bis zu 70 Prozent fallen. Zu dieser Aussage kamen offizielle Vertreter der chinesischen Display-Industrie während eines Anfang März abgehaltenen Flach-Display-Panel Forums in China. Die signifikanten Preissenkungen würden sich als Folge der Modernisierung und Erweiterung der Produktionslinien lokaler LCD-Panel-Hersteller und der verstärkten Ansiedlung ausländischer Produzenten einstellen, so die chinesischen FPD-

Experten. In 2008 werden demnach 42- und 46-Zoll-Geräte in China nur noch ein Drittel des aktuellen Preises kosten, und die Preise für 30-Zoll LCD-TVs sollen dann bis zu 50 Prozent unter den heute gezahlten Preisen liegen. Die für den Konsumenten günstige Preisentwicklung werde „... die Popularität der Flachbild-Technologie weiter steigern und den auch in China bereits in Gang gekommenen Umstieg von den bisherigen CRT-Fernsehern auf Flachbildschirme beschleunigen“, erläutert Liu Ruilin, Director of China Optics and Optoelectronics Manufacturers Associations LCD Division. Weil weltweit führende LCD-Hersteller wie Sharp, Samsung, LG Philips und AUO mit neuesten Produktionslinien auf der Basis größerer Muttergläser (Glasheets) fertigen und nun in einem Arbeitsgang eine größere Anzahl von Panels gewinnen, dürften die Panel-Preise in nächster Zeit um 40 bis 70 Prozent günstiger werden, sagt Liu, der zugleich auch President of Shenzhen Tianma Microelectronics Co. ist. „Die Kosten für LCD-Panels machen aber in vielen Fällen 80 Prozent der Produktionskosten eines LCD-TV-Gerätes aus“, so Liu. Auch der Marktbeobachter iSuppli weist den Olympic Games 2008 in Beijing und fallenden Endverkaufspreisen starke Antriebsfunktionen für den Flach-TV-Markt der nächsten Jahre zu.

## NEC will Umsatz in China verdoppeln

Die NEC Electronics Group erwartet in China bis 2010 eine Verdopplung ihrer jährlichen Umsätze auf 1 Milliarde US-Dollar. Fumiaki Uruse, President of NEC Electronics (China) Co. gab diese Erwartung auf der International IC-China Conference and Exhibition in Shanghai bekannt. Fumiaki Uruse erwartet für sein Unternehmen in den nächsten Jahren in China einen Umsatzzuwachs von 20 Prozent per anno.

## Lieferengpässe bei 19-Zoll WideScreen-Panels?

19-Zoll Monitor-Panels im 16:9-WideScreen-Format könnten in den kommenden Monaten knapp werden, weil die starke Nachfrage nach Monitoren in dieser Größe und mit diesem Seitenformat zu einer spürbaren Verknappung des Angebots geführt hat, berichtet der Marktbeobachter DisplaySearch. Da die 5G Fertigungslinien zur Zeit voll mit der

Produktion von LCD-Panels für Notebook-Displays ausgelastet sind, lässt sich der Produktions-Ausstoß nicht kurzfristig um die erforderlichen Mengen erhöhen. Es ist aber, wie aus Insider-Kreisen verlautbart, auch denkbar, dass die großen südkoreanischen LCD-Panel-Hersteller größere Mengen der im Moment knappen 19-Zoll WideScreen-Panels auf ihren 7G/7.5G Fabriken produzieren werden. Zum Jahresende 2007 rechnet die Branche bereits mit einem Anteil von 40 Prozent der WideScreen-Monitore am Gesamt-Monitor-Markt und zugleich mit der bisher höchsten Nachfrage nach 19-Zoll-Monitoren überhaupt. Die Preise für 19-Zoll WideScreen-Panels sind zwischen dem vergangenen November von 143 US-Dollar um 15,3 Prozent auf 124 US-Dollar um Mitte März gefallen.

## Baut LG.Philips LCD 19" 4:3-Panels zum Dumpingpreis ab?

Wie DigiTimes und die chinesischsprachige Commercial Times berichten, reduziert der koreanische Hersteller LG.Philips LCD seine Bestände an 19-Zoll Monitor-Panels im bisherigen Normalformat 4:3 durch Abverkäufe zu Niedrigpreisen, die von Mitbewerbern als Dumping angesehen werden. Die Maßnahmen von LG.Philips LCD zeigen bereits spürbare Auswirkungen in diesem Marktsegment, berichtet die Commercial Times. Die weltweit sehr schnell ansteigenden Verkäufe von 19-Zoll und 22-Zoll WideScreen LCD-Monitoren haben eine sinkende Nachfrage und überproportionalen Preisverfall im normalen 19-Zoll- und 17-Zoll-Segment zur Folge, ergänzt die Commercial Times ihren Bericht.

## Acer bringt neue WideScreen Monitor-Serie

Acer America hat eine neue Monitor-Serie für Multimedia-Anwendungen, Computer-Games und Video-Applikationen angekündigt: Die neue Acer xSerie umfasst fünf Modelle mit Bild-Diagonalen von 17, 19, 22 und 24 Zoll. Drei davon sind mit einem WideScreen Panel bestückt. Ein 17-Zoll- und ein 19-Zoll-Modell werden im 4:3-Seitenformat angeboten. Die Modelle der xSerie sind bereits Microsoft Windows Vista-zertifiziert. Die technischen Daten der Monitore: Acer x171s: 17-Zoll 4:3-

Panel, 1.280x1.024 Bildpunkte, 300 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 700:1, Reaktionszeit 8 ms, Verkaufspreis US-Dollar 179.99. Acer x191sd: 19-Zoll 4:3-Panel, 1.280 x1.024 Bildpunkte, 300 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 700:1, Reaktionszeit 8 ms, Verkaufspreis US-Dollar 199.99. Acer x191Wsd: 19-Zoll WideScreen-Panel, 1.440 x 900 Bildpunkte, 300 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 800:1, Reaktionszeit 5 ms, US-Dollar Verkaufspreis 189.99. Acer x221Wsd: 22-Zoll WideScreen-Panel, 1.680x1.050 Bildpunkte, 300 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 800:1, Reaktionszeit 5 ms, Verkaufspreis US-Dollar 279.99. Acer x241Wsd: 24-Zoll WideScreen-Panel, 1.920x1.200 Bildpunkte, 400 cd/m<sup>2</sup>, Kontrast 1.000:1, Reaktionszeit 5 ms, Verkaufspreis US-Dollar 599.99.

## Samsung: Neues LCD-TV-Line up für Europa

Samsung hat den Zeitpunkt der diesjährigen CeBIT gewählt, um sein völlig neues Line up an LCD-TV-Geräten für den europäischen Markt vorzustellen. Mit den Serien M87, R87, S87 und der Q97-TV-Serie bietet der koreanische Hersteller eine breite Palette von LCD-Flach-TV-Geräten an, in der jeder potentielle Käufer genau das seinen speziellen Anforderungen entsprechende Gerät finden kann. Die Flaggschiffe des Samsung LCD-TV-Angebots finden sich in der M-Serie: Verfügbar sind in dieser Reihe vier Bildschirme in den Größen 37, 40, 46 und 52 Zoll. Alle vier Modelle besitzen Full HD-Displays mit echter 1.080p-Auflösung und Kontrastverhältnissen von 8.000:1 (32- und 37-Zoll-Geräte) bis zu 15.000:1. Zu den Signaleingängen gehören gleich drei digitale HDMI-Schnittstellen für den Anschluss hochwertiger Zuspielgeräte, Blu-ray und HD-DVD-Player, Digitalkameras und Camcorder. Eine der drei HDMI-Buchsen befindet sich leicht erreichbar an der vorderen Seite des Gerätes. Auch ein 9-1 Card-Reader steht dem Anwender zur Verfügung.



## NEC: Fortschritte bei „Natural Light“ LCDs

Der japanische Hersteller NEC erweitert sein Angebot an LCD-Panels in Notebook-Größen, die auch in hellem Sonnenlicht deutlich sichtbare, farbsättigte und kontrastreiche Inhalte darstellen können. NEC bezeichnet seine hoffnungsvolle Display-Entwicklung als „Super-Transmissive Natural Light TFT“ Technologie, die brillante und natürliche Farben auch bei hellem Umgebungslicht darstellen kann. Sein erstes „STNL“-Panel brachte NEC im April 2005 auf den Markt. Jetzt, zwei Jahre später, sind es vier neue Display-Modelle von 10,4 bis 15 Zoll und mit Auflösungen von 640 bis 480 Bildpunkten, mit denen NEC sein Line up der Super-Transmissive Natural Light TFTs ausbaut. Für WideScreen Notebooks sind die Abmessungen und Auflösungen noch zu klein, weil sich inzwischen auch Notebook-Anwender zu größeren Bildschirmen hin orientieren. Doch NECs Entwicklung weist in die richtige Richtung, und es ist wahrscheinlich nur eine Frage der Zeit, bis alle Notebook-Anwender von dieser Entwicklung profitieren können.

## TPV Technology plant Monitorfabrik in Gorzow Wielkopolski

Der taiwanische Hersteller TPV Technology plant, im westpolnischen Gorzow Wielkopolski (deutsch: Landsberg an der Warthe) in dem zur Sonderwirtschaftszone Kostrzyn-Slubice gehörenden Gewerbegebiet eine Fabrik zur Herstellung von LCD-Monitoren und LCD-TVs zu errichten. Mit der zuständigen Stadtverwaltung wird über den Kauf eines geeigneten Areals verhandelt.

Eine Delegation von TPV Technology hält sich in Polen auf, um mit beteiligten Dienststellen Gespräche über das Projekt zu führen, unter anderem auch mit dem örtlichen Arbeitsamt. Parallel zu den vorbereitenden Maßnahmen bereiten sich auch Zulieferer von TPV Technology auf zu tätige Investitionen in Gorzow Wielkopolski vor. Denn wenn sich der Monitor-Hersteller aus Taiwan für den polnischen Standort entscheidet, müssen die Zulieferer in der Lage sein, die Halberzeugnisse zuverlässig und ohne längere Transportwege aus Fertigungsstätten in der Nähe der Monitor-Fabrik anzuliefern.

In dem neuen Werk von TPV Technology, das im Endausbau bis zu 10 Mio. Monitore pro Jahr produzieren soll, werden dann 1.500 neue Arbeitsplätze entstehen. TPV Technology plant, für die Fabrik in Polen eine Investitionssumme in Höhe von 70 Millionen US-Dollar aufzuwenden.

Bei einem Engagement auf dem europäischen Markt, ist für den wirtschaftlichen Erfolg von Bedeutung innerhalb des europäischen Wirtschaftsraumes zu produzieren und keine Einfuhrzölle für seine Produkte bezahlen zu müssen, wird TPV Chairman and CEO Jason Hsuan zitiert. Hsuan erklärt, sein Unternehmen plane eine jährliche Produktionskapazität von 10 Millionen LCD-TVs und Monitore zu erreichen und hoffe, die Produktion Mitte des kommenden Jahre aufnehmen zu können. evo

## Philips verabschiedet sich vom Plasma Display-Markt

Anlässlich einer Pressekonferenz in Hong Kong teilte Rudy Provoost, CEO von Philips Consumer Electronics, mit, dass Philips nach und nach seine Aktivitäten im Plasma Display Panel-Markt auslaufen lassen werde, um sich zukünftig bei Flachdisplays auf den Markt mit LCD-TVs zu konzentrieren. Mit Ausnahme von Nordamerika und Australien werde Philips seine PDP-Verkäufe ab sofort reduzieren und in China den Verkauf von PDP-TVs gegen Ende dieses Jahres vollständig stoppen, erklärte Provoost im Detail. Zur Zeit bietet Philips in China 42- und 50-Zoll PDP-TVs an. Auf der Consumer Electronics Show 2007 in Las Vegas hatte Philips noch einen 63 Zoll großen Plasma-TV zum Preis von 3.499,- US-Dollar mit der Typenbezeichnung 63PPF7422D vorgestellt. Im globalen PDP-TV-Markt liegt Philips laut DisplaySearch auf Platz vier hinter Panasonic, LGE und Samsung. Neben seinen Aktivitäten im Gemeinschaftsunternehmen LG.Philips LCD, an dem Philips noch 32,9 Prozent der Anteile hält, behauptet der niederländische Konzern ganz knapp hinter Samsung den Platz zwei im internationalen Ranking der LCD-Anbieter. Der wichtigste PDP-Lieferant von Philips ist TPV Technology. Wie verschiedene Quellen berichten, produziert neben TPV auch Quanta

Computer PDP-TVs für Philips. Für das Jahr 2007 plant Philips, weltweit neun Millionen LCD-TVs zu verkaufen, also etwa fünf Millionen Geräte mehr, als man 2006 verkauft hat, berichtet DisplaySearch. In diesem Zusammenhang vermuten Fachleute, dass die jetzt bekanntgegebenen Entscheidungen maßgeblich von dem zur Zeit boomenden Wachstum des weltweiten LCD-TV-Marktes beeinflusst werden. Laut iSuppli wächst der LCD-TV-Markt von 40 Millionen in 2006 auf 63 Millionen in 2007 und der PDP-Markt von 9 Millionen im Jahr 2006 auf 11 Millionen in 2007. Um gegenüber LCD-TV-Angeboten wettbewerbsfähig zu bleiben, verlagern die PDP-Anbieter den Angebotsschwerpunkt nach und nach auf das Segment der 50-Zoll-Geräte und größer. Vorher wurden Auseinandersetzungen um den potentiellen Flachdisplay-Käufer noch im 40-Zoll-Segment ausgetragen. Im vergangenen Jahr hatte auch der japanische Sony-Konzern seinen Abschied vom Plasma-Display-Markt erklärt. Doch seit Januar 2007 wollen Gerüchte nicht schweigen, die von einer Rückkehr Sonys ins Plasma-Geschäft und diesbezüglichen Verhandlungen zwischen Sony und Fujitsu Hitachi Plasma Display (FHP) berichten.

## Im Gespräch mit Ronald de Jong, Geschäftsführer der Philips GmbH und Leiter des Bereiches Consumer Electronics

# Konzentration aufs Wesentliche

**Philips behauptet sich nach wie vor an der Spitze des TV-Segments im deutschen Markt. PoS-MAIL sprach mit Ronald de Jong, Leiter des Bereiches Consumer Electronics und Geschäftsführer der Philips GmbH, über die strategische Ausrichtung des Unternehmens für das laufende Geschäftsjahr.**

**PoS-MAIL:** Herr de Jong, Philips plant, seine Anteile in dem Joint-venture mit LG zu reduzieren. Wie bewerten Sie dies?

**Ronald de Jong:** Wir sind überzeugt, dass wir mit der Entscheidung richtig liegen, denn man muss zwischen einer finanziellen Beteiligung und einer strategischen Kooperation unterscheiden. Früher war es üblich, dass in einem produzierenden Unternehmen alles integriert war. Von der Komponentenfertigung über die Gerätefertigung bis hin zum Marketing und Vertrieb war alles unter einem Dach, sogar der After-Sales Service und eigene Werkstätten. Ich denke, dass man mittlerweile weiß, dass dies viele Nachteile mit sich zieht. Ein solches Betriebsmodell bindet viel Kapital. Wir sind wesentlich flexibler, wenn wir beispielsweise unsere LCD-Panels dort kaufen können, wo das Preis-/Leistungsverhältnis am besten ist.

**PoS-MAIL:** Welchen Mehrwert bringt das für das Unternehmen?

**Ronald de Jong:** Sie wissen, dass wir zu den ersten zählten, die mit Flat-TV begonnen haben, und zum damaligen Zeitpunkt war es absolut richtig, sich die Warenverfügbarkeit zu sichern und auch die Innovation mit zu gestalten. Mittlerweile sind wir zehn Jahre weiter und sind Flat TV's eine 'commodity' geworden – man kann weltweit einkaufen. Für uns ist es eher von Vorteil, dass wir keine Fabriken auslasten müssen und letztendlich dort kaufen können, wo Flexibilität gegeben ist. Das Geld, das wir dabei einsparen, investieren wir in Teile der Wertschöpfungskette wie Forschung und Entwicklung. Acht Prozent unseres gesamten Konzern-Umsatzes investieren wir in die Bereiche Forschung und Entwicklung. Zusätzlich fokussieren wir uns auch stark auf Design



sowie Marketing und Vertrieb. Das sind auch die vier Bereiche der Wertschöpfungskette, in denen sich Philips von den Mitwerbern unterscheidet und Stärke zeigt.

**PoS-MAIL:** Wie sehen Sie im Moment die Entwicklung auf dem Flat-TV-Markt in Verbindung mit den Fertigungskapazitäten in den Panel-Werken?

**Ronald de Jong:** Uns liegt die Information vor, dass weltweit die Kapazitäten erheblich aufgestockt worden sind. Das Marktwachstum ist zwar gigantisch, aber es wurde wohl noch ein bisschen höher eingeschätzt, und das bedeutet, dass es teilweise Über-Kapazitäten gibt. Wie wir wissen, ist es in der freien Marktwirtschaft üblich, dass Angebot und Nachfrage den Preis regulieren.

**PoS-MAIL:** Was ist an dem Gerücht wahr, dass Philips sich aus dem Plasma-TV-Markt zurückzieht?

**Ronald de Jong:** Bei uns gibt es z. Zt. keine Planungen in diese Richtung. Wir fahren nach wie vor zweiseitig, gehen aber davon aus, dass sich LCD als die stärkere Technologie durchsetzen wird, und deswegen bildet die LCD-Technologie auch ganz klar einen Schwerpunkt für uns. Es ist aber nicht so, dass wir uns von dem Markt für Plasma-Technologie verabschieden. Wir werden auch in diesem Jahr neue Plasma-Fernsehgeräte auf den Markt bringen.

**PoS-MAIL:** Glauben Sie, dass sich der Preisverfall für Flachbildfernseher, so wie wir ihn im vergangenen Jahr hatten, fortsetzen wird?

**Ronald de Jong:** Es ist wahrscheinlich, dass es einen weiteren Preisverfall geben wird. Wir müs-

sen uns nichts vormachen. Im High-Tech-Markt ist das der Lauf der Dinge. Wir werden allerdings versuchen, das Marktwachstum, das wir derzeit haben und das wir auch in den kommenden Jahren erwarten, noch profitabler zu gestalten, und zwar gemeinsam mit unseren Handelspartnern. Dafür brauchen wir gute Produkte, gute Konzepte und natürlich eine qualitativ hochwertige Vermarktungsstrategie. Ich bin froh, dass wir unsere komplette Produktpalette im Laufe der ersten Jahreshälfte 2007 erneuern werden. Wir bringen in Kürze neue, innovative Produkte in neuem Design auf den Markt. Diese Produkte werden uns auch wieder in die Lage versetzen, dem Preisverfall einigermaßen entgegenzusteuern und auch Wertschöpfung wieder zu ermöglichen.

**PoS-MAIL:** Philips setzt in Sachen DVD-Nachfolge auf Blu-ray. Glauben Sie, dass sich Blu-ray durchsetzen wird?

**Ronald de Jong:** Wir setzen auf Blu-ray, gehen aber davon aus, dass beide Formate noch eine gewisse Zeit nebeneinander bestehen werden. Ich habe mir vor einer Woche noch eine interessante Studie zu diesem Thema angeschaut, und dort heißt es, dass es noch länger dauern wird, bis sich High Definition in allen Bereichen durchgesetzt haben wird. Wir bei Philips sehen bei Blu-ray einfache Vorteile im Vergleich zu HD-DVD. Wir werden sehen, wie letztendlich der Markt entscheiden wird.

**PoS-MAIL:** Seit längerem ist ja die Rede vom vernetzten Haus. Bedauerlicherweise gibt es ja das vernetzte Haus noch immer nicht so, wie es in Demonstrationen vorgestellt wurde. Wann, glauben Sie, wird es dort einen Durchbruch geben?

**Ronald de Jong:** Ich denke, dass dieses Thema ein bisschen zu esoterisch positioniert wurde. Eigentlich besteht das vernetzte Haus ja schon, und zwar aus Zusatzfunktionen in Geräten wie beispielsweise Bluetooth oder WLAN, die dazu führen, dass die Geräte miteinander kommunizieren. Das sind Prozesse, die sich eigentlich ziemlich unbemerkt und schleichend entwickeln. Das vernetzte Haus ist somit weniger ein Konzept, das so wahnsinnig kompliziert ist und mit aufwendigem Marketing vermarktet werden muss. Es gibt mehr und mehr Geräte, die miteinander kommunizieren können. Wir haben beispielsweise in unserer Produktpalette ein Wireless Music System, das sehr gut ankommt und das viel Zusatznutzen mit sich bringt, ohne dass man es großartig als Connected Planet oder Connected Home positionieren muss. Es bietet das, worauf der Konsument letztendlich achtet: dass er z. B. keine Kabel ziehen muss. Ich denke, viele Endverbraucher werden oftmals auch durch ein 'Viel zu Viel' und durch die Komplexität die darum gesponnen wird, abgeschreckt. Unkomplizierte Konzepte, die die Geräte miteinander kommunizieren lassen, kommen besser an.

**PoS-MAIL:** Die Fußball-WM war 2006 eine starke Marketing-Plattform für Philips. Was ist in diesem Jahr an Aktivitäten geplant?

**Ronald de Jong:** Wir haben Marktforschung betrieben und untersucht, was Endverbraucher am meisten beschäftigt. Bei den Endverbrauchern, die die Intention haben, in CE zu investieren, ist das Thema Automobil von profunder Bedeutung. Mit Audi haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir einiges auf die Beine stellen können in Richtung Handel, aber auch in Richtung Endverbraucher. Wir reden über zwei innovative Unternehmen, zwei Technologie-Unternehmen, Unternehmen, die auf Innovation und Design setzen, und ich denke, da kann man sich gut unterstützen. Uns bieten sich viele Möglichkeiten, in Richtung Handel und Endverbraucher zu kommunizieren.

**PoS-MAIL:** Können Sie da ein konkretes Beispiel nennen?

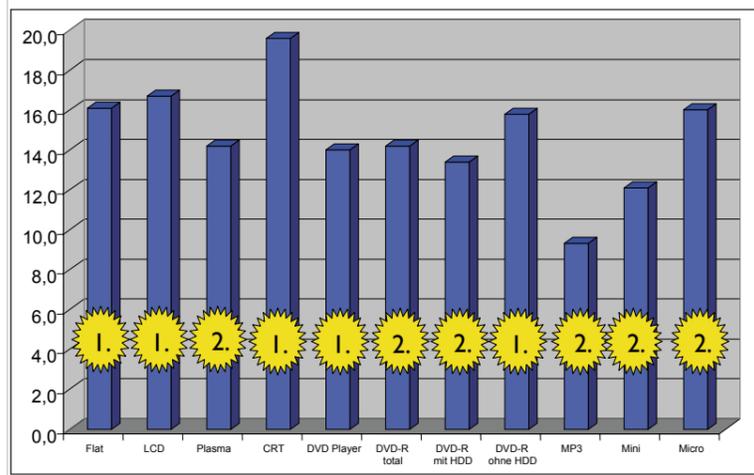
**Ronald de Jong:** Wir versuchen zum Beispiel, gemeinsam mit Audi das Thema Geschwindigkeit zu transportieren. Dabei präsentieren sich zwei starke und innovative Marken, die die gleiche Zielgruppe ansprechen. Wir werden mit unseren Flat-TVs praktisch die schnellsten Panels der Welt haben – mit einer Reaktionszeit von 3 ms. Audi hat mit seinem R 8 einen der schnellsten Sportwagen mit einer Geschwindigkeit von über 300 km/h. Diese Cross-Promotion werden wir über den Handel kommunizieren. Wir werden gemeinsam mit Audi in die DTM einsteigen. Bei der deutschen Touring-Meisterschaft werden wir mit Ambilight einer der Sponsoren sein, auch das ermöglicht viele Aktivitäten mit dem Handel – auch im Rahmen von Kunden-Events, die wir veranstalten werden.

**PoS-MAIL:** Haben Sie noch eine Botschaft für den deutschen Fachhandel?

**Ronald de Jong:** Die Firma Philips ist bestens für die Zukunft gerüstet. Wir sind fest davon überzeugt, dass die Consumer Electronics in den kommenden Jahren nach wie vor ein interessanter Wachstumsmarkt bleiben wird, für Industrieteilnehmer, aber auch für die Fachhandelspartner. Und ich freue mich sehr darauf.

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

Marktposition von Philips in Deutschland  
Jahr 2006 in Wert



„Unsere Zielsetzung bei CE ist es, mindestens die Position 3 in den verschiedenen Segmenten zu erreichen.“

# Panasonic verbessert nochmals Viera-Technologien

## BRILLANTE BILDER, EINFACHE VERNETZUNG

**Panasonic hat im Februar die Einführung seiner neuen Plasma- und LCD-Fernseher der Viera-Reihe bekanntgegeben. Die neuen Modelle zeichnen sich durch beste Bildwiedergabe, eine unkomplizierte Bedienführung und Netzwerkfähigkeit aus.**

Panasonic hat bei den neuen Viera-Modellen die für ihre außergewöhnliche Bildqualität bekannte V-Real-Technologie nochmals weiterentwickelt. Sie kommt als V-Real II in den HD-Modellen und V-Real Pro II in den Full HD-Modellen zum Einsatz. Die V-Real Technologie erzeugt ein noch dunkleres Schwarz sowie feinere Farbabstufungen – bei großen Bildschirmen wird somit eine noch bessere Detailgenauigkeit erreicht.

Der V-Real Pro II Prozessor empfängt 1.080p-Videosignale in Originalformat. Für eine Wiedergabe in ebenso hoher Qualität werden die Signale optimal verarbeitet und nicht abwärtskonvertiert. Standardauflösende (SD)-Videosignale werden auf 1.080p-Signale hinaufkonvertiert – so entstehen Bilder in der Qualität eines hochauflösenden (HD-) Videosignals. Aktuelle Fernsehsendungen und DVD-Software werden in 1.080p-HD-Videosignale umgewandelt. Dabei werden die Signale aufwärtskonvertiert, ohne dass Bild-details verlorengehen. Der Prozessor verwendet zudem eine progressive Konvertierung, um 1.080i-HD-Videosignale in 1.080p-Signale umzuwandeln. Der V-Real-Entwicklung kamen Erfahrungen zugute, die bei der Konzeption von High-Definition-Kameras für die Übertragung der Olympischen Spiele gemacht wurden.

Außerdem wurde auf die fortschrittliche Aufnahmetechnik des Panasonic Hollywood Laboratory (PHL) zurückgegriffen.

### Viera LCD-Technologien

Panasonics neue Bild-Technologien sorgen bei den LCD-TVs für noch bessere Bildqualität. Das System **Intelligent Scene Controller** stellt die Hintergrundhelligkeit und den Kontrast entsprechend dem jeweiligen Bildinhalt ein. Bei dunklen Bildern wird die Hintergrundintensität auf nur noch ein Siebtel (im Vergleich zum Vorgängermodell LX60) reduziert, um ein noch tieferes Schwarz zu erzeugen. Außerdem wird durch Anpassung des helleren Bildanteils bei hellen Szenen und des dunklen bei dunklen Szenen die Bildintensität um das Vierfache verstärkt. Auf diese Weise kann der Viera sogar feinste Unterschiede im Schwarz-Ton genau übertragen.

Bei dem Modell TX-32LXD700 und der neuen LX70-Serie sorgt **100 Hz Motion Picture Pro** für eine scharfe und fließende Darstellung des Bildes auch bei schneller Bewegung. Der Nachzieheffekt bewegter Bilder wurde im Vergleich zum LX70-Vorgängermodell LX60 um 50 Prozent reduziert. Ein Verschwimmen und Ruckeln der Bilder wird dadurch weitgehend vermieden – und schnelle Bewegungen werden scharf und ohne Kanten dargestellt. Die Viera LCD-TVs TX-32LXD700 und LX70 sind somit für Actionfilme und Sportsendungen wie Baseball und Fußball bestens geeignet. Auf dem Viera **IPS Alpha LCD Panel** (TX-32LXD700 und LX70-Serie) wirken die Farben auch aus sehr spitzen Blickwinkeln (horizontal und

vertikal) voll und lebendig. So hat der Zuschauer aus jeder Ecke des Raumes eine gute Sicht. Der extra weite Blickwinkel von 178 Grad ist perfekt, um sich Filme mit der ganzen Familie anzusehen.

### Viera Plasma-Technologien

Für ein noch klareres Bild, in dem Verzerrungen in digitalen Videosignalen beseitigt werden, sorgt bei den Viera Plasma-TVs der PZ700-Serie und dem Modell TH-42PX730 der **Digital Optimizer**. Er erfasst und entfernt das für digitale Videosignale spezifische Rauschen analysiert jede Szene und verwendet jeweils die angemessene Rauschminderung. So bringt er die ganze Bildqualität eines High-Definition-Originals zur Geltung.

Die **Bewegungsbedingte Rauschunterdrückung** reduziert Konturrauschen, wie es teilweise bei Bewegungsbildern auf Plasma-Bildschirmen vorkommt, um fließende, störungsfreie Bilder wiederzugeben. Rauschgefährdete Bewegungsmuster werden erfasst und wie erforderlich justiert, um die Bildqualität zu optimieren. Selbst Szenen mit sehr schnellen Bewegungen werden durch die äußerst gute Abstufungsfähigkeit des Plasma-Bildschirms scharf und klar wiedergegeben, was die Qualität bewegter Bilder erhöht.

Das **Real Black Drive System mit neuem Schwarzfilter** liefert ein tiefes und sattes Schwarz. Zudem tragen das erhöhte Öffnungsverhältnis der Zellen und die verbesserte Entladungseffizienz dazu bei, auf einem hochauflösenden Viera Full HD-Panel einen unvergleichlichen Kontrast zu erreichen. Um den großen Nutzen der hohen Auflösung des Full HD-Panels zu ziehen, nutzt Viera eine Signalverarbeitung von bis zu 16 Bit. Dies erhöht die Anzahl der Graustufen auf 4.096, was Rauschen und Blackscouts minimiert. Sowohl dunkle als auch helle Bildelemente erscheinen somit klar und deutlich.

Alle Viera Plasma-Bildschirme sind bleifrei hergestellt. Panasonic ist es als weltweit erstem Hersteller gelungen, diesen umweltschädlichen Bestandteil durch einen umweltfreundlichen zu ersetzen. Dadurch wird die Umweltbelastung bei späterem Recycling oder bei der Entsorgung gesenkt.



Viera Plasma-TV TH-42PV71

Bei Plasma-Bildschirmen hängt der Stromverbrauch von der Bildhelligkeit ab. Die Elektronik von Viera sorgt dafür, dass stets nur so viel Strom verbraucht wird, wie für die jeweilige Szene notwendig ist. So wird der Stromverbrauch gesenkt, was sich auf die Energiekosten auswirkt. Auch bei der Herstellung hat Panasonic die Umwelt im Blick. So werden die Viera Leiterplatten natürlich ebenfalls mit bleifreiem Lot hergestellt.

Die Viera Plasma-Bildschirme sind für eine Lebensdauer von rund 60.000 Stunden ausgelegt. Da es keine Hintergrundbeleuchtung gibt, die im Laufe der Jahre an Helligkeit verliert, bleibt die Helligkeit viele Jahre lang hochwertig.

### Unkompliziert vernetzt dank Viera Link

Ein HDMI-Kabel überträgt nicht nur digitale Video- und Audiosignale, sondern auch die Steuerungssignale. Dadurch lassen sich mit der Viera Fernbedienung auch der DVD-Recorder, der BD-Player, die HD-Videokamera und andere am Viera Fernseher angeschlossene Geräte steuern. Bei den Viera Modellen 2007 wird die Unterhaltung noch einfacher. Mit dem HDAVI Control 1 bei den 2006er-Modellen konnten mit nur einer Fernbedienung alle angeschlossenen korrespondierenden AV-Geräte ein- und ausgeschaltet werden. Mit den neuen Modellen wurde diese Funktion als Viera Link (inklusive HDAVI Control 2 Funktion) erweitert. Nun besteht die Möglichkeit, nicht nur mit der Viera Fernbedienung, sondern auch mit dem Viera Bildschirm-Menü auf alle angeschlossenen und korrespondierenden AV-Geräte zuzugreifen – vorausgesetzt, die AV-Geräte sind mit

Viera-Link und HDAVI Control 2 ausgestattet. Viera Link (HDAVI 2) ist eine Entwicklung von HDAVI Control. Viera Link verwendet Steuerungssignale aus HDMI-Kabeln zur Verbindung der Bedienung von Diga, Verstärker und HD-Videokamera und ermöglicht dadurch eine gemeinsame Steuerung über die Viera Fernbedienung.

### Anschlüsse

Für zukünftige Erweiterungen und einfachere Verwendung werden die neuen Viera Fernseher mit drei HDMI-Anschlussbuchsen ausgeliefert (eine auf der Front-, zwei auf der Rückseite). Während auf der Rückseite z. B. DVD-Recorder, BD/DVD-Player und Set-Top-Box angeschlossen werden, steht die Frontbuchse zur Verfügung, um schnell einmal die Videokamera anzuschließen und die soeben aufgenommenen Bilder anzusehen.

Die Modelle der PZ700 Serie sowie der Panasonic TH-42PX730 und TX-32LXD700 sind außerdem mit einem Kartenleser ausgestattet. Zudem sind die Modelle der PZ700 Serie mit dem Videoformat AVCHD kompatibel. AVCHD ist ein Standard, der gemeinsam von Sony und Panasonic für HD-Digital-Videokameras entwickelt wurde. Mit Hilfe hocheffizienter Codec-Technologien nehmen sie hochauflösende 1.080i-Signale auf Medien wie 8-cm-DVDs und SD/SDHC-Speicherkarten auf. Dank AVCHD können moderne Videokameras also auch längere Aufnahmen mit hoher Datendichte schaffen.

Digitalfotos nach AVCHD-Standard bringt der Viera Kartenleser somit ebenfalls groß heraus. Viera unterstützt die aktuellen 4-GB-SDHC-Karten. miz



Viera LCD-TV TX-32LXD70

# Auswärtsspiel!



# Heimspiel!



\*Unverbindlich empfohlener Händlerverkaufspreis exkl. MwSt. \*\*Unverbindlich empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt. Technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten. DLP® und das DLP-Logo sind registrierte Warenzeichen von Texas Instruments.

#### Business-Projektoren mit brillanter Bildqualität – Innovation made by BenQ

Zuverlässige und innovative Technik, Bildergebnisse vom Feinsten, exklusives Design und durchdachte Bedienerfreundlichkeit: So wird das Büro zum Lebensraum und die Lebensräume werden zum Büro – unterwegs und zu Hause.

**CP220:** der mobile Reisebegleiter für Profis: 1,8 kg leicht, 2200 ANSI Lumen, 2000:1 Kontrast, HEK\*: 649 €, UVP\*\*\*: 999 €

**MP770:** der Power-Projektor für den Konferenzraum: „Brilliant Color Technology“, 3200 ANSI Lumen, 2000:1 Kontrast, HEK\*: 1099 €, UVP\*\*\*: 1.599 €

Fachhandels-Hotline: 040 822 264-166, E-Mail: [Fachhandel.de@BenQ.com](mailto:Fachhandel.de@BenQ.com) oder Internet: [BenQ.de](http://BenQ.de)

# BenQ

Enjoyment Matters



Der Branchentreff der ElectronicPartner Verbundgruppe fand wie jedes Jahr auf dem Düsseldorfer Messegelände statt. Die Verbundgruppe verzeichnet derzeit 3.225 Mitgliedsunternehmen.



Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics, Samsung Electronics Deutschland GmbH, ließ es sich nicht nehmen, den Messeverlauf persönlich zu verfolgen. „Unsere neuen Plasma- und LCD-TV-Linien erfreuen sich eines außerordentlichen Zuspruchs.“



Gernot Teufel, Head of Home Networking der Panasonic Deutschland GmbH: „Panasonic hat in Sachen Vernetzung ein unglaubliches Potential.“



# ERFOLGREICHER ELECTRONICPARTNER

**Ganz traditionell fand der alljährliche Branchentreff der ElectronicPartner Verbundgruppe Anfang März auf dem Düsseldorfer Messegelände statt. Geschäftsführer Oliver Haubrich hatte allen Grund**

Besonders starkes Wachstum verbuchte die Verbundgruppe im deutschen Heimatmarkt. Hier konnte das Ergebnis von 1,184 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2005 auf 1,376 Milliarden im Jahr 2006 gesteigert werden – das entspricht einem Zuwachs von 16,2 Prozent. Auch im Ausland konnte ElectronicPartner starkes Wachstum verzeichnen. Die europäischen Landesgesellschaften konnten den Zentralumsatz von 618 auf 675 Millionen Euro steigern. Das entspricht einem Plus von 9,2 Prozent. In den internationalen Zentralumsatz fließen die Ergebnisse der Landesgesellschaften in Belgien, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweiz, Türkei und Ungarn ein. Auch für den hochgerechneten Außenumsatz (Mitgliederumsatz zu Endverbraucherpreisen inklusive Mehrwertsteuer) verbucht ElectronicPartner exzellente Zuwachsraten: In Deutschland steigt das Ergebnis von 2,544 auf 2,899 Milliarden Euro. Das entspricht einem satten Plus von 13,8 Prozent. Im europäischen Ausland wächst der Außenumsatz um 6,7 Prozent von 1,328 Milliarden auf 1,417 Milliarden. Insgesamt klettert der Außenumsatz für die gesamte Gruppe souverän von 3,872 Milliarden Euro über die vier Milliarden Euro-Marke auf 4,307 Milliarden Euro. Das entspricht insgesamt einem Wachstum von 11,2 Prozent. Bei den Mitgliederzahlen verbucht ElectronicPartner im Ausland mit den unternehmerisch geführten Landesgesellschaften einen Zuwachs um 3,8 Prozent. Dementsprechend ist die Zahl der Mitglieder im europäischen Ausland auf 1.923 gestiegen. In Deutschland

**zur guten Stimmung. Der Zentralumsatz erreichte im Jahr 2006 rund 2,05 Milliarden Euro, was einer Steigerung von 13,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht.**

zählt ElectronicPartner jetzt 3.225 Mitgliedsunternehmen. Das entspricht einem Zuwachs von 0,7 Prozent. „Wir legen als Botschafter erfolgreicher selbständiger Unternehmer stets besonders großen Wert darauf, den Umsatz auf gleicher Fläche signifikant zu steigern. Denn daran messen wir für uns die Attraktivität und Leistungsfähigkeit unserer Mitgliedsunternehmen. Für das Jahr 2006 haben wir allen Grund zum Feiern. Wir haben recherchiert: Mit 11,4 Prozent Umsatzsteigerung auf gleicher Fläche sind die EP:Fachhändler Branchenbeste“, ergänzt Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner. „Wir wissen, dass es heute notwendig ist, zu den Top fünf der Branche zu gehören. Mit unserem Ergebnis 2006 haben wir uns einen komfortablen Abstand und einen sicheren Platz in der Spitzensliga gesichert“, kommentiert Haubrich das Ergebnis. „In der Summe können wir uns auf ein Jahr mit vielseitigen Innovationen und modischen Designs für die trendbewussten Kunden freuen. Da viele Innovationen die Produkte komplexer werden lassen, sehen wir uns bei ElectronicPartner mehr denn je in unserer Beratungskompetenz gefragt. Daher investieren wir Millionen in die Weiterbildungs- und Schulungsprogramme unserer Mitarbeiter, Mitglieder und Franchiser. Wir sind uns sicher, dass wir alle Trümpfe für eine erfolgreiche Saison in der Hand haben“, fasst Oliver Haubrich den Ausblick 2007 zusammen.



Christian Belz, Gebietsverkaufsleiter bei Panasonic Batteries, zeigte sich sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe.



Die Besetzung am Pioneer-Stand demonstrierte, was derzeit mit einem 1.080p Plasma und einer Surround-Anlage der Spitzenklasse machbar ist.



Auf der Pressekonferenz, die im Vorfeld der Messe stattfand, traf man auch Donat Brandt, Geschäftsführer Media Society (links), und Horst Nikolaus, Vertriebsleiter Grundig Intermedia GmbH.



Bernd Ruschmeier, Gebietsverkaufsleiter der Harman Consumer Group Germany, präsentierte die komplette Range von JBL, Harman und AKG.



Auf dem JVC-Stand konnte von der ersten Messestunde an reger Kundenbesuch verzeichnet werden. Die Verbindung mit JFI schafft hier sicherlich eine besondere Ausstellerposition.



Auf dem Stand des taiwanesischen UE/IT-Anbieters BenQ waren Kitty Wong, Sales Director, sowie Heiko Schamofski und Oliver Wollny, beide Bezirksleiter Consumer Channels, vertreten.



Matthias Moschner, Leiter Marketing bei Metz: „Die neuen HDTV-nachrüstbaren LCD-TVs fanden großen Anklang.“



V. l.: Toshiro Tsuchiya, Senior Director Consumer Electronics Panasonic Deutschland GmbH, BVT-Vorsitzender Willi Klöcker, Werner Graf, Director CE bei Panasonic und Joachim Reinhard, COO und Präsident von Panasonic Europe.

# PARTNER BRANCHENTREFF 2007



Uk Jung, Managing Director der LG Deutschland GmbH (rechts), und Fred Breuer, Director Sales, zeigten sich zufrieden mit dem Auftakt der EP Messe.



In-Bo Kong, Managing Director der Daewoo Electronics Europe GmbH, und Hartmut Zimmermann, Leiter Vertrieb, zeigten sich mit der Geschäftsentwicklung im Vorfeld der Messe sehr zufrieden.



Jürgen Karlein, Manager Sales der Toshiba GmbH (rechts), und der neue Verkaufsleiter für den Großraum Hannover haben sich sehr hohe Ziele im LCD-TV-Bereich gesteckt.



Ronald de Jong, Geschäftsführer der Philips GmbH und Geschäftsführer des Bereiches Consumer Electronics, war aktiv am Messegeschehen beteiligt: „Im Bereich Flat-TVs sind wir die Nummer eins und werden es auch bleiben.“



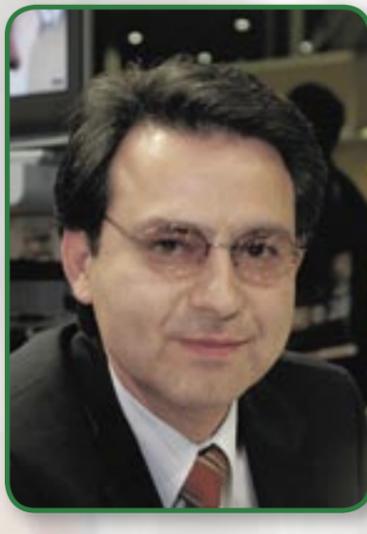
Bei Hitachi standen Camcorder der neuen Generation und Flat TVs im Fokus. Erstmals wurde hier dem deutschen Fachhandel der neue Full HD 42" Plasma der T-Serie vorgestellt. V. l.: Ingbert Kurgmann, Gebietsverkaufsleiter, Carsten Landshöft, Sales Support, und Ralf Wietek, Verkaufsleiter D, A bei Hitachi.



Zwei altbekannte und gute Geschäftspartner: K. Kang, Geschäftsführer der Samsung Electronics GmbH, und Bernd Koschminsky, Bereichsleiter Einkauf Consumer Electronics und Haushalt Elektro bei ElectronicPartner.



Packard Bell, ein auf Wachstum programmiertes Computerunternehmen, war unter der Leitung von Frank Drießen, Verkaufsleiter Deutschland, mit Desktops und Notebooks vertreten – intelligente Navigationsgeräte und MP3-Player ergänzen das Programm.



Florian Rosenberg ist neuer Key Account Director Consumer Electronics bei Sony Deutschland. „Über die Qualität der Sony Produkte müssen wir nicht reden, die sind ‚like no other‘.“



Dr. Norbert Kotzbauer, Geschäftsführer der Metz-Werke, im Gespräch mit Lorenz Huck, Redakteur markt intern. Metz positioniert sich seit Jahren als Fachhandelspartner Nummer eins.

# Viel Platz für Vista: Neue Monitore im Breitbild-Format

Nie war die Zeitspanne zwischen den ersten Modellen einer neuen Produktgruppe und der Verfügbarkeit eines breiten Angebots so kurz, wie bei den aktuellen TFT/LCD-Monitoren mit WideScreen-Format. Die Gründe sind mehrschichtig: Neben der Fähigkeit der Industrie, schneller auf Trends und Marktentwicklungen zu reagieren, beschleunigen sinkende Panel-Preise den Wechsel vom Seitenformat 4:3 auf Breitbild. Mit WideScreen-Monitoren lassen sich noch Erträge erzielen, die bei Displays

im herkömmlichen Format bereits Geschichte sind. Von dem Umstieg auf Microsofts neues Betriebssystem Vista erhoffen sich die Hersteller ein Nachfrage-Hoch und eine stärkere Auslastung der für den Breitbild-TV-Markt aufgebauten Produktionskapazitäten. Unabhängig davon, in welchem Maße sich diese Erwartungen erfüllen, ist das Ende der 4:3-Displays programmiert. Dem Handel bringt diese Entwicklung Umsatz, der Anwender freut sich über mehr Platz auf dem Bildschirm.



**Philips 200XW7EB/00**  
20,1 Zoll für Office, Spiele und Unterhaltung

Der neue 16:10 Breitbild-Monitor Philips 200XW7EB/00 ist neben Office-Arbeiten hervorragend für Video- und Fotobearbeitung sowie für sämtliche Unterhaltungs-Anwendungen geeignet. Der 20,1 Zoll +WSXGA Bildschirm mit 51 cm Bild-diagonale und 1.680 x 1.050 Bildpunkten vereint hohe Auflösung, schnelle Reaktionszeit, Dual Input, Bedienungsfreundlichkeit und hohen Komfort in einem Gerät und unterstützt mit seinem Bildformat optimal das neue Windows Betriebssystem Vista. Die Helligkeit beträgt 300 cd/m<sup>2</sup>, das Kontrastverhältnis 600:1. Die Betrachtungswinkel liegen bei 160° (H) und 145° (V). Die Reaktionszeit ist 8 ms. Der Bildschirm ist um 90 Grad drehbar. Zur Verfügung stehen analoger (VGA) und digitaler Signaleingang (DVI-D). Der UVP beträgt 329,99 Euro.



**Philips 190CW7CS**  
19,1-Zöller im Breitbilddesign

Auch der neue 19,1" WXGA+ Monitor 190CW7CS im Breitbilddesign ist optimal für Windows Vista geeignet. Der Standard „Wide Extended Graphics Array Plus“ (WSXGA+) kennzeichnet Monitore, die Bildinhalte im Vollbildmodus ohne Zeilensprung darstellen. Die Auflösung des 190CW7CS mit seiner Bilddiagonale von 48,5 cm beträgt 1.440 x 900 Bildpunkte. Der Helligkeitswert beträgt 300 cd/m<sup>2</sup>, das Kontrastverhältnis 850:1 und die Betrachtungswinkel 170° (H)/160° (V). Die Reaktionszeit liegt bei 5 ms. Der Dual Input akzeptiert analoge VGA- und digitale DVI-Signale. Die sRGB-Funktion ermöglicht die maximale Übereinstimmung der Anzeige von Farben auf dem Bildschirm mit der Druckausgabe. Der UVP beträgt 244,99 Euro.



**SyncMaster 931BW**  
2 ms (G/G) für Spiele- und Videofans

Mit einem Monitor-Trio im Breitbildformat hat Samsung als einer der ersten Hersteller den neuen Display-Trend in Großserienprodukte umgesetzt. Der 19-Zoll-Monitor ist für Windows Vista zertifiziert. Die Helligkeit beträgt 300 cd/m<sup>2</sup>, der maximale Kontrast statisch 700:1 (dynamisch 2.000:1) und die Reaktionszeit nur 2 ms (G/G). Die möglichen Betrachtungswinkel liegen horizontal und vertikal bei 160°. Die Auflösung beträgt 1.440 x 900 Bildpunkte. Als Signaleingänge sind ein analoger 15pin D-sub und ein digitaler DVI-D Anschluss verfügbar. Zur Optimierung der Bilddarstellung wird die Software MagicTune und MagicBright3 mitgeliefert. Der SyncMaster 931BW unterstützt über seinen DVI-Anschluss HDCP und ist für HD-Content geeignet. Der UVP beträgt 249,- Euro.



**SyncMaster 206BW**  
DVI-Anschluss mit HDCP

Das für Windows Vista zertifizierte 20-Zoll WideScreen-Display SyncMaster 206BW überzeugt neben elegantem Design durch seine geringe Reaktionszeit von nur 2 ms (G/G) und den dynamischen Kontrast von 3.000:1. Eine unkomplizierte und stets optimale Bildeinstellung garantiert die mitgelieferte Software MagicBright. Der Monitor mit der Bilddiagonale von 50,8 cm und 1.680 x 1.050 Bildpunkten erreicht die Helligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> und das Kontrastverhältnis von 800:1 (dynamisch 3.000:1). Die Betrachtungswinkel betragen 160° horizontal wie vertikal. Über einen DVI-Anschluss mit HDCP-Unterstützung lassen sich auch kopiergeschützte Multimediainhalte problemlos darstellen. Die Garantie umfasst 3 Jahre inkl. 3 Jahre Vor-Ort-Austauschservice mit Leihgerät. Der UVP beträgt 359,- Euro.



**Samsung SyncMaster 226BW**  
22-Zöller im Klavierlack

Mit seinem schwarzen Klavierlack-Design zieht Samsungs neuer 22-Zoll WideScreen-Monitor bewundernde Blicke auf sich. Mit nur 2 ms (G/G) Reaktionszeit ist das für Windows Vista zertifizierte TN Panel einfach ideal für Gamer und Multimedia-begeisterte. Durch das Kontrastverhältnis von 1.000:1 (dynamisch 3.000:1) lassen sich auch sehr dunkle oder helle Bildszenen detailreich darstellen. Die Helligkeit beträgt 300 cd/m<sup>2</sup>, die Auflösung 1.680 x 1.050 Bildpunkte. Die Betrachtungswinkel liegen horizontal und vertikal bei 160°. Die einfach zu bedienende Bildanpassungs-Software MagicBright und MagicColor gehört zum Lieferumfang. HDCP wird über den DVI-Eingang unterstützt und ermöglicht die Wiedergabe kopiergeschützter Inhalte. Der UVP beträgt 449,- Euro.



**BenQ FP222WA**  
Mehr im Blickfeld mit 22 Zoll

Das 22-Zoll WideScreen-Display BenQ FP222WA erreicht das Kontrastverhältnis von 700:1 und einen Helligkeitswert von 300 cd/m<sup>2</sup>. Die Reaktionszeit beträgt nur 5 ms. Das WideScreen-Format mit der Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten (WSXGA+) bietet nicht nur bei der Office-Arbeit viel Platz auf dem Desktop, sondern wird auch bei der Video- und Foto-Bearbeitung von den Anwendern begrüßt. Bei der Arbeit mit einem Textprogramm lassen sich zwei DIN A4-Seiten gleichzeitig in Originalgröße nebeneinander darstellen. Aber auch für Entertainment-Anwendungen wie Video-Filme und Games ist der FP222WA mit seinem Breitbildformat hervorragend geeignet. Für alle BenQ Displays wird ein 3-Jahres-Vor-Ort-Austausch-Service geboten. Der UVP beträgt 299,- Euro.



**BenQ FP222WH**  
22-Zöller mit HDM-Schnittstelle

Mit dem FP222WH präsentiert BenQ ein 22 Zoll großes Display mit Windows Vista Premium Logo. Der neue WideScreen-Monitor erreicht den Kontrastwert von 700:1, die Helligkeit von 300 cd/m<sup>2</sup> und 5 ms Reaktionszeit. Das Wide-Format mit einer Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten (WSXGA+) bietet Office- und Home-Anwendern mehr Platz und Komfort bei der Arbeit am Bildschirm. Die HDMI-Schnittstelle des FP222WH erschließt High-Definition-Anwendungen wie professionelle Videobearbeitung und HD-DVD-Wiedergabe. DVI-D und Sub-D ermöglichen den Anschluss digitaler und analoger Signalquellen. Im Lieferumfang des BenQ FP222WH sind eine Kurzanleitung, ein Netzkabel, ein Sub-D-/DVI-Kabel, ein Handbuch und eine Treiber-CD enthalten. UVP: 349,- Euro.



**MultiSync 20WGX2 Pro**  
20 Zoll WideScreen mit „Glossy“

Mit dem MultiSync 20WGX2 Pro bringt NEC Display Solutions eine neue LCD-Generation für Gaming und Lifestyle auf den Markt. Der 20-Zoll LCD-Monitor im Wide Format mit „Glossy“ Oberfläche richtet sich speziell an anspruchsvolle Gamer und designbewusste Heimanwender. Das 16:10-Display ist mit den Auflösungen von 1.280 x 768 und 1.366 x 768 Bildpunkten und im Design Frontrahmen silber, Gehäuse schwarz erhältlich. Das S-IPS TFT-Panel erreicht ein Kontrastverhältnis von 700:1, (1.600:1 mit Advanced DV Mode), die Leuchtstärke von 470 cd/m<sup>2</sup> und einem Betrachtungswinkel von 178° horizontal und vertikal. Die Reaktionszeit beträgt 6 ms. Als Signaleingänge stehen eine digitale DVI-D und eine analoge Mini D-sub 15 pin Schnittstelle bereit. UVP: 549,- Euro



**CeBIT: Drei WideScreens**  
Neue Einstiegsklasse im NEC Portfolio

Die NEC AccuSync Serie erhält auf der CeBIT durch neue WideScreen-Modelle Zuwachs. Der 20-Zoll AccuSync LCD203WM und der 22-Zoll AccuSync LCD223WM im Wideformat bilden die neue Einstiegsklasse im NEC Portfolio. Die beiden Geräte zeichnen sich durch ihr Preis-/Leistungsverhältnis und die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten aus. Ganz gleich, ob im Home Office, dem mittelständischen Büro-Alltag oder zu Unterhaltungszwecken, mit den neuen AccuSync WideScreens wird alles zum Vergnügen. Mit dem NEC MultiSync LCD195WXM im 19-Zoll-Format feiert ein weiteres NEC WideScreen-Modell auf der CeBIT Premiere: Der neue MultiSync LCD195WXM vereint alle Vorteile der bisher erfolgreichen 5er-Serie mit den Vorzügen und dem Komfort des 16:9 Wideformats.



**LG Flatron M228WA**  
Vista optimierte Wide-Screen-Monitore

Zeitgleich mit der Einführung von Windows Vista erweitert LG sein Angebot um zahlreiche, zu dem Betriebssystem passende WideScreen-Monitore. MS-Vista wurde für die Darstellung auf Breitformat-Displays konzipiert. Mit den Flatron-Modellen M208WA und M228WA stehen zwei Vista-zertifizierte Monitor-TV-Kombinationen mit 20 und 22 Zoll zur Verfügung, die PC-Monitor und LCD-Fernseher in einem Gerät vereinen. Das dynamische Kontrastverhältnis von 3.000:1 und 5 ms Reaktionszeit sowie WSXGA+-Auflösung garantieren hochwertigste Bilddarstellung. Der eingebaute PAL-/SECAM-Kabeltuner ermöglicht Fernsehen ohne eingeschalteten PC. Designverwöhnte Anwender werden sich an dem in glänzendem Schwarz gehaltenen Äußeren der Modelle erfreuen. UVP 399,- Euro.

# Falk Navigation P300

## NEUARTIGES EINBAUKONZEPT

**Falk Marco Polo Interactive hat zur CeBIT mit dem Falk P300 ein mobiles Navigationssystem vorgestellt, das über ein optional erhältliches Einbausystem direkt mit der Autoelektronik verbunden werden kann. So will Falk die Vorteile der mobilen Navigation mit denen eines Festeinbaus verbinden.**

Die mitgelieferte Geräte-Dockingstation sorgt für stabilen Halt und enthält die Anschlüsse für alle Kabel und eine integrierte TMC-Kurzantenne. Mit einem Handgriff kann der Falk P300 eingesetzt und auch wieder herausgenommen werden. Die optional erhältlichen Car Kits ermöglichen eine formschöne und sichere Integration des Navigationsgerätes in das Autointerieur. Mit Hilfe der Pro-

Clip-Halterung und einem Kugelgelenk wird die Dockingstation für den Falk P300 am Armaturenbrett befestigt. Diese Variante ermöglicht eine uneingeschränkte Sicht durch die Windschutzscheibe und sorgt während der Fahrt für einen festen Halt. (UVP: 39,35 Euro) Der professionelle Anschluss (Car Kit Comfort) der Dockingstation an die Autoantenne sorgt für einen optimalen und zuverlässigen Empfang von TMCpro. Die komfortable Variante wird durch die integrierte Stromversorgung abgerundet (UVP: 79,95 Euro). Für den festen Einbau des Navigationsgerätes bietet Falk außerdem die Variante Car Kit Professional. Hier wird eine Connect Box hinter der Armatur verbaut. Diese verbindet die Dockingstation mit Autoradio, Autoantenne, Autobatterie und Autolautsprechern. Alle Kabel verlaufen somit hinter der Armatur. Durch die vollständige

Integration des Falk P300 sind optimaler TMC-Empfang, dauerhafte Stromversorgung und Musik- beziehungsweise Sprachausgaben über die Autolautsprecher garantiert (UVP: 149,95 Euro). Die einfache Variante (Car Kit Pure) kann selbst eingebaut werden. Für den Einbau des Car Kit Comfort oder des Car Kit Professional empfiehlt Falk die Montage bei einem von rund 1.000 Partnern. Mit seiner eleganten Erscheinung und den kompakten Abmessungen von 10 x 8,7 x 2,2 cm wurde der P300 zur CeBIT mit dem IF Product Design Award ausgezeichnet. Als GPS-Empfänger dient eine 20-Kanal-Antenne mit SiRF-III-Chip. Die neue GPS-Schnellortung Premium GPS sorgt für eine sekundenschnelle Standortbestimmung des Fahrzeuges. Die aktuellen Satelliten-



positionen werden täglich für die nächsten sieben Tage im voraus berechnet und können kostenlos über den Falk Navi-Manager aus

dem Internet heruntergeladen werden. Zudem ist das Navigationsgerät mit einem MP3-Player ausgestattet. UVP: 449 Euro. *miz*

# OH WIE IST DAS SCHÖÖÖN...



Alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga live wieder bei Premiere - mit arena.

Fußball total. So günstig wie nie zuvor.

## Ab € 9,99\* im Monat.

\*Buchbar über Sat und in allen Kabelnetzen außer Hessen und Nordrhein-Westfalen. Angebot gilt für ein 12- oder 24-Monats-Abo arena in Verbindung mit einer 5er-Kombi/7er-Kombi pro Monat; bei Einzelbuchung arena oder in anderer Paketkombination € 14,99 pro Monat. Zzgl. einmaliger Aktivierungsgebühr in Höhe von € 29,99 und bei Empfang über Satellit € 5,- pro Monat Sat-Bereitstellungsentgelt für arena (gilt nicht für 5er-Kombi/7er-Kombi); bei Zubuchung eines Premiere Paketes beträgt die einmalige Aktivierungsgebühr insgesamt € 29,99. Empfang im Netz von Kabel BW: € 14,90 pro Monat bei Abschluss eines 12- oder 24-Monatsabos. Zzgl. einmaliger Aktivierungsgebühr von € 14,90.

**PREMIERE**

# CeBIT 2007: Spagat zwischen Innovation

**CeBIT**  
Join the vision

## Besucherplus von zehn Prozent

Schon zur CeBIT-Halbzeit vermeldete die Messegesellschaft mehr als 200.000 Besucher in den ersten drei Tagen. Das entsprach, gegenüber der CeBIT 2006, einem Zuwachs von zehn Prozent. Zugezogen habe, so wurde betont, auch die „Qualität“ der Messegäste. Laut Bitkom besuchten mehr vorbereitete Besucher mit klaren Fragen als zuvor die Stände der über 6.100 Aussteller. Aus Deutschland kamen 16 Prozent mehr Besucher, aus den USA fanden elf Prozent mehr den Weg nach Hannover und Asien legte bei den Besuchern um sechs Prozent zu. Wegen des guten wirtschaftlichen und politischen Umfelds korrigierte der Branchenverband Bitkom die Wachstumsprognose für den deutschen ITK-Gesamtmarkt um plus 0,4 Prozentpunkte auf zwei Prozent. Nicht ins schöne Bild passte ein Bericht der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung“ (HAZ), demnach die Deutsche Messe AG massenhaft CeBIT-Eintrittskarten zum Schleuderpreis verkauft habe. Mindestens 50.000 Karten wurden dem Bericht nach für weniger als 1,- Euro pro Stück an Aussteller vergeben. Auch in den Elektronikfachgeschäften von Hannover sowie bei Karstadt und Medimax seien CeBIT-Tickets zu verkauften Billigprodukten als kostenlose Zugabe mitgegeben worden, so die HAZ. Bei Medimax habe man z. B. beim Kauf einer Speicherkarte für 9,99 Euro eine kostenlose CeBIT-Karte dazubekommen. Reguläre CeBIT-Tickets kosteten an der Tageskasse 38,- und im Vorverkauf 33,- Euro. Gegenüber der HAZ bestätigte die Messeleitung die Billig-Ticket-Aktion. Es habe sich um eine „Sonderaktion für kleinere und mittlere Aussteller“ gehandelt, die es so erstmals gegeben habe. Bei insgesamt 400.000 CeBIT-Besuchern entsprechen 50.000 zum Proforma-Preis verteilte Gratis-Tickets immerhin 12,5 Prozent.

**Vor dem Auftakt der CeBIT 2007 sorgten Absagen zahlreicher Aussteller und Kontroversen über das zukünftige Profil der führenden IT-Messe in der gesamten Branche und den Medien für Skepsis. Doch bereits nach wenigen Messetagen verbesserte sich die Stimmung: „Die Aussteller spüren die gute Konjunkturlage auf der Messe“, erklärte Bitkom-Vizepräsident Heinz-Paul Bonn auf einer Pressekonferenz zur CeBIT-Halbzeit. „Die Investitionsbereitschaft der gewerblichen Kunden ist sehr hoch.“ Die Konsumstimmung der privaten Endverbraucher sei deutlich besser als im Vorjahr. Und: „Im Mittelpunkt steht die Verbindung von Computerwelt und digitaler Unterhaltungselektronik.“ Da mag sich mancher verwundert die Augen reiben. Hieß es doch bis vor wenigen Tagen: „Die CeBIT muss sich auf ihre Wurzeln besinnen und von der Consumer Innovations-Show den Weg zurück zur Business IT-Messe finden.“**

Man muss bei Nennung dieses Prozentsatzes ja nicht gleichzeitig an das erfreuliche Besucherplus von 10% denken.

## Zukünftig kein Event der Gegensätze mehr?

In diesem Jahr war die CeBIT nochmal eine Messe, die Business-IT, Telekommunikations-Technik, elektronische Entertainment-Produkte und Computer-Games unter ihren Hallendächern vereinte, so wie das wesentlich intensiver vor allem in den Hochzeiten der damals weltweit größten Computermesse der Fall war. Vielleicht ist es ja gerade die bunte Mischung, die jedem etwas Interessantes bietet, die Besucher in großen Scharen anziehen kann und auch dafür sorgt, dass das alles beherrschende Fernsehen bunte Reportagen von der Computer-Messe in alle Welt sendet. Ab 2008 soll das auf jeden Fall anders sein: Das Profil der CeBIT als „Profimesse“ soll gestärkt werden. Das Motto: Mehr Fachbesucher, weniger „Plastiktütenträger“, und: „Die CeBIT der Zukunft wird eine ganz andere Veranstaltung sein.“ So formuliert es jedenfalls Ernst Raue, Vorstandsmitglied der CeBIT-Veranstalterin Deutsche Messe AG. Drei Säulen sollen die neue CeBIT tragen: Eine ist der Bereich „Business“ – Dienstleistungen und Geschäftsmodelle, die sich vornehmlich an Fachbesucher wenden. Die zweite Säule soll der stark wachsende „Public Sector“-Bereich für Fachbesucher aus den öffentlichen Verwaltungen bilden. Dritte Säule der neuen CeBIT wird der Bereich „Residential“ sein. Damit ist Handel und Handwerk gemeint. Mit der Austreibung der Plastiktütenträger wurde ja schon 1996 begonnen, als man die mehr an Produkten für Heimanwender interessierten Besucher und Aussteller auf die CeBIT HOME in Leipzig verbannen wollte, wo sie bekanntlich niemals heimisch wurden, dafür aber zum kontinuierlich ansteigenden Erfolg der

nun jährlich veranstalteten IFA beitragen. Wie sagt man schon seit längerem im Boxsport: „They never come back“.

## CeBIT 2007: Kernthemen Telematik und Navigation

Kernthemen der diesjährigen CeBIT waren Telematik und Navigation. Für diese Fachbereiche stand die gesamte Halle 11 zur Verfügung. Vor zwei Jahren sei dieses Thema auf der CeBIT mit 80 Quadratmetern Standfläche abgehandelt worden, erinnerte Ernst Raue, Vorstandsmitglied Deutsche Messe AG. Trendthemen waren auch RFID, Service Oriented Architecture, Digital Imaging und Open Source Software. „Diese Open-Source-Geschichten laufen sehr gut“, so Raue. Deutlichen Zuwachs an Ausstellern und Besuchern konnten der Bereich Planet Reseller und das Mittelstandsforum in Halle 5 für sich verbuchen. Dort haben sich in diesem Jahr 24 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr informiert. Networking, Beratung und Konferenzen gerieten immer mehr in den Vordergrund der CeBIT, berichtete Raue auf einer Pressekonferenz. Das Congress-Zentrum CC sei dafür inzwischen zu klein geworden. Schon auf der Pressekonferenz zur CeBIT-Halbzeit betonte Raue, dass der Messe jeder Verbraucher herzlich willkommen sei, schränkte zugleich

ein: „Aber es geht uns nicht darum, aus 400 Kilometern Umkreis möglichst viele Endverbraucher auf die Messe zu holen, um ihnen neue Flachbildschirme zu zeigen.“ Dies könnten andere Messen so halten, die CeBIT sei vor allem eine Business-Plattform, sagte Raue. Trotzdem wurde auch das Bild der diesjährigen CeBIT vor allem von den Flachbildschirmen beherrscht. Kaum ein Messestand wollte bei Präsentation und Vorführung der eigenen Exponate auf die großformatigen, leuchtenden Displays verzichten. Selbst bei der Messeleitung scheint man der eigenen Consumer-Abstinenz noch nicht ganz zu trauen. „Auf der CeBIT soll es auch künftig Verbraucherelektronik zu sehen geben, und damit auch Gaming, also Spiele, wenn auch in einem kontrollierten Maß“, erklärte Sven Pruser, CeBIT-Bereichsleiter bei der Deutschen Messe AG. Denn Gaming sei einer der Technologietreiber, und die international noch unbedeutende deutsche Computerspiele-Industrie sei zur Zeit im Aufwind und schaffe Jobs.

## Samsung hat eigenes Online-TV gestartet

Mit eigenen Unternehmensfilmen und monatlichen Webcasts informiert Samsung ab sofort seine Händler, die Online Community und Konsumenten über aktuelle Produkt- und Firmen-Highlights

des weltweit in zahlreichen Bereichen führenden koreanischen Elektronikonzerns: Pünktlich zur CeBIT hat Samsung Electronics seine Video-Offensive in eigener Sache gestartet: Erste, mehrere Minuten lange Videos sind ‚on air‘ und auf der Samsung-Website zu sehen. Samsungs Webcasts bestehen aus kurzen Videos über aktuelle Produkt-Highlights und aus Informationen über neue Technologien, aktuell z. B. über die Vorzüge von Ultra Mobile PCs, revolutionäre Handy-Designs oder die Blu-ray Disc. Händler-schaft und Partner werden per Newsletter über neue Webcasts informiert, und Phonostar, ein Spezialist für Internetradio und Online-Entertainment, wird die Samsung-Videos in Kürze über ein eigenes Online-Radio anbieten. Mit dem Phonostar Software-Player lässt sich Samsung-Internetradio auf den PC laden. Die Software verbindet mit weltweit 4.436 Internet-Radiosendern und speichert Inhalte im MP3- oder WAV-Format auf der Festplatte. „Wir freuen uns sehr, unseren Partnern und Kunden diesen neuen Online-Service anbieten zu können“, so Michael Kurpiers, Senior Manager Marketing, Corporate Marketing bei Samsung Electronics. „Wir werden die neuen Medienformate zukünftig noch viel stärker als Informationsquelle einbinden, um sie für die Händlerkommunikation, Kundeninformation oder Promotion- und Werbemaßnahmen einzusetzen.“

## Samsung Display Division

Samsungs Display Division zeigte eine umfangreiche Produkt- und Lösungspalette vom handlichen Pocket-Projektor bis hin zum großformatigen Info-Monitor, digitalen Multimedia-Photo-Frames und Thin Client-Monitoren.



Monitor SyncMaster 940UX  
mit UbiSync-Software zur Ansteuerung mehrerer Displays.

# ions-Show und Business-IT Arbeitsmesse

„Wir möchten unsere Position als Markt-, Design- und Innovationsführer in Deutschland auch 2007 bestätigen“, so Frank Kalisch, Senior Marketing & Sales Manager Display bei Samsung. Das Unternehmen will sich zukünftig stärker auf Bereiche wie CAD/CAM, DTP und (semi)-professionelle Bildbearbeitung konzentrieren, z. B. mit Produkten wie dem SyncMaster XL20 mit LED-Backlight und Kalibrierungsset. Mit Large Format Displays für Info-Terminals an Flughäfen und Bahnhöfen, dem Point-of-Sale, Empfangshallen und Lobbies oder Messen und Ausstellungen bietet Samsung für jeden Einsatzbereich das passende LCD- oder Plasma-Produkt. Die Displays lassen sich über PCs, Local Area Networks oder das Internet zentral steuern. Mit Sonderlösungen wie dem

geblich bestimmen wird. Das 108 Zoll große Fernsehgerät wird auf Bestellung ab Mitte 2007 lieferbar sein. Mit der Aquos HD1E-Serie zeigte Sharp zwei neue LCD-TVs aus dem Premium-Segment mit Full-HD-Auflösung, 2 integrierten HD-TV-Tunern, 160 GB Festplatte und Bild-Diagonalen von 52 und 46 Zoll. Das dynamische Kontrastverhältnis von 15.000:1, 100 Hz-Technologie und 4 ms Reaktionszeit garantieren kristallklare Bilder. Auch die neue XL1E Serie mit zwei Sharp Aquos LCD-TV Modellen in 52- und 46-Zoll, Full-HD-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Bildpunkten, 4 ms Reaktionszeit und 100 Hertz-Technologie bietet optimale Bildschirme für rasante HD-Heimkinofilme und Videogames im Großformat. Zugespiltes HD-Material kann in 1.080p Vollbildqualität wiederge-

Sony Home Entertainment Center Vaio VGX-XL202.



Rolle im HD-Zeitalter spielen. „Die Nachfrage nach neuesten und besten Home Entertainment-Systemen steigt signifikant und kontinuierlich. Diesem Bedürfnis wird Sony als Digital Entertainment Brand No. 1 mit seiner einzigartigen HD World gerecht. Wir bieten ganzheitliche Lösungen mit Hardware und Inhalten, überzeugen mit innovativer Technologie und außergewöhnlichem Design für unvergleichliche Entertainment-Erlebnisse in High Definition“, erläuterte Oliver Kaltner, Director Marketing Sony Deutschland GmbH.

## Sony NEC Optiarc Europe nimmt Geschäftstätigkeit auf

Am 2. April 2007 nimmt das neue Unternehmen „Sony NEC Optiarc Europe GmbH“ seine Geschäftstätigkeit auf und präsentierte sich Besuchern der CeBIT 2007 mit seinem ersten gemeinsamen Auftritt. NEC und Sony haben ihre Geschäftsbereiche für Optical Disk Speicherlaufwerke in einem neuen Gemeinschaftsunternehmen zusammengeführt, das in Europa unter dem Namen Sony NEC Optiarc Europe GmbH (Optiarc Europe) firmiert. Europa-Headquarter wird Ismaning bei München. Sony NEC Optiarc Europe GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der Sony NEC Optiarc Inc. mit Sitz in Tokio. Das Gemeinschaftsunternehmen entwickelt und produziert die optischen Speicherlaufwerke der beiden Unternehmen. Mit dem Zusammenschluss von NEC und Sony in Europa gehen auch Vertrieb und Marketing auf das neue Unternehmen über. „Sony und NEC stärken mit dem Zusammenschluss ihre Position im weltweiten Geschäft für optische Computerlaufwerke“, erklärte Thomas Nedder, Geschäftsführer der Optiarc Europe. „Unsere Laufwerke vereinen NECs Chip-technologie mit den Stärken von Sony bei den optischen Kernkomponenten. Zu unseren Kunden zählen die führenden Computerhersteller.“ Auf der CeBIT zeigte Optiarc Europe erstmals sein breites Pro-

duktportfolio von Halfheight- und Slimline-DVD-Laufwerken bis hin zu Blu-ray-Brennern. Sony und NEC zählten bereits vor dem Zusammenschluss zu den führenden Unternehmen im Bereich der optischen Speicherlaufwerke. Für die Produktion eines kombinierten Brenner-Laufwerks für beide Next Generation Formate Blu-ray Disc und HD-DVD bestehen zur Zeit keine Pläne, erklärten Firmensprecher auf Nachfrage. Ein Laufwerk, das Blu-ray-Medien beschreiben und lesen, aber HD-DVD nur abspielen könnte, würde jedoch eher auf Interesse bei der Industrie-Kundschaft stoßen, da es preiswerter herzustellen wäre als ein Kombi-Brenner für beide Formate.

## 2,5" 32 GB Flash-Speicher Festplatte von SanDisk

SanDisk Corporation, eines der weltweit führenden Unternehmen für Flashspeicher-Technologien, erweitert seine Solid State Drive (SSD) Produktserie für den Laptop-Markt. Das neue, statt einer herkömmlichen Festplatte einsetzbare, 32 Gigabyte fassende 2,5-Zoll SSD Modell mit Serial ATA Schnittstelle ist zu den meisten Notebook-Festplatten kompatibel. Nur zwei Monate nach der Präsentation des ersten SanDisk 1,8" SSD für mobile Notebooks ist nun ein 2,5" SSD für PC-Hersteller als Ersatz für Festplattenlaufwerke erhältlich. „Durch die SanDisk 2,5" SSDs gelangt die hohe Lebensdauer, die außergewöhnliche Leistung und der

geringe Stromverbrauch eines Solid-State Flashspeichers auf den Notebook-Markt“, so Amos Marom, Vice President und General Manager für den Bereich Computing Systems bei SanDisk. „Dadurch, dass SanDisk fortlaufend in den Bereich Flashspeicher investiert, wird der Gesamtpreis pro Gigabyte für SSD-Speicher sinken und die SSD-Leistungsfähigkeit ansteigen. Ein großer Anteil der aktuellen Notebooks ist mit 2,5-Zoll Festplattenlaufwerken bestückt. Der SanDisk 2,5" Solid State Drive passt in den gleichen Steckplatz wie die 2,5" Festplatte. Ein Wechsel von einer herkömmlichen auf Magnetspeichern basierenden Festplatte auf ein SanDisk SSD ist ohne Änderungen der Hardware möglich.

Die Vorteile der SanDisk SSDs für Computerhersteller und Kunden liegen auf der Hand: Solid State Drives erreichen mit 2 Millionen Stunden MTBF2 die sechsfache Lebens-Betriebsdauer einer Notebook-Festplatte. Weil es keine beweglichen Teile gibt, ist die Ausfallwahrscheinlichkeit sehr gering, selbst wenn das Gerät fallengelassen oder extremen Temperaturen ausgesetzt wird.

Beim Einsatz im Notebook ist der Datenaustausch mit einem SSD einhundertmal schneller als mit einer konventionellen Festplatte. SanDisk SSDs bieten eine Dauerlesegeschwindigkeit von 67 Megabyte (MB) pro Sekunde und eine Random-Lesegeschwindigkeit von 7.000 MB. Notebooks mit 2,5" SanDisk SSD und Microsoft Windows Vista Enterprise booten in nur 30 Sekunden.

Der Zugriff auf Dateien erfolgt mit einer Geschwindigkeit von 0,11 Millisekunden. Ein Laptop mit konventioneller Festplatte benötigt 48 Sekunden zum Booten und 17 Millisekunden für den Datei-Zugriff. Der Stromverbrauch der SanDisk SSDs ist minimal, etwa 0,9 Watt gegenüber 1,9 Watt bei konventionellen Festplatten.

SanDisk SSDs benötigen keinen Motor, keine Lager und keine beweglichen Magnetköpfe, erzeugen weniger Wärme als Festplattenlaufwerke und sind absolut geräuschlos.

Der 32 GB große 2,5" SanDisk SSD ist für Computerhersteller zum Einstiegspreis von US\$ 350 lieferbar. evo



Sharps mit 108 Zoll weltgrößter Full-HD LCD-TV mit 2,73 Meter Bildschirmdiagonale ist auf Bestellung ab Mitte 2007 lieferbar.

SyncMaster 940UX mit UbiSync-Software, Thin-Client-Monitoren und Displays mit Netzwerkfunktionalität will man verstärkt auch Zielgruppen in vertikalen Märkten ansprechen

## Sharp: 108 Zoll LCD-TV ab Jahresmitte

Auf der CeBIT gehörte der mit 108 Zoll weltgrößte Full-HD LCD-TV des LCD-Pioniers Sharp zu den von der Presse und Besuchern am meisten umlagerten Exponaten. Mit 2,73 Meter Bildschirmdiagonale, vierfacher Full HD Auflösung von 4.096 x 2.160 Pixeln, 4 ms Reaktionszeit und der einzigartigen Bildqualität des riesigen Flach-TV-Gerätes demonstrierte Sharp nachdrücklich seine Technologie- und Marktführerschaft und bewies eindrucksvoll, dass sich die LCD-TV-Technologie auch bei großen Formaten gegen Plasmasgeräte durchsetzt und den Fernsehermarkt der Zukunft maß-

geben werden. Alle auf der CeBIT 2007 erstmals vorgestellten High-End-Geräte sind bereits ab Juni 2007 im Handel.

## Digitales Wohnzimmer: Sony HD World auf der CeBIT

In der anschaulichen Form eines realen „Digitalen Wohnzimmers“ präsentiert Sony den CeBIT-Besuchern die Faszination hoch aufgelöster Bilder und die vielfältigen Verbindungs- und Vernetzungsmöglichkeiten zwischen unterschiedlichsten Geräten, von der HD Cyber-shot Digitalkamera, dem Full-HD Bravia LCD-Fernseher, der High Definition Handycam, dem Vaio Multimedia Entertainment Center, bis hin zur US-Version des Blu-ray-Players BDP-S1 und der Playstation 3. Demonstriert wurde, dass alle Marken und Produkte des Sony Konzerns und auch die Filme von Sony Pictures eine gewichtige

# CeBIT 2007 zeigt die ganze Breite des TK-Marktes

## Neues für den Tk-Handel

Voice over IP, Triple Play, Flatrates für Mobilfunk und DSL, mobile Musik, mobile Fotos und Videos, neue Tarife, neue Unternehmensauftritte und -kooperationen, neue Handys und Festnetzgeräte für Privatanwender und berufliche Nutzer. Die Liste der Themen in den Telekommunikationshallen der CeBIT 2007 ließe sich weiter fortsetzen, ohne jedoch einen Schwerpunkt nennen zu können. Was im positiven Sinne als Widerspiegelung der derzeitigen Vielfalt des Tk-Marktes interpretiert werden könnte, zeigt auf der anderen Seite ein von vielen Besuchern und Ausstellern als zumindest unglücklich empfundenen Messekonzept.

Wer sich allerdings die Zeit nahm, sich trotz der unklar erscheinenden Hallenthemen bei den verschiedenen Herstellern und Anbietern zu informieren, wurde nicht enttäuscht. Fast überall gab es wichtige Informationen, und eine Vielzahl von Ausstellern präsentierte Neuheiten, die unmittelbar für das Alltagsgeschäft des Handels wichtig sind. Auf den folgenden Seiten stellen wir das Wichtigste davon vor.

### T-Mobil und T-Com bündeln im Handel ihre Zusammenarbeit

So gaben beispielsweise T-Mobile und T-Com auf der CeBIT bekannt, ihre Zusammenarbeit im Handel erweitern zu wollen, um die Kunden noch gezielter ansprechen zu können. Beide Gesellschaften wollen ihre Partnerprogramme bündeln und die Anzahl der Partner ausbauen. Ziel dieser Maßnahme ist es, das gesamte

Produktportfolio künftig flächendeckend über besonders qualifizierte Telekom-Partner anzubieten und zudem einen erweiterten Kundenservice zu etablieren. Durch besondere Unterstützung wie die Integration in überregionale Werbemaßnahmen bieten sich den Partnern erhöhte Umsatzchancen. Das neue Telekom-Partnerprogramm soll Anfang April starten.

Mit der Bündelung ihrer Kräfte reagieren T-Mobile und T-Com auf den sich deutlich wandelnden Markt für Telekommunikation. Die Marktsegmente für Festnetz- und Mobilfunkgeräte wachsen kontinuierlich zusammen, hinzu kommt die Konvergenz von internetbasierten TV- und Videoprodukten. „Kompetente und qualifizierte Kundenberatung spielt eine immer wichtigere Rolle auf dem Markt“, sagte Dr. Heinz Fischer, Leiter Vertrieb Privatkunden, auf der CeBIT. „Deshalb richten wir den



Mobile TV war eines der Themen, zu denen es auf der CeBIT Neues zu sehen gab, zum Beispiel auf den Ständen von debitel (oben) und dem Zweiten Deutschen Fernsehen (rechts).

Vertrieb konsequent an den Anforderungen des Marktes aus. Als Marktführer in der Breitband-, Festnetz- und Mobilfunk-Vermarktung bietet die Deutsche Telekom für Handelspartner die besten Voraussetzungen, an diesem Wandel teilzuhaben.“ Bereits jetzt gibt es 220 Partner, die sowohl am bisherigen Partnerprogramm von T-Com als auch von T-Mobile teilnehmen. Telekom-Partner bieten künftig das vollständige Sortiment an: Festnetzanschlüsse und -endgeräte ebenso wie Mobilfunkverträge

und Handys. Zusätzlich erweitern Dienstleistungen wie Umzugs- und Installationservices oder Softwareupdates und Handyreparaturen die Angebotspalette. Telekom-Kunden erhalten durch die Bündelung des Angebotes künftig ein attraktives Produktportfolio. Auch die Telekom-Partner sollen von der Bündelung der beiden Partnerprogramme profitieren. Durch den Auftritt als umfassender Servicepoint genießen sie gegenüber ihren Wettbewerbern ein Alleinstellungsmerkmal. Durch



die erhöhte Kundenfrequenz und die verbesserte Kundenbindung kann der Umsatz deutlich gesteigert werden.

Telekom-Partner werden von Anfang an durch Integration in überregionale Werbekampagnen, Werbematerialien, Werbekostenzuschüsse sowie PoS- und Vkf-Ausstattung unterstützt, um ihre Ziele erreichen zu können. Zudem erhalten die Partner ein maßgeschneidertes Schulungsangebot für ihr jeweiliges Verkaufsteam.

### Dominik Brokelmann stellt völlig neuartigen B2B-Online-Marktplatz vor

Dominik Brokelmann, Vorstandsvorsitzender des Distributors Brodos AG und Chef der unabhängigen Handelskette my-eXtra stellte auf einer CeBIT-Presskonferenz den vollkommen neuartigen B2B-Online-Marktplatz „Distribution 2.0 – Jetzt bist Du der Distributor“ vor. Dieser soll, so Brokelmann, „die Strukturen des TK-Marktes sprengen und alle Händler selbst zu Distributoren machen.“ Vergleichbar mit anderen Internet-Auktionshäusern tritt der Distributor als B2B-Handelsplattform für den gesamten Tk-Markt auf und bietet allen Händlern, Großhändlern und

### Neues UMTS Walkman-Handy W660i und neues Musik- und Fotozubehör von Sony Ericsson

Sony Ericsson hat auf der CeBIT das Walkman-Handy W660i vorgestellt. Dabei handelt es sich um ein UMTS-Handy mit einem breiten Spektrum an Musik- und Multimedia-Features und hoher Benutzerfreundlichkeit. Wie andere Mitglieder



RSS-Feeds direkt auf dem Handy-Display und die Aufnahme von Digitalfotos mit Hilfe der 2,0-Megapixel-Kamera samt Foto-Blogging-Funktion. Das Sony Ericsson W660i ist ein Tri-Band UMTS Walkman-Handy. Es wird voraussichtlich im zweiten Quartal in

den Farben Record Black und Rose Red in den Handel kommen.

Passend zum W660i kündigte Sony Ericsson in Hannover die Snap-on-Lautsprecher MPS-75 an, die über den Handy-Akku



mit Strom versorgt werden. Dank Neodymium-Technologie sorgen die 10 x 7 cm breiten MPS-75 Lautspre-

cher für ausreichend Lautstärke und vollen Sound.

Auch für Cyber-shot-Handys gibt es neues Zubehör, und zwar das IPK-100. Es wurde speziell für die Benutzer von Cyber-shot-Handys entwickelt und besteht aus einer Handy-Tasche und einem Mikro-Stativ. Das IPK-100 erweitert die Einsatzmöglichkeiten des Kamerahandys in schwierigen Lichtsituationen und macht das Fotografieren komfortabler.



Distributoren die Chance, die besten Preise am Markt zu erzielen. Tk-Produkte, auch Gebraucht- und Zweite-Wahl-Geräte, können in dem frisch gelaunchten System in beliebigen Stückzahlen an- und verkauft werden. Für die Nutzung von Distribution 2.0 fallen keine Einstell- und Verkaufsprovisionen an. Das Geschäftsmodell für my-eXtra liegt darin, dass ein Händler, der Ware verkauft, seinen Verkaufserlös nicht vom Käufer erhält, sondern direkt von my-eXtra – allerdings nach Abzug von drei Prozent Skonto. Dadurch sorgt das Unternehmen für die umgehende, sichere Bezahlung der gehandelten Waren. Auch der Versand der Ware vom Verkäufer zum Käufer läuft über my-eXtra. Dabei wird im my-eXtra Zentrallager jeder gehandelte Artikel einer Sichtkontrolle unterzogen. Ist die Ware in Ordnung,



Mit Distribution 2.0 von my-eXtra haben Händler nicht nur die Möglichkeit, günstige Einkaufspreise zu erzielen, sie können auch ihr Lager auf preiswerte Weise räumen.

erfolgt die Auslieferung innerhalb von zwei bis drei Tagen nach Verkauf. Entspricht der Artikel nicht den vom Anbieter genannten Spezifikationen oder weist er Qualitätsmängel auf, so wird er direkt an den Einsender zurückgeschickt und my-eXtra berechnet eine

Bearbeitungsgebühr von drei Prozent. Eine im Zentrallager installierte Videoüberwachung dokumentiert die Sichtkontrolle. Der gefilmte Prüfprozess wird drei Monate lang archiviert.

Um bei Distribution 2.0 teilnehmen zu können, muss der Interessent einen Gewerbenachweis als Händler vorlegen. Das Einstellen von Artikeln ist anschließend einfach und innerhalb von einer Minute möglich. Einstellbar ist das komplette Sortiment von my-eXtra. Ein besonderes Feature des neuen Systems ist die Möglichkeit, sortimentsferne Artikel in Absprache mit my-eXtra selbst anzulegen. Es darf ausdrücklich nur für den deutschen Markt bestimmte Ware eingestellt werden. Bereits IMEI-abgerechnete und sogenannte Fake-Ware ist unzulässig. Betrugsversuche werden von my-eXtra angezeigt.

### The Phone House vermarktet jetzt auch Versatel Produkte

The Phone House erweitert sein Leistungsangebot um die Privatkundenprodukte von Versatel. Grundlage hierfür ist ein Kooperationsvertrag, den beide Unternehmen auf der CeBIT unterzeichneten. The Phone House wird demnach ab dem 1. April für Versatel DSL- und ISDN-Produkte anbieten. Dazu gehören vor allem die Komplettpakete, in denen ISDN-Anschluss, DSL-Zugang sowie eine DSL- und Telefon-Flatrate enthalten sind. Auch die notwendige Hardware wie NTBA, DSL-Modems und DSL-Splitter stellt The Phone House zur Verfügung. Darüber hinaus profitieren die Privatkunden von den umfangreichen Zusatzangeboten wie beispielsweise zubuchbare Servicepakete und Sprachmodule. Die Produkte von Versatel sind bereits in mehr als 170 Städten in Schleswig-Holstein, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Sachsen, Thüringen, im Saarland, Rhein-Main-Gebiet, in Berlin und in Potsdam verfügbar. Außer in den eigenen Shops von The Phone House sind die Pro-

dukte über die Exklusivpartner, die teilnehmenden Fachhändler sowie über [www.phonehouse.de](http://www.phonehouse.de) erhältlich. Der Münsteraner Telekommunikationsanbieter verfügt nach eigenen Angaben bereits heute über die umfangreichste Produktpalette aus Mobilfunk, Festnetz und Internet. Zur besseren Präsentation des umfangreichen Produktportfolios hat The Phone House derweil sein Shop-Konzept weiterentwickelt. So wird es neben Standard-Shops in Zukunft sogenannte Flagship Stores mit größeren Verkaufsflächen und aufwendigen Produktszenierungen, unter anderem in Kooperation mit Endgeräteherstellern, geben.

### Bei freenet wird das Engagement für DSL mit einem Smart belohnt

An gewohnter Stelle, aber mit neuer Corporate Identity und neuem Firmenlogo präsentierte sich die freenet AG auf der CeBIT. Die Optik des Messestandes entsprach dem neuen Aussehen des Internetportals [www.freenet.de](http://www.freenet.de), das wenige Tage vor der CeBIT in einer überarbeiteten Version freigeschaltet wurde: Mit einer geän-

## Agfeos Tk-HomeServer ist lieferbar – Auerswald stellt zwei Telefonanlagen mit VoIP-Funktion vor

Agfeo hat auf der CeBIT die sofortige Verfügbarkeit seines Tk-HomeServers bekanntgegeben. Das Gerät verbindet, in kompakter Bauart, Datenbank-, Internet- und Kommunikationstechnologie zu einer Funktionseinheit, die im Home- und Office-Bereich sehr benutzerfreundlich eingesetzt werden kann.

Der Tk-HomeServer bietet Systemtelefon-Komfort für Voice over IP (DSL) und ISDN-Festnetztelefonie. Am TK-HomeServer können vier analoge Endgeräte (Telefone und Faxgeräte) und zwei digitale Systemtelefone angeschlossen werden. Wird der zweite schaltbare ISDN-Anschluss (S<sub>0</sub>) für interne Kommunikation genutzt, stehen zwei weitere Systemanschlüsse zur Verfügung. Bei angeschlossener Agfeo DECT S<sub>0</sub>-Basis plus können bis zu vier DECT 35 SystemHandys gleichzeitig genutzt werden.

Computer, PDA und Smartphone können sich per TCP/IP auf dem Tk-HomeServer anmelden. Mit der Agfeo Software TK-Suite steht zur Nutzung und Kommunikation eine gemeinsame Kontakt-, Termin- und Informationsverwaltung zur Verfügung. Der Abgleich der Daten zwischen den Computern und dem Tk-HomeServer wird mit dem Standardprotokoll SyncML erledigt. Somit ist auch die Synchronisation über das Internet möglich. Ein integrierter Chat-Service, im Tk-Suite „Schnacken“ genannt, bietet eine einfache Kommunikationsmöglichkeit via Textmitteilung. Tk-Suite steuert und verwaltet auf sehr komfortable Art und



Weise (CTI) das Telefonieren. Hierbei unterstützen Wiedervorlage und Notiz die Teamarbeit in allen Anwendungsbereichen. Eine ausgefeilte Headsetsteuerung der TK-Suite Software erleichtert zusätzlich die Arbeit von Vieltelefonierern. Genutzt werden die möglichen Anwendungen mit Hilfe des Tk-Suite Clients, der einfach über den Tk-HomeServer geladen und



installiert wird. Den Tk-Suite Client gibt es für die Betriebssysteme Mac OS X, Linux und Windows. Eine CF-Speicherkarte ermöglicht über das File Transfer Protokoll (FTP), Daten über den TK-HomeServer aus-

zutauschen. Auf der CF-Speicherkarte findet auch eine eigene Internetseite bzw. ein für den TK-HomeServer perfekt angepasster WebShop Platz. Eingetroffene E-Mails oder Bestellungen aus dem WebShop werden auf Wunsch mit Absender und Betreff im Display der Systemtelefone angezeigt. Dabei können mehrere E-Mail Konten (POP3) abgefragt werden. Der Tk-HomeServer sorgt in Verbindung mit dem Agfeo Wireless Alarm Controller (WAC) und verschiedenen drahtlosen Sensor- und Schaltmodulen für Sicherheit und Behaglichkeit in Haus und Hof. Licht und Sensoren können mit dem interaktiven Statusmonitor des Tk-Suite-Client bequem zum Beispiel über WLAN geschaltet werden, und falls gewünscht auch über das Internet. Das ADSL 2+ Modem ist im Tk-HomeServer integriert und sorgt für die Anbindung ans Internet. Die notwendige Sicherheit im Netz wird durch eine leistungsfähige Firewall gewährleistet.

Ganz im Zeichen von VoIP standen auf der CeBIT die Neuheiten bei Auerswald: Zwei erweiterungsfähige Telefonanlagen, die sich in die COMpact-Anlagenfamilie einreihen, sollen auch anspruchsvollen Nutzern die Internettelefonie näherbringen. Komfort, Flexibilität und Zukunftssicherheit stehen laut Hersteller bei diesen Produkten an erster Stelle.

Die beiden neuen Telefonanlagen ermöglichen dem Betreiber die freie Wahl seines Telefonnetzes und erlauben ebenso die spontane Umstellung auf verschiedene Netze. Neben dem Standardbetrieb als ISDN-Anlage beherrschen die Neuheiten die VoIP-Technik und können sogar mit Amtports ausgestattet werden. Für diese Anwendung lassen sich die ISDN-Ports komplett als interne Schnittstellen für Systemtelefone nutzen. Die COMpact 5010 VoIP ist mit einem ISDN-Amtport, einem internen ISDN-Port, zwei VoIP-Kanälen und sechs analogen Nebenstellen ausgestattet



und kann mit zwei Modulen für zwei weitere VoIP-Kanäle und zum Beispiel einer TFE-Schnittstelle für Türsprechanlagen erweitert werden. Das größere Schwestermodell COMpact 5020 VoIP bietet zehn Nebenstellen und die Erweiterungs-

möglichkeit um vier Module. In vielen Kombinationen aus zusätzlichen VoIP-Kanälen, ISDN-Ports, analogen Amtports und TFE-Schnittstellen lässt sich diese Anlage für unterschiedliche Einsatzszenarien optimieren.

Die Integration der VoIP-Technik in die beiden neuen Anlagen beschränkt sich nach Angaben des Herstellers nicht auf die Nutzung der Hardware. Die Erweiterung des Least Cost Routings um die dynamische Berechnung der Gebühren während einer Verbindung sowie die automatische Wahl des „richtigen“ Amtszugangs – ISDN, Internet oder analog – bieten dem Nutzer bestmöglichen Komfort. Eine weitere Neuerung, die für S<sub>0</sub>- und U<sub>PO</sub>-Betrieb einzeln umschaltbaren internen ISDN-Ports, sorgt für hohe Flexibilität bei der Auswahl der Endgeräte. Neben neuen Systemtelefonen der COMfortel-Serie können problemlos auch ältere COMfort-Systemtelefone eingesetzt werden.

Besonderes Augenmerk hat Auerswald bei der Entwicklung der beiden neuen Tk-Anlagen auf die Realisierung professioneller Funktionen für das gewerbliche Umfeld gesorgt. Über die LAN-TAPI werden serverbasierte CTI-Applikationen unter Windows optimal in das Telefonsystem integriert. Anlagenfunktionen wie Makeln, Vermitteln oder Konferenz können dann an jedem Arbeitsplatz direkt in der Anwendung genutzt werden. Da die Anlagen unabhängig vom Betriebssystem per Webbrowser eingerichtet werden, ist dazu keine spezielle Software mehr nötig.



freenet präsentierte sich auf der CeBIT mit einem neuen Unternehmensauftritt und einem neuen Logo.

dernten Startseite, modifiziertem Kopf und einer innovativen benutzerfreundlichen Navigation präsentiert sich das Portal jetzt allen Internet-Nutzern – dank der neuartigen Multi-use-Module – ab sofort intuitiver und moderner.

Auf der Messe gab das Unternehmen auch seinen Einstieg in den Mobilfunkmarkt bekannt. Eines der ersten Angebote war eine all-in-one-Lösung für DSL, Festnetz und mobil: freenet-Komplett inklusive eines attraktiven Mobilfunkanschlusses. Vorteile für den Kunden ergeben sich durch attraktive Preise und eine Rechnung für alle Dienste.

Auf besonderes Interesse stieß auf der Messe die CeBIT-DSL-Aktion für den Fachhandel. Auf eine entsprechende Einladung hatten vorab 850 Partner reagiert und sich angemeldet. Unter dem Slogan: „Gas geben und Smart sichern“ hat freenet diese DSL-Aktion aufgesetzt. Jeder teilnehmende Bestandshändler kann sich wie folgt einen Smart sichern: Er muss über den Zeitraum vom 1. April bis 30. Juni seine durchschnittliche

DSL-Verkaufszahl aus den Monaten Januar bis März um 75 Verträge steigern. Bei Neuhändlern geht es darum, während des Zeitraums monatlich über 75 DSL-Aktivierungen zu schaffen. Das Auto wird nicht verlost, sondern steht allen Händlern zu, die die erwarteten Ziele schaffen.

Für alle Partner, die weniger als die 75 Aktivierungen machen, gibt es im Zuge der Sonderaktion gestaffelte Preise. So erhält ein Bestandspartner zum Beispiel für 180 zusätzliche DSLs eine monatliche Sonderprämie von 2.100, also auf den gesamten Aktionszeitraum bezogen 6.300 Euro. Die Aktion gilt ausschließlich für das Ladengeschäft.

### debitel gibt Kunden Orientierung im Tarifdschungel

Als unabhängiger Provider bietet debitel seinen Kunden ebenfalls ein umfassendes und netzübergreifendes Mobilfunk-Sortiment mit Produkten aller vier Netzbetreiber sowie alle eigenen Tarife. Zur einfachen „Orien-

tierung im Tarifdschungel“, so lautete auch das Motto des CeBIT-Auftritts des Stuttgarter Unternehmens, hat debitel den Tarifkompass entwickelt – ein Leitsystem für die gesamte Mobilfunk-Tarifwelt.

Das breit angelegte Tarif- und Hardwareangebot bei debitel ermöglicht eine individuelle Abstimmung der Mobilfunkoptionen auf das spezielle Kommunikationsverhalten des Kunden. Bei der Auswahl des passenden Tarifs in dieser Produktvielfalt werden die Händler und Kunden von debitel durch den neuen Tarifkompass unterstützt: Die breite Angebotspalette ist den verschiedenen Kundentypen gemäß in vier Anforderungsprofile gegliedert – jedem Kunden wird so eine seinen Bedürfnissen entsprechende Tarifgruppe zugewiesen. Zur Orientierung sind die einzelnen Tarife mit klaren Farbcodes und intuitiv verständlichen Signets gekennzeichnet. Auf dem CeBIT-Stand gab es darüber hinaus Informationen über das neu aufgelegte TopStar-Programm von debitel, das am 1. Februar angelaufen ist. Ein ganzes Arsenal an Unterstützungsmaßnahmen sowie viele Vorteile und Zusatzleistungen warten auf die teilnehmenden Handelspartner. Innerhalb von jeweils dreimonatigen Bemessungszeiträumen können die Teilnehmer des TopStar-Programms durch credit-Neuaktivierungen, also die Freischaltung verschiedener Tarife, Punkte sammeln. Danach werden sie in das entsprechende Segment bei 50, 100, 150 und 300 Punkten eingeordnet. Auf jeder der vier Stufen werden bestimmte Leistungen von debitel garantiert. Die Händler werden zu Beginn jedes Quartals über ihr aktuelles Segment informiert. „Wir haben großen Wert darauf gelegt, das Programm dynamisch zu

### iDECT Telefone fallen durch ihr Design auf

Mit den X2/X2i von iDECT hat IVS eine neue digitale schnurlose Telefonserie vorgestellt, die vor allem durch ihr Design auffällt. Das seidenmatte Poly-Carbonat-Finish verleiht dem X2 eine exklusive und hochwertige Optik. Die Modelle X2 und X2i bilden den Auftakt zu einer Design-Kampagne, die IVS zur CeBIT startete und in deren Rahmen in diesem Jahr noch weitere hochwertige Design-Telefone erscheinen werden. Auf den ersten Blick fällt beim X2 vor allem die edle Optik im Klavierlack-Style ins Auge, die mit dem blauen Invers-Display harmoniert. Das in schwarzer und weißer Gehäusefarbe erhältliche Design-Telefon zeigt sich von seiner besten Seite, wenn die integrierte Hintergrundbeleuchtung für das Tastenfeld zum Leben erweckt. Die hochwertige iSOUND-Elektronik ermöglicht eine kristallklare Klangqualität, zehn Klingeltöne geben dem X2 eine individuelle, hörbare Note. Die stabile und formschöne Basisstation besitzt an der Vorderseite zwei großzügig bemessene Leuchtdioden, die anzeigen, ob das Mobilteil geladen oder gerade ein Gespräch geführt wird. Das Schwestermodell X2i ist mit einem digitalen Anrufbeantworter mit maximal 15 Minuten Aufnahmezeit ausgestattet und ermöglicht die Fernabfrage. Beide Modelle bieten alle Features, die man von einem modernen und hochwertigen Schnurlostelefon erwarten kann: Die Reichweite der Mobilteile beträgt bis zu 300 Meter; auf Wunsch sind beide Modelle als Twin Set mit einem weiteren Mobilteil mit zusätzlicher Ladeschale erhältlich. Dank GAP-Kompatibilität versteht sich das X2 auch mit Mobilteilen und Basisstationen anderer Hersteller. Die integrierte Freisprechanlage ermöglicht bequemes Telefonieren, ohne das Mobilteil in der Hand zu halten.



gestalten“, so Oliver Steil, Vorstand Marketing und Vertrieb bei debitel. „Deshalb stufen wir die Händler alle drei Monate anhand ihrer credit-Neuaktivierungen neu ein. Engagierte Teilnehmer können also in höhere Ebenen aufsteigen und von

noch mehr debitel-Leistungen profitieren.“ Für die Neuauflage des TopStar-Programms wurden die Leistungen von debitel großflächig erweitert und die vierteljährlichen Zuschüsse zu den Marketingkosten aufgestockt.

Neu ist beispielsweise, dass den Teilnehmern Radio-Werbespots sechsmal im Jahr zur Verfügung stehen. Dem Leistungskatalog wurden auch Werbebanner mit wählbaren Kampagnen-Motiven, TopHandy-Flyer mit Haushaltsverteilung, Dekorationschulungen und ein Partner-Entwicklungskonzept hinzugefügt. Dafür und für andere Maßnahmen können die Marketingkostenzuschüsse (MKZ) eingesetzt werden.

Die unterste Ebene des Programms ist der BronzeStar. Die hier eingeordneten Vertriebspartner erhalten zum Beispiel priorisierte Betreuung durch den debitel-Vertriebsbeauftragten sowie einen Sockelbetrag MKZ. Für die Vertriebspartner, die den SilberStar-Status erreichen, verdoppelt sich der MKZ. Wer als GoldStar eingeordnet ist, kommt, neben einem noch einmal deutlich erhöhten MKZ, in den Genuss einer bevorzugten Betreuung durch den debitel-Vertrieb. In der obersten Stufe, den TopStars, lässt sich ein MKZ von 4.800 Euro erreichen. Die TopStars werden von den debitel-Vertriebsbeauftragten exklusiv betreut und erhalten neben allen anderen Leistungen auch noch einen kostenlosen Dekoservice, der viermal im Jahr hilft, die Schaufenster und Shops attraktiv zu gestalten.

### T-Com nimmt zur CeBIT neue Festnetzprodukte ins Sortiment

T-Com hat auf der CeBIT die vielfältig einsetzbare Telekommunikationsanlage Eumex 800V vorgestellt, die gleichermaßen zum Telefonieren über das Festnetz und das Internet ausgelegt ist. Sie lässt sich mit zwei ISDN- oder Systemtelefonen Concept PX 722 am internen S<sub>0</sub>-Bus und bis zu acht analogen Endgeräten nutzen. Darüber hinaus können Nutzer über den integrierten Switch bis zu vier Personalcomputer oder Laptops an die Eumex 800V anschließen. Zum Telefonieren über das Internet nutzt die Eumex 800V das Standard SIP-Protokoll. Die Eumex 800V sorgt auch für schnelle Datenverbindungen: Das integrierte DSL-Modem unterstützt neben ADSL auch die neue ADSL2+ Technik. Dank der DSL-Routerfunktion ist die Anlage als Mehrplatzlösung an jedem DSL-Anschluss sofort betriebsbereit. Über einen optionalen WLAN-Access Point lassen sich weitere PCs in einem schnurlosen lokalen Netzwerk betreiben. Der Internetzugang ist durch die integrierte Firewall geschützt. Mit dem Remote Access Service (RAS) können Nutzer auch von unterwegs auf den lokalen PC zugreifen. Softwareupdates, Fernkonfiguration und Fernwartung sind problemlos möglich. Ein automatisches Verkehrsmanagement („Traffic Shaping“) stellt sicher, dass bei gleichzeitigem Up- und Download konstant die volle DSL-Bandbreite genutzt wird. Das integrierte, einstellbare Bandbreitenmanagement kontrolliert den ein- und ausgehenden Datenverkehr über den DSL-Anschluss und gewährleistet, dass das Surfen Telefonverbindungen

über das Internet nicht beeinträchtigt. Damit sind auch mehrere externe Internet-Telefonate gleichzeitig in hoher Gesprächsqualität möglich. An die Eumex 800V lassen sich neben Endgeräten wie Telefon, Fax oder Anrufbeantworter auch Türfreisprechsysteme (TFE) anschließen. Neben vielfältigen



T-ISDN-Komfortleistungsmerkmalen wie Anklopfen, Anrufweiserschaltung oder Rufnummernübertragung und der Internet-Telefonie bietet die Eumex 800V weitere Funktionen. Dazu zählen beispielsweise eine Verbindungsdatenerfassung mit der Speicherung von 500 Datensätzen oder ein Telefonbuch mit bis zu 300 Kurzwahlzielen.

Mit dem neuen Schnurlos-Telefon Sinus 200 wendet sich T-Com vor allem an ältere Nutzer. Dank der großen, flachen Tasten tippen selbst kräftige und nicht mehr so bewegliche Finger problemlos die gewünschte Rufnummer. Die großen Ziffern und Zeichen auf dem Display sind auch ohne Brille gut erkennbar. Oberhalb des Displays finden sich vier Zielwahltasten. Über sie können Nutzer die wichtigsten Angehörigen und Freunde mit einem einzigen Tastendruck anrufen. Eine dieser Direkttasten lässt sich auch mit einer Notrufnummer belegen. Im Sinus 200 lässt sich ein Telefonbuch mit 100 Speicherplätzen einrichten. Die Wahlwiederholungsliste speichert bis zu zehn Einträge, die Anruferliste zeigt die letzten 20 Anrufer an. Das Sinus 200 ist laut Hersteller leicht zu bedienen. Durch eine klare Menüführung lassen sich die verschiedenen Funktionen praktisch ohne Bedienungsanleitung aufrufen und nutzen. Neben Deutsch stehen insgesamt 16 weitere Menüsprachen zur Auswahl, darunter Türkisch und Englisch. Die Funkreichweite zwischen Basisstation und Mobilteil beträgt im Freien bis zu 300 Meter, in Gebäuden bis zu 50 Meter. Ein Tonzeichen signalisiert die Grenzen des Funkbereichs. An die Basisstation lassen sich bis zu vier Mobilteile anbinden. Das Telefon unterstützt viele Leistungen und Dienste im T-Com Netz. Dazu zählen beispielsweise die Rufnummernanzeige, der Rückruf bei „Besetzt“ und die Konferenzschaltung. Auch die T-NetBox, der Anrufbeantworter im Netz, steht zur Verfügung.



## PC-Neuheiten

### Antec Notebook-Accessoires sorgen für einen kühlen Laptop

**Mobil**



Wer viel und lange Zeit mit dem Notebook arbeitet, kennt das Problem: Nach ein paar Stunden kann der tragbare Begleiter richtig heiß werden. Langfristig sinkt dadurch die Lebensdauer des Geräts. Antec schafft mit dem kompakten Notebook Cooler S Abhilfe. Unter das Notebook gestellt, saugt der Kühler kalte Luft von hinten an und bläst sie unter den tragbaren PC. Antec hat zudem dem NP-100 vorgestellt, ein hochleistungstarkes Notebook-Netzteil, das die Lebensdauer des Notebook-Akkus erhöht. Der Notebook Cooler S ist ab sofort ab 42,- Euro und das Netzteil ab 79,- Euro erhältlich (unverbindliche Preisempfehlungen des Herstellers inkl. MwSt.).

### devolo: TV Koaxial über Stromleitung



Der Aachener Netzwerk-Spezialist devolo AG demonstrierte auf dem CeBIT devolo-Stand in Halle 13 eine Satelliten-TV-Signalübertragung (DVB-S) ohne Koaxial-Antennenkabel über die hausinterne Stromleitung, das sogenannte (dLAN NAT). Bisher war Satelliten-TV-Empfang nur in Räumen eines Hauses möglich, in denen mit einer Satellitenantenne verbundene Coax-Steckdosen verfügbar sind. Die nachträgliche fachgerechte Verlegung solcher Coax-Antennenkabel ist mit hohem Aufwand



verbunden und in vielen Fällen aus baulichen oder elektrotechnischen Gründen nicht möglich. Die Lösung dieses Problems zeigte devolo jetzt auf der CeBIT: „dLAN NAT“ (Abkürzung für „Network Attached Tuner“ = netzwerkfähiger Tuner). Mit NAT kann die Verteilung des Hochfrequenz-Signals einer Satelliten-TV-Empfangsanlage SDTV/HDTV-Qualität einfach über die hausinterne Stromleitung erfolgen, ohne dass ein Koaxial-Kabel verlegt werden muss. Mit NAT kann das Satellitensignal an jeder normalen Strom-Steckdose des Hauses oder der Wohnung empfangen werden. Der devolo dLAN NAT verfügt über einen integrierten dLAN 200 AV-Adapter, der das SAT-Signal in das Stromnetz einspeist. Die von devolo entwickelte Technologie ist sowohl für DVB-S als auch DVB-T und DVB-C einsetzbar.

### Sony bietet GPS-Koordinaten zu jedem Foto

**Mobil**



Ein voll kompatibles GPS-Modul von Sony verbindet Digitalfotos mit den Geo-Koordinaten des Ortes, an dem die Fotos aufgenommen wurden. Das neue GPS-CS1KA arbeitet mit allen Exif 2.1-kompatiblen Digitalkameras zusammen, ganz gleich, von welchem Hersteller sie sind. Hierzu zählen alle neuen Cyber-shot- und Handycam-Modelle sowie Sonys digitale Spiegelreflexkamera Alpha

100, allerdings müssen die Bilder im JPEG- oder JPEG+RAW-Format aufgenommen werden. Für die Verkopplung der geografischen Koordinaten mit einer Aufnahme braucht das GPS-CS1KA-Modul nicht an der Kamera befestigt und auch nicht durch ein Kabel oder drahtlos mit ihr verbunden werden. Es genügt, wenn der Fotograf das GPS-Modul bei der Aufnahme in der Nähe der Kamera mit sich führt. Das GPS-CS1KA ist ein mobiler GPS (Global Positioning System)-Empfänger, der Uhrzeit, Datum und den jeweiligen geographischen Standort des Fotografen alle 15 Sekunden satellitengenaue speichert. Das nennt man „Geo-Tagging“. Eine Exif 2.1-kompatible



Kamera zeichnet zugleich mit den Bilddaten den genauen Zeitpunkt der Entstehung der Aufnahme auf. Über eine Software, die Sony zusammen mit dem GPS-CS1KA-Modul ausliefert, braucht man nur noch den genauen Zeitpunkt der digitalen Aufnahme mit den im GPS-CS1KA Modul für diesen Zeitpunkt gespeicherten Geo-Daten zu verbinden und den Exif 2.1-Informationen über das jeweilige Bild hinzuzufügen. Zum Lieferumfang des GPS-CS1KA gehört die Picture Motion Browser-Software. Mit den Geo-Daten verknüpfte Fotodateien lassen sich auch zusammen mit Google-Karten und Stadtplänen anschauen. Dabei können die Fotos am Ort ihrer Entstehung auf der Karte geöffnet und angeschaut werden. UVP: 140,00 Euro.

### Samsung mit neuem filigranen MP3-Player



Als weiteres Modell der K-Reihe stellt Samsung den YP-K3 in elegantem Slim-Design und mit intuitivem

Bedienkonzept vor. Wie sein Vorgänger YP-K5 zeichnet sich der YP-K3 durch eine schnelle und einfache Menüführung aus. Die edlen, blau leuchtenden Bedienelemente des Touchpads sowie das schwarze Magnesiumgehäuse erfüllen höchste Design- und Navigationsansprüche. Auch die inneren Werte des schlanksten Samsung MP3-Players können sich sehen lassen: Dank integriertem JPEG-Viewer und FM-Tuner wird der YP-K3 zum mobilen Entertainer. Ob Urlaubsbilder oder Partyschnappschüsse: Mit Hilfe der JPEG-Wiedergabe lassen sich alle Erlebnisse mit Freunden teilen oder auch alleine genießen – mit der passenden Musikuntermalung. Der YP-K3 spielt die Formate MP3 und WMA ab, und fünf Voreinstellungen des Equalizers sorgen für eine optimale Klangwiedergabe unterschiedlicher Musikarten wie Pop oder Techno. Wer die neuesten Charts bevorzugt, kann jederzeit auf den FM-Tuner zurückgreifen. Durch die Radiofunktion ist der Musikliebhaber immer und überall up-to-date. Neue Maßstäbe setzt der YP-K3 auch durch seine Maße von 96 x 44 x 6,95 Millimetern. Der YP-K3 findet in jeder Hosentasche Platz und macht sowohl beim Joggen als auch Galaabend eine gute Figur. Im edlen, schwarz glänzenden Magnesiumgehäuse ziehen vor allem die blau leuchtenden Bedienelemente der Displayanzeige nach dem Anschalten des Touchpads die Aufmerksamkeit auf sich. Wie schon bei seinem Vorgänger, dem YP-K5, bedient sich Samsung auch beim YP-K3 der innovativen Menüführung, die durch die grafische Benut-



zeroberfläche eine kinderleichte und schnelle Navigation erlaubt. Das hochwertige 1,8-Zoll-OLE-Display zeigt Wiedergabelisten, Interpreten, Alben und Lieder in schickem Blau auf schwarzem Hintergrund an. Damit ist der YP-K3 ein echter Kompromiss für Musikfans, die Wert auf einwandfreie Akustik in elegantem Design legen. Das Multitalent kann als 1-GByte-, 2-GByte- und 4-GByte-Variante zu Preisen von 149 Euro, 169 Euro und 229 Euro angeboten werden.

### Samsung mit neuen LED Backlight Monitoren

Auf der CeBIT präsentierte Samsung zwei neue LCD-Monitore mit LED-Hintergrundbeleuchtung anstelle der herkömmlichen Kaltkathodenröhren. Der 30 Zoll große SyncMaster XL30 besitzt ein Kontrastverhältnis von rund 1.000:1 und eine Reaktionszeit von 6 ms. Der 20-zöllige Syncmaster SM XL20 besitzt eine Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln, erreicht eine Helligkeit von 250 cd/m<sup>2</sup> und ein Kontrastverhältnis von 600:1. Durch das breitere Farbspektrum des LED-Backlights decken die beiden Monitore 114 Prozent des NTSC-Farbraums ab und stellen gesättigtere und brillantere Farben dar, als das mit Panels mit CCFL-Backlights möglich ist, die nur rund 75 Prozent des NTSC-Farbraums abdecken. Der Syncmaster SM XL20 kostet rund 1.600 Euro (UVP). Der SM XL30 soll voraussichtlich ab Herbst zum UVP von rund 5.000 Euro angeboten werden.

# Das Highlight des Jahres.

## IFA 2007. Das Business-Event für Consumer Electronics.

# IFA



Berlin, 31. August – 5. September 2007

www.ifa-berlin.de

# Nokia intensiviert Zusammenarbeit mit dem Handel

## „Wir müssen die Komplexität herausnehmen“

**Nokia will in diesem Jahr die Zusammenarbeit mit dem Handel weiter intensivieren. Zahlreiche Unterstützungsmaßnahmen und die Erschließung neuer Segmente sollen den Handelspartnern dabei mehr Umsatz- und Ertragschancen bringen. Dies erklärten im Rahmen eines Gesprächs mit Fachjournalisten Karsten Schilly, Geschäftsführer Customer & Market Operations, Nokia GmbH, und Martin Giesswein, Head of Sales Deutschland, Nokia Enterprise Solutions.**

Einen strategischen Schwerpunkt der Aktivitäten werden in den kommenden Monaten Businesslösungen rund um die Geräte der Nokia Eseries und die Themen E-Mailing, Voice over IP und Software für betriebliche Anwendungen darstellen. „Die Geräte wer-



Martin Giesswein

den immer mehr zu IT-Tools mit Anwendungen, die man auch im Unternehmen braucht“, so Giesswein. „Und da wir inzwischen mit einer Vielzahl von Partnern Softwarelösungen für alle möglichen Branchen entwickeln und anbieten, werden unsere Geräte für immer mehr und immer kleinere Betriebe interessant.“ Hier eröffne sich eine große Chance für den Fachhandel, „da kleine Gewerbetreibende wie Handwerker und Freiberufler, aber auch kleine mittelständische



Mit Hilfe spezieller Ladenbauelemente können die Handelspartner die Nokia Geräte und Lösungen am Point of Sale präsentieren.

Unternehmer am liebsten im Fachhandel kaufen, weil sie dort die Beratungskompetenz finden, die sie suchen“, stellte Giesswein fest.

Immer mehr Menschen würden erkennen, dass man nicht am Schreibtisch sitzen müsse, um arbeiten zu können. Diese wolle man ebenso mit neuen Produkten und neuen Lösungen erreichen wie diejenigen, die es ohnehin schon gewohnt seien, mobil mit dem Unternehmen zu kommunizieren. „Wir müssen die Komplexität aus den Geräten herausnehmen und so Beratung und Verkauf vereinfachen“, sagte Giesswein. „Ich bin davon überzeugt, dass viele bestehende und potentielle Handelspartner die Möglichkeiten erkennen, die damit verbunden sind, und sich zu Beratern für mobile Kommunikation weiterentwickeln werden.“

Durch das Anbieten neuer IT-Dienstleistungen, beispielsweise die Installation von Firewalls und den Aufbau von Mailservern, könnten bislang brachliegende Umsatzchancen genutzt werden. Giesswein: „Die Realisierung dieser Leistungen ist in den vergangenen Jahren extrem einfach geworden, und es wurden viele kleinere Unternehmen gegründet,

die sich auf ganz bestimmte Lösungen konzentrieren und Nischen besetzen. Als Kooperationspartner versetzen diese Unternehmen jeden Händler in die Lage, gezielt neue Gewerbekunden anzusprechen.“

### Unterstützung für Händler

Aber nicht nur das Geschäft mit Businesskunden soll forciert werden, auch das „Brot- und Butter“-Geschäft mit dem Endkunden soll der Handel nach dem Willen



Karsten Schilly

Nokias nicht vernachlässigen. Deshalb setzt das Unternehmen nach den Worten von Karsten Schilly nicht nur die im vergangenen Jahr erfolgreich durchgeführten Unterstützungsmaßnahmen für die Handelspartner fort, son-

dern baut diese 2007 noch aus. Zu den geplanten Aktivitäten gehören beispielsweise die Nokia Handelstage, bei denen sich 2006 rund 2.000 Partner über aktuelle Nokia Geräte, Mobilfunkrends und -lösungen informierten und die Ende April/Anfang Mai dieses Jahres deutschlandweit in zehn verschiedenen Städten stattfinden werden. Erfolgreich angeboten wurden im vergangenen Jahr auch diverse Trainingsmaßnahmen: So nutzten 2006 etwa 1.500 Teilnehmer die

Themenschwerpunkte der Sommertrainings sind die aktuellen Fokusprodukte und neue Lösungen.

Ein wichtiges Instrument für die Zusammenarbeit mit dem Handel war darüber hinaus das Points for You-Programm, bei dem Händler für ihr Engagement für Nokia Produkte mit Punkten belohnt werden, die anschließend gegen Prämien eingetauscht werden können. Schilly: „Dort sind derzeit rund 3.000 Händler registriert, von denen etwa vier Fünftel das Angebot intensiv nutzen. Für uns bringt diese hohe Resonanz wichtige Informationen darüber, wie beispielsweise Kampagnen und Geräte im Markt ankommen.“

Erfolgreich gestartet wurde schließlich auch die Einführung des neuen Nokia Nseries Preferred Partner (NNPP)-Konzepts, das auch für Händler, die nicht im traditionellen Telekommunikationsmarkt zu Hause sind, von besonderem Interesse ist. „Unsere NNPP unterstützen uns dabei, neue Marktsegmente zu erschließen, indem sie die mit der Nseries verbundene ‚Life Experience‘ besonders in ihrem Geschäft präsentieren“, führte Schilly aus. Im Gegenzug für dieses Engagement erhalten die Partner bessere Unterstützung durch Nokia, indem sie beispielsweise früher Informationen und spezielle Marketinginstrumente wie Demogeräte bekommen. Im Laufe der nächsten Wochen soll ‚Life Experience‘ auch in das Points for You-Programm implementiert werden.

### Nokia 7373 als modische Special-Edition

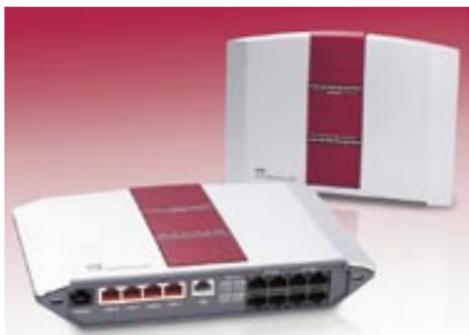
Nach der erfolgreichen L'Amour Collection hat Nokia eine gemeinsam mit Star-Modedesigner Giambattista Valli entwickelte Special Edition des Nokia 7373 Mobiltelefons vorgestellt. Als echtes Fashion-Handy kombiniert die Nokia 7373 Special Edition den Glamour der L'Amour Collection mit dem trendsetzenden Designstil von Giambattista Valli. Die Nokia 7373 Special Edition wird es in zwei unterschiedlichen Farbvarianten geben, beide mit verführerischen Accessoires versehen, die die unverwechselbare Handschrift von Giambattista Valli tragen. Bei der Nokia 7373 Special Edition in Powder Pink präsentiert sich der Luxus der L'Amour Collection in Form eines Perlenkettchens als Trageriemen und einem winzigen, silbernen Totenkopf mit rosafarbenen Augen. Mit diesem einzigartigen Set interpretiert Valli auf seine Art die widersprüchlichen Elemente einer intensiven Romanze. Die Nokia 7373 Special Edition in Black Chrome verbindet einen elegant schwarzen Hochglanz-Look mit einem onyxfarbenen, grobgerippten Trageriemen. Ein schwarzer Totenkopf mit anthrazitfarbenen Augen gibt diesem Mode-Accessoire einen sinnlichen Kontrast. Die Nokia 7373 Special Edition ist ohne Steuern und Vertrag zum empfohlenen Verkaufspreis von zirka 280 Euro erhältlich.



## Neuheiten

### Motorola Motofone F3

**Mobil** Das neue Motofone F3 von Motorola ist für jede Alltagssituation bestens ausgestattet. Über die großen Schaltflächen des neun Millimeter schlanken Gehäuses lässt sich das Super-Slim-Handy in jeder Lebenslage leicht und schnell bedienen. Auch starke Sonneneinstrahlung stellt für den Betrachter kein Problem dar: Durch die neue ClearVision-Technologie des elektrophoretischen Displays kann er alles Wichtige selbst unter ungünstigen Lichtverhältnissen bestens ablesen. Schwierige Umweltbedingungen lassen das Gerät ebenfalls unbeeindruckt, denn die staubabweisende Verarbeitung sorgt für eine lange Lebensdauer. Das Motorola Motofone soll das Design mobiler Kommunikation im Segment der Einsteigerhandys neu definieren. Es kombiniert die preisgekrönte Designphilosophie des US-Herstellers mit direkter und leicht zugänglicher Funktionalität durch seine großen Tasten und Schriftzeichen. Die sprachunterstützte Menüführung erlaubt einen schnellen und einfachen Zugriff auf die Menü-Navigation oder den SMS-Versand. Dauertelefonierer können sich über eine leistungsstarke Batterie freuen, die eine Sprechzeit bis zu 500 Minuten und eine Standby-Zeit bis zu 300 Stunden gewährleistet.



Router mit Modem für DSL und ADSL2+ das Netzwerk komfortabel ins Internet. Sicherer Zugriff von außen auf das Firmennetzwerk bietet der integrierte VPN-Router. Das VoIP Gateway 5188 ist ab sofort lieferbar, die Preisempfehlung liegt bei Euro 495 (exkl. Mehrwertsteuer). Das VoIP Gateway 5188 wird zwischen ISDN-Mehrgeräte- oder Anlagenanschluss und der vorhandenen ISDN-Telefonanlage installiert. Die bestehende Telefonanlage muss dabei nicht angepasst werden, die Konfiguration bleibt unverändert. Mit allen an der Tk-Anlage angeschlossenen Telefonen kann man dann wahlweise über das Festnetz und über das Internet telefonieren. Das VoIP Gateway 5188 enthält einen leistungsfähigen Router mit integriertem Modem für DSL und für ADSL2+.

### Navigationsgerät Falk P300

**Mobil** Falk Marco Polo Interactive hat mit dem Falk P300 ein neues Navigationssystem im Premium-Segment ins Sortiment aufgenommen. Das Gerät hat die kompakten Abmessungen von 10 x 8,7 x 2,2 cm und kann auf Wunsch über ein als Zubehör erhältliches Einbausystem an der Mittelkonsole des Autos stabil befestigt und direkt mit der Autoelektronik verbunden werden. So will Falk die Vorteile der mobilen Navigation mit denen eines Festeinbaus verbinden. Das System ist voll portabel, vermeidet aber offenliegende Kabel, ermöglicht freie Sicht durch die Front-



scheibe, und die Navigationsansagen sowie die Musik-Wiedergabe des integrierten MP3-Players mit Playlisten-Funktion erfolgen über die Autolautsprecher in hoher Qualität. Auch während der Navigation spielt der MP3-Player Musik ab. Die mitgelieferte Geräte-Dockingstation sorgt für stabilen Halt und enthält die Anschlüsse für alle Kabel und eine integrierte TMC-Kurzantenne. Mit einem Handgriff ist der Falk P300 eingesetzt und wieder herausgenommen. Die optional erhältlichen Car Kits ermöglichen eine sicherere Integration des Navigationsgerätes in das Autointerieur. Zu den Neuerungen des Falk P300 gehören „Premium-GPS“, eine GPS-Schnellortung, die den Standort des Anwenders in wenigen Sekunden ermitteln kann, sowie TMCpro, mit dem Autofahrer in Deutschland noch schnellere, zuverlässigere und präzisere Staumeldungen erhalten als per TMC. Der Falk P300 bietet aktuelles Kartenmaterial für 37 Länder West- und Osteuropas und den multimedialen City Guide mit Marco Polo Insider Tips für 34 Städte, die auf dem 2 GB fassenden internen Speicher vorinstalliert sind.

### Falk Navigator 7 Mobile



Falk präsentierte außerdem mit dem Falk Navigator 7 Mobile eine neue Version des Onboard-Navigationssystems für Handys. Die für alle Smartphones mit der dritten Version des Symbian-Betriebssystems Series 60 geeignete Lösung bietet eine Staumfahrung sowie einen Blitzer-Warner, der sowohl Geschwindigkeits-Blitzer als auch Ampel-Blitzer meldet. Mit der praktischen Re-Routing-Funktion werden Falschabbieger binnen Sekunden auf die korrekte Route zurückgeführt. Der Falk Navigator 7 Mobile wird Ende des zweiten Quartals 2007 erhältlich sein. Die unverbindliche Preisempfehlung inklusive Kartenmaterial von Deutschland, Österreich und der Schweiz, Bluetooth-GPS-Empfänger sowie Zubehör lautet 229,95 Euro.

### Motorola MotoKRZR K3

**Mobil** Mit dem MotoKRZR K3 hat Motorola den jüngsten Spross seiner Designhandy-Familie MotoKRZR mit HSDPA vorgestellt. Das neue Mobiltelefon führt die Designphilosophie Motorolas fort und verbindet außergewöhnliche Materialien, elegante Farben und perfekte Verarbeitung. Das MotoKRZR K3 zeichnet sich durch seinen direkten Zugriff auf alle wichtigen Telefonfunktionen und Multimediaanwendungen aus und ermöglicht dank HSDPA schnelle Downloads und Video-Streaming. Das Gerät ist mit zwei integrierten Digitalkameras für anspruchsvolle Fotos und Videotelefonie ausgestattet: eine interne VGA Kamera für Videokonferenzen in Echtzeit und eine Zwei-Megapixel-Digicam mit achtfacher Digitalzoom-Funktion. Mit USB 2.0, 64 MB internem Speicher (davon stehen dem Nutzer 50 MB zur freien Verfügung) und microSD Kartenslot sowie Stereo Bluetooth für kabellosen Musikgenuss bietet es ein Plus an persönlicher Freiheit und Mobilität. Der integrierte MP3-Player unterstützt



alle gängigen Musikformate wie Midi, MP2, AAC/AAC+. Das MotoKRZR K3 ist darüber hinaus mit einem großen Display (320 x 240 Pixel) ausgestattet, auf dem Fotos und Bewegtbilder mit bis zu 262.000 Farbtönen dargestellt werden können.

### AVM VoIP Gateway 5188

**www** AVM bietet mit dem VoIP Gateway 5188 jetzt ein Produkt, das speziell auf die professionelle Anwendung von VoIP zugeschnitten ist. Kleine und mittlere Unternehmen können damit die Vorteile der Internettelefonie mit minimalem Aufwand nutzen. Bestehende Telefonanlagen und die daran angeschlossenen Telefone müssen nicht angepasst werden. Auch die eingerichteten Festnetznummern bleiben unverändert nutzbar. Bis zu acht Telefongespräche sind gleichzeitig möglich, wahlweise über Internet oder Festnetz. Das VoIP Gateway 5188 bietet nicht nur umfangreiche Telefonie-Funktionen, sondern bringt als leistungsfähiger

AGFEO Telefonanlage

## TK-HomeServer das Multitalent

- WebServer
- Telefonanlage
- Internet-Telefonie
- Haussteuerung
- Light WebShop verfügbar



Teilnehmer

**Einfach** über die mitgelieferte Software TK-Suite Professional, **perfekt** alle Profi-Funktionen programmieren und **kommunizieren!**

- ✓ LAN/WLAN
- ✓ Speicher-Karte
- ✓ TK-Suite Professional



VoIP



TK-Suite



System-Telefonie



Haussteuerung

# AGFEO

einfach | perfekt | kommunizieren

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld  
Info-Line: 0700 CALL AGFEO (0700 2255 24336) · Fax: 0521/447 09-98 555  
E-Mail: info@agfeo.de · Internet: www.agfeo.de

## POS Aktuell

### Samsung zeichnet das ENO Service-Center aus

Dem Nordhorner Service-Center, Partnerunternehmen des Distributors ENO telecom, ist für die Monate November, Dezember und Januar die beste Performance unter allen deutschen Service-Centern von Samsung bestätigt worden. Kriterien für die Verleihung sind bei Samsung vor allen Dingen qualitative Aspekte. Zu den abgefragten Faktoren gehören die Durchlaufgeschwindigkeit, die Zuverlässigkeit von Aussagen, die Freundlichkeit der Mitarbeiter und die Qualität der geleisteten Arbeiten. Des Weiteren werden die Beziehungen des Centers zu Samsung, die interne Arbeitsweise sowie die Einhaltung der Vorgaben bewertet. Diese Themen waren für das Nordhorner Service-Center – auch dank der vorhandenen Zertifizierung nach DIN ISO 9001 – ein Leichtes.

### AVM Solutions Tour 2007 hält in zwölf Städten

AVM zeigt in den kommenden Wochen im Rahmen einer Roadshow neue Produkte für das digitale Wohnzimmer und innovative Netzwerklösungen für Unternehmen: Vom 17. April bis 31. Mai stellt das Berliner Unternehmen in zwölf deutschen Städten Fachhändlern seine neuesten Produkte rund um Breitband, VoIP und Multimedia für Heimanwender und Kommunikationslösungen für den Einsatz in kleinen und mittleren Unternehmen vor. AVM präsentiert außerdem erfolgreiche

Verkaufskonzepte und AVM Partner 1&1 stellt den Teilnehmern sein DSLdirekt Programm vor und gibt ihnen Tips, wie sie vom wachsenden DSL-Markt profitieren können. Es empfiehlt sich eine frühzeitige Anmeldung für die kostenlose, jeweils halbtägige Roadshow, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist und die Erfahrung der zurückliegenden Jahre gezeigt hat, dass die AVM Solutions Tour Veranstaltungen bei Fachhändlern sehr beliebt und rasch ausgebucht waren. Anmeldungen unter [www.avm.de/tour](http://www.avm.de/tour).

Die Termine: 17./18.4. Berlin; 19.4. Leipzig; 24.4. Köln; 3.5. Kaiserslautern; 4.5. Stuttgart; 8.5. Hamburg; 9.5. Münster; 10.5. Hannover; 15.5. Düsseldorf; 22.5. Nürnberg; 23./24.5. München; 30./31.05. Frankfurt.

### O<sub>2</sub> startet Frühjahrsaktion für Geschäftskunden

Derzeit bietet O<sub>2</sub> Germany Unternehmen besonders attraktive Konditionen beim Vertragsabschluss des Tarifs O<sub>2</sub> Business Flat an: Im Aktionszeitraum bis 30. April erhalten Geschäftskunden ein halbes Jahr lang monatlich 50 Freiminuten in andere Mobilfunknetze. Das Angebot gilt für alle Neukunden der Geschäftskundeneinheit von O<sub>2</sub> mit einem Business Rahmenvertrag. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Vertrag mit einem subventionierten Handy oder ohne abgeschlossen wird. O<sub>2</sub> Business Flat richtet sich an Geschäftskunden, die viel telefonieren und dabei volle Kostenkontrolle wünschen. Die Flatrate beinhaltet alle Gespräche ins deutsche Festnetz sowie in das Mobilfunknetz von O<sub>2</sub> Germany.

### Vodafone stellt Neuheiten in Sachen MobileTV vor

Vodafone hat seine Neuheiten in Sachen MobileTV vorgestellt: Gleich fünf neue Kanäle sowie ein interaktiver TV-Player und ein Bundesliga-Player erweitern das Angebot für UMTS-Handys. Durch die neuen Programme und die gleichzeitige einfachere Bedienung können Vodafone-Kunden so noch mehr Unterhaltung auf dem Handy erleben. Unterhaltend, sportlich oder musikalisch geht es bei den neuen Fernsehkanälen Big Brother (live), Eurosport 2 (live), Cartoon Network (live), Musicbox und dem Vodafone mylive! Video-Kanal zu. Neu ist auch der Bundesliga-Player, der hinsichtlich des Bedienkomforts des Bundesliga live!-Angebotes neue Maßstäbe setzen soll. Mit der Vodafone live! Fußball-Flatrate für 7,50 Euro extra pro Monat haben Vodafone-Kunden damit die Möglichkeit, alle 612 Spiele der ersten und der zweiten Bundesliga live auf ihrem UMTS-Handy zu verfolgen. Im Festpreis inklusive gibt es auch Interviews und Analysen, Expertentips und Hintergrundberichte. Ausführliche Zusammenfassun-

gen zu allen Spielen sowie Übersichten über Ergebnisse, Tabellen und Statistiken komplettieren das Angebot.

Weiterhin neu bei Vodafone sind interaktive TV-Programme im MobileTV. Mit der neuen Version des TV-Players können Vodafone live!-Kunden während bestimmter Sendungen direkt über ihr Handy an Votings und Gewinnspielen teilnehmen. Zuschauer haben zum Beispiel während der Live-Kochsendungen von „tv.gusto“ die Möglichkeit, sich ganz einfach per SMS die entsprechende Zutatenliste auf das Handy schicken zu lassen, um die vorgestellten Gerichte nachzukochen.

Mit den fünf neuen Kanälen im Vodafone-MobileTV steigt das Angebot auf insgesamt 31. Die Nutzung von Vodafone-MobileTV setzt ein UMTS-fähiges Handy, einen Vodafone-Kundenvertrag mit einem UMTS-Tarif und UMTS-Netzversorgung voraus. Vodafone bietet UMTS-Netzversorgung bereits in 2.000 deutschen Städten und Gemeinden.

Ebenso ist die Abfrage der Mailbox inklusive. Im Standardangebot kosten Gespräche in andere Mobilfunknetze 15 Cent netto pro Minute. Die monatliche Nettogrundgebühr beträgt 25 Euro ohne Handy und 35 Euro in Verbindung mit einem subventionierten Endgerät.

### Vodafone weitet das Mobile Music Angebot aus

Vodafone erweitert sein Repertoire und bietet nun eine Million lizenzierte Songs an. Damit findet der Musikinteressierte eine umfassende Auswahl für jeden Musikgeschmack. Musikdateien über Handy und/oder Internet zu kaufen – bequem, flexibel und vor allem legal – setzt sich als Vertriebsweg für Musik immer mehr durch. Im deutschen MusicDownload-Markt findet sich Vodafone

als Nummer drei wieder. Die Tendenz ist steigend. Das Produkt-Repertoire reicht von klassischen Klingeltönen und RealMusic, über Freizeichentöne und MusikVideos bis hin zu MusicDownloads in voller Länge. Die Auswahl umfasst Songs aller Musikgenres, von (Heavy) Rock, Pop, HipHop, Rap oder Soul/R&B über die Hits der 70er, 80er und 90er Jahre bis hin zu Top-Charts. Vodafone hat hierzu Verträge mit allen großen Plattenlabels abgeschlossen.

Wöchentlich wird die Titelauswahl erweitert und aktualisiert. Was bei Vodafone gekauft wird, zählt auch für die offiziellen Media Control Single-Charts.

Vodafone bietet den Kauf der Musik auch via Web an. Unter [www.vodafone.de/music](http://www.vodafone.de/music) stehen die gleiche Songauswahl und die bekannten Optionen zur Verfügung wie im mobilen Vodafone live!-Portal. Im Web-Shop stöbern kann grundsätzlich jeder Besucher, zum Kauf loggt der Kunde sich dann mit seiner Vodafone-Handynummer und seinem Internet-Kennwort ein. Der einmal gekaufte Musiktitel kann sowohl auf einen PC als auch auf ein Handy heruntergeladen werden.

### O<sub>2</sub> führt neues Programm für Vieltelefonierer ein

O<sub>2</sub> startet Ende Mai 2007 mit O<sub>2</sub> Premium, einem neuen Kundenbindungsprogramm für Vieltelefonierer. Vertragskunden mit stetig überdurchschnittlich hohem Umsatz wird automatisch der Premium-Status verliehen. Dieser gewährt Zugang zu exklusiven Services und Leistungen. Für alle anderen O<sub>2</sub> Kunden gibt es seit über drei Jahren die O<sub>2</sub> Bonuswelt, in der Premium-Kunden besondere Konditionen erhalten. Mit der Verleihung des Premium-

Status erhalten Vieltelefonierer automatisch Zugang zu verschiedenen Services und Vergünstigungen.

So genießen Premium-Kunden eine individuelle Betreuung über eine eigene Premium-Hotline sowie Rabatte in der O<sub>2</sub> Bonuswelt. Zudem macht O<sub>2</sub> jederzeit ein persönliches Angebot für ein neues Handy. Auch beim Handypreis profitiert der Premium-Kunde von speziellen Konditionen.

### TÜV Service Check lobt Netz von T-Mobile

Der TÜV Service Check bescheinigt T-Mobile Deutschland die beste Netzqualität nach QvK-Standard (QvK, Qualitätsvergleich aus Kundensicht). Die Auszeichnung des TÜV basiert auf einer systematischen Auswertung vieler hunderttausend Messdaten. T-Mobile stellt sich seit Jahren freiwillig dem Zertifizierungsaudit TÜV Service Check und dokumentiert damit seine Bereitschaft, die Qualität des T-Mobile Netzes kontinuierlich von neutraler Seite überprüfen zu lassen.

Die Ergebnisse des TÜV Service Checks nutzt T-Mobile unter anderem, um die Netzqualität und die Mobilfunkversorgung weiter zu verbessern. Die Analyse der Messdaten ergab, dass die folgende Aussage nachweisbar ist: „T-Mobile Deutschland bietet die beste Netzqualität nach QvK-Standard mit den Kriterien ‚Gesprächsabbruchquote‘, ‚Misserfolgsquote beim Gesprächsaufbau‘ und ‚Nicht empfangene SMS/MMS-Nachrichten‘ als Durchschnittswert für den Zeitraum Januar bis Dezember 2006. Als Basis wurden Messdaten von über 330.000 Gesprächen und über 118.000 SMS/MMS-Nachrichten erfasst und ausgewertet.“

### T-Online integriert Spezial-Suchmaschine „Blinde Kuh“ in sein Kids-Portal

Viele Kinder und Jugendliche nutzen heute das Internet ganz selbstverständlich. T-Com nimmt den Schutz dieser Nutzergruppe ernst und bietet bereits seit langem verschiedene Schutzmechanismen wie die kostenlose T-Online Kinderschutzsoftware, das Altersverifikationssystem oder die ICRA gerateten Seiten an. Durch die Kooperation mit der Suchmaschine „Blinde Kuh“ verstärkt T-Com sein Engagement im Bereich Kinder- und Jugendmedienschutz weiter. In den nächsten Wochen wird die Spezialsuche für Kinder und Jugendliche auf den Seiten des T-Online Kids-Portals integriert. Die Suche sorgt für die Anzeige kinder- und jugendfreundlicher Surftips im Suchergebnis und trägt so dazu bei, dass Kinder beim Surfen im Netz nur für sie geeignete Seiten besuchen.

„Die Kooperation mit ‚Blinde Kuh‘ ist ein weiterer Baustein, die kindgerechte Nutzung des Internets zu ermöglichen und einen erweiterten, sicheren Surfraum zu bieten“, so Gabriele Schmeichel, Jugendschutzbeauftragte des Konzerns Deutsche Telekom AG. Mit einem besonderen Checksystem und redaktionellen Gegenrecherchen zeigt „Blinde

Kuh“ als einzige Suchmaschine in Deutschland gebündelt über 25.000 für Kinder gemachte Seiten an. Die Suchergebnisse sind nicht dem Zufall überlassen: Die Suchräume der Online-Recherche sind so optimiert, dass Kinder mit didaktischer Unterstützung während ihrer Suche ein Gefühl für Relevanz aufbauen können. Kinderseiten beinhalten meist wenig Text und sind dadurch kaum bei Suchmaschinen wie Google wiederzufinden. Deshalb wird bei „Blinde Kuh“ mit einer umfangreichen redaktionellen Verschlagwortung gearbeitet. Dadurch werden auch Inhalte gefunden, die in der Regel nicht in die Indizes gängiger Suchmaschinen gelangen.

Blinde Kuh ist ein gemeinnütziger Verein, der mit dem Internetprojekt „Blinde Kuh“ eine spezielle Suchmaschine für Kinder kostenlos zur Verfügung stellt. Neben der Förderung der Medienkompetenz von Kindern und des Jugendmedienschutzes steht die außerschulische Bildung im Vordergrund. Vor zehn Jahren startete die Suchmaschine als rein ehrenamtliches Internetprojekt und wird seit August 2004 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.

# JVC präsentiert den weltweit ersten Full HD Camcorder

## Für detaillierte Aufnahmen



Mit dem HD Everio GZ-HD7 präsentiert JVC den weltweit ersten (Stand: 1. März 2007) Consumer Camcorder, der in der Lage ist, Full HD 1.920 x 1.080i aufzuzeichnen. Der Everio GZ-HD7 ist mit zahlreichen High-Tech-Features ausgestattet und erlaubt Archivierung und Wiedergabe ganz ohne PC.

JVCs neues Flaggschiff ist mit einem Fujinon Profi-Objektiv ausgestattet. Erstmals wird diese hochklassige HD Optik auch in einem Consumer Camcorder eingesetzt. Das 10fach-Objektiv (f = 3,3 mm – 33 mm) liefert über den beinahe kompletten Zoombereich die gleiche Helligkeit. Fujinon Objektive sind sehr hochwertig und zählen mit den Canon Objektiven zu den „Main Playern“ im hochwertigen Camcorder-Segment. Sie sind auch bei den wichtigen TV-Sendern und Filmproduktionsfirmen besonders beliebt. Der Marktanteil in der professionellen HD-Industrie liegt bei über 60 Prozent. Dank der Pixel-Shift-Technologie wird die Pixelzahl vervierfacht, um echte Full HD-Aufnahmen zu erstellen.

Darüber hinaus erlaubt der erweiterte dynamische Bereich HD-Videos in natürlichen Farben. Die Optik der HD Everio nutzt eine spezielle 3-dimensionale Montage-technik, um sicherzustellen, dass das Prisma und der CCD Chip mit einer extremen Präzision von nur einem Mikrometer zusammengefügt werden. Möglich wird dies dank einer patentierten Technologie von Fujinon für professionelle Kameras. Der GZ-HD7 ist zudem mit einem optischen Bildstabilisator ausgestattet, der dank bewegungs-

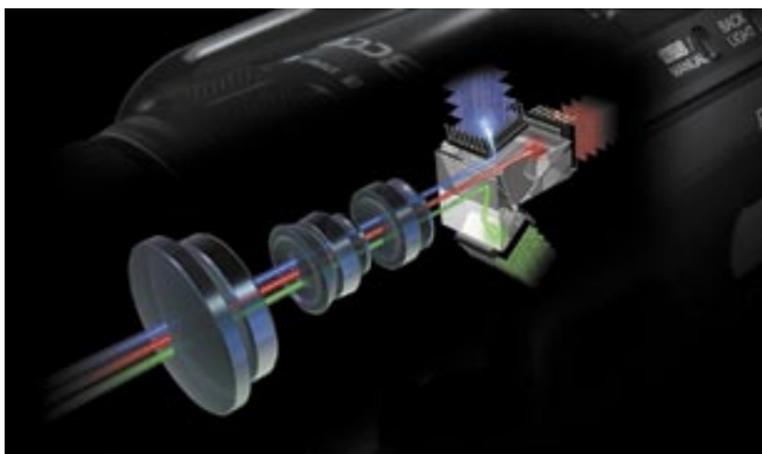


Die neue Share Station CU-VD40 von JVC erlaubt die einfache Archivierung von Full HD Material auf DVD (8,5 GB). Der Brenner wird direkt über eine USB 2.0 Highspeed-Schnittstelle mit dem Camcorder für die Datenübertragung verbunden.

licher Optik, einem speziellen Servo-System und einem neuen Shake Detection Algorithmus eine erstklassige Präzision bei der Bildstabilisierung und Bewegungs-

erkennung erreicht. Ein weiteres Feature ist der Fokus Assistent. Die Ecken des fokussierten Objektes im Bild werden in Farbe dargestellt, so dass der Anwender erkennen kann, welcher Bildbereich sich exakt im Fokus befindet. Die Fokussierung kann somit in Echtzeit überprüft werden.

Für die exakte Einstellung der manuellen Belichtung bietet das sogenannte Zebramuster Unterstützung: Auf dem LCD-Monitor wird ein gestreiftes Muster (Zebra) auf die überbelichteten Bereiche gelegt. Zu den weiteren manuellen Funktionen des Camcorders zählt ein manueller Fokus Ring, die



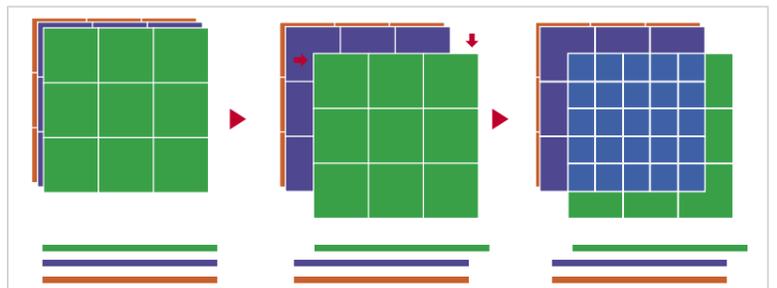
Zeitvorwahl für die Blendenautomatik sowie die Blendenvorwahl für die Zeitautomatik, die Belichtungseinstellung, Weißabgleich, Bildschärfe und AE Programme. Der GZ-HD7 ist in der Lage, bis zu fünf Stunden Aufnahme im Full HD-Modus aufzuzeichnen (1.920 x 1.080i), eine Langzeitaufnahme von bis zu sieben Stunden ist im SP Modus (1.440 x 1.080i) möglich. Bei einer konstanten Bit Rate von 27 Mbps zeichnet er im 1.440 CBR Modus (1.440 x 1.080i) circa bis zu fünf Stunden auf. Die Everio GZ-HD7 kommt im April auf den deutschen Markt. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.799 Euro.

### Unkompliziertes Archivieren

Für das unkomplizierte Archivieren des Videomaterials bietet JVC für den neuen Everio Camcorder die

Share Station CU-VD40. Sie ist in der Lage, auf normalen DVDs das Full HD Content von der Everio aufzuzeichnen. Auf eine Double Layer DVD passen bis zu 40 Minuten Aufnahmematerial in Full HD. Der Brenner wird direkt über eine USB 2.0 High Speed Schnittstelle mit dem Camcorder für die Datenübertragung verbunden. Die Videodateien werden somit unkompliziert und ohne PC auf DVD gebrannt. Die CU-VD40 ist mit einem USB 2.0, HDMI, einem Audio/Video-Ausgang und einem Komponenten (V, Pb, Pr)-Ausgang ausgestattet. Sie kann auch als externer Standard-Brenner an den PC angeschlossen werden. Die unverbindliche Preisempfehlung für den CU-VD40 lautet 399 Euro.

Für PC Anwender liefert JVC serienmäßig die Software Cyberlink BD Solution. HD Dateien können damit verwaltet, bearbeitet, kopiert und wiedergegeben werden. *miz*



Mit der 3 Chip Pixel Shift Technologie wird die Pixelzahl vervierfacht, um echte Full HD Aufnahmen (1.920 x 1.080) zu erstellen. Der erweiterte dynamische Bereich ermöglicht es, HD Videos in natürlichen Farben wiederzugeben.

### 5 Stunden 1920 Full HD Aufnahme auf der integrierten Festplatte

Aufnahme Modus	Video/Audio Codec	System Bit Rate (Bandbreite in Mbits/s)	Aufnahmedauer*
<b>FHD Modus</b> (Full HD High Quality)	MPEG2-TS MP2/MPEG1 Layer 2)	VBR: max 30Mbps Ø 26.6Mbps	circa 5 Stunden
<b>SP Modus</b> (Langzeitaufnahme 7 Stunden)	MPEG2-TS MP2/MPEG1 Layer 2)	VBR: max 22Mbps Ø 19Mbps	circa 7 Stunden
<b>1440 CBR Modus</b> (konstante Bit Rate)	MPEG2-TS MP2/MPEG1 Layer 2)	CBR 27Mbps konstante Bit Rate	circa 5 Stunden

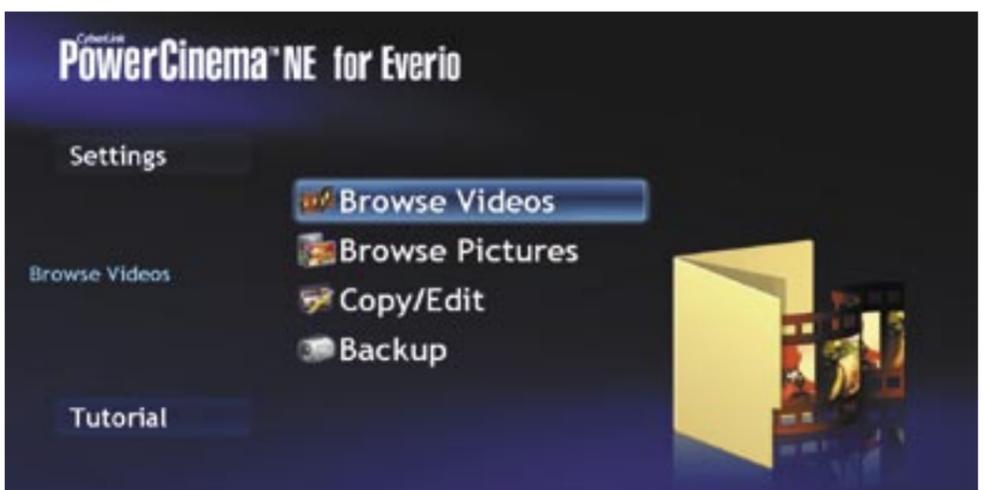
\*Erweiterte Aufnahmedauer



5 Stunden Full HD Video Aufnahme!



Integrierte 60GB Festplatte



Oben: Die BD Cyberlink Solution Software liefert JVC serienmäßig mit jedem GZ-HD7 Everio Camcorder mit. HD Dateien können damit verwaltet, bearbeitet, kopiert und wiedergegeben werden.

Links: Der GZ-HD7 ist in der Lage, bis zu fünf Stunden Filmmaterial in Full HD aufzuzeichnen.

# PMA 2007 in Las Vegas

## Wege zum Bild



**Als größte, jährlich veranstaltete Fotomesse der Welt ist die PMA, die in diesem Jahr vom 8. bis 11. März in Las Vegas stattfand, seit langem ein wichtiger internationaler Messetermin. Auch viele Besucher aus Deutschland informierten sich über die neuesten Trends und Produkte. Neben den zahlreichen neuen Digitalkameras dieses Frühjahrs standen vor allem Bild-Dienstleistungen im Mittelpunkt.**

Veranstalter der PMA ist die Photo Marketing Association International – mit 20.000 Mitgliedern in mehr als 100 Ländern der größte internationale Verband der Fotobranche. Auch einige tausend Europäer sind Mitglied der PMA, die in München ein Büro für Europa unterhält, das von mehreren nationalen Büros, zum Beispiel in Großbritannien und Russland, unterstützt wird.

Zum Konzept der ausschließlich Fachbesuchern zugänglichen PMA gehört neben der Messe ein umfangreiches Vortragsprogramm, bei dem sich die Besucher über die neuesten Trends und Strategien für das Geschäft mit Imaging-Produkten und -Dienstleistungen informieren können. Dabei gab es auch in diesem Jahr wieder spezielle Vorträge für deutschsprachige Besucher: Winfried

Schweiz) stellte aktuelle Marktzahlen zur Verbreitung von Fotokiosks in Deutschland vor, und Mike-M. Lindberg (Fotokasten GmbH, Stuttgart) sprach über „Innovative Online-Photofinishing-Konzepte“.

Auch in den englischsprachigen Vorträgen und Podiumsdiskussionen waren Vertreter der deutschen Foto- und Imagingbranche aktiv.

### Wachstumsmotor Digitale Spiegelreflexkameras

Die Lawine von neuen digitalen Kompaktkameras, die in diesem Frühjahr von den wichtigen Herstellern vorgestellt wurde, fand auf der PMA vollständig ihren Niederschlag. Ein neuer Anbieter ist das amerikanische Unterneh-



Electric vertreibt. Besonderes Interesse fanden aber die neuen Spiegelreflex-Modelle – denn dieses Segment sorgt auf dem weltweiten Kamera-Markt für deutliches Wachstum. Canon stellte das Profi-Modell EOS-1D Mark III vor. Olympus erweiterte das E-System nach dem Four-Thirds-Standard gleich um zwei neue Modelle: die besonders kompakte E-410 und die mit einem mechanischen Bildstabilisator ausgestattete E-510. Beide Kameras verfügen über einen 10-Megapixel-LiveMOS-Sensor und bieten mit der Live View-Funktion die Möglichkeit, den Bildausschnitt auf dem 2,5“-Monitor der Kamera zu kontrollieren.



Fotobücher, hier gezeigt von Greg Walker, weltweiter Direktor für Retail Printing Solutions bei Kodak, waren einer der Hits auf der PMA.

Olympus kündigte auf der PMA auch die Einführung eines Nachfolgers der professionellen E-1 für dieses Jahr an und erweiterte die Objektiv-Palette für das E-System. Diese Objektive nach dem Four-Thirds-Standard können mit Kameras anderer Hersteller, zum Beispiel Panasonic und Leica, eingesetzt werden. Mit jetzt 17 Produkten bietet Olympus das breiteste Objektiv-Sortiment für diesen Standard an. Nikon erweiterte sein Spiegelreflex-Programm um die D40x,

die sich von der Ende letzten Jahres eingeführten D40 vor allem durch einen 10-Megapixel-Chip unterscheidet.

Sony – im Vorjahr mit der Alpha 100 ins Spiegelreflex-Segment eingestiegen – zeigte unter Glas zwei Prototypen: eine Kamera für ambitionierte Amateure und semi-professionelle

licht bzw. sehr viel einfacher gemacht. Buchstäblich an jeder Ecke auf dem Messegelände waren Systeme zu sehen, mit denen direkt im Fotogeschäft Fotobücher und Fotokalender gedruckt und gebunden werden können. Passend dazu gab es ein breites Angebot an Software, mit der solche Bildprodukte, zu denen



Samsung zeigte an seinem Stand die Verbindung von Digitalkameras und HD-Fernsehern.

Anwender sowie eine zweite für Profifotografen. Zum Einführungstermin hieß es salomonisch, eine der beiden Kameras werde noch in diesem Jahr auf den Markt kommen. Zudem will Sony das Alpha-System in den nächsten zwölf Monaten um mindestens fünf neue Objektive erweitern.

### Die neue Lust am Bild

Ohne Zweifel das wichtigste Messe-Thema waren auf der PMA Bild-Dienstleistungen – und zwar vor allem die, die über das klassische 10 x 15 cm-Foto hinausgehen. Die Digitalfotografie hat die Herstellung einer breiten Palette von Bildprodukten ermög-

auch beispielsweise Tassen, T-Shirts, Mauspads, Schlüsselanhänger und die originellsten Accessoires gehören, über Fotokiosks im Geschäft oder Internetseiten bestellt werden können. Die diesjährige PMA zeichnete sich durch eine optimistische Stimmung und gegenüber dem Vorjahr sichtbar gestiegene Besucherzahlen aus.

Auch im kommenden Jahr dürfte es in Las Vegas voll werden: Dann findet die PMA vom 31. Januar bis 2. Februar statt – unmittelbar vor dem amerikanischen Super Bowl Finale, das zwar in Phoenix, Arizona, stattfindet, aber traditionell von vielen Amerikanern von Las Vegas aus verfolgt wird.



Auf zahlreichen Empfängen hat das internationale Publikum der PMA die Möglichkeit, sich zu treffen. Hier der Europa-Direktor der Photo Marketing Association Dr. Klaus Petersen (links), mit Frank Grossmann, Colour-Science AG, Schweiz.

Gaber von der Nürnberger Printaria GmbH informierte über „Neue Chancen für den Fotofachhandel“, Rudi Dech (Marx AG, Dielsdorf,

men General Imaging, das von ehemaligen Olympus-Managern gegründet wurde und seine Produkte unter der Marke General

# Olympus stellt zwei neue E-System-Kameras vor

**Olympus hat mit der E-510 und der E-410 zwei weitere Kameras für das E-System ins Programm genommen. Außerdem wurde das Nachfolgemodell der legendären Olympus E-1 angekündigt. Das neue Profimodell soll im Laufe der kommenden Monate auf den Markt kommen.**

Als Nachfolgemodell der E-500 ist die neue Olympus E-510 unter anderem mit Live View ausgestattet. Damit ermöglicht sie, dass die Wahl des Bildausschnitts einfach und bequem auch über das 6,4 cm große HyperCrystal LCD erfolgen kann. Live View steht beim automatischen (AF) und beim manuellen (MF) Fokussieren zur Verfügung. Darüber hinaus bietet die neue Spiegelreflexkamera einen mechanischen Bildstabilisator. Der neu entwickelte Live MOS-Sensor (zehn Megapixel) sowie ein neuartiger Bildprozessor, der für eine effektive Rauschunterdrückung sorgt, garantieren

eine überragende Aufnahmequalität. Wie alle Kameras des Olympus E-Systems ist die auf dem Four Thirds Standard basierende E-510 mit dem patentierten Supersonic Wave Filter für staub-



freies Fotografieren ausgestattet. Weiterhin bietet das neue Modell eine Serienaufnahmefunktion: Bis zu drei Bilder/Sekunde inklusive RAW-Puffer für sieben Bilder lassen sich mit der E-510 realisieren. Mit ihren zahlreichen manuellen Optionen richtet sich die Kamera an Fotografen, die auch anspruchsvolle Lichtsituationen problemlos bewältigen wollen: Für optimale

Licht- und Farbeinstellungen lassen sich Belichtungs- und Weißabgleichskorrektur direkt auf dem LCD überprüfen. Darüber hinaus bietet eine Histogrammfunktion die Möglichkeit einer präzisen Belichtungskontrolle. 18 voreingestellte Aufnahmemodi und verschiedene Farbmodi sowie Schwarzweiß-Filter erweitern den kreativen Spielraum. Die Olympus E-410 – sie löst die E-400 ab – ist weltweit eine der kleinsten digitalen



Spiegelreflexkameras mit Live View. Ein neuer Prozessor und ein neuer Zehn-Megapixel-Sensor sorgen auch bei diesem Modell für eine schnellere Bilddatenver-

## Neue Olympus $\mu$ 780 mit Fünffach-Zoomobjektiv

Olympus hat ebenfalls die neue wetterfeste Digitalkompaktkamera  $\mu$  780 vorgestellt. Die neue Kamera ist unter anderem mit einem 7,1-Megapixel-Aufnahmechip, einem 6,4-cm-Monitor, 20 Aufnahmeprogrammen, Videofunktion und einem Fünffach-Zoomobjektiv (entsprechend 36–180 mm bei Kleinbild) ausgestattet. Für scharfe Bilder sorgt die Dual Image Stabilization. Sie schützt durch die Kombination mechanischer Bildstabilisator/hoher ISO-Wert doppelt vor Verwacklungsunschärfen, die durch unruhige Kameraführung oder sich schnell bewegende Motive entstehen können. Die Schattenaufhellung (Shadow Adjustment Technologie) verbessert die Belichtung von Aufnahmen mit



dunklen Bereichen. Hierbei kommt ein Prozessor zum Einsatz, der ähnlich dem menschlichen Auge funktioniert. Dieser Prozessor bewirkt zudem eine höhere Geschwindigkeit bei der internen Datenverarbeitung, ein geringeres Rauschverhalten bei hohen ISO-Werten sowie einen geringeren Stromverbrauch. Die  $\mu$  780 ist mit einem silberfarbenen oder schwarzen Metallgehäuse zu haben. 25 Sprachen stehen kameraseitig für die Menüanzeige zur Auswahl. Zur Sicherung der Bilder und Videos ist die  $\mu$  780 mit einem internen Speicher sowie einem Kartenfach für xD-Picture Cards ausgestattet.

arbeitung und einen geringeren Energieverbrauch. Das Resultat überzeugt durch sensationell scharfe Bilder mit natürlicher Farbwiedergabe. Mit der E-410 lassen sich zudem Serienaufnahmen mit bis zu drei Bildern/Sekunde inklusive RAW-Puffer für sieben Bilder realisieren. Für einen größtmöglichen kreativen Spielraum bietet die Kamera neben den

manuellen Einstellmöglichkeiten 32 Aufnahmeprogramme, verschiedene Farbmodi und Schwarzweiß-Filter. Zur Speicherung der Aufnahmen können Compact-Flash- oder xD-Picture Cards verwendet werden. Für den schnellen Datentransfer zwischen Kamera und Computer ist die E-410 mit Hi-Speed USB (bis zu 480 MBit/s) ausgestattet.

## Neuheiten

### „SpongeBob“ MP3-Player für Kinder

Maxfield und iHaiku.de präsentieren gemeinsam einen speziellen MP3-Player für Kinder: Der gelb-grüne SpongeBob-Player verfügt über eine Speicherkapazität von 1 GB. Auf dem kindgerecht konzipierten Player ist bei der Auslieferung bereits ein SpongeBob Hörspiel vorinstalliert. Zum Lieferumfang gehört auch ein Gutschein zum Download eines weiteren Hörspiels von iHaiku.de. Die integrierte Lautstärken-Begrenzung des SpongeBob-Players schützt die empfindlichen Ohren der kleinen Anwender vor zu hohem Schalldruck.



Mit seinem farbenfreudigen Gehäuse und der eigenwilligen Form zieht der SpongeBob die Blicke auf sich. Durch sein solides, auffälliges Gehäuse ist der SpongeBob in der Regel schnell wiederzufinden, wenn er mal verlegt wird. Alle auf dem Speicher des Players gespeicherten Titel und Interpreten werden mit den Informationen ihrer ID3-Tag auf dem 128 x 32 Pixel Dot-Matrix-LCD angezeigt. Der mit 40 Gramm federleichte Player wird mit nur einer AAA Alkaline-Batterie betrieben und erreicht mit einer Batterieladung eine Betriebsdauer von bis zu sieben Stunden.

### Notebooks mit LED-Backlight von Toshiba Matsushita



Das japanische Unternehmen Toshiba Matsushita Display Technology hat für Notebooks neue TFT-Panels mit LED Hintergrundbeleuchtung vorgestellt. Die neuen LED-Backlights sollen die Farbdarstellung wesentlich verbessern und im Vergleich zu herkömmlichen Notebook-Panels dünnere und leichtere Bildschirme mit einem niedrigeren Energieverbrauch ermöglichen. Die neuen Toshiba Matsushita TFT-Displays mit LED-Beleuchtung wurden in den Bildschirmgrößen 10,4 und 10,6 Zoll vorgestellt. Das 10,4-Zoll-Display besitzt eine Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten, wiegt 120 Gramm und erreicht den Helligkeitswert von 240 cd/m<sup>2</sup> bei einem Energiebedarf von 2,4 Watt. Das 10,6-Zoll-Display besitzt eine Auflösung von 1.280 x 768 Bildpunkten, wiegt 150 Gramm, erreicht den Helligkeitswert von 300 cd/m<sup>2</sup> und hat einen Leistungsbedarf von 2,8 Watt. Die LED-Technik ermöglicht höhere Helligkeitswerte und ist weniger anfällig für Ausfälle, so z. B. durch starke Erschütterungen. Über den Termin, zu dem die neuen Displays verfügbar sind, wurden von Toshiba Matsushita Display Technology noch keine Angaben gemacht.

### Update für Panasonic Blu-ray-Player



Auf der CeBIT hat Panasonic eine weiterentwickelte Version seines seit Ende 2006 ausgelieferten Blu-ray-Players DMP-BD10 angekündigt. Die Verbesserungen betreffen die Firmware des Laufwerks, so dass Besitzer bereits verkaufter

### Kann alles und ist bei Delo vorrätig: Samsung CLX-3160

Das Samsung Laser-Multifunktionsgerät CLX-3160FN kann einfach alles, und das sogar in Farbe! Das Multitalent kopiert, druckt, scannt und faxt mit Perfektion und hohem Arbeitstempo. Auf angenehmere Art und Weise kann man sich sein Arbeitsleben kaum bunter gestalten: 4 Seiten pro Minute in Farbe drucken, 16 Seiten pro Minute in Schwarzweiß (A4); im Letter-Format; 4 Seiten pro Minute in Farbe und 17 Seiten pro Minute in Schwarzweiß drucken; farbecht und detailgetreu mit bis zu 4.800 x 4.800 dpi in erweiterter Auflösung scannen. Es ist Farbkopierer, Farbscanner, Farblaserdrucker und Farblaserfax, und das alles in einem platz- und energiesparenden Gerät mit NO-NOISTM-Technologie. So sieht eine stille, aber sehr ansehnliche Innovation aus. Die NO-NOISTM-Technologie von Samsung ermöglicht es zu drucken, ohne dass sich bei jedem Farbwechsel eine Trommel mit vier Tonerkartuschen dreht. Das Resultat ist ein flüsterleiser Druck. Bei herkömmlichen Druckern erzeugt jede Trommeldrehung der vier Tonerkartuschen Lärm und Vibrationen. Das NO-NOISTM (Non-Orbiting Noiseless Optic Imaging System) arbeitet dagegen mit fest installierten Kartuschen und schaltet die Farben nur elektronisch um. Der Samsung CLX-3160FN passt zu jedem Arbeitsplatz. Er wiegt knapp 20,5 kg, und sein Platzbedarf ist mit 466 x 429 x 486 mm sehr gering. Seine USB-Schnittstelle eröffnet völlig neue Möglichkeiten des Druckens und Scannens. Der CLX-3160FN erledigt nicht nur alle Büro-Aufträge mit Bravour, sondern beherrscht dank PictBridge auch direkten Fotodruck ohne angeschlossenen oder eingeschalteten PC. Mit der Beschreibung seiner Fähigkeiten könnte man noch viele Seiten füllen oder bedrucken. Glücklicherweise gibt es ein sehr gutes und ausführliches Prospekt und das Internet. Schon das Anschauen macht süchtig nach dem CLX-3160FN. Delo Computers hat das Gerät ab Lager vorrätig.

#### „Alt gegen neu“ – Trade In

Das Trade In-Programm soll dem Endkunden die Möglichkeit eröffnen, sein altes Gerät gegen ein neues Samsung-Gerät einzutauschen. Um am „Trade In“ Programm teilzunehmen, muss der Endkunde eines an der Aktion beteiligten Druckers nach dem Kauf nur die Daten in ein entsprechendes Formular eintragen und dieses an Samsung schicken. Daraufhin erhält er eine Bestätigungs-E-Mail. Diese E-Mail wird ausgedruckt und zusammen mit der Rechnungskopie des neuen Samsung-Gerätes zu dem Altgerät in einen transportfähigen Karton gelegt. In der Regel wird der Karton schon zwei Werkstage später bei der angegebenen Adresse (Wohn-Adresse, Arbeitsstätte) abgeholt. Bei der Abholung erhält der Kunde eine Abhol-Quittung. Innerhalb von ca. 30 Tagen wird dann der Rückerstattungsbetrag überwiesen. Mehr Infos gibt es unter <http://trade-in.samsung.de>.

Geräte ihre Laufwerke durch einen Flash der Firmware auf den neuesten Stand bringen können. Das Firmware-Update für den DMP-BD10 beinhaltet einen neuen Decoder, der jetzt auch die 7.1-Kanal-Soundformate Dolby TrueHD und DTS HD unterstützt. Außerdem wird der Blu-ray-Player um die neue Viera-Link-Funktion ergänzt. Alle ab dem Modelljahrgang 2007 mit HDAVI Control 2 ausgestatteten

Panasonic-Geräte können mit Viera-Link im Verbund über eine einzige gemeinsame Fernbedienung gesteuert werden. Mit der HDAVI Control 1 der 2006-er Modelle konnten die verkabelten AV-Geräte über eine Fernbedienung lediglich ein- und ausgeschaltet werden. Das Software-Update für den DMP-BD10 hat Panasonic für April 2007 angekündigt. Im Blu-ray-Bereich des Webportals [www.Panasonic.de](http://www.Panasonic.de)

oder über das Panasonic-Service-Center soll das Firmware-Update dann verfügbar sein. Ab April 2007 werden an den Handel ausgelieferte DMP-BD10-Geräte serienmäßig mit der neuen Firmware ausgestattet sein. Außerdem soll ab April nicht mehr nur die silberne Version des 1.499,- Euro kostenden Blu-ray-Players, sondern auch eine Version in Schwarz auf dem deutschen Markt lieferbar sein.



Die neuen Packard Bell GPS Compasso 800 Navigations-Geräte unterstützen mobiles Telefonieren über Bluetooth-Handys, Abspielen von MP3-Titeln und Foto-Diashows.

# Packard Bell Compasso 800: GPS-Navigation und Telefonieren im Breitbildformat

Neben der Fähigkeit der zuverlässigen und einfach zu bedienenden Navigation bieten die neuen Packard Bell Compasso 800 Geräte die Möglichkeit zum mobilen Telefonieren. Gesprächsannahme oder Anwahl von Gesprächsteilnehmern erfolgen über das für die Navigations-Anzeige genutzte helle 4-Zoll-WideScreen-Farbdisplay. Dafür ist ein in der Nähe verfügbares eingeschaltetes Mobiltelefon mit Bluetooth-Unterstützung erforderlich, mit dem das Compasso 800 Gerät drahtlos Kontakt hält. Telefonnummern werden bequem über den großflächigen Antiglare Touchscreen eingegeben oder in dem automatisch per Bluetooth übernommenen Telefonbuch des Mobiltelefons angewählt, in dem sich auf dem Breitbild-Display des Compasso 800 blättern lässt. Telefonnummern der im Compasso gespeicherten Reiseziele, Hotels, Restaurants und Sehenswürdigkeiten (PQIs) lassen sich durch einfachen Tastendruck wählen.

## Mehr „im Blick“ auf dem 4-Zoll-Touchscreen

Das großzügige WideScreen Display der Compasso 800 Serie mit der Auflösung von 480 x 272 Bildpunkten vermittelt einen völlig neuen Blickwinkel auf das Kartenmaterial der Navigationsanwendung und verbessert entscheidend die Orientierung „auf einen Blick“. Durch leichte Berührung unterschiedlicher Anzeigebereiche lassen sich wichtige Informationen abrufen und auf der Bildfläche darstellen. Per Touchscreen werden grafische Zieldarstellungen

gen und relevante Adress-Details eingblendet. Ebenso einfach kehrt man zur Kartendarstellung zurück, die sich aus- oder einzoomen lässt und die Wahl zwischen 3D- und 2D-Darstellung bietet. Im Navigationsmodus werden die Bedienungs-Buttons, die die Übersicht einengen, weitgehend vermieden. Die sind fast nur in den Einstellungs-Menüs zu finden. Für Reisevorbereitungen genügt die Dateneingabe in ein Gerät (Mobilphone, Navi oder Rechner). Der verfügbare Adress-Abgleich mit Outlook vereinfacht die Eingabe und wird durch eine

auf dem Compasso gespeicherte CSV-Datei gesteuert.

## Power und Entertainment unter der Haube

Unter der funktionalen und eleganten Oberfläche des Compasso 800 arbeiten ein besonders leistungsfähiger SiRF Star III Prozessor und 64 MB SDRAM, die erhöhte GPS-Genauigkeit garantieren. Neben der grafischen Anzeige erfolgen Navigationshilfen durch Sprachausgabe. Das Abspielen von MP3-Musikdateien oder die Anzeige von Photo-Diashows ist parallel zum laufenden

Navigationsbetrieb möglich. Alle drei Modelle kommen mit dem gleichen umfassenden Kartenmaterial von Navteq. Die Abmessungen betragen 113 x 25,3 x 80,3 mm. Das Gewicht liegt unter 200 Gramm.

## Drei Compasso 800 Modelle

Die Serie der neuen Packard Bell GPS-Navigationsgeräte umfasst drei in der Konzeption und Kartenausstattung identische Modelle: Der Compasso 810 ist mit einer 1 GB Multimedia Card bestückt, auf der nicht alle der auf einer DVD mitgelieferten europäischen Länderkarten gleichzeitig Platz finden. Die beiden Schwestermodelle 820 und 830 verfügen über eine 2 GB MMC, auf der sämtliche Europa-Karten vorinstalliert sind. Der Compasso 830 wird mit einem GNS TCM Pro Verkehrsfunk-Abo ausgeliefert. Die Compasso 810 und 820 empfangen nur die kostenlosen, allgemeinen GNS TCM Meldungen und

setzen diese für alternatives Routing ein. Die UVPs für die ab Ende April lieferbaren Modelle betragen: Compasso 810: 299,- Euro, Compasso 820: 349,- Euro, Compasso 830: 399,- Euro.

## Packard Bell auf der CeBIT 2007

Als eines der in Europa führenden Unternehmen im Consumer-IT-Segment präsentierte sich Packard Bell auf der diesjährigen ITK-Leitmesse CeBIT mit eigenem Messe-Auftritt. In den Jahren zuvor hatte Packard Bell als Teil der NEC-Corporation seine Produkte auf dem gemeinschaftlichen Stand vorgestellt.

Unter der Regie des neuen Eigentümers John Hui präsentierte Packard Bell vom 15. bis 21. März 2007 im Händlerzentrum „Planet Reseller“ in Halle 25 / D40 Stand M104 Notebooks, Desktop-PCs sowie MP3-Player und GPS Systeme.

## POS Neuheiten

### Archos 704 WiFi Multimedia Player

**Mobil** Der Archos 704 WiFi ist der erste portable Multimedia Player, der Filme aus dem Internet downloaden und die auf seiner Festplatte gespeicherten Inhalte kabellos auf das Fernsehgerät im Wohnzimmer übertragen kann. Der Mediaplayer überzeugt durch sein 7 Zoll großes Touchscreen-Display mit der Auflösung von 800 x 480 Bildpunkten, auf dem der Anwender über eine WLAN-Verbindung im Internet surfen kann. Der Archos 704 unterstützt Film-Downloads von Online Video-Stores und das Abspielen von Video- und Audio-Dateien per WiFi auf Bild- und Tonausgabegeräten im heimischen Netzwerk. Unterstützt wird der WLAN-Standard 802.11g. Der Player wird wahlweise mit 40 GB oder 80 GB Festplatte geliefert. Die mitgelieferte DVR Station verwandelt den Archos 704 WiFi in einen digitalen Videorekorder, der Filme direkt vom Fernseher aufzeichnen kann. Gespeichert werden können bis zu 150 Stunden Video-Programminhalte. Immer mehr Händler und Dienstleister bieten neueste Filme und die populärsten Fernsehserien zum Download an. Zur gleichen

Zeit werden auf den Festplatten der PCs auch die Archive mit digitaler Musik, Fotos, Heimvideos und Podcasts immer umfangreicher. Mit dem Archos 704 WiFi kann der Anwender vom Wohnzimmer aus in seiner Multimedia-Sammlung browsen und sich Video-Downloads auf dem mobilen Gerät oder dem Fernseher in DVD-Qualität anschauen.

Die Archos-Geräte basieren auf offenen Standards und Plattformen und unterstützen als einzige portable Videoplayer Download-Protokolle, die für stationäre Computer und Notebooks programmiert sind. Andere portable Geräte funktionieren nur mit den speziellen Video-Download-Formaten für kleinere portable Bildschirme. Archos-Anwender genießen den Vorteil, dass sie Video-Downloads nicht mehr danach selektieren müssen, ob sie für den Computer oder für portable Geräte formatiert sind. „Nach der erfolgreichen Markteinführung des Archos 604 WiFi sind wir besonders stolz auf den jüngsten Zuwachs bei unseren portablen



Multimedia Playern, den Archos 704“, so Henri Crohas, Chief Executive Officer von Archos. „Dieser neue High End Multimedia Player ist perfekt für Nutzer, die Portabilität, eine großartige Bildschirmauflösung und WiFi miteinander kombinieren wollen.“ Der UVP für die 40-GB-Version wird wahrscheinlich bei 419,99 Euro liegen, die 80-GB-Version soll 499,99 Euro kosten.

### 8-GB-Speicherkarte von SanDisk

**Mobil** SanDisk Corporation hat eine 8-Gigabyte-High Capacity (SDHC)-Speicherkarte vorgestellt. Das ist die bisher höchste verfügbare Kapazität für das SD-Format. Die neue Karte wurde von SanDisk erstmals auf der CeBIT gezeigt. Die SDHC Flash-Karte bietet ausreichend Platz, um mehr als 4.000 hochauflösende Bilder oder etwa 2.000 digitale Musiktitel zu speichern. Der Speicherplatz reicht für bis zu 15 Stunden Video im MPEG 4-Format. Zum Lieferumfang der 8-GB-SDHC-Karte gehört ein SanDisk „MicroMate“ Card-Reader mit USB-2.0-Schnittstelle. Der mitgelieferte MicroMate Leser garantiert die problemlose Nutzung an einem PC oder Notebook, ist abwärtskompatibel und kann auch für Standard SD-Karten genutzt werden. Nach den aktuellen SD

2.0-Spezifikationen ist „SDHC“ als neue Bezeichnung für SD-Karten mit einer Kapazität höher als 2 GB standardisiert. Während die obere Kapazitätsgrenze bei den bisherigen SD-Card Spezifikationen bei 2 GB lag, unterstützt SDHC Kapazitäten bis zu 32 GB. Die neue Spezifikation wurde von der SD-Association, einer Organisation für Industriestandards, entwickelt und definiert drei Klassen nach Geschwindigkeit und Leistung. Die 8-GB SDHC-Karte entspricht der SD Speed Class 2 Rating Spezifikation mit einer Mindest-Übertragungsgeschwindigkeit von 2 MB/s. SDHC-Karten lassen sich nicht in älteren Lesegeräten benutzen, sondern funktionieren nur in SDHC-



Kartenslots. Die 8-GB-SDHC-Karte mit MicroMate USB 2.0 Leser wird ab April 2007 in den USA, in Europa, dem Nahen Osten und Afrika erhältlich sein. Der empfohlene UVP des Sets liegt in den USA bei 189,99 US Dollar.

### Hama mit Zubehör für die PlayStation 3



Am 23. März stellte Sony mit der PS3 die dritte Generation der PlayStation vor. Rechtzeitig zum Verkaufsstart der Spielkonsole bietet Hama umfangreiches Zubehör an. So verbinden Kabel mit Scart-, Cinch-, S-Video- und HDMI-Stecker die Box mit TV, Beamer oder HiFi-Anlage – wahlweise sogar mit vergoldeten Kontakten. Bei der richtigen Spielsteuerung helfen die kabelgebundenen Controller Boomerang und Black Thunder, das Ladekabel Duo spendet den Akkus der Original-Gamepads neue Energie. Mit dem PS2-PS3-Konverter kann das komplette PS2-Zubehör, also Controller, Lenkräder, Joystick etc., an der PlayStation 3 genutzt werden. Eine LightStation stellt die Konsole in schönes Licht. Außerdem werden im zweiten Quartal neben Wireless-Controllern mit 2,4-GHz-Technologie eine Ladestation für Original-Controller sowie 6-in-1-Lenkräder mit drei spezifischen Konsolensteckern und einem USB-Stecker für alle gängigen Konsolen folgen.

# Ultra Mobile PCs: Kompetenz durch Innovation

**Technologische Kompetenz ist kein unveränderlicher Besitzstand, sondern muss durch ständige Innovation erkämpft und erneuert werden. Die Fähigkeit zur technischen Innovation setzt neben dem fachlichen und intellektuellen Potential das Kapital und die wirtschaftlichen Fähigkeiten voraus, um innovative Entwicklung finanzieren zu können, neue Produkte im Markt durchzusetzen und Fehlschläge und die damit verbundenen Verluste hinnehmen zu können. Die neuen „Ultra Mobile PCs“ sind dafür ein anschauliches Beispiel. „UPCs“ sind aus der Generation der Tablet PCs hervorgegangen und ergänzen vorteilhafte Eigenschaften der Tablet PCs mit universellen Kommunikations-Schnittstellen, leistungsfähigen Prozessoren und geringem Energieverbrauch.**

## Richtungsweisend: Samsung Ultra Mobile PC „Q1 Ultra“

Auf der CeBIT gab Samsung mit dem neuen „Q1 Ultra“ erneut die Richtung bei UMPCs vor. Das handliche Leichtgewicht verfügt als All-in-one-Lösung über umfassende Leistungs- und Ausstattungsmerkmale für Entertainment und Business-Anwendungen. Mit 699 Gramm setzt der Q1 Ultra ein neues Referenz-Gewicht. Zu den Raffinessen zählt eine komplette Tastatur, integrierte HSDPA-Fähigkeit, digitale Front- und Back-Kamera als Webcam und Digitalkamera sowie die Verfügbarkeit sämtlicher wichtiger Kommunikations-Schnittstellen. Der Q1 Ultra beschreitet beim Bedienungskonzept neue Wege. Die rechts und links vom Display angebrachte Tastatur wird mühelos mit den Daumen der beiden das Gerät haltenden Hände betätigt, eine kompromisslose Weiterentwicklung des virtuellen MagicKeyboard der ersten Q1-Generation. Wer den Q1 Ultra als Tablet-PC nutzen möchte, kann Funktionen direkt auf dem TouchScreen anklicken, eingeben, aufrufen und editieren. Multimedia-Fans genießen mit dem Q1 Ultra MP3-Musik oder Videofilme, wann und wo sie wollen. „AV now“ spielt Multimedia-Dateien ab, ohne den Rechner hochzufahren. Das TFT-Display mit SuperBright-Beschichtung gibt Filme in perfekter Qualität wieder. Der Q1 Ultra kann alternativ mit jedem han-

Fotos und kleine Realtime-Videofilme über das Internet versenden. „Mit dem Q1 Ultra geben wir eine komplett neue Richtung vor, an der sich andere messen lassen müssen. Neueste Technik, praktische Features und modernste Standards lassen Raum für alle Möglichkeiten der modernen Kommunikation“, so Hartmut Woerrlein, Senior Sales & Marketing Manager Mobile Computing. Der Q1 Ultra wird ab Mai 2007 erhältlich sein. Der Preis steht noch nicht fest.

## Technische Daten Samsung Q1 Ultra

Im Q1 Ultra arbeitet ein UMPC Intel New Technology Prozessor, unterstützt von 1 Gigabyte SODIMM DDRII 400 MHz Arbeitsspeicher. Als Betriebssystem installiert ist Windows Vista Home Premium. Das 7 Zoll große WSVGA Display löst mit 1.024 x 600 Bildpunkten auf. Die integrierte 1,8 Zoll Festplatte speichert 60 GB. Für die Kommunikation stehen WLAN (802.11b/g), Bluetooth, HSDPA/WiBRO und LAN (RJ45) zur Verfügung. Mit einer Ladung der Standard-Batterie werden bis zu vier Stunden Laufzeit erreicht. Die Abmessungen des weniger als 699 Gramm wiegenden Q1 Ultra betragen 227,5 x 123,9 x 22,9 (23,5) mm. Optionales Zubehör: Navigation Pack (Car Cradle, Car Adapter, GPS Receiver, Map), UBS Keyboard, Optical Disk Drive (12.7 mm COMBO/ Super multi), erweiterte Zusatz-Batterie.

## Samsung UMPC Q1b

Mit dem „Q1b“, der neuesten Version des Vorgängers Q1, bringt Samsung den ersten Ultra Mobile PC der Welt mit dem leistungsfähigen Kommunikationsprotokoll HSDPA auf den Markt. Der nur 779 Gramm wiegende UMPC mit Via V7 CPU und 1 GHz Taktfrequenz bietet dem Anwender neben Business-Anwendungen umfassende Entertainment-Funktionali-

tät für Fotos, Videos, Fernsehen oder Musik an jedem Ort und zu jeder gewünschten Zeit. Auf dem sehr hellen und kontrastreichen 7-Zoll-WVGA SuperBrightGlare-Touchscreen lassen sich Videos in brillanter Qualität anschauen. Drahtlose Kommunikation über 802.11b/g WLAN oder HSDPA ermöglichen Surfen im Internet, Empfang und Versand von E-Mails, Musik-Downloads oder VoIP-Telefonie. Anwendungen lassen sich per Touchscreen starten und bedienen. Das MagicKeyboard macht das Schreiben von Mitteilungen zum besonderen Erlebnis. Die rechts und links angeordnete virtuelle Tastatur wird mit den Daumen bedient. Über den USB-Port lässt sich der Q1b daneben auch mit einer realen Tastatur verbinden. Bei Autofahrten ist der Q1b ein hilfreicher Begleiter mit universellen Talenten als Navigationsgerät, DVB-T Fernsehgerät oder mobiles Kino. „Schon der Erfolg des Q1 hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“, so Hartmut Woerrlein. „Der Q1b ist die logische Antwort auf den Wunsch nach moderner Kommunikation und Unterhaltung.“

## Technische Daten Samsung Q1b



Im Q1b arbeitet ein VIA C7-M Prozessor 770 mit 1 Ghz Taktfrequenz, 1 MB Cache und 400 MHz Frontsidebus, unterstützt von 1.024 MB (1GB) PC2-4200 Arbeitsspeicher. Als Betriebssystem ist Windows XP Tablet PC



Ultra Mobile PC: SAMSUNG Q1 Ultra

Edition installiert. Das 7 Zoll große WVGA Display löst mit 800 x 480 Bildpunkten auf. Die integrierte 1,8-Zoll-Festplatte speichert 60 GB. Für die Kommunikation stehen WLAN (802.11b/g), Bluetooth und HSDPA zur Verfügung. Mit einer Ladung der Standard Batterie werden bis zu 3,5 Stunden Laufzeit erreicht. Der Q1b wiegt 779 Gramm. Der UVP des Q1b beträgt 1.199,- Euro.

## Generation UX: Sony Vaio UX1 Ultra Mobile-PC



Der neue Vaio VGN-UX1XN ist ein Ultra Mobile-PC der Extraklasse: Er passt gut in eine Handfläche, wiegt nur 486 Gramm, hat ein aufsehenerregendes Design und eine Tastatur mit blauer Hintergrundbeleuchtung. Der UX1XN verfügt über volle PC-Funktionalität unter Windows Vista Business, ist mit einer unglaublich schnellen und extrem robusten Flash-Speicher Festplatte ohne bewegte Teile bestückt und für Architekten, Ingenieure, Ärzte oder Vertriebsmitarbeiter ein idealer mobiler Rechner. Vibrationen oder Stöße können dem die Festplatte ersetzenden „SSD“ (Solid State Drive) mit 32 GB Speicherkapazität kaum etwas anhaben. Ihre hohe Zugriffsgeschwindigkeit macht sich beim Booten des Geräts oder der nur drei Sekunden dauernden Rückkehr aus dem Stand-by-Modus und beim Laden von Applikationen oder Dateien bemerkbar. Der UMPC Vaio UX1 verfügt über zwei integrierte Kameras: eine auf der Innenseite für Videokonferenzen oder Chats, die andere auf der Rückseite des Geräts zum Aufnehmen von Fotos oder als Video- und Webcam. Ein Fingerprint-Sensor ersetzt beim

Booten, beim Windows-Start oder dem Zugang ins Internet das Passwort. Mit dem Display/LAN-Adapter kann der UX1 einfach an einen Projektor oder Monitor angeschlossen werden. Der Port-Replikator stellt drei USB-2.0-Ports, einen AV-Ausgang, VGA-, LAN- und



iLINK-Anschluss bereit. Der UVP des UMPC VAIO UX1 beträgt 2.999,- Euro.

## Technische Daten Vaio VGN-UX1XN

Im VGN-UX1XN arbeitet ein Intel Core Solo Ultra Low Voltage Prozessor U1500 mit 2 MB Cache, 1.33 GHz Taktfrequenz und 533 MHz Frontside Bus, unterstützt von 1 GB DDR2-SDRAM PC2-3200 Arbeitsspeicher. Als Betriebssystem installiert ist Windows Vista Business. Das 4,5 Zoll große WideScreen WSVGA Touch Panel wird durch ein LED-Backlight beleuchtet und löst mit 1.024 x 600 Bildpunkten auf. Die integrierte Flash-Speicher Festplatte (SSD Solid State Drive ohne bewegte Teile!) speichert 32 GB. Für die Kommunikation stehen



WLAN (802.11 a/b/g), Bluetooth und 10/100 Mbit LAN (RJ45) zur Verfügung. Die mit einer Ladung der Standard-Batterie erreichte Laufzeit wurde noch nicht bekanntgegeben. Die Abmessungen des ohne Zubehör 486 Gramm wiegenden Q1 Ultra betragen 150,2 x 95(105,2) x 32.2 (38.2) mm. Als Zubehör im Lieferumfang werden mitgeliefert: Akku (VGP-BPS6), Netzteil (VGP-AC19V11), Netzkabel, Stylus Stift, Schutztasche, Docking Station und VGA Adapter. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.999,- Euro.



delsüblichen Monitor verbunden werden. Wenn gewünscht, wird der UMPC zum Navigationsgerät oder mit optionalem DVB-T-Tuner zum LCD-TV. Mit zwei integrierten Digital-kameras auf der Vorder- und Rückseite des Q1 Ultra lassen sich Videokonferenzen durchführen und

# Spielen mit allen Sinnen

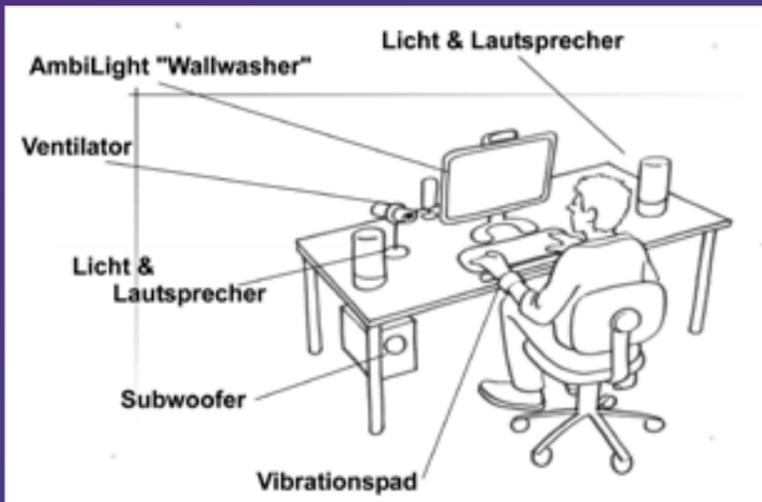
## Gaming Peripherie „amBX“ von Philips

Im Mai bringt Philips unter dem Namen „amBX“ eine Serie neuartiger Gaming-Peripherie-Produkte auf den Markt, die das Spielerlebnis bei Computer-Spielen revolutionär verändern. Die von Philips entwickelte „amBX“ (gesprochen: äm-bi x) Technologie intensiviert die Eindrücke und Gefühle der Spieler in einem bisher noch nie gekannten Maße und hebt die bestehenden Grenzen zwischen Spielgeschehen auf dem Bildschirm und „realer“ Umgebung weitgehend auf.

Erste Reaktionen internationaler Gaming-Experten und von bekannten Spiele-Entwicklern spontan zugesagte Unterstützung für amBX deuten darauf hin, dass Philips ein großer Wurf gelungen ist. Der einschlägige Handel wird amBX hohe Priorität einräumen, denn hier entsteht ein Marktsegment, das von ruinösen Preiskämpfen vorerst verschont bleiben dürfte.

### Revolutionäre Spielerlebnisse mit Philips „amBX“

„Spielen“ lässt sich mit der Umschreibung definieren: „so tun als ob“. Das gilt für Indianer-Spiele und Puppenmütter wie für moderne Rollen- und Action-Spiele. Die glücklichsten Augenblicke, die ein Spiel seinem Spieler bereiten kann, sind die Momente, in denen er vergisst, dass er spielt. Bei Computer- und Bildschirm-Spielen findet das visuell wahrgenommene Spielgeschehen, unterstützt durch flankierende Audio-signale, bisher ausschließlich auf der Bildfläche des Displays statt. Der Spieler beeinflusst den Spielverlauf über auf den Eingabegeräten getätigte Kommandos und Spielzüge. Alle Wahrnehmungen außerhalb des engen Spielkreises stören die Illusion des Spielers und verringern seine Freude am Spielen. An diesem Punkt setzt Philips mit amBX an. Durch mit dem Spielgeschehen korrespondierende Veränderungen der Lichtfarben und



Vom Spielgeschehen gesteuerte Licht-, Sound- und Wind-Effekte sowie Vibrationen machen die Umgebung zum Teil des Spiels.

Wechsel der Lichtintensität im umgebenden Raum wird der Spieler emotional auf Situationen und Vorgänge auf dem Bildschirm eingestimmt. Er wird „konditioniert“. Durch amBX-Ventilatoren werden Luftbewegungen wie Sturm, Fahrtwind, Explosionen oder Kühle beim Betreten eines Kellers nachgebildet. Von den Handgelenken wahrgenommene Vibrationen und koordiniert abgestrahlte Schallereignisse lassen die Virtualität zur realen Empfindung werden. Das „Ambiente“ wird ins Spiel einbezogen. Damit das zielgerichtet und parallel zum Spielgeschehen abläuft, ist zwischen Computerspiel und amBX-Peripheriegeräten eine Schnittstelle erforderlich. Zur Steuerung bietet amBX eine script-basierte Sprache an, die von Spielentwicklern in die Spiele-Software integriert wird. Der BX FX Generators macht amBX PC Peripherals abwärtskompatibel, ermöglicht amBX Lichteffekte auch für viele bereits vorhandene PC-Spiele und lässt den Benutzer während des Musikhörens am PC amBX-Lightshows genießen. Wie sich zeigt, findet amBX bei Spiele-Entwicklern hohe Akzeptanz. Deshalb wird der Erfolg von Computer-Spielen zukünftig auch durch die gekonnte Programmierung seiner amBX-Unterstützung bestimmt werden.

### Zum Markt-Start: Vier „amBX“ PC Gaming Kits

Philips amBX Gaming Peripherie Produkte gehen bei der Markteinführung mit vier unterschiedlich zusammenge-

stellten Kits an den Start: Eines davon ist das minimal erforderliche Basis-Kit, und zwei weitere bestehen aus Erweiterungs-Produkten. Kit vier ist ein komplettes amBX-Set, das alle bisher verfügbaren amBX-Produkte enthält. Wie verlautbart, sollen die Komponenten zu einem späteren Zeitpunkt auch jeweils paarweise einzeln erhältlich sein, um individuelle Ergänzungskäufe und Zusammenstellungen zu ermöglichen.

### Starter Kit mit Steuerungseinheit

Das amBX-Starter Kit besteht aus Wandfluter-Leuchte mit integrierter Steuerungseinheit und zwei Satelliten-Leuchten. Der Wandfluter wird hinter dem Monitor oder Laptop-Bildschirm positioniert und ist mit dem PC über USB 2.0 verbunden. Mit drei leistungsstarken LED-Bänken in den Grundfarben strahlt der „Wallwasher“ verschiedenfarbige Lichttöne unterschiedlicher Intensität ab. Die rechts und links aufzustellenden Satelliten-Leuchten erzeugen mit Power-LEDs vom Spielgeschehen beeinflusste Lichteffekte in bis zu 16 Millionen Farben, die von weißen Blitzen, roten Explosionen und nuancierten Veränderungen der Umgebungsbeleuchtung über hypnotisches Lagerfeuer-Flackern bis hin zur ruhigen Farbstimmung eines blauen Himmels reichen. amBX PC Peripheriegeräte sind mühelos einzurichten. Über den Configuration Manager wird die Stärke der Effekte exakt auf die Position des jeweiligen Gerätes angepasst. Mit Testdurchläufen überprüft der Spieler die Konfiguration. Besonders „ambitionierte“ Spieler können die Einstellungen so anpassen, dass individuelle Effekte für die eigene Umgebung entstehen. Der UVP des Starter Kits beträgt 199,- Euro.

### Pro-Gamer Kit

Das „Pro-Gamer Kit“ besteht aus

einem Wandfluter mit Steuerungseinheit, einem Paar 2.1 Satellitenlautsprecher-Leuchten und einem Subwoofer. Die 2.1 Satelliten-Lautsprecher sorgen mit 160 Watt multidirektionalem Sound und dynamischer Bassverstärkung für realistische Eindrücke. Der UVP des Pro-Gamer Kit beträgt 299,- Euro.

### Extension Kit

Das Extension Kit enthält zwei Tischlüfter und eine Vibrationseinheit für das Handgelenk zur Erweiterung bereits vorhandener amBX Grundkomponenten. Mit Hilfe von zwei integrierten Motoren und variablen Rotations-Geschwindigkeiten der Vibrationseinheit kann der Spieler Bewegungen fühlen und körperliches Handlungsfeedback erleben. Die beiden kompakten, schnell anlaufenden Tischventilatoren werden mit variablen Umdrehungszahlen bis zu 5.000 Upm gesteuert und simulieren Empfindungen von Wind, Aufschlagdruck,

Schnittstelle zwischen Computer und amBX-Peripherie enthält; ein Paar Satelliten-Leuchten für links und rechts; ein Paar 2.1 Satelliten-Lautsprecher, kombiniert mit Leuchten und Subwoofer; ein Paar Tischventilatoren sowie zwei Vibrationseinheiten für die Handgelenke des Spielers. Die amBX-Peripheriegeräte sind im Graphit/Silber-Design ausgeführt. Im Zuge der Weiterentwicklung von amBX sollen später Heizlüfter, Sessel mit Vibrationselementen und weitere, bereits vom Entwickler-Team angedachte amBX-Peripheriegeräte hinzukommen, mit denen die Illusionen der Spieleumgebung weiter perfektioniert werden können. Der UVP des Premium Kit beträgt 399,- Euro.

### Spielerlebnisse schon amBX-kompatibel

Zu den aktuellen amBX-fähigen Spielen zählen: THQs beliebtes Broken Sword, The Angel of Death, Codemasters Toca Racing Driver 3 und DEFCON von Introversion. Das von EA veröffentlichte Rail Simulator von Kuju und Supreme Commander von Gas Powe-red Games, das von THQ



Durch amBX wird der Spieler emotional auf Situationen und Vorgänge auf dem Bildschirm eingestimmt.

Beschleunigung, Geschwindigkeit, Luftstrom von Flugzeugpropellern oder unter dem Türspalt hereinziehende Zugluft. Sogar das Abfallen der Umgebungstemperatur kann simuliert werden. Der UVP des Extension Kit beträgt 129,- Euro.

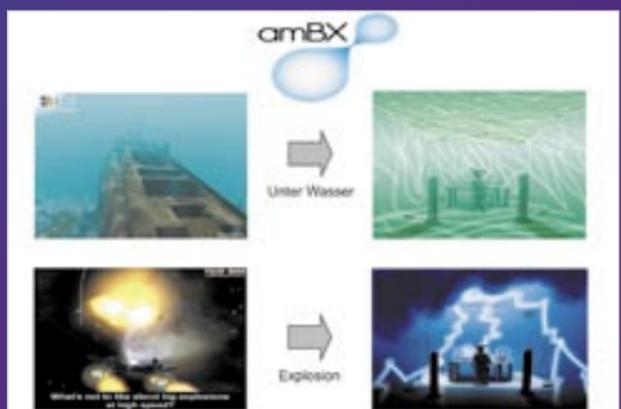
### Premium Kit

Das Premium Kit enthält sämtliche amBX-Peripheriegeräte für das ultimative Spiele-Erlebnis und umfasst folgende Komponenten: eine Wandfluter-Leuchte (Wallwasher), die hinter dem Display aufgestellt wird und als zentrale Kontrolleinheit die einzige

veröffentlicht wird, werden gerade als amBX-Spiele entwickelt. Einen „Big Bang“ will Philips durch die Entwicklung der amBX-Unterstützung des beliebten Open Source Online Rollenspiels „Second Life“ erreichen. Mit Codemasters hat Philips bereits eine Lizenzvereinbarung zur Verwendung der amBX-Technologie in DTM Race Driver 3 abgeschlossen und außerdem die enge Zusammenarbeit mit Intel und den Entwicklern von rFactor, Image Space Inc. bekanntgegeben. Weitere Entwicklungen und amBX Patches für bereits veröffentlichte Spiele sind angekündigt. *skyrocket*



Das Premium Kit enthält sämtliche amBX-Peripheriegeräte.



amBX erzeugt im Raum Stimmungen und Eindrücke, die das Spielerlebnis intensivieren.

## POS Aktuell

### Jetzt greift auch noch China in den DVD-Erbfolgekrieg ein

Wie New Medium Enterprises bekanntgegeben hat, plant das Unternehmen, demnächst das erste HD-VMD-Abspielgerät auf den amerikanischen Markt zu bringen. Die Player wurden gemeinsam mit dem chinesischen Elektronikhersteller Beijing E-World entwickelt. Die Versatile Multilayer Disc (VMD) soll eine günstige Alternative zur Blu-ray Disc und HD-DVD darstellen. „Das ist ein sicheres Zeichen dafür, dass die Chinesen sich künftig nicht mehr die Standards von den USA, Japan und Europa diktieren lassen wollen. Sie werden mit Nachdruck darum kämpfen, selbst Standards zu setzen. Mit der Power der chinesischen Wirtschaft auf dem High-Tech-Sektor und aufgrund des niedrigeren Preises für die Endgeräte stehen die Chancen gar nicht schlecht, dass die bisherigen Standards ernsthaft Konkurrenz bekommen“, warnt Andreas Hoffmann, Geschäftsführer beim Hersteller von Duplizier- und Drucksystemen Primera Technology, der die Entwicklung im DVD-Erbfolgekrieg mit Sorge verfolgt. „Eine neue Konkurrentin für die Blu-ray Disc und die HD-DVD ist genau das, was

### Verbraucher-Studie: Kundenkarten reduzieren Online-Shopping

Über 30 Prozent der Verbraucher würden weniger Unterhaltungselektronik, Multimedia- und Entertainment-Produkte im Internet kaufen, wenn sie eine Kundenkarte hätten. Dies geht aus einer aktuellen Trendstudie des Software- und Beratungshauses Diesselhorst Software & Consulting hervor. Der Studie zur Folge würde knapp ein Drittel der Verbraucher (31 Prozent) weniger Unterhaltungselektronik, Multimedia- und Entertainment-Produkte im Internet einkaufen, wenn sie die Kundenkarte eines Fachgeschäfts hätten. Auch Mobilfunk-Einzelhändler könnten davon erheblich profitieren (27 Prozent, Mehrfachnennungen waren erwünscht). Das Software- und Beratungshaus Diesselhorst Software & Consulting hat in seiner aktuellen Trendstudie insgesamt 18 unterschiedliche B-to-C-Märkte untersucht. Zu den Branchen, die durch den Einsatz von Kundenkarten am meisten gegenüber der Online-Konkurrenz profitieren, zählen auch Textil- und Schuhfachgeschäfte (25 Prozent), der Einzelhandel im Bereich Möbel, Hausgeräte- und Haushaltswaren (21 Prozent), Apotheken (20 Prozent) sowie Drogerien und Parfümerien (19 Prozent). Unterhaltungselektronik, Multimedia und Entertainment sowie Mobilfunk sind laut Diesselhorst-Studie die Branchen, in denen am meisten Online-Käufe getätigt werden. So gaben 38 Prozent der Verbraucher an, mittlerweile verstärkt im Internet Mobilfunkgeräte einzukaufen; für die Unterhaltungsbranche liegt der Wert bei einem Drittel. Weitere Branchen mit starker Online-Shopping-Affinität sind Möbel, Hausgeräte- und Haushaltswaren (27 Prozent), Drogerien und Parfümerien (26 Prozent), Schreibwaren, Spielsachen und Geschenkartikel (20 Prozent), der Textil- und Schuhfachhandel (19 Prozent) sowie Apotheken mit 14 Prozent.

die Branche am wenigsten braucht. Die Verbraucher reagieren schon auf die Existenz von zwei Standards mit starker Zurückhaltung – kommt nun ein dritter hinzu, werden sie noch mehr verunsichert und ihre Kaufbereitschaft wird weiter sinken.“ Insbesondere in Europa, wo

die ersten Geräte von NME und Beijing E-World im Mai und Juni dieses Jahres erwartet werden, würden Händler und Verbraucher erst einmal bis zu diesem Zeitpunkt mit Angebot und Kauf eines neuen Players abwarten, um Preis und Qualitätsmerkmale vergleichen zu kön-

nen. Immerhin bietet auch die VMD standardmäßig ein Speichervolumen von vierzig GByte – damit liegt diese exakt zwischen Blu-ray (standardmäßig fünfzig GByte) und HD-DVD (standardmäßig dreißig GB) – insofern sei in naher Zukunft eine Preisschlacht zu befürchten. Jedemfalls gehe für die hinter Blu-ray und HD-DVD stehende Elektronikindustrie weitere wertvolle Zeit und damit Einnahmen verloren, die bereits fest einkalkuliert sind. Andreas Hoffmann geht davon aus, dass der andauernde Wettstreit um die Nachfolge der DVD in der Branche schon zum jetzigen Zeitpunkt einen Millionenschaden in dreistelliger Höhe verursacht hat.

gehen Vertrieb und Marketing auf das neue Unternehmen über.

### Audiovox übernimmt Oehlbach Kabel GmbH

Die Firma Oehlbach Kabel GmbH gehört ab sofort zur international agierenden Audiovox-Gruppe. Dies gaben beide Unternehmen am Rande der notariellen Beurkundung des Vertrages Ende Februar in Stuttgart bekannt. Manfred Oehlbach wolle mit diesem Schritt das weiterhin stürmische Wachstum der Marke Oehlbach sichern, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. „Der rasante Wandel von der Analog- zur Digitaltechnik und die damit verbundenen immer kürzeren Lebenszyklen erfordern eine Menge Forschung und Entwicklung – bei gleichzeitig möglichst optimaler Ausnutzung von Synergien. In der Audiovox German Holdings GmbH haben wir ein Unternehmen gefunden, das uns einerseits unseren eingeschlagenen Weg uneingeschränkt fortsetzen lässt, andererseits bisher ungeahnte neue Möglichkeiten eröffnet“, erläutert Manfred Oehlbach die Entscheidung. Das Unternehmen Oehlbach werde damit unverändert weiterentwickelt, bestehende Vertragsbeziehungen mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern werden wie bisher fortgeführt. Manfred Oehlbach bleibt Geschäftsführer und ist weiterhin für das Unternehmen ergebnisverantwortlich.

### Sony NEC Optiarc GmbH nimmt im April Geschäftstätigkeit auf

NEC und Sony führen ihre Speicherlaufwerksparten in Europa zusammen. Das neue Unternehmen firmiert unter dem Namen Sony NEC Optiarc Europe GmbH. Es wird eine 100-prozentige Tochter von Sony NEC Optiarc Inc. mit Sitz in Tokio sein. Das Joint-venture, an dem Sony mit 55 Prozent und NEC mit 45 Prozent beteiligt sind, wurde bereits im April 2006 gegründet. Das Gemeinschaftsunternehmen entwickelt und produziert die optischen Speicherlaufwerke der beiden Unternehmen. Mit dem Zusammenschluss von NEC und Sony in Europa

# Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Unser Mandant - eines der bekanntesten und am schnellsten wachsenden Unternehmen Chinas - beschäftigt als weltweit fünftgrößter Hersteller von Elektrogeräten rund 50.000 Mitarbeiter, exportiert in mehr als 160 Länder der Erde und setzt ca. 12,8 Mrd. US \$ um. Für die 2006 gegründete Vertriebsniederlassung (D/A/CH) suchen wir einen

## Product Manager Weiße Ware (w/m)

Der zukünftige Positionsinhaber ist idealerweise auch heute schon als »Weiße Ware-PM« tätig; engagierte Bewerber aus dem Weiße Ware-Handel oder ambitionierte Nachwuchskräfte (Junior PM / Außendienstmitarbeiter) eines Wettbewerbers erhalten ebenfalls eine faire Chance.

Intern verstehen Sie sich als Dienstleister des Vertriebes (Sie bearbeiten Forecasts / Budgets, erstellen Verkaufsunterlagen, planen Aktionen) und Ansprechpartner für die Fabriken in China, für die Sie u.a. Vertriebsinformationen auswerten und Reportings erstellen. Extern verantworten Sie Produktschulungen, Präsentationen sowie alle weiteren handelsrelevanten Marketingaktivitäten. Sie berichten direkt an den Market Director D/A/CH. Fundiertes Weiße Ware-Produktwissen, gute IT- sowie Englischkenntnisse in Wort und Schrift, erste Budget- und Forecast-Erfahrung, Marketingaffinität und eine vertriebsorientierte Grundeinstellung setzen wir unbedingt voraus. Kenntnisse der relevanten Handelsstrukturen und der Bedürfnisse und Anforderungen an Lieferanten von Elektro-Großgeräten würden Ihren Einstieg zusätzlich erleichtern.

Die Position erfordert Toleranz im Umgang mit internationalen Kulturen sowie die Bereitschaft, Aufbauarbeit leisten und an der positiven Entwicklung der deutschen Vertriebsgesellschaft konstruktiv, ergebnisorientiert und verantwortungsvoll mitarbeiten zu wollen. Interessierte Bewerber senden Ihre vollständige Bewerbungsmappe (E-Mail-Bewerbungen s.u.) bitte unter Angabe der **Kennziffer 07-2205** an

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

**for sale. frankfurt** Thomas Kaiser ■ D-61118 Bad Vilbel  
Fon: 06101-5585540 ■ www.forsale-frankfurt.de ■ T.Kaiser@forsale-frankfurt.de  
E-Mail-Bewerbungen beinhalten bitte »nur Ihren Lebenslauf« (max. 300 KB).

## Deutschland – Kleinstaat im Internet

Tausende von eBay-Käufern erhalten vom Staatsanwalt Post über ein laufendes Ermittlungsverfahren wegen Steuerhinterziehung in Höhe von 2,15 Euro. Sie haben bei einem niederländischen eBay-Händler preiswerte Kaffee-Pads mit einem Gewicht von 1.000 Gramm gekauft, auf die der deutsche Staat 2,15 Euro Kaffeesteuer pro kg erhebt, die es in den Niederlanden nicht gibt. Die Internet Zollbrigade hatte die eBay-Käufer ausgespäht und sich von eBay die Identität offenlegen lassen. Die Zollbeamten prüfen bei jedem Kleinkäufer, ob er für die „eingeführten“ Kaffee-Pads eine vorschriftsmäßige Einfuhr-Steuererklärung eingereicht hat. Wenn nicht, wird vom Zoll ein Steuerbescheid ausgefertigt und Anzeige wegen Steuerhinterziehung gestellt. Der Staatsanwalt stellt das Ermittlungsverfahren einige Monate später wegen Geringfügigkeit ein (12.000 x in NRW 2006). Fährt man mit dem Auto von Holland über die Grenze nach Deutschland, darf man offiziell 10 kg Kaffee pro Person steuerfrei einführen. 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. 8 v. 1. Januar 2007

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

**Vertrieb:** Silke Gräbel

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

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

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

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

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

ISSN: 1615-0635

**PLUS X AWARD®**

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

# LUMIX

**28**mm  
Weitwinkel

## Kamera mit mehr Weitblick.



28 mm Weitwinkel



35 mm

Genießen Sie die große Freiheit bei der Bildgestaltung mit dem 28mm-Objektiv. Eindrucksvolle Weitwinkelaufnahmen auch aus kurzer Distanz zum Motiv. Für beeindruckende Bilder von der Crew und dem endlosen Meer.

### LUMIX 28 MM WEITWINKEL-NEUHEITEN



FX30  
Super Slim Stylish



TZ2  
10x opt. Zoom mit 2,5" LCD



TZ3  
10x opt. Zoom mit 3" LCD



**Panasonic**  
ideas for life

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