

Pioneer sound.vision.soul



www.pioneer.de

Wachsendes Marktpotential für Car-Info- und Entertainment

Multimedia-Wegweiser



Laut einer Umfrage des Internet-Portals AutoScout24 verfügt ein Viertel (28,2 Prozent) der Befragten über ein Navigationsgerät im Fahrzeug. Von den Befragten, die noch kein Navigationssystem besitzen, würden sich aber fast zwei Drittel (62,3 Prozent) eins zulegen. Dieses große Marktpotential – insbesondere für portable Navigationsgeräte – unterstreicht auch eine aktuelle Studie der GfK.

Auch die neuesten Car-Entertainment-Systeme bieten

ein breites Spektrum an Funktionen für individuelle Ansprüche: Navigieren, die Wiedergabe von Filmen von CD und DVD und je nach Modell noch viel mehr. Immer ausgereifere Technologien verwandeln das Auto in ein mobiles Multimedia-Center. Dabei stehen Sicherheit und eine unkomplizierte Bedienführung im Vordergrund. Die Vielfalt an Geräten für Navigation und Unterhaltung bietet dem Handel beste Möglichkeiten, sehr genau auf die individuellen Wünsche des Anwenders einzugehen.

Tragbare Navigationsgeräte erreichen in diesem Jahr endgültig den Massenmarkt. In Deutschland sollen bis Ende Dezember erstmals mehr als eine Million portable Navigationsgeräte verkauft werden. In Westeuropa gehen voraussichtlich etwa fünf Millionen Stück über die Ladentheke. Diese Schätzung veröffentlichte der Bundesverband Informations-

wirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in Berlin. „Die Geräte werden immer präziser und immer preiswerter. Außerdem sind sie inzwischen ganz einfach zu bedienen. Das gibt dem Markt einen kräftigen Schub“, so BITKOM-Vizepräsident Jörg Menno Harms. „Bereits zu Beginn der Sommerferien, konnten Tausende deutscher

Urlauber ihr Ziel dank moderner Navigationsgeräte leichter finden.“ Bereits in der Vergangenheit waren die Absatzzahlen in Westeuropa kräftig angestiegen. Insgesamt zwei Millionen portable Navigationsgeräte gingen nach Untersuchungen des Marktforschungsinstituts GfK im Jahr 2005 über die westeuropäischen Ladentheken. Mit 67.000 Stück

hatte sich dabei Großbritannien an die Spitze des Ländervergleichs gesetzt. Auf dem zweiten Rang folgte Deutschland mit 407.000 Geräten und auf dem dritten Platz Frankreich mit 295.000 Geräten. Aufgrund der starken Nachfrage drängen immer mehr Anbieter in den Markt für tragbare Navigationsgeräte. Waren Ende 2004 lediglich zehn Unternehmen in

Panasonics Reise-Kampagne

Nach der Fußball-WM will Panasonic die Nachfrage nach Flachbildschirm-Fernsehern durch eine Viera-Sommer-Aktion weiter ankurbeln ... S. 7



Sonys erste D-SLR heißt CX100

Mit der CX100 hat Sony die lange erwartete, erste eigene Digital-Spiegelreflexkamera auf den Markt gebracht und ist damit in die erste Liga aufgestiegen ... S. 13



Neue Konzepte zur Beratung

The Phone House hat in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bank ein Pilotprojekt mit neuen Beratungskonzepten für den TK-Handel gestartet ... S. 23



Nach der FIFA jetzt die IFA

Deutschland hat am Ende zwar nicht gewonnen, aber dennoch war die Fußball-Weltmeisterschaft ein Erfolg – vor allem für den High-Tech-Fachhandel. Denn im Mai kam endlich der ersehnte Impuls für den TV-Markt: 18 Prozent mehr verkaufte Fernsehgeräte als im Vorjahresmonat brachten 60 Prozent mehr Umsatz in die Kassen. Dabei erreichten LCD- und Plasma-Bildschirme einen Marktanteil von mehr als 50 Prozent der insgesamt rund 500.000 verkauften Geräte. Vor Beginn der WM kamen dann Anfang Juni noch einmal 134.000 Fernseher dazu. Das sind schöne Zahlen.



Dabei gaben die Käufer im Mai für ein Fernsehgerät in Deutschland durchschnittlich 200 Euro mehr aus als ein Jahr zuvor: Der Durchschnittspreis stieg über alle Bildschirm-Technologien hinweg von 556 auf 756 Euro. Das ist umso bemerkenswerter, weil nicht nur Röhrengeräte viel billiger geworden sind als früher, sondern auch LCDs und Plasmas.

Nach der FIFA kommt jetzt die IFA: Von der Messe erwarten die Marktforscher der GfK und der gfu weitere Impulse und rechnen deshalb für das Jahr 2006 mit einem Umsatzwachstum von rund acht Prozent auf 23 Milliarden Euro für die Consumer Electronics Branche. Die klassische Unterhaltungselektronik soll dabei besonders stark wachsen: nämlich um elf Prozent auf knapp 14 Milliarden Euro.

So wichtig das TV-Segment als Rückgrat für den High-Tech-Fachhandel ist – der Blick sollte nicht nur darauf gerichtet sein, möglichst viele Geräte zu verkaufen: Zubehör bringt Rendite! Das gilt besonders für die großformatigen Bildschirm-Klassen: Im Mai wurden 77 Prozent des Umsatzes bei LCD-TVs mit Bildschirmdiagonalen von über 80 cm erzielt, ein Viertel sogar mit Geräten mit über 90 cm großem Bild. In dieser Klasse sollte es selbstverständlich sein, zum Beispiel hochwertige Lautsprecher mit anzubieten, um das Heimkino-Erlebnis zu perfektionieren – und dieses ist mit einem DVD- oder Festplatten-Recorder zur gewünschten Zeit verfügbar.

Auf der IFA wird sich mit Sicherheit der Trend zu ganzen Systemwelten der Unterhaltungselektronik verstärken, von denen das Fernsehgerät zwar der Mittelpunkt, aber eben nur ein Teil ist. Gerade für den Fachhandel ist es darum wichtig, die Kunden im Hinblick auf Peripherie-Geräte, zu denen im Zweifelsfall auch ein Multimedia-PC, eine Digitalkamera oder ein Camcorder gehören können, richtig zu beraten. Denn Home-Entertainment im Jahr 2006 ist sehr viel mehr als Fernsehgucken.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

diesem Segment aktiv, stieg die Anzahl in den folgenden zwölf Monaten nach GfK-Angaben um mehr als 40. Im selben Zeitraum sanken die Preise für die Routenplaner im Taschenformat deutlich. Kunden schätzen an portablen Geräten vor allem die leichte Bedienung. Die meisten Modelle werden an einem Saugfuß ganz einfach an der Windschutzscheibe des Autos montiert, der Strom kommt beispielsweise über ein Kabel aus dem Zigarettenanzünder. Alles für die Routenplanung Notwendige steckt bereits in den Geräten: die Software, das Kartenmaterial und ein GPS-Empfänger.

Fahrkomfort und Unterhaltung

Die diesjährige Car+Sound hat es gezeigt (PoS-MAIL berichtete): Die Bandbreite in Sachen Car-Entertainment reicht vom Navigationsradio, das gleichzeitig navigiert und musikalisch unterhält bis zu Car-Cinema-Systemen, die das gesamte digitale Spektrum für den perfekten Klang bereits an Bord haben.

Alpine hat in diesem Jahr mit dem neuen AV-Steuergerät IVA-W200Ri ein leistungsstarkes und vielseitiges System speziell für



Das neue Multi-Talent von Alpine heißt IVA-W200Ri.

den Doppel-DIN-Schacht im Programm. Der IVA-W200Ri ist ein einfach zu bedienender flexibler „Hub“, an den verschiedene Multimedia-Komponenten angeschlossen werden können. Die Möglichkeiten scheinen unbegrenzt. Von den unterschiedlichsten Disc-Formaten, einschließlich DVD-Audio bis hin zum iPod, über Surround-Sound Komponenten bis zum preisgekrönten Navigationssystem NVE-NO99P, kann der Fahrer alles nutzen und direkt über das IVA-W200Ri steuern. Das Gerät ist mit einem hochauflösenden 6,5-Zoll-Monitor (280.000 Pixel) ausgestattet. Der Fahrer kann dank Swing-Face Motor den für ihn jeweils besten Blickwinkel bestimmen, so daß das Display bei allen Lichtverhältnissen optimal ablesbar ist. Der IVA-W200Ri bietet natürlich auch Anschlußmöglichkeiten für verschiedene portable Musikplayer. So wurde die dritte Generation der iPod-Anbindung (Full Speed) in das System integriert, die es erlaubt, mit einem einzigen

Verkauf tragbarer Navigationsgeräte zieht weiter an



Bereits in der Vergangenheit waren die Absatzzahlen für portable Navigationsgeräte in Westeuropa kräftig angestiegen. Insgesamt zwei Millionen Stück gingen nach Untersuchungen des Marktforschungsinstituts GfK über die westeuropäischen Ladentheken.

Kabel den iPod an das Steuergerät anzuschließen und ihn über dieses in gewohnter, komfortabler Art und Weise zu bedienen. Andere MP-3 Player können über den Adapter KCA-620M angeschlossen werden. Dank kompatibelem DVB-T Tuner TUE-T2000DVB muß man von nun an auf kein TV-Highlight verzichten. Auch neueste Entwicklungen aus dem Bereich „Drive Assist“ wie die Rückfahrkamera HCE-C100 lassen sich über das Mobile-Media-System steuern.

Leistungsstarke Car Audio-Produkte

Mit den beiden neuen CD-Receivern KD-G721 in Silber und KD-G722 in Schwarz bietet JVC bestens ausgestattete Autoradios mit durchdachter Bedienung, CD-Laufwerk, USB-Port und kräftiger Endstufe an. Der HS-IV Tuner neuester Generation bietet analogen Radioempfang bei UKW mit RDS, MW und LW. Eine DAB-Steuerung ermöglicht den zusätzlichen Anschluß eines externen Digitalradio-Tuners. Das hinter der abnehmbaren Flip Down-Front eingebaute Multiformat-CD-Lauf-



Die neuen CD-Receiver von JVC zeichnen sich durch eine besonders benutzerfreundliche Bedienführung aus.

abspielen. Optional erhältlich ist ein Adapter für die Kfz-spezifische Lenkradfernbedienung. Die Telefon-Mute-Funktion stoppt die CD-Wiedergabe während eines Telefonates. Der KD-G721 in Silber und der KD-G722 in Schwarz sind ab sofort lieferbar, die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 199,95 Euro inklusive MwSt.

Neue Dach-Antennen von Blaupunkt

Der Empfang von Autoradios, Mobiltelefonen und Ortungssignalen für die Fahrzeug-Navigation ist nur so gut wie die Empfangsperformance der entsprechenden Autoantenne. Die Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt bietet jetzt in einem neuen Programm sieben Dachantennen, allesamt gestaltet im sogenannten Haifischflossen-Design an. Das neue Programm besteht aus verschiedenen Varianten für die einzelnen Dienste oder kombiniert zugleich mehrere Dienste miteinander, beispielsweise Radio mit Mobilfunk, Mobilfunk mit Navigation oder Radio mit Navigation. Für Autofahrer mit besonderen Ansprüchen bringt Blaupunkt auch eine „All-in-one“-Lösung im Shark-Design auf den Markt, die alle relevanten Frequenzbereiche und Dienste umfaßt. So läßt sich mit dieser Antenne der analoge Hörfunk (AM/FM) ebenso empfangen wie digitales Radio (DAB), die GSM-(900/1.800 MHz) ebenso wie die UMTS-Mobiltelefone bedienen, und sie ermöglicht auch den Empfang von GPS-Signalen für die Fahrzeug-Navigation. Zahlreiche Autos sind inzwischen serienmäßig mit einer Scheibenantenne für den Autoradioempfang ausgerüstet. Es fehlt dann womöglich nur eine Antenne für den GSM-/UMTS-Mobiltelefon- und GPS-Satellitenempfang. Daher bietet Blaupunkt für diese Anwendungen mit der Phone-Shark und der Nav-Phone-Shark zwei spezielle Antennen an, die sich für Mobiltelefone oder die Kombination Telefon und Navigation eignen.

Pioneer präsentiert den ersten CD-Tuner, der nicht nur über eine vollwertige Bluetooth-Freisprech-einrichtung verfügt, sondern darüber hinaus auch MP3-Audio-Streaming unterstützt. So wird der DEH-P75BT zur kabellosen Musik-Zentrale für bluetooth-fähige MP3-Handys und MP3-Player. Die Ausstattung des DEH-P75BT wertet jedes Fahrzeug deutlich auf: Der Pioneer CD-Tuner kann nicht nur alle wich-



Pioneers CD-Tuner DEH-P75BT ist mit einer vollwertigen Bluetooth-Freisprecheinrichtung ausgestattet und unterstützt MP3-Audio-Streaming.

tigen komprimierten Audio-Formate wiedergeben, sondern bietet darüber hinaus einen Direct AUX Eingang für den Anschluß eines beliebigen portablen Audio Players, einen 3 x 4 Volt Vorverstärker-Ausgang sowie einen 7-Band-Equalizer. Das animierte OLED-Display ist dabei ein besonderer Hingucker. Für Audiophile, die sich ein System mit überwältigender Baßleistung wünschen, hat Panasonic einen Hochleistungs-Monoverstärker für Subwoofer entwickelt. Mit einer beeindruckenden Ausgangsleistung von 1.100 Watt



Die neuen Digitalverstärker und Lautsprecher von Panasonic sind mit Aramid-Hybrid-Konusmaterial gefertigt. So konnten die Membranen noch dünner und leichter gestaltet werden, ohne die hohe Festigkeit und die Homogenität zu gefährden.

TomTom Plus Content und Services

TomTom, führender Anbieter von Navigationslösungen, hat kürzlich die erweiterte Version des Servicepakets TomTom Plus Content & Services vorgestellt. Das Servicepaket enthält individuelle Personalisierungs-Features für alle TomTom-Geräte. TomTom Home, eine Software-Applikation, mit der TomTom-Benutzer Plus Content & Service bequem zu Hause von ihrem Computer aus verwalten können, ist ein integrierter Bestandteil des neuen Servicepakets. TomTom Home vereinfacht Management-, Download- und Speicheraktivitäten in Zusammenhang mit TomTom Plus Content & Services. Das heißt, der Anwender plant seine Route auf dem PC oder Mac und lädt wichtige Daten wie Karten usw. auf seinen TomTom GO herunter. Benutzern des Navigationssystems TomTom GO 910 bietet TomTom Home zudem die Möglichkeit, Musik abzuspielen und Fotos anzuzeigen. Mit dem TomTom Plus Content & Service Paket ist der Anwender nun in der Lage, weitere Features auf seine TomTom-Geräte zu übertragen. Dazu gehört beispielsweise das Herunterladen und Abspielen von Hörbüchern, die gegenseitige Lokalisierung und Zusendung von Instant Messages (nur zwischen ausgewählten Benutzern), eine schnelle Bestimmung des aktuellen Standortes, das Abrufen von aktuellen Verkehrsinformationen sowie ausführliche Informationen zum Straßenzustand (Europa und USA) und die Anzeige von 5-Tages-Wetterprognosen.

Der Ton macht die Musik

Nach den erfolgreichen Modellen S1000 MP3, S2000 MP3 und S3005 DVD hat Delphi Grundig jetzt das S3000 MP3 Autoradio mit MP3- und WMA-fähigem RDSCD-Tuner auf den Markt gebracht. Das mit 4 x 50 Watt ausgestattete Gerät bietet zusätzlich über vier Line-Out-Ausgänge die Möglichkeit, den Sound mittels externer Verstärker zu intensivieren. Wer das nicht wünscht, kann über den integrierten digitalen Equalizer aus voreingestellten Klangbildern wie Rock, Pop und Classic wählen. Um jederzeit die Übersicht über den Sound des Delphi Grundig S3000 MP3 zu behalten, wird das Spektrum des Equalizers wie auch der Lautstärke-Pegel im Display angezeigt. USB-Sticks oder Multicard-reader können über den USB-Anschluß mit dem S3000 MP3 verbunden werden. Als zusätzliches Highlight kann das S3000 MP3 auch bequem aus allen Ecken des Fahrzeugs mit der im Lieferumfang enthaltenen Fernbedienung im Scheckkarten-Format angesteuert werden. Zusätzlich kann auch ein CD-Wechsler oder der Delphi Grundig Festplatten-Player an das Gerät angeschlossen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für den S3000 MP3 lautet 179 Euro.



setzt dieser neue Monokanal-Digitalverstärker nicht nur die digitale End-to-End-Performance um, sondern liefert diese auch noch mit hohem digitalen Wirkungsgrad und bei geringer Wärmeentwicklung. Da keine Kühlkörper benötigt werden, ist der gesamte Verstärker sehr kompakt, und die begrenzte Installationsfläche kann optimal ausgenutzt werden. Um die hohen Anforderungen der Digitalverstärker an die Lautsprecher sicher zu erfüllen, hat die Forschung und Entwicklung von Panasonic ein neues Aramid-Hybrid-Konusmaterial eingeführt. Aramid findet von kugelsicherer Kleidung bis hin zur Luft- und Raumfahrt in vielen Bereichen Verwendung. Es

handelt sich um eine Synthetikerfaser mit erstaunlicher Festigkeit und vielen weiteren nützlichen Eigenschaften. Unter Nutzung einer selbst entwickelten Technik werden 3 mm lange Aramidfasern gleichmäßig in Harz eingebettet. So konnte Panasonic die Membranen noch dünner und leichter gestalten, ohne die hohe Festigkeit und die Homogenität zu gefährden. Anders als bei herkömmlichen Verfahren zur Beschichtung und Lagenbildung bzw. Laminierung von Fasern für die Verstärkung, die Gewicht und Dicke erhöhen, konnte mit der neuen Mischtechnik ein extrem leichter Konus produziert werden. Er ist nicht nur der dünnste (0,2 – 0,3 mm) auf dem Markt, er bietet auch eine hervorragende Formbeständigkeit. Durch das Material wird nicht nur die Reißfestigkeit stark verbessert, sondern auch eine innere Dämpfung erreicht, die doppelt so hoch ist wie bei vorangegangenen Panasonic Modellen.

Kompakt, kompetent, komfortabel

Die neue Falk N-Serie, die erstmals auf der diesjährigen CeBIT vorgestellt worden ist, bietet höchsten Navigationskomfort in einem handlichen Gerät. Das PND (Personal Navigation Device) zeichnet sich durch sein kompaktes Design mit großem entspiegelten 3,5"-TFT-Display und komplett integriertem 20 Kanal GPS-Empfänger mit SiRFIII-Chip für besten Empfang aus. Neuartig ist auch das Speicherkonzept der N-Serie, die im Vergleich zu bisherigen Produkten einen gro-

ßen internen Flash-ROM-Speicher (512 MB) besitzt. Dieser bietet ausreichend Platz für Software-Paket, POIs und Europa-Kartenmaterial. So steht der SD-/MMC-Schacht für MP3-Files zur Musikwiedergabe zur Verfügung. Der 300-MHz-Prozessor sorgt zusätzlich für schnelleren Screenaufbau und Programmstart. Zum Lieferumfang gehört auch die Saugnapfhalterung fürs Auto und bei einigen Varianten auch weiteres Zubehör wie Fahrradhalterung und Ohrhörer. Für besonders hohen Bedienkomfort sorgt in der Falk N-Serie die weiterentwickelte Navigationssoftware Falk Navigator 4 mit integriertem multimedialem City Guide. Der Falk Navigator 4 besitzt im Vergleich zum Vorgängermodell ein nochmals verbessertes Bedienkonzept und eine Vielzahl neuer Funktionen: Die Navigation über Ländergrenzen hinweg ist jetzt noch unkomplizierter, eine neuartige Standortbestimmung im Tunnel ermöglicht



Besonders kompakt und dennoch mit zahlreichen Funktionen ausgestattet sind die neuen Geräte der Falk Navigator 4-Serie.

Abbieghinweise auch ohne GPS-Empfang. Die erweiterte Umkreissuche und vollständig überarbeitete POI-Suche vereinfachen das Auffinden von Orten von Interesse wie z. B. der nächsten Tankstelle. Intelligente Stauinformationen dank TMC sind von nun an in acht europäischen Ländern kostenlos verfügbar. Erstmals bietet Falk auch Content-Informationen aus dem Mutterhaus MAIRDUMONT in seinem Navigationssystem an. Der multimediale Cityguide ergänzt den Falk-Navigator 4 bestens und bietet die bekannten

Pos-MAIL INHALT

Panasonics Reise-Kampagne erfüllt gleich zwei Wünsche ... 7

Samsung S7 LCD-TV-Serie: Überraschende Bildqualität – opulente Ausstattung ... 8



LG ist das „Designteam des Jahres 2006“ ... 9

Flachdisplays: Markttrends ... 10

IFA-Neuheiten: Blick hinter die Kulissen ... 12

Sony's D-SLR-Kamera heißt α100 ... 13



PoS-MAIL-Special: Nokia Eseries erfüllt spezifische Business-Bedürfnisse ... 15

Geschäftskunden von T-Com können jetzt auch Flatrates buchen ... 19

Installationsservice für Kunden von T-Online ... 20

Herweck Perspectives zählt 575 Besucher ... 21

HFO Telecom kauft Epsilon Telecommunications GmbH ... 21

Mit Gigaset liefert Siemens Premium-Qualität aus Deutschland ... 22

The Phone House startet Pilotprojekt in zwei Städten ... 23

Nachfrage nach Akkus steigt: Kleine Kraftpakete von Panasonic ... 24



SanDisk präsentiert die neuen Sansa MP3-Player ... 25

Samsung IT Sales Incentive: Power on – Take off – See you in Miranda ... 26

Interview mit Lutz Müller, Geschäftsführer DACH bei Belkin ... 28

Tk-Nachrichten ... 19, 20

Tk-Neuheiten ... 14

Neuheiten ... 24, 26, 27, 28

Aktuell ... 6, 27

Kleinanzeigen ... 29

Impressum ... 30

Highlights und Marco Polo Insider-Tips aus der beliebten Reiseführer-Reihe kompakt in einem Navigationsgerät an.

Die Falk N-Serie ist in vier verschiedenen Produkt-Varianten erhältlich: Lieferbar sind die Modelle Falk N30 mit Deutschlandkarte (UVP: 299 Euro), Falk N40 mit Deutschland-Karte und TMC (UVP: 349,95 Euro), Falk N80 mit Europa-Karte (D, A, CH hausnummerngenau + Hauptstraßen Europas) und TMC (UVP: 399,95 Euro) und das Falk N120 mit hausnummerngenauen Karten von West-Europa und TMC, 1 GB.

Der empfohlene Verkaufspreis lautet 449,95 Euro.

Bilder sagen mehr als Worte

Navman präsentiert mit NavPix eine Technologie, die es ermöglicht, mit Bildern zum Ziel zu navigieren.

„Mit Bildern kann man auf eine unverwechselbare Art ein Ziel bestimmen“, so Prash Vadgama, President der Consumer Navigation Group von Navman. Möchte man beispielsweise den Eiffelturm als Ziel eingeben, so kennt kaum ein Anwender die Adresse. Jeder weiß jedoch, wie der Eiffelturm aussieht. Die Bild-daten jedes einzelnen NavPix-Bildes enthalten die exakten geographischen Angaben



von dem Ort, an dem das Bild aufgenommen worden ist. Bilder können somit als alternative Möglichkeit genutzt werden, das Ziel auf einem Navman der iCN 700-Serie auszuwählen und festzulegen.

Ein weiterer Clou der Navman iCN 700-Serie ist eine integrierte Kamera. Dank dieser ist es möglich, ein NavPix-Bild von Lokalisationen zu machen, die von Interesse sind und an die man gerne zurückkehren möchte.

„Wir neigen dazu, uns an Bilder besser zu erinnern als an Adressen“, so Vadgama.

„Ein NavPix-Bild ist dementsprechend eine hervorragende Alternative, einen Ort zu finden,

weil es den Wiedererkennungswert mit genauesten geographischen Daten kombiniert.“ Navman bietet zudem eine sinnvolle Lösung für die Archivierung von NavPix-Bildern an. Die Bilder können auf die Website www.navman.de geladen und in einem persönlichen Online-Album gespeichert werden. Zudem stehen hier auch Bilder von berühmten Sehenswürdigkeiten zum Download zur Verfügung.

Darüber hinaus wird es künftig Online-Programme geben, die das Erstellen von NavPix-Bildern aus herkömmlichen digitalen Fotos (zum Beispiel im JPEG-Format) ermöglichen. Diesen Bildern werden dann auch automatisch die Informationen zu Längen- und Breitengrad hinzugefügt.

miz

Portables Navi mit kompletter Europakarte von VDO Dayton

VDO Dayton baut das Angebot an Navigationssystemen weiter aus. Nach den fest installierten Monitor- und Radioschacht-Geräten gibt es jetzt für Einsteiger oder Vielfahrer mit häufig wechselnden Fahrzeugen erstmals auch einen PND (Portable Navigation Device), den MS 2100. Wie alle Systeme von VDO Dayton kann der Pfadfinder für die Aktentasche problemlos in jedes Fahrzeug integriert werden. Er läßt sich dank optionaler Fernbedienung auch während der Fahrt sicher und komfortabel vom Lenkrad aus steuern. Dabei eröffnet das System dem Fahrer grundsätzlich Zugriff auf das gesamte digitalisierte Straßennetz Westeuropas und bietet einen kostenlosen TMC (Traffic Message Channel)-Service. Die Routenführung des MS 2100 erfolgt ähnlich wie bei den fest eingebauten Systemen von VDO Dayton mit Sprachhinweisen, Piktogrammen und Kartendarstellung.



Dabei bietet das Gerät die Wahl zwischen einer zwei- oder dreidimensionalen Ansicht. Zudem ist es mit einer Autozoomfunktion ausgestattet. Hier können auf Wunsch komplizierte Verkehrsführungen, Kreuzungen und Abbiegsituationen automatisch vergrößert werden. Damit die Karte jederzeit gut abgelesen werden kann, ist der 3,5 Zoll große Monitor optisch entspiegelt und hinterleuchtet. Neben dem MS 2100 bringt VDO Dayton auch das MS 2000 ohne TMC-Funktionalität auf den Markt. Der empfohlene Verkaufspreis für das MS 2000 lautet 449 Euro und für das MS 2100 499 Euro.



Die Navman iCN 700-Serie ist mit einer integrierten Kamera ausgestattet. Der Ort, an dem das Bild aufgenommen wurde, wird mit exakten geographischen Daten auf dem Navigationsgerät gespeichert. Dank NavPix-Technologie kann das Bild dann einfach nur auf dem Display angetippt werden, und schon wird der Anwender zum gewünschten Ziel navigiert. Alle Geräte der iCN 700-Serie sind mit NavPix-Technologie kompatibel.

PoS Aktuell

Wechsel in der Geschäftsleitung der JVC Deutschland GmbH

Mit Wirkung zum 1. Juli 2006 wurde Masayuki Horikoshi, 53, zum neuen Geschäftsführer der JVC Deutschland GmbH ernannt. Horikoshi war zuletzt als General Manager im internationalen Geschäftsbereich für die weltweite Produktplanung der Display Kategorie verantwortlich. Innerhalb eines erfolgreichen und nahezu 30jährigen Werdegangs bei der Victor Company of Japan (JVC) blickt er zudem auf 15 Jahre Erfahrung in verschiedenen Ländern Europas zurück –



u. a. als Direktor von JVC Belgien sowie als Geschäftsführer von JVC Schweden und Skandinavien. Gleichzeitig scheidet Hidetoshi Yoshida, 49, aus der Geschäftsleitung der JVC Deutschland GmbH aus. Hidetoshi Yoshida wurde zum Direktor der Victor Company of Japan ernannt und

übernahm mit Wirkung zum 1. Juli die Aufgabe als neuer Europa Präsident in London. Unter seiner insgesamt sieben-einhalbjährigen Geschäftsführertätigkeit konnte JVC Deutschland das Umsatzvolumen um nahezu 50 Prozent steigern. Nicht zuletzt hierdurch trug Hidetoshi Yoshida maßgeblich zu der erfolgreichen Unternehmensentwicklung innerhalb eines hart umkämpften Marktes bei, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

Samsungs Win-Team bietet jetzt auch Trainings zum Thema MP3

Nach dem Erfolg der Trainingskampagne im Bereich LCD baut Samsung sein Schulungsangebot aus. Im Mittelpunkt der eintägigen MP3-Schulung vor Ort stehen diesmal die Themen Drag&Drop-Funktionen, Key Selling Points, Verkaufsargumente und technische Features. Professionell und umfassend beraten – besser verkaufen: Mit dem erweiterten Trainingsangebot reagiert Samsung auf die Bedürfnisse des Fachhandels, umfassendes, fachliches Know-how und verkaufsunterstützendes Argumentationstraining zu erhalten. Folglich finden einen ganzen Tag lang direkt am Point of Sale Intensivschulungen statt, um Kunden Hintergrundinformationen zu neuen Geräten und Technologien kompetent und verständlich zu kommunizieren. Die MP3-Experten demonstrieren die neuesten Mediaplayer aus dem aktuellen Line-up und zeigen, daß die kleinen Player in Sachen Technik, Design und Preis neue Maßstäbe setzen werden. Zusätzlich zum

Training vor Ort erhält jeder Fachhändler eine Business-Karte mit Namen und ID-Nummer. Mit dieser kann der Händler eine kostenlose Mitgliedschaft bei der Samsung-CE-Partner-Lounge erhalten und zusätzlich Online-Trainings zu den angebotenen Schulungsthemen belegen – ganz nach individuellem Bedarf. Die so erworbenen Kenntnisse können in einem Online-Test geprüft und nach erfolgreichem Abschluß zertifiziert werden. „Beratungskompetenz ist ein wesentliches Kriterium für erfolgreichen Absatz. Deshalb freuen wir uns, den Fachhandel mit unserer Schulungsoffensive tatkräftig unterstützen zu können“, so Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics. „Das im Geschäft präsentierte Zertifikat vermittelt den Kunden Fachwissen und Kompetenz des Händlers.“

Premiere ab August mit neuen Preisen und Angeboten

Premiere führt ab 1. August ein neues Angebots- und Preismodell ein. Fünf neue Premium-Abonnements gibt es dann bereits ab jeweils 9,99 Euro pro Monat – direkt abonnierbar, ohne verpflichtende Basispakete oder andere Zugangsvoraussetzungen. Mit den neuen Preisen und Angeboten will Premiere auch neue Kundensegmente ansprechen und Akzente für den künftigen Wettbewerb setzen. Im Neukundengeschäft erwartet Premiere insbesondere neue Potentiale im Preissegment zwischen zehn und 20 Euro, für das es bislang keine adäquaten Angebote gab. Auch für Bestandsabonnenten bietet das neue

Angebotsmodell attraktive Alternativen und erleichtert Premiere die Bindung preissensibler Kundengruppen. Das Einstiegspaket Premiere Start wird ab 1. August nicht mehr angeboten.

Personelle Veränderungen bei ElectronicPartner und MediMax

Julian Riedlbauer, bislang Geschäftsführer der comTeam Systemhaus GmbH, wird zum 1. August zum Geschäftsführer der ElectronicPartner Deutschland GmbH berufen. Thilo Dröge, zuvor Niederlassungsleiter in Düsseldorf, wird neuer Vertriebsleiter bei MediMax. „Wir freuen uns ganz besonders, daß wir die beiden Schlüsselpositionen mit Mit-



Julian Riedlbauer

arbeitern aus den eigenen Reihen besetzen können. Das zeigt einmal mehr, daß ElectronicPartner ein erfolgreiches Handelsunternehmen und eine ‚Talent-schmiede‘ ist“, kommentiert Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner. Bis zur Neubesetzung des Niederlassungsleiters



Thilo Dröge

Düsseldorf und der neu geschaffenen Position Vertriebsleiter comTeam wird Julian Riedlbauer diese Aufgaben kommissarisch in Personalunion verantworten.

Der neue Lorenzen-Produktkatalog ist da

Ab sofort ist der Produktkatalog von Lorenzen Communication verfügbar. „Hier können sich Fachhändler über unsere hochwertigen Produkte und die anderer namhafter Marken informieren“, erklärt Firmengründer und Geschäftsführer Sönke Lorenzen. Im aktuellen Lorenzen-Katalog findet der Nutzer auf über 20 Seiten alles vom analogen über den digitalen terrestrischen bis hin zum digitalen Satelliten-Empfang. Als Distributor für viele weitere bekannte Marken hat Lorenzen auch sein Angebot an Top-field- und Inverto-Angeboten abgebildet. Der Katalog wird ab sofort an eingetragene Fachhändler ausgeliefert. Interessierte Händler können den Katalog auch direkt bei Lorenzen anfordern. Weitere Infos unter www.lorenzen.de.

SONY

BRAVIA



Aus Liebe zur Farbe – die neue BRAVIA S-Serie.

Wir haben die LCD-Fernseher der neuen BRAVIA S-Serie entwickelt, weil wir Farben lieben. Aus der Leidenschaft unserer Ingenieure, das perfekte High-Definition-Bild zu erschaffen, entstand Sonys überragende BRAVIA ENGINE-Technologie. Entdecken Sie noch schärfere Bilder, noch mehr Details und noch natürlichere Farben. like.no.other™

HD
ready

like.no.other™

'Sony' und 'BRAVIA' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

PoS Aktuell

expert AG mit gesteigertem Umsatz

Die Fachhandelskooperation expert AG konnte ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2005/2006 (31.3.2006) gegenüber dem Vorjahr um 10,6 Prozent auf 2,17 Mrd. Euro steigern. Wie Vorstandsvorsitzender Volker Müller am 22. Juni im Rahmen einer Bilanzpressekonferenz mitteilte, war



Auf dem Foto von links: Karl-Friedrich Albrecht, Vorsitzender des Aufsichtsrates, Volker Müller, Vorstandsvorsitzender, und Dr. Stefan Müller, Vorstandsmitglied der expert AG.

einer der Hauptmotoren dieses Auftriebs das Geschäft mit Flachbild-Fernsehgeräten. Die positive Entwicklung zeigte sich auch im Umsatz mit der expert-Zentrale, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert. Hier stieg der Umsatz ebenfalls um 10,6 Prozent auf 1,18 Mrd. Euro. Der expert AG gehörten per 31. März insgesamt 2005 Gesellschafter mit 410 Fachgeschäften an. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Fachmärkte beträgt 1.200 qm mit steigender Tendenz.

Veränderung im JVC Management

Mit Wirkung zum 1. Juli 2006 hat Jürgen Wilkin, 49, Leiter Presse- und Unternehmenskommunikation, innerhalb des Managements der JVC Deutschland GmbH zusätzlich die Bereiche „Personal“ und „Recht“ übernommen. Jürgen Wilkin, der dem Unternehmen seit 20 Jahren



angehört, fungiert auch weiterhin als Pressesprecher der JVC Deutschland GmbH. Folkert Bohn, 65, Prokurist, der bisher für die Bereiche „Personal“ und „Recht“ verantwortlich zeichnete, hat sich zum 30. Juni 2006 in den Ruhestand verabschiedet.

Casio ohne Ricky L. Stewart



Ricky L. Stewart

Ricky L. Stewart, General Division Manager Digital Imaging Casio, verläßt das Unternehmen zum 31. Juli 2006 auf

eigenen Wunsch. Unter seiner Führung konnte das Vertriebsgeschäft von Casio maßgeblich ausgebaut werden. Der von Stewart geführte Bereich geht jetzt in die Verantwortung von Jens Lehmann, Senior General Division Manager Consumer Products Casio, über. Wie es in einer Pressemitteilung des Unternehmens heißt, ist Lehmann, seit 2002 Vertriebschef für den übergreifenden Bereich Consumer Products, bestens mit den Marktgegebenheiten vertraut. Lehmann blickt auf eine langjährige Karriere bei Casio zurück: Von 1993 bis 2001 war er bei Casio Computer Co. GmbH für den Vertrieb und das Marketing der Sektionen Watch und EMI (Electronic Musical Instruments) zuständig. Mit der Verlagerung des Casio Europa-Sitzes von London nach Norderstedt und der Gründung der Casio Europe GmbH im Januar 2002 übernahm Lehmann die strategische und



Jens Lehmann

konzeptionelle Verantwortung für den übergreifenden Bereich Consumer Products für Deutschland und Europa sowie für das Distributorensgeschäft.

TV Sender GIGA berichtet vom IFA-Plus-X-Award-Stand

Der TV-Sender GIGA berichtet auf der diesjährigen IFA täglich live aus der Hall of Fame. Die Hall of Fame zeigt auf mehr als 440 qm die siegreichen Produkte des diesjährigen Plus X Awards. Über den gesamten Zeitraum der Messe – vom 1. bis 6. September – wird eine tägliche Sondersendung übertragen. Jeweils eine Stunde lang berichten die GIGA-Reporter über die ausgezeichneten Technologien und sprechen in verschiedenen Themensendungen mit den Plus X Award-Jurymitgliedern. Für die GIGA-Sondersendung wird die Hall of Fame 2006 infrastrukturell als Fernsehstudio konzipiert. Großer Wert wird während der Live-Show auf die Einbindung der Zuschauer gelegt. „Wir freuen uns sehr auf die GIGA-Berichterstattung. Sie ist die bestmögliche Unterstützung unserer ohnehin bemerkenswerten Medialeistungen. Die Mentalität der GIGA-Zuschauer geht eindeutig hin zum Leitgedanken „Original statt Plagiat“ – und somit zur Kernphilosophie des Plus X Awards, der seit 2004 für Marken und Qualitätsbewußtsein steht.

Personelle Veränderung bei Epson

Martina Mooser hat zum 1. Juli 2006 die Gruppenleitung des Bereichs Channel Marketing bei der Epson Deutschland GmbH übernommen. Gleichzeitig bleibt sie in ihrer bisherigen Position als Channel Marketing Manager für Distribution, Fachhandel und Corporate Account zuständig. Als Gruppenleiterin des Chan-



nel Marketing berichtet Martina Mooser direkt an Marketingleiter Rolf-Hendrik Arens. Norbert Burger, der 2004 von Leica zu Epson kam und dort die Position als Brand & Advertisement Manager im Bereich Markenführung und Marketing-Kommunikation übernahm, ist jetzt Channel Marketing Manager für Business Projektoren sowie den Bereich Retail Systems and Devices (PoS-Systeme wie Kassen) und berichtet an Martina Mooser.

Auszeichnung für Panasonic

Die Panasonic Projector Systems Company, Division der Panasonic Corporation of North America, wurde für den Videoprojektor PT-D7700 ausgezeichnet. Die Zeitschrift Rental & Staging Systems und die InfoComm International, Fachverband der AV-Industrie, verliehen bei der dritten jährlichen AV-Preisgala die Auszeichnung „Bestes Neuprodukt, Bester Videoprojektor“ an den Panasonic PT-D7700. Die Veranstaltung fand in Orlando, Florida, im Rahmen der InfoComm 2006 statt.

Auszeichnung für Euronics

Mit einer Urkunde für die Erzielung überdurchschnittlicher Umsätze im vergangenen Geschäftsjahr hat nun die Brother International GmbH ihren Kunden Euronics Deutschland eG ausgezeichnet. „Die Ergebnisse, die Sie 2005 gemeinsam mit uns erzielt haben, waren aus unserer Sicht sehr erfreulich“, so Jörg-Stefan Schmitt, Leiter der Brother-Unternehmenskommunikation, und Andreas Trierweiler, National Account Manager der Brother International GmbH, bei der Übergabe der Auszeichnung. Die Euronics-Produktmanager Birgit Konrad (Festnetz/Dienste) und Martin Mayer (PC/Multimedia) nahmen die Urkunde entgegen.

Casio: Reparatur zum Festpreis

Casio führt für seine Handelspartner jetzt die „Reparatur zum Festpreis“ ein. Damit sollen Reparaturen an Digitalkameras schneller und reibungsloser ausgeführt werden. Drei Tarifstufen machen es dem Händler leicht, den Kunden einen verbindlichen Preis zu nennen. Die „leichte Reparatur“ beinhaltet das Instandsetzen aller Komponenten außer der Hauptplatine, dem Display und dem Objektiv und kostet für den Händler 29,24 Euro; die „normale Reparatur“ schließt zusätzlich die Hauptplatine und das Display zum Preis von 59,22 Euro ein; für die Repara-

Paul Brömmelhaupt gestorben

Der Gründer der Firma Brömmelhaupt Großhandels GmbH, Paul Brömmelhaupt, ist am 30. Juni im Alter von 91 Jahren gestorben. Paul Brömmelhaupt gründete das Unternehmen im Oktober 1961 mit wenigen Mitstreitern, die ihm über vier Jahrzehnte die Treue gehalten haben. Erfolgreich muß das Brömmelhaupt-Team unter der Führung von Paul Brömmelhaupt gewesen sein, denn sonst hätte das Großhandelshaus für Braune und Weiße Ware nicht die turbulenten 80er Jahre und auch sonstige schwierige wirtschaftliche Situationen überlebt – in diesen Zeiten sind zahlreiche Wettbewerber, viele namhafte Lieferanten und viele Fachhändler aus dem Markt ausgeschieden. Mit Paul Brömmelhaupt verliert die Branche einen Menschen, der sich nicht nur für den eigenen Betrieb eingesetzt hat. Er hat sich insbesondere für die Erhaltung der Preisbindung der zweiten Hand und die Interessen des Fachhandels engagiert. Er war auch immer da, wenn es um die berufsständischen Interessen des Großhandels für Unterhaltungselektronik ging. Paul Brömmelhaupt war viele Jahre Vorsitzender des Verbandes Rundfunk-Fernsehen-Großhändler und darüber hinaus auch Vorsitzender des Weltfunk Aufsichtsrates. Für die besonderen Verdienste um die Entwicklung der Weltfunk wurde er zum Ehrenvorsitzenden ernannt. Im Jahre 1993 übergab Paul Brömmelhaupt die Führung des Unternehmens an seinen Schwiegersohn, Dr. E.-Dieter Drosdek, der das mittelständisch geprägte Familienunternehmen in seinem Sinne weiterführt und sich dabei auf die neue Generation engagierter Mitarbeiter stützt.



tur des Objektivs schließlich werden 89,21 Euro in Rechnung gestellt. Alle Händlerpreise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Damit entfallen aufwendige Kostenvoranschläge und erneutes Nachfragen. Mit einem straffen Reparatur-Management hat Casio nach eigenen Angaben bereits die Durchlaufzeit bei Reparaturen (Nettoverweildauer) auf durchschnittlich fünf Werktagen reduziert.

Blaupunkt bringt erstes DMB-Autoradio

Für das europäische DMB-Projekt „Mi Friends“ hat die Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt mit dem Empfänger Nashville DMB 35 das weltweit erste DMB-Autoradio entwickelt. Damit können Autofahrer jetzt auch während der Fahrt verschiedene Fernsehprogramme empfangen. Das Gerät basiert auf dem digitalen Autoradio Nashville DAB 35 (DAB – Digital Audio Broadcasting / DMB – Digital Multimedia Broadcasting). Es wurde zusätzlich mit einem DMB-Recorder sowie einem TV-Ausgang ausgerüstet. Die Wiedergabe der Fernsehbilder erfolgt auf separaten Farbmonitoren. Das Autoradio Nashville DMB 35 ist in der Lage, alle frei verfügbaren DMB- und DAB-Programme im Frequenzbereich Band III sowie L-Band zu empfangen und überzeugt zudem dank der qualitativ hochwertigen Empfangseigenschaften der Digitaltechnik

DAB und DMB. Mit dem Gerät lassen sich allein in Deutschland rund 135 Hörfunkprogramme sowie das über den DMB-Kanal „Watcha“ ausgestrahlte Fernsehprogramm des ZDF und das Hörfunkprogramm bigFM2see, das auch Slide-Shows anbietet, frei empfangen. Voraussichtlich bis Ende August gilt dies auch für die Programme von N24 sowie von MTV. Im Projekt MiFriends werden in den Regionen um München und um Regensburg insgesamt 32 Hörfunk- und TV-Programme übertragen.

Personalveränderung im Samsung Marketing

Thomas Ferrero nimmt ab sofort innerhalb des Samsung Konzerns eine neue Aufgabe wahr. Von seinem neuen Dienst-sitz in Wien bei Samsung Electronics Austria wird er zukünftig das Marketing und den Vertrieb für Österreich, die Schweiz und mehrere osteuropäische Länder verantworten. Seine Nachfolge tritt Gyoo-Hwan Lee (44) an, der kommissarisch die Leitung des Bereiches Corporate Marketing der deutschen Samsung Electronics in Schwalbach übernehmen wird. Lee arbeitet bereits seit Mitte 2005 eng mit Thomas Ferrero und Präsident Seung Kak Kang zusammen. Hauptaufgabe von Lee wird es weiterhin sein, die Vorreiterrolle von Samsung als Motor für die digitale Konvergenz in Deutschland mit Leben zu füllen sowie Samsung in Deutschland konsequent als Garant für innovative und stylische Premiumprodukte zu positionieren.

Partnerschaft zwischen Unity Media, arena und Premiere

Der neue Bundesligasender arena ist künftig auch im Kabel flächendeckend in ganz Deutschland empfangbar. Der Abo-TV-Anbieter Premiere wird arena im Kabel vermarkten und technisch rund 9,6 Millionen Kabel-TV-Haushalte erreichen. Gleichzeitig werden die Kabelnetzbetreiber ish, iesy und Tele Columbus, Töchter der arena Muttergesellschaft Unity Media, ihren Kunden auch Premiere Pakete direkt offerieren. arena und Premiere haben einen entsprechenden Distributions- und Vermarktungsvertrag abgeschlossen. Über Premiere, ish, iesy, Tele Columbus, Kabel BW und kleinere Kabelnetzbetreiber erreicht arena praktisch alle Kabelkunden in Deutschland. Die nationale Verbreitung über Satellit hat arena mit einer eigenen Plattform gesichert.

Panasonic Reise-Kampagne erfüllt gleich zwei Wünsche Sommer, Sonne, Viera

Damit die zuletzt durch die WM angekurbelte Nachfrage nach großen Flachbildschirm-Fernsehern nicht im Sommerloch versinkt, steuert Panasonic mit einer breit angelegten Viera-Sommer-Aktion dagegen. Vom 24. Juli bis 24. August gibt es für jeden gekauften Viera-Plasma zwei Flugtickets mit Flugziel innerhalb Europas.

Das Angebot kombiniert damit zwei Lieblingsbeschäftigungen der Deutschen: Reisen und Fernsehen. Durch Radio-, Print-, Außen- und Bannerwerbung sowie umfangreiches PoS-Material sollen mehrere Millionen Konsumenten erreicht werden und viele Endkunden den Weg in den Handel finden.

„Jeder deutsche TV-Haushalt, der derzeit buchstäblich noch in die Röhre sieht, träumt von einem Flachbildschirm in den eigenen vier Wänden. Gerade wer die Fußball-WM bei Freunden, mit der Familie oder in der Gastronomie auf einem großen Bildschirm verfolgt hat, will dieses großartige Fernseherlebnis jetzt auch zu Hause genießen. Die Sommerzeit macht aber auch große Lust auf Urlaub. Die Reisewochen bei Panasonic erlauben Endanwen-

dern, sich zwei Wünsche zu einem Preis zu erfüllen“, so Armando Romagnolo, Marketingleiter CTV bei Panasonic Deutschland. „Die Aktion spricht Frauen und Männer jeder Altersgruppe an, wodurch wir eine größtmögliche Wirkung erzielen. Die Viera Sommeraktion wird für eine starke Nachfrage sorgen und wird allen teilnehmenden Handelspartnern die Möglichkeit bieten, das Sommerloch zu überwinden.“

Die Panasonic Reisewochen werden mit einer umfangreichen Marketingkampagne beworben. Eine breit angelegte Print-Kampagne in ausgewählten Sonntagszeitungen gibt kurz vor Aktionsbeginn den Startschuß. Begleitet wird die Kampagne mit den City-Light-Postern und einer Funk-Kampagne in vielen deutschen Großstädten sowie zahlreichen Bannerschaltungen auf den wichtigsten Internetseiten. Im Handel wird auf die Aktion mit zahlreichen PoS-Materialien wie Aufstellern, Postkarten, Stickern und Wippern aufmerksam gemacht. Besonders auffällig ist ein Pappaufsteller in Originalgröße des Plasma-TVs TH-42PX600 mit Konsole.

Die Aufmachung der Kampagne ist – wie man es von Panasonic kennt – seriös und aufmerksamkeitsstark. „Panasonic hat einen hervorragenden Ruf und genießt



Beim Kauf eines Viera Plasma-TV gibt es im Zeitraum vom 24.7. bis 24.8. zwei betterFly Tickets der Lufthansa mit Flugziel innerhalb Europas.

als Premiummarke hohes Vertrauen im Handel und beim Konsumenten. Das werden wir nicht durch einen übertrieben reißerischen Auftritt verderben. Mit der Lufthansa haben wir einen Kooperationspartner für die Reise-

wochen bei Panasonic gefunden, der unseren Premiumanspruch teilt und Viera-Käufer mit seinem betterFly-Programm in die schönsten Metropolen Europas bringt“, führt Armando Romagnolo weiter aus.



„Die Reisewochen bei Panasonic erlauben Endanwendern, sich zwei Wünsche zu einem Preis zu erfüllen“, so Armando Romagnolo, Marketingleiter CTV bei Panasonic Deutschland.

Der Handel bleibt von der Abwicklung der Reise-Aktion gänzlich unberührt. Nach Ablauf der Panasonic Reisewochen haben Käufer eines beliebigen Viera Plasma-TV bis zum 31. Oktober 2006 Zeit, ihren Flug bei der Lufthansa zu buchen. Der Abflug kann bis zum 23. März 2007 erfolgen. Damit bleibt viel Zeit, ein Reiseziel innerhalb Europas auszuwählen. Die Panasonic Viera sind laut Aussage des Herstellers die meistverkauften Plasma-TV in Deutschland. Das Angebot reicht vom 37-Zoll-Gerät mit Standardauflösung bis hin zum HD ready-Fernseher mit 165 cm-Diagonale, SD-Speicherkarteneingang, HDMI-Eingang u.v.m. Dank vielseitiger Ausstattungspakete gibt es für jeden Geschmack das passende Gerät.



Die Panasonic Reisewochen werden mit einer breit angelegten Kampagne beworben. Im Handel wird auf die Aktion mit zahlreichen Aufstellern, Postkarten, Stickern oder Wippern aufmerksam gemacht.

Panasonic mit neuen High End Projektoren

Das neue Flaggschiff unter den 1-Chip-DLPTM-Projektoren heißt PT-D5600E/EL. Das Gerät arbeitet mit 5.000 ANSI-Lumen Lichtleistung und einem Kontrastverhältnis von 2.000:1. Ebenfalls neu in Panasonics High End Sortiment ist der PT-DW5000E/EL. Er besitzt einen speziellen 15:9-Chip zur direkten Darstellung im Wide-Format, das sich zunehmend auch im PC-Präsentationsbereich verbreitet. Durch das WXGA-Format bietet sich sowohl bei der Projektion von 16:9-Formaten als auch bei der Vorführung von Computersignalen eine optimale Bildschärfe. Das Gerät arbeitet mit einer Helligkeit von 4.500 ANSI-Lumen und einem Kontrastverhältnis von 2.000:1. Die Projektoren der 5er-Serie haben ein Zwei-Lampen-System. Die Zuverlässigkeit der Projektionslampe wird durch das Britel-Lite-Zwei-Lampen-System zusätzlich erhöht. Die Verwendung von zwei Lampen steigert nicht nur die Helligkeit, sie sorgt auch für eine unterbrechungsfreie Projektion bei einem möglichen Ausfall einer Lampe. In diesem Fall schaltet das Gerät automatisch auf die zweite Lampe um. Bei den Projektoren PT-D5600E und PT-DW5000E ist ein Standardobjektiv bereits im Lieferumfang enthalten. Die EL-Modelle werden ohne Objektiv ausgeliefert. Alle Projektoren besitzen von Haus aus einen LAN-Anschluß zur einfachen Integration in ein Ethernet-Netzwerk. Über einen WEB-Browser läßt sich der Projektor nicht nur komplett steuern, sondern es können neben Statusinformationen auch Temperatur und Betriebszustände von Baugruppen abgefragt werden. Die Einrichtung eines Netzwerkes und von Fehlermeldungen per E-Mail erfolgen ebenfalls über diese Funktion.



Samsung S7 LCD-TV Serie

Überragende Bildqualität – opulente Ausstattung

Mit vier neuen Modellen startet Samsung die Markteinführung seiner S7-LCD-Reihe. Die das HD ready Logo tragenden TFT-LCD-Geräte mit PVA-Technologie und Bild-Diagonalen von 27, 32, 37 und 40 Zoll im Seitenformat 16:9 sind bereits verfügbar. Mit dem hohen Kontrastverhältnis von 3.000:1, einer maximalen Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten, den umfassenden Bildoptimierungs-Technologien DNle (Digital Natural Image engine) und SRS Tru Surround XT ausgestattet, erzielen Samsungs S7-LCD-TVs bei unterschiedlichsten Video-Programminhalten eine überragend hohe Darstellungsqualität.

Der gebotenen Bildqualität und Funktionsvielfalt entspricht auch das äußere Design der S7-Reihe mit seiner subtilen Linienführung, schwarzem Hochglanzlack, silberner Kontrastleiste und rundem Standfuß, also alles in allem mit einer „Bella Figura“.

Digitale Perfektion und kristallklare Bilder

Die speziell für Samsung LCD-Fernseher entwickelte, revolutionäre Bildverbesserungs-Technologie DNle (Digital Natural Image engine) und der Einsatz dualer 10-Bit Videoverarbeitung garantieren bei allen LCD-TVs der S7-Reihe kristallklare Bilder, bei denen selbst winzigste Details deutlich sichtbar werden. Auf S7 TV-Displays dargestellte Bilder wirken auf den Betrachter so natürlich und lebensecht, wie dies bisher nicht für möglich gehalten wurde. Das hochdynamische Kontrastverhältnis von 3.000:1 sowie 12,8 Milliarden darstellbare Farben ermöglichen die perfekte Wiedergabe von Licht und Schatten in verblüffender Realitätsnähe.

Die komfortabel weiten Betrachtungswinkel von horizontal wie vertikal 170 Grad garantieren auch bei unterschiedlichsten Zuschauer-Positionen farbstärke und kontrastreiche Bilder. Die außergewöhnlich schnelle Reaktionszeit von 8 ms sorgt bei dynamischen Bildinhalten wie Sportübertragungen und Actionfilmen für gestochen scharfe und unverschleierte Bilder.

Automatische Helligkeitseinstellung

Alle TV-Modelle der Samsung S7-Reihe besitzen eine automatische Helligkeitseinstellung, mit der die jeweilige Bildhelligkeit den aktuellen

Eigenschaften des Umgebungslichts optimal angepaßt wird. Die automatische Helligkeitseinstellung erhöht nicht nur die Bildqualität, sondern schon auch die Umwelt und erspart dem Anwender bares Geld durch bis zu 20 Prozent geringerem Energieverbrauch. Unabhängig davon kann der Zuschauer jederzeit Schärfe und Schwarzwert per Knopfdruck erhöhen und seinen individuellen Bedürfnissen entsprechend anpassen.

HD ready für „High Definition TV“

Alle vier S7-Modelle tragen das HD ready Logo und sind mit der Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten, einer HDMI-Schnittstelle für Audio- und Videoübertragung (High-Definition Multimedia Interface) und mit HDCP-Unterstützung (High Density Copy Protection) bestens für HDTV-Wiedergabe ausgestattet. Das High Definition Multimedia Interface (HDMI) zum Anschluß digitaler Programmquellen und rein digitaler Übertragung von Videosignalen gewährleistet die perfekte Wiedergabe von Programminhalten, die von einem angeschlossenen PC, einer Set-Top-Box, einem DVD-Player oder einer Spielekonsole an den S7-TV übertragen werden.

SRS TruSurround XT

Die LCD-TV-Geräte der Samsung S7-Serie überraschen den Zuschauer

Der durch Tastendruck einschaltbare „Movie-Mode“ gewährleistet sofort nach Aufstellung und Anschluß des Gerätes eine den empfohlenen Videostandards entsprechende Bilddarstellung. Der Zuschauer sieht einen Film genau so, wie ihn der Regisseur bei der Helligkeit, der Farbtemperatur, Schwarz- und Kontrastwerten abgestimmt hat.



Die vier neuen Modelle der S7-LCD-TV Reihe von Samsung mit Bild-Diagonalen von 27, 32, 37 und 40 Zoll tragen alle das HD ready Logo. Mit hohem Kontrast von 3.000:1, Digital Natural Image engine und SRS Tru Surround XT ausgestattet, zeichnen sich S7-LCD-TVs von Samsung durch ihre überragend hohe Darstellungsqualität aus.

durch echten Surround-Sound über die integrierten Lautsprecher, ähnlich dem Hörerlebnis eines Zuschauers in einem gut ausgestatteten Kinotheater. Das hervorragend realistische Klangerlebnis wird durch das integrierte Soundsystem SRS TruSurround XT und fünf unterstützte Ton-Modi ermöglicht: Musik, Standard, Film, Sprache und benutzerdefinierte Einstellung. Die erstklassige Tonqualität



Das integrierte Soundsystem „SRS TruSurround XT“ der S7-Reihe und fünf unterstützte Ton-Modi ermöglichen überraschend realistischen Kinosound mit den rechts und links neben dem Bildschirm eingebauten Lautsprechern.

wird über zwei rechts und links neben dem Bildschirm angeordnete Lautsprecher mit je zehn Watt Leistung abgestrahlt.

„Movie-Mode“ für Kino-Qualität

Die LCD-TVs der Samsung S7-Reihe verfügen, wie bereits zuvor die R7-LCD-Serie, über einen einschaltbaren,



optimierten „Movie-Mode“. Dies ist eine Voreinstellung für die Parameter der Bildsignalverarbeitung, die sofort nach Aufstellung und Anschluß des Gerätes eine den empfohlenen Video-standards entsprechende Bilddarstellung gewährleistet. Mit der Einstellung „Movie-Mode“ erlebt der Zuschauer einen Film genau so, wie der Regisseur des Films ihn bei der Helligkeit, der Farbtemperatur sowie den Schwarz- und Kontrastwerten festgelegt und final für gut befunden hat. Ein ideales Video-Display, z. B. ein TV-Studio-Monitor, beherrscht die Reproduktion von Bildmaterial unter exakter Einhaltung der bei der Produktion des Bildmaterials eingehaltenen Standards, den sogenannten „RPs“ (Recommended Practices). Beim optimierten Film-Modus der S7-Serie von Samsung liegt der sogenannte „Weißpunkt“ bei 6.500 Grad Kelvin und entspricht genau dem Produktionsstandard der

Samsung LCD-TVs der S7-Serie unterstützen im „Spiele-Modus“ die Spielkonsolen Xbox, Xbox 360, PS, PS2 und PS3.

S7-LCD-TV als PC Monitor

Über den integrierten PC-Anschluß (D-Sub) und einen PC-Audioeingang lassen sich Geräte der Samsung S7 LCD-TV-Serie auch hervorragend als Computer- und Spielemonitor einsetzen und sind mit ihren Bildeigenschaften zu hochwertigen Computer-Monitoren voll kompatibel. Desktop-Rechner oder Notebooks neuester Bauart, die bereits über einen HDMI-Grafikkarten-Ausgang verfügen, können über HDMI-Kabel mit einem S7-LCD-TV verbunden werden. Bei der Helligkeit, der Auflösung, der kurzen Reaktionszeit und natürlich bei der Bildschirmgröße übertreffen die S7-Geräte bei weitem die Eigenschaften eines Computer-Monitors.



Die Bildverbesserungs-Technologie DNle und duale 10-Bit-Videoverarbeitung garantieren hochwertige, kristallklare Bilder und die perfekte Wiedergabe von Licht und Schatten.

Filmstudios. Der „Movie-Mode“ ist auf Knopfdruck einschaltbar und erzeugt ein homogenes Bild mit hohem Schwarzwert ohne unangenehme Artefakte oder Farbkanten. Filmenthusiasten werden über die LCD-TVs der Samsung S7-Serie begeistert sein.

Spiele-Modus

Der in die Geräte der Samsung S7-Reihe integrierte „Spiele-Modus“ läßt Spieler-Herzen höher schlagen: Durch einen Knopfdruck werden Schärfe und Schwarzwert erhöht und gleichzeitig der Sound für Spiele optimiert. Denn 3D Video-Spiele und Simulationen werden vorwiegend als animierte Computer-Grafiken erstellt und unterliegen deshalb in ihren Farb- und Kontrastwerten völlig anderen Regeln als ein Videofilm oder TV-Programm. Der „Spiele-Modus“ der Samsung S7-Bildschirme bewirkt größere horizontale Schärfe und schnellere Reaktionszeiten. Außerdem unterstützt ein speziell für Bildschirmspiele optimierter mächtiger Surround-Sound die virtuelle Spiel-Szenarie und erhöht dadurch nochmals Spannung und Spaß. Alle

RoHS Normen für Umwelt- und Gesundheitsschutz

LCD-Fernseher von Samsung erfüllen die höchsten global geltenden Normen für Umwelt- und Gesundheitsschutz. Die Modelle der Samsung S7-Reihe sind die weltweit ersten LCD-Fernseher, die bereits eine Nemko RoHS-Zertifizierung als umweltfreundliches Heimelektronik-Produkt erhalten haben.

UVPs und Verfügbarkeit

Die neuen LCD-TV Modelle der Samsung S7-Reihe sind auf dem deutschen Markt ab Ende Juli in den Größen 27, 32, 37 und 40 Zoll mit Bild diagonalen von 101, 94, 80 und 68 cm lieferbar. Der LE-27S71B ist zum UVP von 1.199 Euro erhältlich, der LE-32S71B für 1.499 Euro, LE-37S71B für 1.999 Euro, das Modell LE-40S71B zum UVP von 2.299 Euro. Die bereits angekündigten Modelle einer Samsung M 7-Serie sollen dem Vernehmen nach über einen zusätzlichen Cardslot für 10 Memory-Card Formate verfügen. Weitere Details wurden noch nicht genannt. *evo*

LG ist „Designteam des Jahres 2006“

Die internationale Jury des red dot design awards hat LG Electronics am 26. Juni im Aalto-Theater in Essen die Auszeichnung als „Designteam des Jahres 2006“ verliehen. LG ist seit mehreren Jahren bei wichtigen Design-Awards erfolgreich vertreten.

Beim diesjährigen red dot design award wurden zwanzig LG Produkte aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Mobile Communication, Information System Products und Haushaltsgeräte prämiert. Zwei von ihnen erhielten die Auszeichnung „Best of the Best“: das Breitbild-Notebook T1 und der „HD ready“ Wandprojektor AN110 in ultraflachem Design.

Design ist ein Bekenntnis zum modernen Lebensstil und Ausdruck der individuellen Persönlichkeit. Diesen Trend hat LG frühzeitig erkannt. Dabei versteht LG Design nicht nur als ansprechend gestaltetes Gehäuse, wie Vice President Jae Jin Shim betont: „LG Design ist ein Kon-

zept, es umfaßt die Funktionalität des Produktes, seinen Nutzen für den Anwender und den gesamten Produktionsprozeß. Kommt dann noch eine erfolgreiche Marketingstrategie hinzu, können wir überhaupt erst von ‚gutem Design‘ sprechen.“ Dieses ganzheitliche Verständnis prägt die gesamte Unternehmensstrategie. Nach der Neuausrichtung des Elektronikkonzerns LG hin auf die Premiumsegmente der einzelnen Produktbereiche Mitte bis Ende der 90er Jahre definiert das Unternehmen Design neben Technologie, Marketing und Networking als Kernkompetenz und darüber hinaus als Leitkompetenz ins Zentrum seiner globalen Unternehmensstrategie. „Wir haben erkannt, daß Design im Zeitalter der digitalen Konvergenz der stärkste Antrieb für Innovation ist“, erläutert Jae Jin Shim. „Wir denken in Design – das macht uns so erfolgreich“.

„Der kreative Imperativ“, das Motto des diesjährigen Weltwirtschaftsgipfels in Davos, rief die versammelten Spitzenvertreter aus Wirtschaft und Politik dazu

auf, kreativ auf globale Herausforderungen zu reagieren – eine Forderung, die umso mehr für produzierende Unternehmen gilt, die mit ihren Produkten am internationalen Wettbewerb teilnehmen. „Viele Unternehmen setzen bereits seit langem erfolgreich auf Innovation und Design, wenn es darum geht, sich von der Konkurrenz abzuheben und die eigenen Markenwerte zu transportieren“, so Professor Dr. Peter Zec, Initiator des red dot design award und Präsident des internationalen Designverbandes Icsid. „Kreativität allein reicht jedoch nicht aus, die Produkte müssen auch qualitativ sehr hochwertig sein. Und es ist nicht zuletzt Aufgabe des Designs, diese Qualität zu kommunizieren.“

Die wachsende Bedeutung qualitativ hochwertigen Designs zeigt die aktuelle Bilanz des red dot award: product design 2006. So konnte der Wettbewerb nach 1.857 Einsendungen im Jahr 2005 in diesem Jahr die Rekordzahl von 2.068 Einreichungen aus insgesamt 41 Staaten verzeichnen.



Das Team von LG Electronics freute sich mit Vice President Jae Jin Shim (Vierter von rechts) über die Auszeichnung der red dot design award-Jury als „Designteam des Jahres 2006“. Design und Qualität sind ganz zentrale Themen in der Produkt- und Unternehmensstrategie von LG.

Angesichts der erkennbar gestiegenen Designqualität verlieh die international besetzte Jury in diesem Jahr in zwölf Kategorien insgesamt 485mal den red dot. 36 Produkte erhielten den red dot: best of the best als Spitzenreiter ihrer Kategorie.

Die Ehrung der Preisträger fand mit der traditionell feierlichen Preisverleihung im Essener Aalto-Theater ihren besonderen Rahmen. Wie in jedem Jahr trafen Persönlichkeiten aus Poli-

tik, Sport, Medien und Unterhaltung aus aller Welt zusammen. Bei der anschließenden Designers' Night im red dot design museum wurde gemeinsam bis in die frühen Morgenstunden gefeiert. Die preisgekrönten Produkte wurden in der Sonderausstellung „Design on stage – winners red dot award: product design 2006“ vom 27. Juni bis zum 23. Juli 2006 im Essener red dot design museum auf dem Weltkulturerbe Zeche Zollverein gezeigt. *miz*

www.photokina.de

Absolute Bildkompetenz

+ Unübertroffene Internationalität

+ Klare Handelsorientierung

= photokina 2006

Zeit sparen, Geld sparen!
Online registrieren
und Karten kaufen unter
www.photokina.de

photokina
world of imaging

Köln, 26. September – 1. Oktober 2006

Diese Rechnung geht auf. Und das ist wichtig für Ihren Verkaufserfolg. Denn nur auf der photokina sehen Sie alle Neuheiten aus der Welt des Imaging: von der Aufnahme, Speicherung, Bearbeitung, Übertragung bis zur Wiedergabe von Bildern. Treffen Sie hier die richtigen Entscheidungen für Ihre Sortimentsplanung – damit Sie Ihren Kunden das bieten können, was sie von Ihnen erwarten. Herzlich Willkommen zu Ihrem Messe-Highlight im Herbst!

Flachdisplays: Markttrends

RoHS-Direktive: Schonfrist für Plasma-TV

Laut den RoHS-Richtlinien der EU dürfen Waren, die gefährliche Substanzen enthalten, ab dem 1. Juli 2006 nicht mehr in die EU eingeführt werden. Bei fast allen aktuellen Plasma-Bildschirmen finden sich im Glas der Plasma-Panels geringe Spuren von Blei. Deshalb sind diese Displays nicht RoHS-konform. Die konsequente Umsetzung der jetzt gültigen Richtlinien über das Verbot der Einfuhr von Produkten mit gefährlichen Substanzen (RoHS) würde in der Realität das Ende des europäischen Marktes für Plasma-TV-Geräte zur Folge haben. In Europa bietet zur Zeit nur Panasonic RoHS-konforme Plasma-Displays an. Namhafte Hersteller von Plasma-Panels wie Samsung, LG, Pioneer, aber auch Matsushita/Panasonic, haben jedoch gemeinsam bei dem zuständigen Technical Adaption Committee (TAC) der Europäischen Kommission eine Ausnahmeregelung beantragt. Dem TAC wurden zahlreiche Ausnahmeanträge vorgelegt, die weitere Produkte mit einschließen. Nun muß das Europäische Parlament über die Anträge entscheiden. Die letzte Instanz in dieser Angelegenheit ist der Europäische Gerichtshof.

Neue HDMI Version 1.3

Höhere Bandbreiten, mehr Farben und unkomprimierter Ton ermöglicht die neue, im Juli dieses Jahres vom HDMI-Konsortium verabschiedete Version HDMI 1.3 der digitalen Schnittstelle zur Übertragung hochauflösender Video-Signale. Mit der breiten Einführung des neuen HDMI 1.3 wird in 2007 gerechnet. Dem Handel ist anzuraten, die Entwicklung im Auge zu behalten und die Verfügbarkeit von HDMI 1.3 bei TV-Geräten und Displays sowohl beim Einkauf wie beim Verkauf an Endkunden zielgerichtet zu kommunizieren. Das erste mit HDMI 1.3 Schnittstelle ausgerüstete Produkt soll, laut Ankündigungen, die zum Jahresende 2006 erwartete PlayStation 3 von Sony sein. HDMI 1.3 wird abwärts-kompatibel zu früheren Versionen sein: Ein Gerät mit HDMI 1.3 kann deshalb Video-signale auch zu Displays und Geräten mit HDMI 1.2 oder noch früheren Versionen übertragen. Die Verbindungsparameter entsprechen in solchen Fällen allerdings lediglich den Eigenschaften und Protokollen der niedrigeren HDMI-Version. HDMI 1.3 bringt vor allem eine Verdoppelung der Bandbreite mit sich, die zur Übertragung von Videosignalen mit höheren Farbtiefen und mit neuen Audio-Formaten erforderlich ist. Die Verfügbarkeit einer HDMI Verbindungs-Schnittstelle wird bei neuen Produkten zum Standard werden. Der Marktforscher „In-Stat“ rechnet damit, daß 2006 bereits weltweit 60 Millionen Geräte mit HDMI-Anschluß verkauft werden. Der Verbindungsstandard für hochauflösende Videosignale wird vom HDMI-Konsortium und seinen Gründungsmitgliedern Hitachi, Matsushita, Philips, Silicon Image, Sony, Thomson und Toshiba gepflegt und kontinuierlich weiterentwickelt. Bei HDMI-Version 1.3 wird der Takt eines einzelnen Links von 165 auf 340 MHz verdoppelt. Daraus resultiert eine Bandbreite von 10,2 Gigabit pro Sekunde. Wie das HDMI-Konsortium mitteilt, wurden bei der Version 1.3 auch Optionen für weitere, zukünftige Erhöhungen der Übertragungs-Bandbreite geschaffen. Es ist denkbar, daß sich mit der Version HDMI 1.3 ausgestattete Produkte später durch ein Software-Update auf höhere HDMI-Versionen und Bandbreiten umstellen lassen. Die höhere Bandbreite ermöglicht höhere Auflösungen als der aktuelle HDTV-Standard

1.080p (1.920 x 1.080 Pixel) und einen deutlich erweiterten Farbraum. Bisher basierte HDMI auf einer Farbtiefe von 24 Bit (16,7 Millionen Farben). Mit HDMI 1.3 sind auch 30, 36 oder 48 Bit Farbtiefe realisierbar und damit bis zu 280 Milliarden darstellbare Farben. Auch Audiosignale lassen sich dank der höheren Bandbreite von HDMI 1.3 mit deutlich gesteigerter Qualität übertragen: Bisher konnten diese nur in komprimierten Formaten wie Dolby Digital oder DTS übertragen werden. Mit HDMI 1.3 wird die Übertragung auch in den völlig unkomprimierten Formaten Dolby TrueHD und DTS-HD Master Audio möglich. Die dabei anfallenden Datenmengen finden auf kommenden HD DVD und Blu-Ray Discs Medien ausreichenden Speicherplatz. Bei HDMI 1.3 durchgeführte Änderungen der Übertragungs-Protokolle schaffen die Voraussetzungen für eine neue Funktion „Lip Sync“, die, wenn sie im Bildausgabegerät (Bildschirm) verfügbar ist, den bei digitalen Videoübertragungen häufig auftretenden, zeitlichen Versatz von Bild und Ton korrigiert. Zugleich mit der Verabschiedung von HDMI 1.3 wurde auch eine zusätzliche, in ihren Abmessungen ver-



kleinerte HDMI-Steckverbindung standardisiert, die jedoch nur bei mobilen Endgeräten wie z. B. Camcordern eingesetzt werden soll.

LCD-Panels: Quanta Merger bringt AUO 30% mehr Kapazität

Der für Oktober 2006 geplante Merger mit Quanta Display (QDI) wird AU Optronics (AUO) einen Kapazitätswachstums von mehr als 30 Prozent verschaffen, erklärte KY Lee, der CEO des größten taiwanesischen LCD-Panel-Herstellers. Quanta Displays verfügt über ein 3,5G-Werk und stellt vorwiegend kleine und mittelgroße Panels bis zu 10 Zoll Bildhöhe her, die bei AUO eine für 2007 erwartete Fertigungslücke füllen sollen. Das G6-Werk von QDI soll AUO in erster Linie durch die Lieferung von TV-Panels unterstützen. Lee geht davon aus, daß die derzeitigen Überkapazitäten der Panel-Industrie im dritten und vierten Quartal 2006 abgebaut sein werden. Mitbewerber wie LG Philips und Chi Mei haben ihre Produktionskapazitäten schon heruntergefahren, um die Lager zu leeren. Als kleinerer Panel-Hersteller wurde QDI in Taiwan schon seit einiger Zeit als Übernahmekandidat ange-

sehen und hatte außerdem unter dem starken Preisverfall des vergangenen Jahres zu leiden. Trotz 13 Millionen produzierter Panels mußte das Unternehmen 2005 einen Nettoverlust von umgerechnet 250 Millionen Dollar hinnehmen. Die Kapazitäten im zweiten Quartal 2006 reichten für 45.000 Panels, wurden aber auf 30.000 Panels reduziert. Die Konzernmutter Quanta Computer, mit Abstand der weltgrößte Notebook-Hersteller, hält laut eigener Aussage weiterhin mehr als 27 Prozent der Anteile an QDI.

Koreaner dominieren Markt für Plasma-Panels

Den derzeitigen Weltmarkt für Plasma-Panels teilen sich koreanische und japanische Hersteller. Laut Zahlen des Marktforschers iSuppli liefern allein die beiden koreanischen Unternehmen Samsung und LG Electronics mit zusammen 54,4 Prozent mehr als die Hälfte aller weltweit gehandelten Plasma-Panels aus. Mit einem Marktanteil von 31 Prozent ist es LG im ersten Quartal 2006 gelungen, dem japanischen Konzern Matsushita (25,9 Prozent) die Marktführerschaft wieder abzunehmen. Auf dem dritten Platz liegt mit 23,5 Prozent Marktanteil Samsung SDI. Platz vier und fünf in der Plasma-Display-Hierarchie beanspruchen die japanischen Hersteller Pioneer mit 11,2 Prozent und Hitachi mit 8,3 Prozent Marktanteil für sich. Schneller fallende Preise für Flach-TV-Panels und langsamer steigende Verkaufszahlen bringen die Profitabilität der Anbieter in diesem Marktsegment in Gefahr. Nach Einschätzung von iSuppli-Analyst Riddhi Patel zahlt sich für die koreanischen Anbieter jetzt der in den letzten Jahren betriebene, konsequente Ausbau der Fertigungskapazitäten aus. Die beiden taiwanesischen Mitbewerber CPT und Formosa haben sich bereits aus der Plasma-Panel-Produktion zurückgezogen, und auch der japanische Toshiba-Konzern hat die Produktion von Plasma-Displays eingestellt. Noch vor Jahresfrist konnten Plasma-Bildschirme ab 40 Zoll Diagonale aufwärts als Kaufargument klare Preisvorteile für sich ins Feld führen. Inzwischen bekommen 40 Zoll Plasma-Bildschirme zunehmend Konkurrenz durch preiswerte LCD-Flachbildschirme. Laut aktuellen Marktzahlen von Displaybank lagen die Preise für 42-Zoll-Plasma-Panels vom Typ SD (Standard Definition) im März dieses Jahres bei 665 US-Dollar und einer Gewinnspanne von 4,8 Prozent für die Hersteller. Bis zum Ende dieses Jahres soll dieser Preis auf rund 580 US-Dollar fallen, und die Gewinnspanne wird dann nur noch 2,7 Prozent betragen. Mit der zunehmenden Anzahl neu in Betrieb genommener LCD-Fertigungen der siebten Generation (7 G und 7,5 G) für 40

und 42 Zoll LCD-Panels gleichen sich deren Preise nach Einschätzung von iSuppli denen von Plasma-Panels an. Die noch verbleibende Zeit werden die fünf führenden Plasma-Panel-Hersteller nutzen, um von dem noch existierenden Preisvorteil zu profitieren.

Pioneer will Plasma Display Output erhöhen

Der japanische Hersteller Pioneer plant eine Erhöhung seiner Produktionskapazität für Plasma-Panels. Wie aus Kreisen des Unternehmens verlautbart, will Pioneer rechtzeitig zu den Olympischen Spielen 2008 in Beijing mit größeren Kapazitäten lieferfähig sein. Markt-Insider wollen wissen, daß Pioneer bei dem Vorhaben, sein in der letzten Zeit unprofitables Plasma-Geschäft wieder in Fahrt zu bringen, auch für einen starken Partner offen sei. Neue Investitionen in eine Plasma-Herstellungslinie würden eine 180-Grad-Kursänderung in Pioneers Strategie bedeuten. Denn im gleichen Zeitraum, als direkte Mitbewerber wie der Matsushita Konzern ihre Plasma-Kapazitäten erhöhten, hatte Pioneers Konzernleitung dem Unternehmen eine Reduzierung seiner Produktionskapazität verordnet. „Unser PDP-Geschäft mußte im letzten Geschäftsjahr große Verluste hinnehmen. Die Ursachen lagen in der fehlenden Abstimmung zwischen Verkaufsaktivitäten und Produktionszahlen“, äußerte sich Pioneers Präsident Tamihiko Sudo auf einer Konferenz. „Bei dem sich abzeichnenden Wachstum des Flach-TV-Marktes wird sich die Zahl der von uns als Zielgruppe angesprochenen potentiellen Käufer mit Sicherheit stark erhöhen. Aufgrund der zunehmenden Nachfrage erwarten wir in nicht zu ferner Zukunft eine Produktionslücke, die wir zu vermeiden suchen. Deshalb erwägen wir den Bau einer neuen Produktionslinie für Plasma-Panels.“ Die japanische Tageszeitung Asahi Shimbun berichtete in einem Artikel, Pioneer beabsichtige, mehr als 178 Millionen US\$ in eine neue Plasma-Panel-Fabrik zu investieren und damit seine Produktionskapazitäten um 40 Prozent zu erhöhen. Mit den Baumaßnahmen solle schon im März des kommenden Jahres begonnen werden.

Preistrend für LCD-TVs

Im Juni 2006 haben die Preise für Flachbildfernseher als Resultat eines harten Wettbewerbs in den Herstellerländern weiter deutlich nachgegeben. In Taiwan bezahlt man laut Displaybank zur Zeit etwa 31 US Dollar pro Zoll, in Japan weniger als 43,60 Dollar (34 Euro). Im April 2006 hatten die Zoll-Preise für Flachbildfernseher in Japan laut Digitimes noch bei 70 bis 87,3 Dollar pro Zoll gelegen. Einer der Gründe für den Rückgang der Preise für LCD-Panels ist, der Meinung von Analysten zufolge, die Tatsache, daß die Panasonic Konzern-Mutter Matsushita ihre Preise für Plasma-Panels kräftig gesenkt hat, um wieder die Spitzenposition in diesem Marktsegment zu erringen. In Taiwan sind die Einstiegspreise für 32-Zoll-LCD-Fernseher auf etwa 932 US-Dollar gefallen.

Für Markengeräte von LG Electronics und Toshiba müssen dort 847 bis 944 Euro bezahlt werden. Taiwans Hersteller rechnen damit, daß die Durchschnittspreise für 32-Zöller zum Jahresende bei 900 Dollar (703 Euro) liegen werden. Die Preise für 37-Zoll LCD-TVs sollen bis Ende 2006 auf 950 bis 1.250 Dollar sinken, prognostiziert Marktforscher Displaybank. Zur Zeit liegt der Preis bei 1.050 bis 1.350 Dollar.

Flatron L1970 HR: 19-Zöller mit Rekord-Kontrast

Der neue 19 Zoll große Monitor L1970HR zeigt auch bei Sonne am Arbeitsplatz ein scharfes und kontrastreiches Bild. Das hohe, rekordverdächtige Kontrastverhältnis von 2.000:1 ermöglicht die Arbeit am Bildschirm auch in lichtdurchfluteten Räumen. Die geringe Reaktionszeit von 2 ms (GTG) sorgt auch bei dynamisch bewegten Bildinhalten, wie sie bei Actionfilmen und Bildschirmspielen die Regel sind, für scharfe und schlierenfreie Bilder. Hohe Flexibilität bietet das raffinierte Doppelgelenk „forteHinge“. Es verschafft dem Anwender große Flexibilität bei der Einstellung der günstigsten Bildschirmposition. Mit „forteHinge“ läßt sich das Display ergonomisch in der Höhe verstellen und sogar flach zusammenklappen. Das neue Modell gehört zu der 70er-Serie von LG, die bereits mit den beiden renommierten Design Awards iF und reddot 2006 ausgezeichnet wurde. Der L1970HR mit 2 ms ist zum UVP von 399,- Euro im Handel erhältlich.

Samsung-TFT SyncMaster 203B: Eine Freude für die Augen



Mit dem SyncMaster 203B bietet Samsung Electronics einen 20 Zoll großen TFT-LCD-Monitor an, dessen native Auflösung von 1.400 x 1.050 Bildpunkten (SXGA+) der normalen Auflösung eines 19-Zoll-TFTs mit 87 dpi entspricht. „Mit dem Konzept, die Auflösung eines 19-Zoll-TFTs auf der Größe eines 20-Zöllers darzustellen, ist Samsung erneut Vorreiter für einen Trend, der stark in Richtung Anwenderkomfort geht. Samsung hat hier besonders die Ergonomie und damit die Gesundheit und Zufriedenheit des Anwenders im Blick“, so Frank Kalisch, Senior Sales & Marketing Manager Display bei Samsung Electronics. Der hohe Kontrastwert von 600:1 und die Helligkeit von 300 cd/m² sorgen für ein gutes Bild. Die Betrachtungswinkel liegen horizontal wie vertikal bei 160 Grad. Mit seinen nur acht Millisekunden Reaktionszeit garantiert das hochwertige TN-Panel des SyncMaster 203B die schlierenfreie Darstellung dynamisch bewegter Bilder. Der 20 Zoll große Samsung SyncMaster 203B ist eine Wohltat für alle Anwender, die häufig und über lange Zeiträume mit Texten und Tabellen arbeiten und ihren überanstrengten Augen Erleichterung verschaffen wollen. Für den Büroalltag ist der 203B bestens gerüstet. Sein Standfuß ist mit einer komfortablen Pivot-Funktion ausgestattet, mit der die Bildfläche um 90 oder 180 Grad gedreht werden oder um die horizontale Mittelachse geneigt werden kann. Mit einem einfachen Handgriff kann auch die Höhe verstellt werden. Ein analoger und ein digitaler Anschluß ermöglichen die Verbindung zu zwei Rechnergängen. An den Monitor lassen sich z. B. ein Mac und PC parallel anschließen und jeweils per Knopfdruck umschalten. Der UVP des SyncMaster 203B beträgt 449,- Euro. Samsung gewährt drei Jahre Garantie inklusive Vor-Ort-Austauschservice mit Leihgerät. *evo*

ich singe. ich tanze. ich bin ein multi-talent.
ich habe alles im griff. ich mache eine klare ansage.
dank eines coolen, kleinen MP3 players.

Unendlich viele Möglichkeiten. Der neue, auf Flash basierende Sansa™ e200 Player von SanDisk® bietet dir alles, was du für deine Unterhaltung brauchst. Er spielt Musik, zeigt deine Fotos und Videos und hat sogar einen microSD™ Steckplatz für deine Daten. Der Sansa e200 verfügt über 2 GB, 4 GB oder 6 GB* Speicherplatz (Platz für hunderte von Songs), ein Farbdisplay und stylische, hintergrundbeleuchtete Tasten sowie eine erstklassige Audiowiedergabe für ein beeindruckendes Sounderlebnis. Und dank des Lithium-Ion-Akkus läuft er bis zu 20 Stunden, damit du immer weiter tanzen kannst.

WWW.SANDISK.COM

Sansa™ e200 Serie



SanDisk 
STORE YOUR WORLD IN OURS®

SanDisk, das SanDisk Logo, und Store Your World In Ours sind in den USA und anderen Ländern eingetragene Handelsmarken der SanDisk Corporation. Sansa ist eine Handelsmarke der SanDisk Corporation. microSD ist eine Handelsmarke. Andere erwähnte Markennamen dienen nur zur Identifikation und können Handelsmarken ihrer jeweiligen Eigentümer sein.
© 2006 SanDisk Corporation. Alle Rechte vorbehalten. *1 Gigabyte (GB) = 1 Billion Bytes.

IFA-Neuheiten – Blick hinter die Kulissen

Die IFA Preview 2006 fand am 4. und 5. Juli 2006 in Hamburg und am 10. und 11. Juli in München statt. Viele Unternehmen gewährten einen ersten Einblick in ihre Neuheiten, Trends und Strategien.

Das bewährte IFA-Konzept wurde konsequent weiterentwickelt. Die diesjährige Messe wird noch internationaler, unterhaltsamer, medienpolitischer und noch spezieller auf die Fachbesucher zugeschnitten, heißt es seitens der Aussteller. Dabei stehe die IFA auch in diesem Jahr erneut im Zeichen der Fachbesucher, da sie als eine der wichtigsten Ordermessen im gesamten internationalen und europäischen Raum gelte. Acht Monate nach Verkündung der Entscheidung, die IFA jährlich zu veranstalten, ziehen der Veranstalter, die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und die Messe Berlin, eine positive Zwischenbilanz. Bereits mehr als 80 Prozent der zur IFA 2005 belegten Fläche auf dem Berliner Messegelände waren bereits im Juni dieses Jahres vermietet. „Besonders bemerkenswert ist, daß mehrere Aussteller mit dem Wunsch nach größeren Messeständen an uns herangetreten sind“, so Dr. Christian Göke, CEO der Messe Berlin. „Zudem erfährt die IFA eine gesteigerte Nachfrage aus den Bereichen Telekommunikation und IT. Insgesamt hat der Messestandort durch die Entscheidung zugunsten einer jährlichen IFA an internationaler Bedeutung zugelegt“, so Dr. Göke weiter.

Produkt-Highlights

Natürlich sind große flache Fernsehgeräte auch nach der Fußball-WM ein wichtiges Thema im CE-Segment und auch wieder großes Thema der diesjährigen IFA. **Fujitsu Siemens** präsentiert mit seinen Myrica TV-Geräten HD ready Home Entertainment, das sich durch hohe Bild- und Ton-Qualität auszeichnet. Zu der Digital Home Produktpalette gehören außerdem auch Media Server, Media Player und Media Center der Activy Serie, die für die Übertragung von Inhalten von einem Gerät auf das andere pro-

blemlos miteinander vernetzt werden können. Ein weiterer interessanter Hingucker im TV-Segment bei Fujitsu Siemens ist die Follow me TV Funktion. Follow me TV macht aus dem Activy Media Center einen TV Server für ein komplett vernetztes Heim. Bei Betätigung der „Follow me TV“-Taste kann das Fernsehprogramm von einem in den anderen Raum geschaltet werden.

Bei **Grundig** setzt man ebenfalls auf Benutzerfreundlichkeit, Connectivity und Technologie. Thema bei Grundig sind auf der diesjährigen IFA die neuesten LCD-



Zu den Grundig-Neuheiten auf der diesjährigen IFA zählen unter anderem auch leistungsstarke MP3-Player.

TV-Modelle der Lenaro-Serie, DVD-Recorder mit ausgefeilten Features, eine HiFi-Anlage, die neben 1.000 Rundfunk-Sendern auch WLAN-Internetradio ermöglicht, und neue MP3-Player.

Hitachi zeigt auf der IFA 2006 Neuheiten aus der Picture Master Class Serie, neue Festplatten-DVD-Recorder und die neueste Generation im Segment Heimkino-Projektoren. Der 55 Zoll Plasma-Fernseher 55PD9700 und der 32 Zoll LCD-Fernseher 32LD9700 sind die Gallionsfiguren der neuen Picture Master Class Series von Hitachi. Reichlich

Kontrast ins Wohnzimmer bringt Hitachi mit dem neuen Heimkino-Projektor PJ-TX300. Das Kontrastverhältnis des Projektors wurde nochmals erhöht und liefert jetzt eine 10.000:1-Darstellung. Mit 25 dB Betriebsgeräusch ist der Projektor besonders leise.

Loewe präsentiert ein neues Home Cinema-Konzept unter der Bezeichnung Individual Compose. Im Mittelpunkt stehen dabei die beiden großformatigen Loewe Individual 40 Compose sowie Individual 46 Compose. Wie alle Loewe Individual TV-Geräte können auch die beiden neuen Flat-TVs in Design und Technik individuell konfiguriert werden. Ein wichtiges Feature bei den neuen Geräten ist der integrierte Festplattenrecorder DR+, der sowohl HDTV- als auch Standard



Loewes neues Home Cinema-Konzept wird unter der Bezeichnung Home Cinema Compose vorgestellt. Wie alle Loewe Individual TV-Geräte können auch die Fernseher der neuen Individual Compose-Serie in Design und Technik individuell konfiguriert werden.

Definition (SD)-TV-Aufnahmen aufzeichnen kann.

Das neueste Highlight aus dem Hause **Sharp** heißt Aquos LC-37GE1E. Der Fernseher hat eine HDTV-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Mit neuer Vier-Wellenlängen-Hintergrund-

beleuchtung, einer sehr schnellen Pixel-Reaktionszeit von sechs Millisekunden, einem um 50 Prozent erhöhten Kontrastverhältnis und einem ganzen Paket an neuen Bildverbesserungs-Technologien setzt Sharp ganz neue Maßstäbe in Sachen Bildqualität.



Toshibas neuer RD-XV45-S-TE ist ein flexibles Kombinationsgerät, mit dem es möglich ist, VHS, HDD oder DVD-R/RW in jede Richtung zu kopieren.

Toshiba stellt zur diesjährigen IFA mit dem RD-XV45-S-TE ein extrem flexibles 3er-DVD-Kombi-modell vor. Ob VHS, HDD oder DVD-R/RW – diese Formate kön-

nen mit dem Gerät in jede Richtung kopiert werden. Zudem will Toshiba mit neuen LCD-TV-Serien und zukünftig mit SED-TV neue Akzente im Flachbild-Segment setzen. Den aktuellen Erfolgskurs belegen auch jüngste Marktzahlen. So hat Toshiba seinen Marktanteil bei LCD-Fernsehgeräten im Vergleich zu Mai 2005 mehr als verdoppelt und wurde im Mai dieses Jahres vom Marktforschungsinstitut GfK mit neun Prozent Marktanteil in Deutschland auf Platz 3 eingestuft.

Pioneer stellt auf der IFA die 7. Plasma TV Generation vor, die mit brillanter Bildqualität die Meßlatte bei HD ready Displays wieder ein Stückchen nach oben schiebt. Ein weiteres Highlight sind die neuen Festplatten DVD-Recorder, die dank eines neuen Videochips mit HDMI & Video Scaler für ein bildgewaltiges Heimkinoerlebnis in 720p sorgen.



Sharp präsentiert auf der IFA neue HD ready LCD-Fernseher, die sich durch ein erhöhtes Kontrastverhältnis, verbesserte Einblickwinkel von 176 Grad und ein ganzes Paket an neuen Bildverbesserungs-Technologien auszeichnen. Die gesteigerte Pixelgeschwindigkeit von sechs Millisekunden gibt dem Bild den letzten Schliff.



Angebote für Fachbesucher

Die IFA 2006 steht auch in diesem Jahr wieder ganz im Zeichen der Fachbesucher. Der Internationale Fachbesucher Empfang ist wieder in Halle 1.1, in unmittelbarer Nähe zum Haupteingang. Ab acht Uhr, also bereits zwei Stunden vor Messebeginn, erhält das Fachpublikum hier kostenlos das Fachbesucher-Package inklusive Katalog, die aktuelle Messezeitung „Digital Experts“ sowie ein Frühstück. Darüber hinaus verfügt der Fachbesucher Empfang über eine Internetlounge mit freiem Internetzugang an PC-Stationen und eine Arbeitslounge mit bequemen Sitzgelegenheiten und Getränkebar. Zusätzlich stehen dem Fachpublikum mehrere Räume für spontane Meetings in zurückgezogener Atmosphäre zur Verfügung. Der Internationale Fachpressestand hält die neuesten Fach- und Wirtschaftsmedien zur Verfügung. Täglich bietet sich den Fachbesuchern außerdem die Möglichkeit, bei einer Vielzahl von thematisch abgestimmten Führungen die Trends der IFA zu erfahren.

Speziell für Fachbesucher wurden in Zusammenarbeit mit der smart fairs GmbH attraktive Reisepackages zusammengestellt. Bereits buchbar ist das Flug-Special ab 199 Euro von Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Stuttgart oder München inklusive einer Übernachtung im Doppelzimmer mit Frühstück und zwei Tagen freier Fahrt im Berliner Personennahverkehr. Zusätzlich gibt es in diesem Paket eine IFA-Tageskarte, den Messekatalog sowie einen Stadtplan von Berlin. Das Flug-Special wird durch ein Angebot der Deutschen Bahn ergänzt. Für Kurzentschlossene bietet die dba ein Flug Special mit zehn Prozent Rabatt auf alle Flüge.

Sony ist in die erste Liga der Kamerahersteller aufgestiegen

Sonys D-SLR heißt α 100

Es war zu erwarten, und es ist eingetroffen: Nachdem Sony in jüngster Zeit immer hochwertigere digitale Cyber-shot Kompaktkameras und das Bridgmodell R1 vorgestellt und nachdem man im Frühjahr das Kamerageschäft von Konica Minolta übernommen hatte, ist das Unternehmen jetzt mit seiner ersten digitalen Spiegelreflexkamera in die recht überschaubare erste Liga der Kameraproduzenten aufgestiegen. α 100 nennt Sony sein erstes SLR-Kamera-Modell, das die fortschrittlichsten Kameratechnologien von

Konica Minolta und Sony vereint. Obwohl die Entwicklung einer Digital-Spiegelreflexkamera von Sony absehbar war, sind zwei Dinge bemerkenswert: Erstens kann der Handel seinen Kunden mit der α 100 vom Start weg ein komplettes Zubehörsystem auf der Basis des Konica Minolta Sortiments anbieten, was einen Vorsprung von einigen Jahren gegenüber kompletten Neueinsteigern bedeutet, und zweitens ist Sony der erste D-SLR-Produzent, der seine Wurzeln nicht im traditionellen Fotomarkt hat.

Den Mittelpunkt des Zubehörsortiments sollen zum Jahresende rund 20 hochwertige Objektive bilden, die sowohl von Sony selbst als auch vom langjährigen Partner Carl Zeiss geliefert werden. Carl Zeiss steuert dabei im Spitzensegment zwei lichtstarke Festbrennweiten (Planar T* 1,4/85 mm und Sonnar T* 1,8/135 mm) und ein Zoomobjektiv (Vario-Sonnar T* 3,5-4,5/16-80 mm) zum Objektivprogramm bei. Auf der darunter liegenden Qualitätsstufe rangieren die „Sony G“-Objektive, deren Range zunächst aus einer 1,4/35 mm-Festbrennweite, einer Telefestbrennweite 2,8/300 mm und einem Telezoom 2,8/70-200 mm mit durchgängiger Lichtstärke besteht.

Die neue Sony α 100 bietet laut Sony Management ein überzeugendes Systemkamerakzept aus erstklassiger Bildqualität, enormer Schnelligkeit und intuitiver Bedienung. Herzstücke sind der Zehn-Megapixel-CCD im APS-C Format, der „Bionz Image Prozessor“, der ins Gehäuse integrierte Bildstabilisator

hieß es bei der Vorstellung der Kamera auf einer Pressekonferenz in Marrakesch (Marokko). Der in der Kamera verwendete Zehn-Megapixel-CCD im APS-C Format (23,6 x 15,8 mm) bietet eine Auflösung, die auch großformatige Abzüge in hervorragender Qualität zuläßt. Zudem minimiert der Sensor das Rauschen bei schlechten Lichtverhältnissen.

- Bildstabilisator: Für verwacklungsfreie Bilder sorgt der in das Gehäuse integrierte Bildstabilisator „Super Steady Shot“. Je nach Aufnahmesituation können bis zu 3,5 Zeitstufen längere Belichtungswerte gewonnen werden. So gelingen mit dem „Super Steady Shot“ verwacklungsfreie Aufnahmen, ohne daß auf einen Blitz, ein Stativ oder höhere ISO-Einstellungen zurückgegriffen werden muß. Ermöglicht wird dies dadurch, daß der „Super Steady Shot“ die Verwacklungen durch Gegenbewegungen des CCD-Elementes ausgleicht. Besonders hervorzuheben ist dabei, daß der „Super Steady Shot“ unabhängig vom Objektiv arbeitet und seine Wirkung mit allen kompatiblen Wechselobjektiven erzielt.

- Bionz Image Prozessor: Optimierte wird die Bildqualität durch den „Bionz Image Prozes-

sor“, der die eingehenden Pixelinformationen analysiert. Mit Hilfe des „D-Range Optimizers“ im Standard oder Advanced (+) Modus werden dann Belichtung und Farbtiefe korrigiert. Die Details in sehr hellen und dunklen Bereichen werden dabei verbessert, die Dynamik wird erhöht.

- Schneller Autofokus: Die Sony α 100 ist mit einem Autofokus ausgestattet, der sich bereits akti-



An einem ungewöhnlichen Ort, der Wüste südlich der marokkanischen Stadt Marrakesch, feierte Sony die Vorstellung der neuen Spiegelreflexkamera α 100.

aufnehmen kann. Dabei wird deren Gesamtzahl lediglich durch die Größe der Speicherkarte begrenzt.

- Intelligente Funktionen: Bei Digital-SLRs ist die Verschmutzung des Sensors ein Problem. Die Bildqualität wird durch Staub auf

Auf dem 2,5 Zoll großen Display (6,3 cm) mit seiner Auflösung von 230.000 Pixeln können die Bilder nach der Aufnahme direkt begutachtet werden. Weitere Informationen wie das Histogramm oder zusätzliche Aufnahmeinfos lassen sich problemlos ablesen.



Dank der Kompatibilität zum Konica Minolta System steht Handel und Endkunden für die Sony α 100 von Anfang an ein großes Zubehörsortiment zur Verfügung.

viert, sobald sich der Fotograf mit dem Auge dem Sucher nähert. Üblicherweise muß zunächst der Auslöser leicht angedrückt werden, damit sich der Autofokus scharfstellt. Dies dauert manchmal zu lange, und der anvisierte Schnappschuß wird verpaßt oder die Aufnahme wird unscharf.

Die Kombination von „Bionz Image Prozessor“ und High Speed DDR-SDRAM realisiert zudem eine extrem schnelle Signalverarbeitung, so daß die α 100 Serienbilder im JPEG-Format in einer Geschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde

dem Sensor deutlich beeinträchtigt. Die α 100 ist gleich mit zwei Mechanismen ausgestattet, um die Verschmutzung des Sensors zu vermeiden. Zum einen verfügt ihr CCD über eine antistatische Beschichtung („Anti-Dust Coating“), die Staubablagerungen auf dem Sensor verringert. Zum anderen sorgt die α 100 mit ihrer Funktion „Anti-Dust Vibration“ dafür, daß sich keine Verschmutzungen auf dem CCD bilden. Sobald die Kamera ausgeschaltet wird, vibriert der CCD kurzzeitig und vorhandener Staub fällt herunter. Die Funktion „Anti-Dust Vibration“ läßt sich zusätzlich im Menü aktivieren.

Komfortabel präsentiert sich die automatisch drehende Display-Anzeige: Je nachdem, in welcher Position die Kamera gehalten wird, drehen sich die angezeigten Informationen vertikal oder horizontal, so daß das Display immer gut abgelesen werden kann. Die Energieversorgung der α 100 ist beeindruckend: Mit einer Akkukapazität des Info Lithium-Ionen Akkus sind bis zu 750 Aufnahmen möglich (gemessen nach dem CIPA Standard mit 50 Prozent Blitzeinsatz). Der Fotograf hat zudem die Wahl, ob er seine Aufnahmen im JPEG-, RAW- oder im RAW + JPEG-Format speichern möchte.

„Super Steady Shot“ und die „Anti-Dust“ Technologie. „Mit der α 100 bekommen Fotografen eine D-SLR an die Hand, die viel kreativen Spielraum, aber auch die nötige technologische Sicherheit für spontane Aufnahmen bietet“,



Die Sony α 100 vereint die fortschrittlichsten Kameratechnologien von Sony und Konica Minolta.

Neuheiten

VoIP/ISDN-Gateway von Auerswald

Wie von jeder Nebenstelle einer ISDN-Telefonanlage über den DSL-Breitbandanschluß telefoniert werden kann, zeigt Auerswald mit dem VoIP/ISDN Gateway, einem Erweiterungsgerät, das einfach zwischen ISDN-Anlage und DSL-Router geschaltet wird. In Auerswald-Anlagen sorgt eine Routing-Software dafür, daß VoIP-Gespräche automatisch über dieses Gateway geführt werden. Für viele Besitzer von ISDN-Telefonanlagen waren VoIP-Angebote bisher nur nutzbar, wenn neben der Telefonanlage ein weiteres Telefon speziell für die Internettelefonie installiert wurde. Eine Verbindung zur Nebenstellenanlage mit all ihren Komfortmerkmalen und Nutzungsmöglichkeiten war leider nicht möglich. Auerswald bietet jetzt für ISDN-Anlagenbesitzer, die ihre gewohnte und bewährte Kommunikationslösung weiter einsetzen wollen, ein Erweiterungsgerät an, das einfach mit einem freien externen ISDN-Port der Anlage und über das lokale Netzwerk mit dem DSL-Router verbunden wird. Dieses neue VoIP/ISDN Gateway verbindet damit die beiden Welten der Festnetz- und Internettelefonie. Abgehende Rufe werden, nachdem das interne VoIP-Routing der Telefonanlage einen Internetteilnehmer erkannt hat, automa-



(Codecs) werden unterstützt. Zwei VoIP-Gespräche sind gleichzeitig möglich und erweitern damit auch die Anzahl der Amtsgespräche des gesamten Systems. Die notwendigen Einstellungen im VoIP/ISDN Gateway werden in einer komfortablen Bedienoberfläche über den Web-Browser vorgenommen. Die allgemeinen Zugangsdaten der wichtigsten SIP-Provider – insgesamt zehn Benutzerkonten werden unterstützt – sind bereits voreingestellt und müssen nur mit den persönlichen Daten ergänzt werden. In der Telefonanlage muß als Ziel für das VoIP-Routing lediglich der ISDN-Port, an den das Gateway angeschlossen ist, angegeben werden. Die Rufnummern, die dann auf diesen Port geroutet werden sollen, werden in eine Tabelle eingetragen. Ist diese Konfiguration einmal eingestellt, können von jeder Nebenstelle der Anlage aus Internettelefonate wie „normale“ Festnetzgespräche geführt werden.

Besonders Auerswalds ISDN-Anlagen COMpact 4406 DSL, 4410 USB und COM-mander Basic eignen sich für die Erweiterung mit dem VoIP/ISDN Gateway, da sie mit dem benötigten externen ISDN-Port ausgestattet werden können und sich hier das automatische VoIP-Routing einschalten läßt. Der Betrieb an Anlagen anderer Hersteller ist auch möglich, sofern die erwähnten Hardwarevoraussetzungen erfüllt sind und für Internetgespräche gezielt der ISDN-Port mit dem angeschlossenen Gateway ausgewählt werden kann. Kann gänzlich auf den „alten“ ISDN-Anschluß verzichtet werden und die gesamte Telefonie soll über DSL geführt werden, sind auch Anlagen mit nur einem ISDN-Port geeignet, zum Beispiel die „kleinen“ COMpact 2104/2204/2206 USB von Auerswald.

Die unverbindliche Preisempfehlung für das VoIP/ISDN Gateway lautet 199 Euro.

VoIP/ISDN-Gateway von Tiptel

Die Tiptel AG aus Ratingen bietet mit dem VoIP-/ISDN-Gateway tiptel 40 VoIP eine einfache und günstige Lösung für kleine und mittelständische Unternehmen zur sanften VoIP-Migration an. Das Gerät verbindet einen externen ISDN-Anschluß (S₀) einer bestehenden ISDN-Telefonanlage mit dem Internet. So ist es den Mitarbeitern möglich, den Vorteil der zum Teil gebührenfreien Internet-Telefonie zu nutzen. Ausgehende Gespräche werden einfach über das Gateway auf

tisch über den ISDN-Port auf das Gateway geleitet. Von hier aus findet der Verbindungsaufbau zum SIP-Provider statt. Dabei wird neben der eigenen Rufnummer auch die Teilnehmerbezeichnung übertragen. Bei ankommenden Rufen aus dem Internet am Gateway wird das Gespräch automatisch über den externen ISDN-Port und die in der Anlage eingestellte Rufverteilung zur gewünschten Nebenstelle verbunden. Die wichtigsten Übertragungs- und Komprimierungsverfahren



Falk Marco Polo Interactive hat ein neues mobiles Navigationsgerät der Falk N-Serie präsentiert, den Falk N200. Der kompakte PND führt zuverlässig quer durch 21 Länder Europas. Beim Falk N200 hat der Hersteller den Speicher nochmals erweitert: Zwei GigaByte stehen jetzt für umfangreiches Kartenmaterial bereit. Detaillierte Länderkarten von West-Europa für die genaue Navigation sind bereits an Bord. Fernstraßen sowie

Falk N200 führt Autofahrer durch 21 Länder Europas

Schweiz, Niederlande) kostenlos zur Verfügung. Der integrierte multimediale City Guide stellt bekannte Highlights und Marco Polo Insider Tips von 28 europäischen Metropolen bereit. Ein Extra für Städtereisende ist der neue Tourenplaner. Der Benutzer kann die mitgelieferten Sehenswürdigkeiten als multimedialen Rundgang zusammenstellen, um sie dann vor Ort erkunden zu können. Des weiteren steht unter www.falk.de/navigation eine Sammlung aktueller POIs aus diversen

hat der Hersteller den Speicher nochmals erweitert: Zwei GigaByte stehen jetzt für umfangreiches Kartenmaterial bereit. Detaillierte Länderkarten von West-Europa für die genaue Navigation sind bereits an Bord. Fernstraßen sowie Hauptstädte von Polen und Tschechien sind ebenfalls bereits vorinstalliert. Auf beiliegender Karten-CD befinden sich zudem die Karten der Fernstraßen sowie Hauptstädte von Ungarn, Slowenien und der Slowakei. Wie die anderen Modelle der N-Serie bietet auch der Falk N200 die intuitiv bedienbare Software Falk Navigator 4 mit Stau-Umfahrung. Der integrierte multimediale City Guide mit Marco Polo Insider Tips ist nun erstmals mit einem Tourenplaner ausgestattet. Ein MP3-Player rundet das Paket ab. Der Falk N200 soll ab sofort für 499,95 Euro erhältlich sein.

Das mobile Navigationssystem ist dank klar strukturierter Menüführung selbst für unerfahrene Anwender leicht bedienbar. Die Auto-Memory-Funktion beispielsweise soll Zieleingaben sogar um 80 Prozent reduzieren. Die Look-Ahead-Funktion blendet nicht mehr mögliche Buchstaben aus und vereinfacht so die Adreßeingabe. Die integrierte Navigationssoftware Falk Navigator 4 ermöglicht die Streckenführung von Haustür zu Haustür über Ländergrenzen hinweg. In Tunneln steht der Benutzer aufgrund der GPS-Interpolation nicht im Dunkeln: Abbiegehinweise werden auch ohne GPS-Empfang geliefert. Die erweiterte Umkreissuche zeigt auch während der Fahrt den schnellsten Weg zur nächstgelegenen Tankstelle oder anderen Sonderzielen. Stauinformationen (TMC) stehen in sechs europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Italien, Belgien,



Bereichen wie Reise und Verkehr, Sport und Kultur oder Ausgehen und Shopping kostenlos zum Download bereit. Der PND (Portable Navigation Device) besitzt ein großes entspiegeltes 3,5-Zoll-TFT-Display, einen komplett integrierten 20-Kanal-GPS-Empfänger mit SiRFIII-Chip für besten Empfang, einen integrierten MP3-Player, 64 MegaByte RAM, 1 GigaByte Flash-ROM-Speicher und 1 GB externen Speicher auf mitgelieferter SD-Karte. Der 300 MHz Prozessor sorgt für schnellen Programmstart und Screenaufbau. Zum Lieferumfang gehören unter anderem eine Saugnapf-Halterung fürs Auto, ein 220-Volt-Netzteil, ein Autoladekabel (12/24V) mit externem TMC-Modul, ein USB-Sync-Kabel und ein Stereo-Headset.

beliebig vorkonfigurierbare SIP-Provider umgelenkt. Aber auch bei eingehenden Telefonaten aus dem Internet muß auf die hilfreichen Funktionen und den Komfort der ISDN-Telefonanlage nicht verzichtet



Sony Ericsson kündigt drei Stereo-Headsets an



Sony Ericsson hat die drei neuen Stereo-Headsets HPM-65, HPM-82 und HPM-85 angekündigt. Alle drei sollen laut Hersteller klaren und satten Sound garantieren, bei einer Vielzahl unterschiedlicher Funktionen. Das Walkman-Headset HPM-65 ist mit seinen leichten Ohrbügeln, die sicheren Halt gewährleisten, eine Freisprechlösung für aktive Menschen und Sportler. Es zeichnet sich sowohl durch bestmögliche Sprach- als auch Musikwiedergabe aus. Die Ohrhörer aus weichem Silikon sitzen zuverlässig und bequem. Der Klang überzeugt mit ausgewogenen Höhen und satten Bässen. Ein 3,5-mm-Stecker gibt dem Benutzer die Möglichkeit, auch andere handelsübliche Ohr- bzw. Kopfhörer anzuschließen. Das weiß-graue Design gibt dem HPM-65 auch äußerlich einen sportlichen Touch. Das HPM-65 ist ab dem dritten Quartal erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei ca. 25 Euro. Das Walkman-Headset HPM-82 gewährleistet mit modern gestalteten und angenehmen In-Ear-Kopfhörern, daß der Nutzer seine auf dem Handy gespeicherten Lieblingsongs glasklar genießen kann. Silikon-Ohrhörer in drei unterschiedlichen Größen (Lieferumfang) garantieren komfortablen und angenehmen Sitz. Der 3,5-mm-Stecker erlaubt es, auf Wunsch auch zwischen verschiedenen Ohrhörern zu wechseln. Mit der Fernbedienung kann man Anrufe tätigen und entgegennehmen, die Playlist steuern, Musikstücke abspielen, unterbrechen, wechseln sowie die Lautstärke regeln. Das HPM-82 ist ebenfalls ab dem dritten Quartal erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei ca. 40 Euro. Das HPM-85 ist die portable Stereo-Freisprechlösung für

alle, die zu Hause oder unterwegs Musik in ausgezeichneter Qualität hören möchten. Jedes Detail an diesem zeitlos-klassischen Modell ist auf ein außergewöhnliches Klangerlebnis zugeschnitten. Die hocheffizienten Neodymium-Magnetlautsprecher und die Treiber-einheiten mit 30 mm Durchmesser sind ideal positioniert, um tiefe Bässe zu erzeugen und die Verzerrung zu minimieren. Zudem ist das HPM-85, dank seines ergonomischen Kopfbügels und der komfortablen schwenkbaren Ohrmuscheln, außerordentlich angenehm zu tragen. Mit dem beige-fügten 3,5 mm-Stecker kann der Benutzer das HPM-85 an unterschiedliche Musikgeräte anschließen, und die ebenso praktische Fernbedienung ermöglicht es, das

Handy in der Tasche zu lassen, während man telefoniert oder Musik in Spitzenqualität genießt. Das HPM-85 kommt im vierten Quartal auf den Markt. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei ca. 50 Euro.



werden, da das tiptel 40 VoIP zwischen DSL-Router und ISDN-Telefonanlage geschaltet wird und wahlweise einen Mehrgeräte- oder Anlagenanschluß simuliert. Die Gespräche werden wie Festnetzgespräche erkannt und an Arbeitsgruppen oder Einzelanschlüsse weitergeschaltet. Nutzern bleiben alle gewohnten Anlagenfunktionen erhalten. Weiterhin ist eine Sprachkomprimierung zur Reduzierung der Bandbreite möglich. Dies hält die Geschwindigkeit der Internetverbindung konstant, selbst wenn mehrere Mitarbeiter über VoIP telefonieren. Das tiptel 40 VoIP erweist sich nach Meinung des Herstellers besonders für kleinere und mittelständische Unternehmen als sinnvolle Investition, denn besonders bei regelmäßigen Fern- und Auslandsgesprächen amortisieren sich die einmalig geringen Anschaffungskosten durch einen nachhaltigen und spürbaren Spareffekt innerhalb kürzester Zeit. Eine übersichtliche Konfigurationsoberfläche mit einer detaillierten Online-Hilfe erleichtert die Inbetriebnahme des tiptel 40 VoIP. Wird einer der zehn ab Werk vorkonfigurierten IP-Provider ausgewählt, passen sich automatisch die Eingabefelder sowie die verwendete Terminologie an. Die erforderlichen Eingaben können anschließend einfach aus den Account-Daten des Providers übernommen werden. Das tiptel 40 VoIP wird zu einem UVP von 199,90 Euro erhältlich sein.

Computer-Headsets von Plantronics



Plantronics hat mit der neuen .Audio-Produktfamilie Computer-Headsets für die verschiedensten Anwendungen ins Programm aufgenommen. Alle Modelle der .Audio-Serie sind schwarz und der menschlichen Anatomie angepaßt. An Freunde von Multiplayer-Spielen im Internet wenden sich die beiden Stereo-Headsets .Audio 350 und .Audio 510 USB. Sie sitzen durch Ohrkissen und



Polsterungen am Überkopfbügel auch über lange Zeiträume bequem. Justierbare Noise-Cancelling-Mikrofone filtern bis zu 75 Prozent der Hintergrundgeräusche hinaus und sorgen für perfekte Sprachübertragung bei der Abstimmung mit den Mitspielern.

Wer den Computer zum Abspielen von Musik und zum Voipen benutzt, für den hat Plantronics vier weitere .Audio-Produkte parat. Die Multimedia-Headsets .Audio 330 und .Audio 500 USB sind leicht und sorgen mit 28-mm-Lautsprechern und Noise-Cancelling-Mikrofonen ebenfalls für kristallklaren Sound. Beide Modelle haben eine kabelgebundene Lautstärke-Fernbedienung und eine Kabellänge von 2,9 Metern. Das Plantronics .Audio 340 sitzt dank Nackenband bequem und kaum spürbar quasi „hinter dem Kopf“. Die beweglichen, weichen Ohrkissen verbessern die Akustik und sorgen für ganztägigen Tragekomfort. Wer überhaupt keine Bügel mag, egal ob über dem Kopf oder hinter dem Kopf, für den ist das .Audio 450 richtig. Mit seinem speziellen FlexGrip-Design sitzt das Headset komfortabel und zuverlässig am Ohr.

POS-MAIL

August 2006

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

7. Jahrgang • 51612

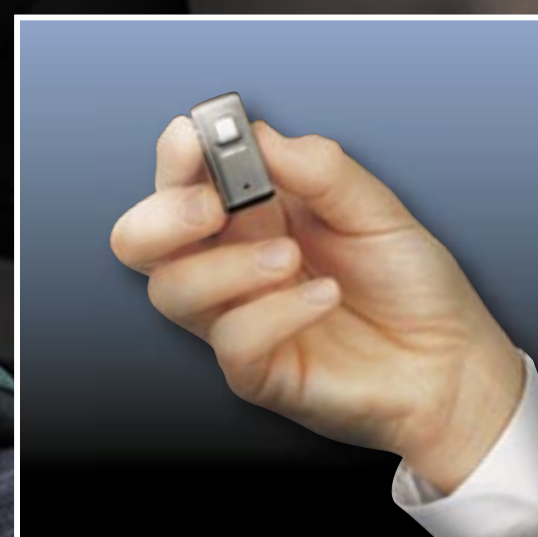
<http://www.pos-mail.de>

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

SPECIAL

Nokia erfüllt spezifische Business-Bedürfnisse

Geräte für eine umsatzstarke Kundengruppe



Nokia Eseries erfüllt spezifische Business-Bedürfnisse Geräte für eine umsatzstarke Kundengruppe

In nie gekanntem Ausmaß ermöglichen moderne Telekommunikationsmethoden beruflichen Anwendern, unterwegs, unabhängig von ihrem gewohnten Arbeitsplatz, zu arbeiten. Immer mehr Unternehmen, Selbständige und Freiberufler nutzen die sich daraus ergebenden Chancen für Flexibilität und Steigerung der

Produktivität. Mit diesem Trend zu mobiler Arbeitsweise bieten sich große Ertragschancen für den Tk-Handel, denn die Zielgruppe der geschäftlichen Nutzer gehört zu den Kunden, die mehr Geld für Mobiltelefone, Software und Zubehör ausgeben als der Durchschnitt der Verbraucher.

Denn Businessgeräte sind in der Regel in einer höheren Preisklasse angesiedelt, Mobilfunkverträge von Geschäftskunden höherwertig, und um die Geräte optimal nutzen zu können, erweitern viele Anwender ihre Mobiltelefone durch Programme und Zubehör, das ihren individuellen Kommunikationsbedürfnissen

entspricht – und die dem Handel nicht nur die Chance auf zusätzliche Erträge bieten, sondern ihn auch in die Lage versetzen, den Kunden hinsichtlich maßgeschneiderter Lösungen zu beraten.

Ein gutes Stück vom Ertragskuchen im Business-Segment kann sich der Handel mit den Geräten

der Nokia Eseries abschneiden. Die vier aktuellen Modelle Nokia E50, Nokia E60, Nokia E61 und Nokia E70 greifen exakt den derzeitigen Trend zu mehr Mobilität und Flexibilität im Beruf auf und ermöglichen Unternehmen aller Größen, ihre Geschäftsprozesse zu mobilisieren. Neben ihren bedienerfreundlichen Design-Kon-



Aus vier Modellen besteht die aktuelle Nokia Eseries (v. l.): Nokia E50, Nokia E60, Nokia E61 (oben) und Nokia E70 (unten).

zepten, die verschiedenste Business-Nutzer ansprechen sollen, zeichnen sich die Geräte durch neue Techniken aus, die den Anforderungen von IT-Abteilungen im Hinblick auf eine effektive Verwaltung von Sicherheitseinstellungen, Firmenanwendungen und Daten gerecht werden. Alle Eseries Modelle bieten grundlegende mobile Anwendungen, die vor allem für die berufliche Nutzung unerlässlich sind. Dazu gehören in der Zielgruppe beliebte mobile E-Mail-Lösungen (siehe Interview)



Bedienerfreundliches Design ist eines der Kennzeichen der Nokia Eseries Geräte.

Interview mit Martin Giesswein, Vertriebschef Deutschland im Unternehmensbereich Enterprise Solutions bei Nokia: „Mobile E-Mail ist die erste Wahl“

Die Möglichkeit, elektronische Post unterwegs über das Mobiltelefon abzurufen und zu versenden, wird immer komfortabler und erfreut sich wachsender Beliebtheit. Wir sprachen mit Martin Giesswein, Vertriebschef Deutschland im Unternehmensbereich Enterprise Solutions bei Nokia, über die Bedeutung des Themas für die mobile Kommunikation und den Handel.

PoS-MAIL: Herr Giesswein, E-Mails sind in den vergangenen Jahren besonders im Beruf zu einem der am meisten genutzten Kommunikationsinstrumente geworden. Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach die Möglichkeit für die Mitarbeiter von Unternehmen, Freiberufler und Selbständige, mit einem mobilen Endgerät auch unterwegs auf ihre E-Mails zurückgreifen zu können?

Martin Giesswein: Unter den vielen Geschäftsprozessen, die mobilisiert werden könnten, ist Mobile E-Mail eindeutig die erste Wahl. Dennoch stehen den derzeit weltweit in den Unternehmen genutzten zirka 650 Millionen E-Mail-Konten gerade einmal zehn

Millionen Mitarbeiter gegenüber, die ihre E-Mail unterwegs abrufen. So birgt Mobile E-Mail ein immenses, bis jetzt kaum erschlossenes Marktpotential – und Nokia steht mit seinen Partnern vor der Aufgabe, gemeinsam mit den Unternehmen die Voraussetzungen zu schaffen, damit Mobile E-Mail zu einer Massenapplication werden kann.

PoS-MAIL: Wie soll diese Aufgabe in die Praxis umgesetzt werden?



Martin Giesswein

Martin Giesswein: Die Mobile E-Mail-Strategie von Nokia hat drei maßgebliche Eckpfeiler. Erstens unsere Business Smartphones der Nokia Eseries, also für Business optimierte einfache Mobiltelefone, die die bewährte Nokia Qualität im Sprachbereich mit den Vorteilen eines offenen und mit Microsoft-Standard kompatiblen Betriebssystems verbinden. Zweitens die Unterstützung aller gängigen E-Mail-Lösungen auf den Nokia Endgeräten und eine entsprechende Zusammenarbeit mit allen wichtigen Anbietern, um jedem Kunden die Möglichkeit zu bieten, sich die Lösung

auszusuchen, die seinen Bedürfnissen am besten entspricht. So nutzen viele Unternehmen die beliebten BlackBerry Funktionen und das Microsoft ActiveSync Protokoll auf den Eseries Geräten. Und drittens das Angebot, mit Nokia Intellisync eine marktführende Mobilisierungs-Technologie in Unternehmen einzusetzen. Beispielsweise Intellisync Wireless EMail, eine Lösung, die die mobilen Geräte verschiedenster Hersteller und Betriebssysteme mit den wichtigsten im Markt erhältlichen E-Mail-Servern verbindet und damit nahezu jederzeit und überall den einfachen Zugang zu E-Mails, Kalendereinträgen, Notizen, Aufgabenlisten und Datenfiles ermöglicht.

PoS-MAIL: Wie sehen die verschiedenen Lösungen aus, die Sie meinen?

Martin Giesswein: Obwohl erst seit wenigen Jahren am Markt, sind Push-E-Mail-Lösungen bereits in zahlreichen Varianten und Architekturen am Markt verfügbar. Nokia ist überzeugt, daß eine einzige E-Mail-Lösung nicht allen Nutzern gerecht werden kann und begrüßt diese Entwicklung daher ausdrücklich. Business-Handys wie das Nokia 9300i Smartphone, der Nokia 9500 Communicator und die Geräte der Eseries basieren auf einer offenen Plattform, die die Integration der verschiedensten E-Mail-Lösungen deutlich vereinfacht. Durch enge Zusammenarbeit mit Anbietern von E-Mail-Lösungen wie Extended Systems, Good, IBM, Microsoft, Oracle, Research in Motion (RIM), Seven, Teamware und Visto sorgt Nokia dafür, daß sich der Anwender von Nokia Business-

Endgeräten aus allen gängigen Push-E-Mail-Systemen die für ihn passende Lösung auswählen kann. Grundsätzlich kann sich das Unternehmen entscheiden, ob es die Push-E-Mail-Lösung auslagern und vom Mobilfunknetzbetreiber bzw. vom Push-E-Mail-Anbieter betreiben („hosten“) läßt oder komplett in Eigenregie betreibt. Am bekanntesten sind zur Zeit die BlackBerry-Lösungen, die auf den Nokia Endgeräten BlackBerry Connect heißen und bei denen die Anhänge der E-Mails nicht nur ressourcenschonend angepaßt und auf dem Mobiltelefon angezeigt, sondern in der ursprünglichen Form auf das Endgerät gepusht werden. Darüber hinaus bietet Nokia mit Mail for Exchange einen E-Mail Push Client an, der auf dem ActiveSync-Protokoll basiert und die Synchronisation mobiler Endgeräte mit Microsoft Exchange-Servern unterstützt.

PoS-MAIL: Das neueste Produkt der Eseries, das Nokia E50, wird auch als „Business Voice“-Gerät positioniert – wie groß ist das Potential für Business-Voice-Geräte und was unterscheidet die heutige Sprachkommunikation von ihrem bisherigen Einsatz im geschäftlichen Umfeld?

Martin Giesswein: Schon in wenigen Jahren – so eine Prognose des Marktforschungsinstituts IDC – wird knapp die Hälfte aller Mitarbeiter vorwiegend außerhalb des Büros arbeiten und somit vorwiegend über mobile Telefone kommunizieren. Hinzu kommt, daß der durchschnittliche Mitarbeiter bereits heute nur einen Teil seines Arbeitstages an seinem Arbeitsplatz, den Rest der Zeit aber innerhalb des Gebäudes, in Meetingräumen etc. verbringt

– so daß Anrufe an sein Festnetztelefon häufig ins Leere laufen und viele Mitarbeiter ihr Festnetztelefon bereits regelmäßig auf ihr Mobiltelefon umschalten. Das Potential für leistungsfähige Business-Voice-Geräte ist dementsprechend sehr hoch – aber auch die Anforderungen haben sich in den letzten Jahren erheblich gewandelt. Professionelle Sprachkommunikation gestern – das bedeutete in erster Linie möglichst lange Standby-Zeit, gut bedienbare und deshalb nicht zu kleine Tasten, eine solide Verarbeitung und Zuverlässigkeit des Geräts.

Was damals als Kriterienkatalog für State-of-the-Art Business-Geräte galt, ist nur ein Bruchteil dessen, was heutige „Business-Voice“-Geräte leisten müssen. Wenn wir heute über moderne Sprachlösungen für Unternehmen sprechen, dann gehen wir erst einmal davon aus, daß das Gerät äußerst lange Sprechzeiten – bis zu zwei Tage ohne Aufladen – bietet, einen sehr umfangreichen Speicher für Kontakte, Kalendereinträge, Notizen, vielseitige Connectivity-Optionen und natürlich ein sehr robustes Design, mit dem das Gerät im beruflichen Alltag entsprechend geschützt ist.

Der wichtigste Unterschied zwischen einem heutigen Business-Voice-Gerät und bisherigen Sprach-Mobiltelefonen ist jedoch die Unterstützung von PBX-Funktionen, sprich: die Möglichkeit, das Mobiltelefon in IP-basierende Nebenstellenanlagen zu integrieren. Das Nokia E50 ist nach allen genannten Kriterien ein sehr gutes Beispiel für ein modernes Business-Voice-Gerät.

PoS-MAIL: Herr Giesswein, vielen Dank für das Gespräch.

Sinnvolles Zubehör für die geschäftliche Nutzung

Um alle Situationen mit dem größtmöglichen Komfort meistern zu können, bietet sich eine Reihe von Zubehör für die geschäftliche Nutzung an. Insbesondere reisende Geschäftsleute möchten mit wenig Ballast auskommen und präferieren beim Telefonieren maximale Bewegungsfreiheit, um beispielsweise in Akten blättern und Notizen machen zu können: Die Nokia Bluetooth Headsets BH-900 und BH-800 bieten größtmöglichen Komfort im Freisprechmodus. Das Nokia Bluetooth Headset BH-900 ist ein edles Headset für den Business-User, das durch einen komfortablen, ergonomisch geformten Ohrbügel gekennzeichnet wird, der sich wahlweise über dem rechten oder dem linken Ohr tragen läßt. Der justierbare Mikrofonarm nimmt Gespräche beim Ausfahren an und beendet sie beim Zusammenschieben wieder – beim Sprechen befindet sich das Mikrofon nah am Mund. Selbst in Umgebungen mit höherem Geräuschpegel bietet es so eine ausgezeichnete Klangqualität, auch da es sowohl Rauschunterdrückung als auch Echo-kompensation unterstützt – perfekt für geschäftliche Gespräche. Mit einer Sprechzeit von bis zu acht Stunden und einer Stand-by-Zeit von bis zu 180 Stunden ist das Nokia Bluetooth Headset BH-900 eine kabellose Lösung für besonders lange Gespräche. Das Headset wiegt 18 Gramm und unterstützt auch Push-to-talk-Funktionen. Kein Kompromiß in puncto Design: Mit 41 x 18 x 9 mm kleiner als eine Streichholzschachtel, gehört das Bluetooth-Headset BH-800 zu den kleinsten Headsets, die derzeit auf dem Markt angeboten werden. Durch sein elegantes, minimalistisches Design und seine extrem kompakten Abmessungen soll es weltweit ganz neue Kunden ansprechen. Das Gerät wiegt nur neun Gramm. In der Verbindung mit einem kompatiblen Mobiltelefon ermöglicht es trendbewußten Nutzern äußerste Mobilität und besten Bedienkomfort für Business und Freizeit. Das Headset ist in den Farben

Coffee Black und Silver White erhältlich und läßt sich mit oder ohne den im Lieferumfang enthaltenen Ohrbügel wahlweise am rechten oder linken Ohr tragen. Darüber hinaus bietet es einen Trageriemen, mit dem es sich komfortabel um den Hals tragen und mit einer Hand ans Ohr setzen und auch wieder ablegen läßt. Die einfache Handhabung wird durch eine Ein-/Aus-Taste, den Lautstärkeregler und die Taste zum Annehmen bzw. Beenden von Telefongesprächen



Auch in lauten Umgebungen sollte die Verständigung mit einem kabellosen Headset reibungslos funktionieren. Kein Problem ist diese Herausforderung für das Nokia Bluetooth-Headset BH-900, das mit Rauschunterdrückung und Echokompensation für hervorragende Klangqualität sorgt.

gewährleistet. Über die Sprachwahl kann der Nutzer Telefonanrufe und Wahlwiederholung durchführen, ohne sein Mobiltelefon in die Hand nehmen zu müssen. Das Nokia Bluetooth Headset BH-800 war zur Markteinführung das erste Nokia Funk-Headset mit Unterstützung für die Bluetooth Spezifikation 2.0 mit EDR (Enhanced Data Rate). Die maximale Sprechzeit des kleinen Nokia Bluetooth Headsets beträgt bis zu sechs Stunden, die Stand-by-Zeit bis zu 160 Stunden.

Für Geschäftsreisende, die unterwegs regelmäßig sehr viel schreiben und hierfür eine Ergänzung zur integrierten Tastatur des Smartphones benötigen, bietet Nokia die Nokia Funk-Tastatur SU-8W an. Sie läßt sich auf- und zuklappen und findet in jeder Tasche Platz.

Das Mobiltelefon wird per Bluetooth Funktechnik mit der Funk-Tastatur verbunden. Die Schnellzugriffs-Tasten, zum direkten Aufruf der Mitteilungsfunktion und des Hauptmenüs, vereinfachen die Bedienung des kompatiblen Mobiltelefons.



Nokia Bluetooth Headset BH-800

und anspruchsvolle Sprachfunktionen.

Die Nokia Eseries basiert auf der neuesten Version der führenden S60-Plattform für Smartphones. In Verbindung mit dem Betriebssystem Symbian OS bietet diese eine identische Anwendungsentwicklungsumgebung für die Nokia Eseries. Die Modelle E60, E61 und E70 unterstützen GSM- und/oder UMTS-Funktionalität (WCDMA) und lassen sich weltweit benutzen. Zusätzlich bieten sie verschiedene lokale Verbindungsmöglichkeiten wie Bluetooth, Infrarot, WLAN und Verbindungen über USB 2.0.

Der Schwerpunkt des Nokia E50 liegt auf Sprachtelefonie, es wird ohne WLAN- und UMTS-Funktionalität geliefert. Das Gerät läßt sich in die vorhandene IP-Telefon-Nebenstellenanlage des Unter-

nehmens integrieren und ersetzt dort die Festnetztelefone. „Mobile Least Cost Routing“ ermöglicht das Umleiten von Mobiltelefon-gesprächen über die Firmen-Telefonanlage, so daß Unternehmen bei nationalen und internationalen Ferngesprächen Kosten sparen können. So erhalten Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, ihren Mitarbeitern die Arbeit innerhalb und außerhalb des Büros zu erleichtern. Unternehmen, die IP-Telefonanlagen von Avaya oder Cisco implementieren, können die neuen Geräte von Nokia über ein WLAN-Netzwerk oder ein Mobiltelefonnetz direkt mit dem Telefonnetz im Unternehmen verbinden. So können Mitarbeiter Funktionen wie zum Beispiel

vierstellige Durchwahlen oder computergestützte Sprachsysteme nutzen. Alle Geräte der Eseries bieten herausragende Sprachfunktionen und eine ausgezeichnete Sprachqualität. Die neuen, für Business-Nutzer optimierten Geräte unterstützen schließlich auch die Fernver-



Nokia Funk-Tastatur SU-8W

waltung von Geräten nach den Standards der Open Mobile Alliance (OMA Device Management). Mitarbeiter der IT-Abteilung verfügen damit über leistungsfähige Tools, um Firmendaten auf dem Gerät aus der Ferne zu kontrollieren und zu schützen. Daneben stehen Funktionen wie das Löschen von Geräte-Daten, Geräte-Sperre, das Ausführen bestimmter Aufgaben sowie das Management von Anwendungen und individuelle Anpassungen per Fernadministration zur Verfügung. Die bewährte Kompetenz von Nokia im Bereich der Netzwerksicherheit adressiert die strengen Sicherheitsanforderungen der Unternehmen bezüglich der Informationen, die auf Geräten oder in Back-Office-Systemen gespeichert sind oder über Netze übertragen werden.

Die Hauptmerkmale der Nokia Eseries Modelle

Die Nokia Eseries Geräte unterscheiden sich im wesentlichen durch den Formfaktor, der für die jeweilige Nutzungssituation optimiert wurde. Das Nokia E70 richtet sich mit seiner aufklappbaren Tastatur an Nutzer, die öfters E-Mails schreiben und Anhänge bearbeiten. Für diejenigen, die regelmäßig sehr viel schreiben, ist das E61 die optimale Lösung. Das Gerät läßt sich mühelos mit nur einer Hand bedienen und macht die Nutzung von E-Mail-Funktionen mit einem 4-Wege-Joystick und einer vollständigen Tastatur einfacher als je zuvor.

Das Nokia E60 richtet sich mit vertrautem Design und dem Bedienkomfort eines klassischen Mobiltelefons an Business-User, die zwar E-Mails schicken und empfangen möchten, für die jedoch die Sprachtelefonie im Vordergrund steht. Das E50 hingegen legt den Fokus klar auf Sprachtelefonie und richtet sich hauptsächlich an Mitarbeiter, die weniger Daten verschicken, dafür aber oft die Sprachfunktion nutzen. Ein weiteres Merkmal der Nokia Eseries Geräte ist, daß zum Teil auf eine integrierte Kamera verzichtet wird. Da viele Unternehmen ihren Mitarbeitern untersagen, ein Mobiltelefon mit Kamera innerhalb des Unternehmens mit sich zu führen, ist diese im E60 und E61 nicht integriert. Außendienstmitarbeiter wie beispielsweise Sachverständige bei Versicherungen, die für ihre Tätigkeit eine Kamera benötigen,

können auf das E70 mit integrierter 2-Megapixel-Kamera zurückgreifen. Das E50 bietet Nokia wahlweise mit oder ohne Kamera an.

Nokia CK-20W: Business und Komfort im Auto

Geschäftsreisende sind nicht nur im Flugzeug, sondern oftmals auch im Auto unterwegs. Für die Nutzung im Auto sind neben der Freisprechfunktion auch andere Funktionen wie Navigation wichtig. Auch Push-to-Talk, eine Funktion ähnlich der eines Walkie-Talkies, die es erlaubt, per Knopfdruck eine definierte Gruppe von Mitarbeitern ohne vorherigen Verbindungsaufbau mit Informationen zu versorgen, ist gerade bei Berufsgruppen, die häufig im Auto unterwegs sind, gefragt. Der neue Nokia Multimedia-Kfz-Einbausatz CK-20W ist Nokias erste integrierte Freisprechlösung, die Kommunikation, Musik, Navigation und Push-to-Talk im Auto auf hohem Qualitätsniveau miteinander verbindet. Die komfortabel bedienbare Lösung ist mit eingebauter Pop-Port-Schnittstelle und Bluetooth mit zahlreichen Mobiltelefonen (auch anderer Hersteller) kompatibel und zeichnet sich dank DSP (Digital Signal Processing) durch sehr gute Audioqualität aus. Über das komfortable Bedienteil der Freisprecheinrichtung können neben der Telefonie auch wesentliche Musik- und Navigationsfunktionen gesteuert werden. Besonders flexibel erweist sich der Nokia Multimedia-Kfz-Einbausatz CK-20W als Musicbox: Mit Hilfe des Bluetooth-Profiles A2DP per Bluetooth-Streaming kann im Handy gespeicherte Musik in Stereoqualität über die Autolautsprecher wiedergegeben werden. Funktionen wie Start/Stop oder vorheriger/nächster Titel kann der Benutzer komfortabel über das Bedienteil der Freisprecheinrichtung steuern. Auch Besitzer mobiler MP3-Player können ihr Gerät mit dem mitgelieferten Audiokabel oder – falls vom MP3-Player unterstützt – mittels Bluetooth an den Nokia Multimedia-Kfz-Einbausatz CK-20W anschließen und ihre Musik im Auto hören. Die Kombination aus dem Nokia Multimedia-Kfz-Einbausatz CK-20W und dem Nokia Navigation Pack LD-2 beinhaltet die Navigationssoftware Route 66 mobile 7, die mit den meisten Symbian basierten S60 Mobiltelefonen von Nokia und denen anderer Hersteller funktioniert und diese zum mobilen Navigationstool macht. Der im Navigation Pack LD-2 enthaltene GPS-Empfänger, der mit dem Multimedia-Kfz-Einbausatz CK-20W verbunden wird, macht die Nutzung der Navigationsfunktion auch im Auto möglich. Der GPS-Empfänger wird für optimale Leistung fest im Fahrzeug installiert und braucht dort nicht manuell geladen zu werden. Bei der Nutzung der Navigationssoftware im Auto werden die GPS-Daten über eine Bluetooth-Datenverbindung an das Telefon gesendet. Die optischen Navigationshinweise erfolgen über das Display des Mobiltelefons, das sich idealerweise im Gerätehalter befindet, und sind zur besseren Lesbarkeit skalierbar. Die gesprochenen Anweisungen werden über die Freisprecheinrichtung wiedergegeben.

**Nokia for
Business**



Hervorragend im Geschäft.

Die Eseries von Nokia. Die neue Geräte-Generation für die Anforderungen im Business. Leistungsstark und optimal ausgestattet. Für mehr Produktivität unterwegs.

Jedes der Geräte wurde speziell entwickelt, um Ihre Ansprüche im modernen Geschäftsleben zu erfüllen. Push-E-Mail mit schnellen Datenverbindungen und erweiterte Möglichkeiten zur Sprachwahl sind nur einige der Funktionen, die hier vereint sind. So finden Sie auch unterwegs immer die besten Bedingungen für ein gutes und erfolgreiches Geschäft.

Kommunikationsgenie oder Global Player!?

Welcher Business-Typ sind Sie? Entdecken Sie das Nokia Gerät, das perfekt zu Ihnen passt, und gewinnen Sie mit etwas Glück ein neues Eseries Business-Smartphone!

Mitmachen und gewinnen auf www.nokia.de/eseries

Clever zusammenarbeiten. | www.nokia.de/business

Copyright © 2006 Nokia. Alle Rechte vorbehalten. Nokia und Nokia Connecting People sind eingetragene Marken der Nokia Corporation.

NOKIA
Connecting People

Geschäftskunden von T-Com können Flatrate buchen

Als einer der ersten Anbieter in Deutschland führt T-Com eine Telefon-Flatrate ein, die speziell auf die Bedürfnisse der Zielgruppe Kleinunternehmer, Selbständige und Handwerker abgestimmt ist: Rund um die Uhr deutschlandweit im T-Com Netz sowie zu Festnetzanschlüssen in den Nachbarländern Deutschlands für null Cent telefonieren – das ist die Kernbotschaft des neuen Flatrate-Tarifs Call Profi Premium von T-Com.

Mit dem Tarif können die Geschäftskunden von T-Com die Anschlüsse von rund 230 Millionen Einwohnern und Unternehmen in der Europäischen Union zum Nulltarif ohne zeitliche Begrenzung erreichen. Das neue Flatrate-Angebot ist speziell auf die Anforderungen der Kunden zugeschnitten, die ihre Telefonkosten fest kalkulieren und nicht auf einen bevorzugten Entstör-service verzichten möchten.

Kunden können die Flatrate mit einem T-Net Anschluß zum Pauschalpreis von 39,95 Euro pro Monat buchen. Mit einem T-ISDN Anschluß kostet die monatliche Flatrate-Pauschale 49,95 Euro, mit einem Anlagenanschluß 59,95 Euro (alle Beträge ohne Mehrwertsteuer). Der Tarif gilt für alle Telefonate und Faxverbindungen im T-Com Netz. Zusätzlich sind alle Gespräche zu Festnetzanschlüssen in die unmittelbar an Deutschland angrenzenden Länder enthalten, das heißt nach Belgien, Dänemark, Frankreich, Luxemburg, Österreich, Polen und Tschechien sowie in die Niederlande und die Schweiz. Auch Gespräche in die Mobilfunknetze sind mit dem Tarif Call Profi Premium laut T-Com besonders günstig. So kostet eine Gesprächsminute in die D-Netze 15,9 Cent (netto) pro Minute, für eine Gesprächsminute in die E-Netze fallen 17,9 Cent (netto) an. Das neue Tarifangebot Call Profi Premium bietet neben günstigen

Preisen alle gewohnten Leistungsmerkmale, die das Telefonieren besonders komfortabel machen. Dazu gehören beispielsweise die Rufnummernanzeige, der Rückruf bei besetzt, die Anrufweiterleitung und die T-NetBox. Auch Serviceleistungen, für die manch andere Anbieter besondere Entgelte erheben, sind inklusive: T-Com garantiert, Anschlußprobleme und technische Störungen innerhalb von maximal acht Stunden zu beheben – rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr.

Als weiteren Baustein des neuen Tarifangebots senkt T-Com die Verbindungspreise im Geschäftskundentarif Call Profi deutlich. Telefonate im Inland werden um bis zu acht Prozent günstiger, die Preise für Auslandsverbindungen sinken um bis zu 80 Prozent.

T-Com startet neuen Digitalisierungsservice

„Snap & Click“ heißt ein neues Komplettangebot von T-Com, zu dem eine Einwegkamera, Papierabzüge und digitale Bilder gehören. Ebenfalls zum Angebot gehört die Möglichkeit der komfortablen Archivierung der Fotos in der Mediathek der T-Communi-



nity. Außerdem können mit wenigen Mausklicks eigene Fotodiashows erstellt und mit Musik hinterlegt werden. Sommerzeit ist Fotozeit: Mit „Snap & Click“ können T-Com Kunden die Fotos von ihren schönsten Urlaubserlebnissen ganz einfach in digitaler Top-Qualität online mit Freunden und Familie teilen. „Snap

& Click“ besteht aus einer digitalen Einwegkamera mit 27 Bildern, der Entwicklung von Fotoabzügen und dem neuen Digitalisierungsservice von T-Com. Das Besondere an der Kamera ist die Kombination aus analoger Fotografie und der Produktion digitaler Bilder, die sich auf dem eigenen Computer oder online in der Mediathek der T-Community archivieren und bearbeiten lassen. Zusätzlich erhält der Kunde die gewünschten Fotoabzüge im T-Punkt.

Das komplette „Snap & Click“-Paket kostet 5,95 Euro im T-Punkt. Das Set soll nicht nur für Fotospaß sorgen, es bildet gleichzeitig auch die Eintrittskarte für die T-Community, die leistungsstarke neue Internetplattform von T-Com für die multimediale Kommunikation. Die Nutzung von „Snap & Click“ ist laut Anbieter einfach: Die benutzte Kamera wird im nächsten T-Punkt abgegeben, und der Kunde registriert sich online unter www.t-community.com für die T-Community. Zwei Tage später stehen die Fotos im Internet zur Verfügung – paßwortgeschützt und sicher hinterlegt. Die Hochglanzabzüge im Format 10 x 15 cm kann der Kunde drei Tage nach der Abgabe der Kamera im T-Punkt abholen.

Mit dem Digitalisierungsservice begegnet T-Com einer steigenden Nachfrage, digitale Inhalte zentral in einer Mediathek zu speichern, auf die der Nutzer jederzeit via Internet zugreifen kann. Dort lassen sich alle Inhalte abrufen, individuell verwalten und bearbeiten. Die digitalen Snap & Click Bilder landen automatisch in der Mediathek der T-Community, in der die Mitglieder Fotos, Videos und Musik verwalten und teilen können. Wenige Mausklicks genügen, um eine Diashow zu erstellen und mit der Musik zu hinterlegen. Auf der neuen Internetplattform können Nutzer darüber hinaus themen- und anlaßbezogen Kontakte knüpfen und multimedial kommunizieren. Dafür steht beispielsweise ein kostenloser Sprach- und Videochat zur Verfügung.

Pos Aktuell

Vodafone weitet das MobileTV Angebot aus

Spannung, Spaß und jede Menge Slapstick: Die bunte Welt des Zeichentricks erfreut sich bei den meisten Konsumenten großer Beliebtheit. Deshalb zeigt Vodafone jetzt den neuen deutschen 24-Stunden-Sender Boomerang von Turner Broadcasting System (TBS) Europe im MobileTV. Auf Boomerang laufen rund um die Uhr zeitlose Cartoon-Highlights wie zum Beispiel die Familie Feuerstein, Popeye, Sylvester & Tweety, Bugs Bunny & Looney Tunes und Tom & Jerry. Boomerang ergänzt die Fernsehhauswahl im Vodafone MobileTV mit derzeit 32 Kanälen. Was gerade läuft, wird auf jedem Kanal in einer Programmvorschau angezeigt. Außerdem gibt die Startseite des Vodafone live!-Portals Tipps und Hinweise auf die TV-Highlights des Tages. Im Vodafone MobileTV wird zwischen Top-Entertainment-Kanälen und Basis-Kanälen unterschieden. Die nationale Nutzung der acht Basis-Kanäle ist unbegrenzt kostenlos. Die Top-Entertainment-Kanäle werden in drei monatlichen Paketen mit definiertem Inklusivvolumen angeboten: Zur Auswahl stehen eine Fernseh-Flatrate sowie die Top-Entertainment-Pakete L und M. Nach einem kostenlosen Schnuppermonat kostet die Flatrate zehn Euro im Monat für unbegrenztes Fernsehen rund um die Uhr. Das Top-Entertainment-Paket L beinhaltet zwei Stunden MobileTV zum Festpreis von fünf Euro; das Top-Entertainment-Paket M eine Stunde Fernsehen für drei Euro monatlich – und auch hier kann im ersten Monat kostenlos geschnuppert werden. Die Fernsehminuten werden im Laufe des Monats im Fünf-Minuten-Takt verbraucht. Über die Inklusivminuten hinaus werden 0,15 Euro pro Minute MobileTV berechnet. Die Nutzung von MobileTV setzt ein UMTS-fähiges Handy, UMTS-Netzversorgung und einen Vodafone-Kundenvertrag mit einem UMTS-Bonus, zum Beispiel im Tarif Vodafone Kombi-Paket Zuhause 50 mit 24 Monaten Mindestlaufzeit, einmaligem Anschlußpreis von 25 Euro, einem monatlichen Paketpreis von 20 Euro und Entgelten für Standardinlandsgespräche bis 0,60 Euro/Min.voraus. Vodafone bietet UMTS-Netzversorgung in 1.800 deutschen Städten und Gemeinden.

mobilcom engagiert sich stärker in Sachen Jugendschutz

Jugendgefährdende Inhalte, Verschuldung oder unseriöse Anbieter: Eltern und Verbraucherschützer heben warnend den Zeigefinger, wenn Kinder und Jugendliche zum Handy greifen. Bereits 2004 hat mobilcom mit dem Tarif m-limit ein Produkt vorgestellt, das die Forderung des Verbraucherschutz-Ministeriums nach speziellen Angeboten für Jugendliche erfüllte. Jetzt trägt der Serviceprovider der aktuellen Diskussion um jugendgefährdende Inhalte ebenfalls Rechnung. mobilcom setzt dabei auf umfassende Aufklärung. Im Zuge der Diskussion um Gewaltvideos oder teure Premiumdienste ergreift der Mobilfunkanbieter die Chance zur Aufklärung: So finden Kunden im Internet unter www.mobilcom.de/jugendschutz Informationen über den „Verhaltenskodex der Mobil-

funkanbieter in Deutschland zum Jugendschutz im Mobilfunk“, den mobilcom gemeinsam mit den führenden Kommunikationsunternehmen unterzeichnet hat. Ab sofort steht auch unter jedem Tarif ein Jugendschutz-Link. Darüber hinaus informiert die Seite über die Möglichkeit, ein Handy für nicht jugendfreie Inhalte und Services sperren zu lassen sowie den Kontakt zur mobilcom-Jugendschutzbeauftragten, an die sich Kunden und Interessenten mit Fragen und Anregungen wenden können. Gemeinsam mit der Landesstelle Kinder- und Jugendschutz Sachsen-Anhalt produzierte mobilcom bereits eine mehrseitige Eltern-Informationsbroschüre, die sowohl die Vorzüge als auch die Gefahren des mobilen Telefonierens beleuchtet. Geschäftsführer Arnfried Böker zeigt außerdem, welche Handys für Kinder und Jugendliche geeignet sind und wie sie erfolgreich bei der Erziehung eingesetzt werden können. „Als Mobilfunk-Anbieter ist uns der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor gefährdenden Inhalten und Kostenfallen ein wichtiges Anliegen“, sagt Petra Schütt, mobilcoms Jugendschutzbeauftragte. „Wir setzen hier bewußt auf Aufklärung statt auf technische Sperren und beziehen bei unseren Bemühungen die kritische Sicht von Fachleuten wie Arnfried Böker mit ein.“

Kids & Teens Nutzer von E-Plus telefonieren jetzt zum Einheitspreis

Mobiles Telefonieren mit Kids & Teens von E-Plus wird für Kinder einfacher und attraktiver: Ab sofort telefonieren junge Nutzer rund um die Uhr in alle Netze zu einem einheitlichen Preis. Pro Monat können sie zusätzlich bis zu 150 Bonusminuten für Gespräche zu anderen E-Plus Kunden nutzen. Kids & Teens bietet faire Preise von 29 Cent pro Gesprächsminute und 19 Cent pro SMS. Kids & Teens kann zum Prepaid Tarif Free & Easy hinzu gebucht werden. Die ersten 150 Bonusminuten sind zum Start inklusive. Weitere Bonusminuten für kostenlose Gespräche mit Eltern und Freunden im E-Plus Netz können jugendliche Nutzer Monat für Monat hinzuverdienen: Bei einer Guthabenaufladung von 15 Euro werden 50 Minuten für Gespräche von E-Plus zu E-Plus gutgeschrieben. Neues Guthaben im Wert von 30 Euro bringt 150 Minuten für freie Gespräche zu anderen E-Plus Teilnehmern ein.

Alle Vorteile von Free & Easy Kids & Teens bleiben erhalten. Die Sperrung von Sonderrufnummern und SMS-Kurzwahlen schützt Kinder und Jugendliche vor ungeeigneten Inhalten und hilft außerdem, die Telefonkosten übersichtlich zu halten. Der Rückruf-Service sorgt zusätzlich für Sicherheit: Kinder mit Kids & Teens Karte können ihre Eltern auch ohne Guthaben um einen Anruf bitten. Bei der Registrierung werden hierfür im Vorfeld bis zu drei Rufnummern festgelegt. Mit dem optionalen Dienst track your kid von armex können Eltern den Aufenthaltsort des Handys ihres Kindes lokalisieren und sich per SMS über den Standort informieren lassen. Ein weiteres Feature ermöglicht Kindern und Eltern volle Kostenkontrolle: Mit Free & Easy Taschengeld wird jeden Monat ein festgelegter Betrag auf das Free & Easy Konto überwiesen. So sollen Kinder lernen, selbstverantwortlich mit Mobilfunkkosten umzugehen. Eventuell anfallende Restguthaben werden automatisch in den nächsten Monat übertragen.

Neues Angebot soll sorgloses Verkaufen ermöglichen

Installationsservice für T-Online DSL-Kunden

Obwohl das Internet auch als Unterhaltungsmedium immer wichtiger wird, gibt es beim Fachhandel vielerorts noch immer Berührungängste in Sachen Internet-Zugangstechnik: Manche Händler befürchten offenbar, mit eventuellen Supportanfragen von DSL-Kunden überfordert zu sein. T-Online reagiert für sein DSL-Angebot mit einem speziellen Installationsservice, der Händlern ein sorgloses Verkaufen ermöglichen soll.

Einen DSL-Anschluß einschließlich VoIP-Funktionalität einzurichten und die zugehörigen Geräte korrekt anzuschließen und zu konfigurieren, dürfte objektiv betrachtet kaum komplizierter sein als die Einrichtung und der Anschluß eines Fernsehers mit Dolby Surround Anlage und DVD-Recorder – geschweige denn als die Einrichtung einer Satellitenanlage. Dennoch gibt es nach wie vor gestandene Fachhändler, die das Geschäft mit DSL-Anschlüssen anderen überlassen, weil sie die



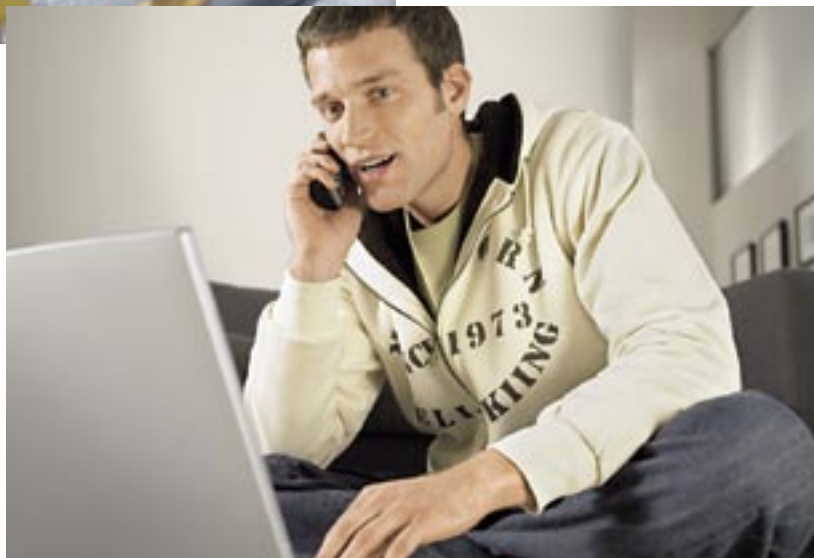
Im Internet surfen und gleichzeitig telefonieren können, ist nur einer der Pluspunkte, die für einen DSL-Anschluß sprechen.

Befürchtung hegen, ihren Kunden im Falle von Problemen nicht ausreichend Beistand leisten zu können. Auch wenn die allermeisten Kunden die schnellen Internetanschlüsse mit Hilfe der schriftlichen Anleitung und der Hotline problemlos einrichten können, bleibt schließlich immer ein kleiner Prozentsatz von Problem-

fällen, die der persönlichen Unterstützung bedürfen.

Um auch für diese Fälle eine Lösung anbieten zu können, stehen für die DSL-Einsteiger-Pakete von T-Online passende Installationspakete von der T-Com zur Verfügung – Händler, die ihre Kunden auf dieses Angebot verweisen, können sich darauf verlassen, daß ihre Kunden zufriedengestellt werden.

In Verbindung mit der Beantragung eines neuen T-Online DSL-Anschlusses kostet die Installation und Konfiguration eines



Speedport Routers und VoIP-Telefonadapters inklusive der Konfiguration eines PCs und eines Telefons als VoIP-Gerät derzeit 49,95 Euro (inkl. MwSt.) In diesem Betrag ist eine kurze Einweisung enthalten. Hat der Kunde sich für ein T-Online Vision-Paket entschieden, kümmert sich der Techniker für den gleichen Preis auch noch um die Einrichtung des DSL-Mediarreceivers X100 und schließt ihn ans TV-Gerät an.

Die Installationspakete, die die T-Com für die T-Online DSL-Resale Pakete anbietet, richten sich an DSL- und Internet-Einsteiger ohne IT-Affinität – speziell auch an die Generation der „Best Ager“ über 50, die für den Fachhandel eine besonders interessante, weil solvente Zielgruppe darstellen. T-Online Segment-Vertriebsvorstand Thomas Hille betonte, daß Händler den Hinweis auf den Installationsservice aber generell als wirksames Argument dafür nutzen können, um mit DSL-Anschlüssen von T-Online bequem und risikolos Erträge für sich zu generieren: „Der Hinweis auf den Installationsservice zum günstigen Pauschalpreis kann gerade bei älteren Kunden ohne große PC-Erfahrung den Ausschlag geben. Für Händler, die selbst wenig Bezug zu PC- und Netzwerktechnik haben, öffnet der Installationsservice zudem die Tür zu interessanten Umsatzpotentialen – ohne selbst Supportleistungen erbringen zu müssen.“

PoS Aktuell

Beaujean scheidet als Vorstandsvorsitzender der T-Online aus

Rainer Beaujean ist in gegenseitigem Einvernehmen als Mitglied und Vorsitzender des Vorstands der T-Online International AG ausgeschieden. Der Aufsichtsratsvorsitzende der T-Online International AG, Kai-Uwe Ricke, bedauerte den Entschluß: „Rainer Beaujean hat im Rahmen seiner Tätigkeit im T-Online Vorstand den Erfolg des Unternehmens maßgeblich mitgestaltet“, sagte Ricke. „Als Vorstandsvorsitzender hat Beaujean das Unternehmen sehr erfolgreich strategisch auf die dynamischen Marktbedingungen neu ausgerichtet und die Position der T-Online International AG sowohl im Heimatmarkt Deutschland als auch international nachhaltig gestärkt. Ich danke ihm für seine Leistung.“ Beaujean war seit 1. Oktober 2004 Vorstandsvorsitzender der T-Online

International AG. Zuvor verantwortete er seit 1. Oktober 2000 im Vorstand des Unternehmens den Bereich Finanzen. Der Aufsichtsrat bestellte den Finanzvorstand Jens Becker kommissarisch zum Vorsitzenden.

T-Online Kunden surfen bei McDonald's im T-Com/T-Mobile-Hotspot

T-Online Kunden können ab sofort auch per T-Online E-Mail-Adresse und Paßwort in den Restaurants von McDonald's via HotSpot von T-Com und T-Mobile im Internet surfen. T-Com und T-Mobile bauen das HotSpot Standort-Netz auf Basis der WLAN-Technologie in Kooperation mit McDonald's weiter aus. Von den insgesamt rund 1.250 Restaurants sind bereits mehr als die Hälfte mit einem HotSpot ausgestattet. Bis Ende 2006 wird es in nahezu allen Restaurants neben Big Mac & Co. auch kabellosen Internetzugang geben. Davon profitieren auch T-Online Kunden: Für sie stehen bundesweit bereits mehr als 7.500 HotSpot Standorte von T-Com und T-Mobile

zur Verfügung, an denen sie sich einfach mit ihrer T-Online E-Mail-Adresse und Paßwort anmelden und lossurfen können. Voraussetzung für das kabellose Surfen ist ein WLAN-fähiges Endgerät, wie ein Laptop oder PDA, oder neuerdings auch WLAN-fähige Spielekonsolen.

Wo sich HotSpot Standorte befinden, erfahren Nutzer im Internet unter www.t-online.de/hotspot. Vor Ort erkennen sie HotSpots an dem HotSpot Logo, das als Aufkleber meist direkt am Eingang der jeweiligen Location angebracht ist. Sehr einfach ist das Aufspüren eines HotSpots mit dem T-Online WLAN Access Finder 6.0. Die T-Online Software zeigt die Versorgung an und stellt mit einem Klick die Verbindung mit dem Internet her. Sie steht ebenfalls unter www.t-online.de/hotspots zum Download bereit.

Die Abrechnung des T-Online HotSpot Dienstes erfolgt über die Telefonrechnung von T-Com. Neben dem minutengenauen Tarif T-Online WLAN-Access soll es in Kürze weitere Angebote für T-Online Kunden geben: Aktuell haben sie die Möglich-

keit, an einem Pilotbetrieb für einen neuen T-Online HotSpot Tarif teilzunehmen. Informationen dazu sind im Internet unter www.t-online.de/hotspot/pilotbetrieb zu finden.

Neues T-Online Portal für Kids bietet mehr Surfspaß und Sicherheit

Die Sicherheit ihrer Kinder steht für Eltern auch bei der Nutzung des Internets im Vordergrund. Aus diesem Grund wurde bei der Überarbeitung des T-Online Kids-Portals besonderer Wert auf Jugendschutz und eine verbesserte Struktur gelegt. Neu ist neben frischem Design der kindgerechte Aufbau des Portals: Ab sofort gibt es getrennte Bereiche für Kinder und Eltern. Im Kinderbereich können Kids in der Rubrik „Demo-Downloads“ Spiele ohne zusätzliche Kosten (abgesehen von den Verbindungsgebühren) ausprobieren. Für den Kauf der Spiele sind jedoch die Eltern verantwortlich, denn: Bezahlhalte gibt es nur im Elternbereich. Die kleinen Besucher des Portals klicken sich unter www.kids.t-online.de gemeinsam mit „Cosmo“ durch eine

bunte Welt mit witzigen und wissenswerten Details. Das neue orangefarbene Maskottchen zeigt jeden Tag am oberen Bildschirmrand eine andere aktuelle Information. Antworten auf viele Alltagsfragen finden Kinder in der neuen Rubrik „Wissen“. Diese gestaltet T-Online unter anderem in Zusammenarbeit mit der Onlineredaktion der Sachbuchreihe „Was ist was?“.

Über Neuheiten im Bereich Spiele und Lernprogramme können sich Erwachsene im Elternbereich des T-Online Kids-Portals informieren: In der Sparte „Testberichte“ werden aktuelle Hörspiele, PC- und Konsolen-Spiele und Lernsoftware unter die Lupe genommen. Wer Informationen über ältere Spiele oder Kindersoftware sucht, wird im Archiv des Portals fündig.

Das T-Online Kids-Portal startete ursprünglich im Juli 2004. Gemeinsam mit dem bundesweit anerkannten Medienexperten Thomas Feibel werden die Rubriken „Ratgeber“ und „Interviews“ sowie die Mitrater-Krimiserie „Dörti Harry“ gestaltet.

Perspectives 2006 zählt 575 Besucher

575 Fachbesucher haben sich in diesem Jahr zur „Perspectives“ in Kirkel eingefunden: In der vierten Auflage wurde die Hausmesse des saarländischen Distributors eröffnet, zum zweiten Mal präsentierten sich die Hersteller in der neuen Lagerhalle. Auf rund 1.000 Quadratmetern waren die Unternehmen mit ihren Produkten und Dienstleistungen vertreten, die derzeit für die Herweck Partner von besonderem Interesse sind.

Die Liste der Namen reichte von A wie Agfeo, Auerswald und AVM bis V wie Vierling. Erstmals dabei war das Schweizer Unternehmen

Komponenten rund 145 Mio. US-Dollar Umsatz erzielte. Wie gewohnt standen auch wieder zahlreiche Weiterbildungsangebote auf dem Tagespro-

auch Veranstalter Herweck mit eigenen Angeboten vertreten. So referierte beispielsweise Herweck Vorstand Dieter Philippi über das Thema Tangibilitätsmanagement,



Swissbit, das 2001 als Management-Buyout aus der Siemens Schweiz hervorging und im Geschäftsjahr 2005 vor allem mit Speicherkarten und Multimedia-

gramm: So konnten die Besucher sich in 50 Workshops rund um neue Produkte, Partnerprogramme, Technik, Marketing und Verkauf informieren. Hier war

Nadine Alles aus dem Herweck Marketing führte die Zuhörer in erfolgreiches Online-Marketing ein, und Markus Kurz präsentierte eine Online Handy Shop Lösung von Herweck.

Auch das Rahmenprogramm stieß auf großes Interesse: So schickte Herweck im Laufe des Tages über 70 Fachhändler mit zwei Helikoptern in die Luft. Davon durften 20 Kunden den Hubschrauber selbst steuern – natürlich mit Hilfe eines Fluglehrers. Jörg Herweck und Dieter Philippi eröffneten gemeinsam die Abendveranstaltung in der Burghalle und gaben den Startschuß für das „Flying-Diner“, bei dem den Gästen unentwegt kulinarische Spezialitäten serviert wurden. Musikalisch



machte Livin Music Family den Anfang – bestens gelaunt versetzte die internationale Kombo die Zuhörer in Top-Stimmung. Für Abwechslung sorgte während der Umbaupausen der Gedankenleser Thorsten Havener. Er verblüffte das Publikum mit seinen außergewöhnlichen Fähigkeiten. Den Ausklang des Abends bestritt schließlich Überraschungsgast Guido Horn bis tief in die Nacht. Unterstützt durch seine Band Die Orthopädischen Strümpfe sang sich der Schlagerbarde in die Herzen aller anwesenden Gäste. Als WM-Botschafter für das Land Rheinland-

rufen gebührend feierten. Wer selbst danach noch nicht müde war, dem heizte DJ Afshin noch bis in die frühen Morgenstunden ein.

Auf Seiten des Veranstalters zeigte man sich mit dem Verlauf und dem Ergebnis der Hausmesse äußerst zufrieden. „Auch wenn es bei uns nicht darum geht, Neuheiten kennenzulernen, haben diejenigen, die nicht gekommen sind, einiges verpaßt“, meinte Dieter Philippi im Gespräch mit PoS-MAIL. „Vor allem die Möglichkeit, Kontakte zur Industrie und zu anderen Händlern zu knüpfen und



Pfalz leitete er Leibesübungen – vom Tannenbaum bis zum Hasen – für das Publikum an, die daraufhin den Meister mit WM-Schlacht-

sich mit diesen auszutauschen, aber auch die Chance, einfach einmal unbeschwert vom Alltag entspannt zu feiern.“

HFO Telecom kauft Epsilon Telecommunications GmbH – zukünftig auch Mobilfunk im Portfolio

Die HFO Telecom GmbH & Co. KG hat rückwirkend zum 1. Januar die ebenfalls in Hof/Saale ansässige Epsilon Telecommunications GmbH erworben. Ziel des neuen Gesamtunternehmens ist es, seinen Kunden zukünftig neben Festnetz und Internet auch günstige Mobilfunk-Produkte anzubieten. Arbeitsplätze sind durch das Zusammengehen der beiden Gesellschaften nicht gefährdet. Die HFO Telecom erzielte 2005 einen Umsatz von 8,5 Mio. Euro, Mobilfunkdistributor Epsilon 12,5 Mio. Euro. Während die HFO Telecom 25.000 Unternehmen und Privatpersonen zu ihren Kunden zählt, besitzt Epsilon Telecom im Bereich Business seit vier Jahren den höchsten Status eines „Platin-

Partners“ beim Münchner Mobilfunkanbieter O₂. In dieser Position erreicht der Distributor ein jährliches Wachstum um 25.000 Anschlüsse. Die bisherige Leitung der Epsilon Telecom wird auch in der neuen Gesellschaft eine wichtige Rolle spielen: So tritt Wolfgang Hüttner mit sofortiger Wirkung in den Kreis der Gesellschafter des Gesamtunternehmens ein. In diesem Gremium befinden sich außer ihm die Raiffeisenbank Hof, die Sparkasse Hof, die Frankenpost und HFO-Geschäftsführer Achim Hager. Gerade wegen der

Ausweitung des Angebotes durch die Aufnahme des Mobilfunks sieht die HFO nun besonders „im Bereich der Businesskunden erhebliches Wachstumspotential“, so der zukünftige Mitgesellschafter Wolfgang Hüttner.



Achim Hager (Geschäftsführer HFO Telecom, l.), Heike und Wolfgang Hüttner (Geschäftsführung Epsilon Telecom)

Nach Abschluß des Firmenkaufs ist zudem beabsichtigt, die neue Geschäftsstruktur dazu zu nutzen, traditionelle HFO-Produkte wie Festnetz, DSL oder VoIP über das Epsilon-Partnernetz zu bewerben und zu vertreiben. Von großem Vorteil für die Gesamtgesellschaft wird dabei sicher auch die ausgesprochen starke Position von Epsilon im Punkt Rahmenverträge sein. „Selbstverständlich ergeben sich aus der Verschmelzung aber auch ganz praktische Vorteile“, sagt Achim Hager. „Besonders in Buchhaltung, Auftragsbearbeitung und Ver-

trieb läßt sich zukünftig noch effektiver arbeiten.“ Trotz aller dieser Synergieeffekte müssen die Mitarbeiter nicht um ihren Arbeitsplatz fürchten. Im Gegenteil: Die HFO Telecom will weiter kontrolliert wachsen. Der schlußendliche Kauf der Epsilon Telecommunications durch die HFO Telecom ist aufgrund der jahrelangen Partnerschaft beider Unternehmen in erster Linie eine logische Konsequenz: Achim Hager: „Epsilon ist bereits seit März zusammen mit der HFO im Telezentrum Hochfranken beheimatet, auch die Vertriebsnetze wurden seither mit einer Hand geführt. Der Gedanke, aus dieser Partnerschaft nun eine Ehe zu machen, lag sehr nahe.“

Gigaset – Premium aus Deutschland

Gleich zu Beginn eines Pressegespräches im Haus der Zukunft in München galt es für die Fachjournalisten, ein kniffliges Problem zu lösen: „Was haben ein Wiener Schnitzel und ein DECT-Telefon gemeinsam?“, fragte Dieter Cifrain, Leiter Vertrieb Handel Deutschland bei Siemens Home & Office Communication Devices, und beantwortete die Frage dann mit dem Hinweis auf eine aktuelle Aktion eines Großflächenanbieters: „Den Preis von 11,60 Euro!“

Daß es gerade um diesen Anbieter gehe, sei purer Zufall, so Cifrain. Es ließen sich viele weitere Beispiele aus jüngster Zeit finden, die dieselbe Tendenz aufzeigten. „Wenn ein hochwertiges technisches Produkt nur soviel wert ist wie ein Schnitzel, dann ist etwas falsch“, stellte Cifrain fest. „Der Handel hat offensichtlich die Sensibilität für Preispunkte verloren und verzichtet auf Umsatz und Rendite, weil er sich lieber Produkthypes anschließt, etwa bei Flatscreen-Fernsehgeräten, Digitalkameras oder Navigationssystemen.“ Gleichzeitig verpasse der Handel die Chance, von der Aufmerksamkeit zu profitieren, die die Themen Internet-Telefonie und Flatrates im Festnetz derzeit verursachten. Cifrain: „Vor allem in der Fernsehwerbung sind die Themen Breitband und Flatrate-Telefonie derzeit so präsent wie

niemals zuvor, und auch VoIP erlebt im Bewußtsein der Verbraucher einen regelrechten Boom.“ Unabhängig von der augenblicklichen Prominenz dieser Themen stelle der DECT-Markt für den



Dieter Cifrain

Handel mit zirka 5,5 Millionen Stück und rund 320 Millionen Euro Wert im Jahr 2005 immer noch ein sehr attraktives Betätigungsfeld dar. „Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Stückpreis von über 58 Euro, der beweist,

daß der Verbraucher bereit ist, für DECT-Geräte einen angemessenen Preis zu bezahlen und daß keinerlei Notwendigkeit besteht, Preise zu verreißen.“ Vor dem Hintergrund der Tatsache, daß dies dennoch geschehe, wolle Siemens als Nummer 1 im DECT-Markt eine Werte-Diskussion führen, „die zeige, wer durch seine Marken- und Sortimentspolitik sowie durch sein Vertriebskonzept der beste Partner des Fachhandels sei“, meinte Cifrain. „Gigaset, wer sonst?“

Für den Verkauf von Gigaset sprächen eine Reihe von Gründen. So könnte der Handel beispielsweise mit Gigaset Erlöse erzielen und Durchschnittspreise durchsetzen, die in der Regel um rund 20 Prozent über den Produkten anderer Marken lägen. „In Wert und Stückzahlen sind Gigaset die meistverkauften Schnurlostelefone in Deutschland mit einem Marktanteil von mehr als 40 Prozent“, betonte Cifrain. Außerdem stelle Gigaset einen weltweit bekannten Markennamen dar, und mit einem breitgefächerten Produktsortiment könne Gigaset die DECT-Bedürfnisse aller Kundentypen befriedigen. Schließlich würden Gigaset Produkte in Deutschland produziert, was nicht nur zu dem beim Endkunden vertrauenerweckenden Gütesiegel „Made in Germany“ führe, sondern den einzelnen Produkten auch immer wieder Testsiege hinsichtlich der Qualität einbringe. „Außerdem garantiert uns die Fertigung in Bocholt sehr kurze Reaktionszeiten und eine Produktentwicklung nah am Markt“, führte Cifrain aus.

Neben den Produkten selbst spreche weiterhin das Engagement von Siemens für den Verkauf von Gigaset im Handel. Cifrain: „Wir stützen die empfohlenen Verkaufspreise und den Absatz mit aktionalen Mehrwert-Themen wie der Reisegutschein-Aktion, wir unterstützen den Handel mit allem Notwendigen für Werbung und Verkaufsförderung und wir kommunizieren unsere Stärke

Neues Gigaset SE565 ADSL2+ Gateway

Das neue Gigaset SE565 ADSL2+ Gateway von Siemens Home and Office Communication Devices soll es Diensteanbietern leicht machen, eine neue Generation von Breitbandservices anzubieten und Kosten zu sparen. Gedacht für den Einsatz in Privathaushalten, bietet das Gateway Gigaset SE565 vier Ethernet Ports und unterstützt zahlreiche Standards wie die XML-basierten Standards TR-069 und TR-064. „Die Zahl der Haushalte, in denen ein gemeinsamer Breitbandzugang genutzt wird, nimmt weltweit immer mehr zu und dürfte sich bis 2007 auf 111 Mio. Haushalte belaufen. Bis Ende 2010 werden hier sogar nahezu 145 Mio.

Haushalte erwartet“, so Kurt Scherf, Vice President und Principal Analyst bei Parks Associates. Für Diensteanbieter, die diese Services in Privathaushalten einführen wollen, sind stabile Lösungen ein absolutes



Muß.“ Das Gigaset SE565 Gateway bietet neben einer umfassenden Funktionalität für Routing und Sicherheit vier 10/100 Ethernet-Ports für die LAN-Anbindung, davon einen LAN/WAN-Port für eine Two-Box-Solution. Unterstützt werden auch Triple-Play-Dienste sowie erweiterte Quality of Service-Funktionen wie beispielsweise mehrere permanente virtuelle Verbindungen (PVC) oder die Datenverkehrsanpassung (Traffic Shaping), d. h. die Steuerung der Datenflüsse über die Ports, Mac oder IP-Adressen und von Applikationen nach festen Kriterien. „Die Tatsache, daß unsere Produkte auf Standards basieren, gibt Netzbetreibern mehr Sicherheit hinsichtlich Funktion und Interoperabilität“, sagte Jochen Eickholt, Geschäftsführer von Siemens Home and Office Communication Devices. „Das neue Gigaset SE565 Gateway gewährleistet ‚best-in-Class‘-Konnektivität zu Hause und macht es durch die Einhaltung von Standards für den Diensteanbieter weltweit einsetzbar und skalierbar.“

gegenüber dem Handel und den Endverbrauchern durch Mailings, Teilnahme an Messen, einen aufwendigen Online-Auftritt (siehe dazu Kasten links unten) und Anzeigenkampagnen.“

Design als wichtiges Verkaufsargument

Daß auch die Gestaltung eines (technischen) Produktes ein wichtiges Verkaufsargument darstelle, erläuterte anschließend Siemens

Bei der Entwicklung neuer Gigaset Produkte lege Siemens deshalb großen Wert auf das Design, das gleichermaßen eine Frage der Innovationskraft, der Orientierung (muß Marke erkennbar machen, muß bedienbar sein), des Lifestyles (muß sich einfügen in die Umwelt des Nutzers), des Qualitätsanspruchs, der Zugehörigkeit (das Äußere der verschiedenen Geräte muß sich zumindest über einen bestimmten Zeitraum hinweg gleichen und damit eine Produktfamilie darstellen), der Inhalte (Bedienoberflächen müssen identisch sein), der Menschlichkeit (Produkte kommen nicht von einem Unternehmen, sondern werden für die Menschen gemacht) und der Markenstrategie sei. Nichts zu tun habe Design dagegen mit Styling, dem kurzfristigen Hinterherhecheln hinter aktuellen Trends.

„Nur wenige Unternehmen haben es geschafft, mit ihren Produkten aufgrund des Designs eine Marke zu etablieren“, meinte Schmitt-Fumian. „Dazu gehört Siemens. Hier steht Gigaset als Synonym für den Hersteller. Der Handel tut gut daran, sich auf diese Stärke zu konzentrieren und sie am PoS für sich zu nutzen.“ *Herbert Päge*

Online-Information zu VoIP mit Gigaset Produkten

Wie Siemens Gigaset Produkte zur Internet-Telefonie (VoIP) genutzt werden können, erklärt Siemens Home and Office Communication Devices derzeit mit einer Anwendung im Internet unter www.gigaset-voip.de. „Unter dieser Webadresse wird Anwendern genau erklärt, wie Internettelefonie funktioniert und wie sie mit Hilfe der Gigaset-Produkte einfach und bequem im ganzen Haus Internettelefonie betreiben können“, erläuterte Stefan Findeisen, Manager Online-Marketing. Bewegte Grafiken stellen die einzelnen Lösungen dar. „Diese Animationen sind



anschaulicher als Bilder in einer Broschüre. So schicken wir die Kunden spielerisch auf Entdeckungsreise“, so Findeisen. Ist der Kunde an einer Lösung interessiert, erhält er per Mausclick nähere Informationen zu den entsprechenden Geräten. Ab Herbst wird die Applikation durch den VoIP-Konfigurator ergänzt. Der funktioniert so: Der Kunde gibt an, welche Gigaset-Produkte er bereits besitzt. Der VoIP-Konfigurator zeigt anschließend, wie mit diesen Geräten Internettelefonie möglich ist oder welche Produkte zusätzlich benötigt werden.



Markus Schmitt-Fumian

Designer Markus Schmitt-Fumian. „Kein Kommunikationsinstrument bringt den Kunden so häufig in den Kontakt mit der Marke und vermittelt so intensiv den Wert der Marke wie das Produkt selbst“, sagte Schmitt-Fumian.

Siemens startet Wertediskussion zur Marken- und Sortimentspolitik im Bereich der Schnurlos-Telefonie

The Phone House startet Pilotprojekt in zwei Städten

Neue Konzepte zur Beratung

The Phone House, der Münsteraner Komplettanbieter für Telekommunikation, zeigt derzeit unter dem Motto „Bessere Beratung für die ganze Familie“ neue Beratungskonzepte für die Tk-Branche: Im Rahmen eines Pilotprojektes mit der Deutschen Bank betreibt The Phone House bis zum 2. September Shops in den Bank-Filialen in Berlin (Q110 an der Friedrichstraße) und München (Investment- und Finanz-Center am Marienplatz).

„Diese Shops sollen emotionalisieren und bestehende sowie mögliche Kunden von der Straße ins Geschäft holen“, meinte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, bei einem Pressegespräch in Berlin. „Dazu dient nicht nur die Optik, sondern auch



Beratungsplätze (Bild rechts oben), Themen- (Bild oben) und Zubehörwelten (Bild rechts) bestimmen den Auftritt von The Phone House in der Deutschen Bank Filiale an der Friedrichstraße in Berlin.

die Orientierung im Laden erleichtern und ihm nicht nur die zu seinen speziellen Wünschen passenden Festnetz- und Mobilfunkprodukte zeige, sondern auch anhand von Zubehör komplette Lösungen biete, gleichgültig ob es sich um Pre- oder Postpaid, Musik, Foto, Fashion etc. handele.



Sind davon überzeugt, daß das neue Konzept nach der Pilotphase auch in der Praxis des Telekomhandels erfolgreich sein wird: die beiden The Phone House Geschäftsführer Dr. Ralf-Peter Simon (l.) und Reinhard Krause (r.) sowie Michael Tirpitz, der bei der Deutschen Bank für das Marketing der Filiale Q110 in Berlin zuständig ist.

das vollkommen neue Beratungskonzept, das so in Deutschland bislang noch nicht in die Praxis umgesetzt wurde.“ Das Unternehmen habe in jüngster Zeit viel Engagement darauf verwandt, seine Shops an den Bedürfnissen der Kunden auszurichten, so Simon. Daraus sei beispielsweise die Einführung der Themenwelten entstanden, die dem Kunden klar gegliedert und farblich unterstützt

Simon: „Mit den beiden Pilotshops gehen wir jetzt noch einen Schritt weiter, indem wir die einzelnen Kommunikationsbedürfnisse der Menschen am Beispiel einer Familie in den Fokus nehmen. So ist beispielsweise denkbar, daß der Vater sich für Businessanwendungen wie E-Mail und die Konnektivität zu seinem PC interessiert, bei den Kindern Musik und Online-Gaming von Interesse

sind und die Mutter die Kommunikation per Sprache, den mobilen Zugriff auf das Internet und bestimmte Office-Funktionen bevorzugt.

Die Komplexität der möglichen Wünsche macht eine Beratung erforderlich, der man in den beiden temporären The Phone House Shops beispielsweise mit Beratungsplätzen begegnen will, an denen der Interessent sitzen kann. „Der Verbraucher soll dort erkennen, daß er als Kunde willkommen ist, daß er ernst genommen wird und daß wir kein Interesse haben, ihm das erstbeste Produkt zu verkaufen“, erläuterte Simon. Gleichzeitig sollen die Sitzplätze dem Unternehmen die Möglichkeit bieten, konkrete Termine für eine Beratung zu vereinbaren. „Wir haben oft festgestellt, daß Kunden, die zu lange warten müssen, den Laden unverrichteterdinge wieder verlassen“, so Simon. „Jetzt können wir einen Termin vereinbaren, und selbst wenn der Berater zu dem Zeitpunkt gerade keine Zeit hat, so schaffen die Beratungsplätze dennoch eine Wohlfühlatmosphäre, in der dem Kunden das Überbrücken der kurzen Wartezeit leicht fallen sollte.“

Zum Testkonzept im größeren der beiden Pilotshops im Berliner Q110 gehören auch Weiterentwicklungen in der Warenpräsentation. Dazu zählt unter anderem eine ovale Handy- und Zubehörbar im Stile eines „Sushi-Rondells“. Verschiedene Produkte sind bei diesem Element auf einem Laufband fixiert und ziehen



in einer Endlosschleife am Betrachter vorbei. Simon: „Wir sind davon überzeugt, daß dieses Zubehör-Rondell die Zahl der Spontankäufe deutlich erhöhen wird.“

Die Handy- und Zubehörbar, die ebenfalls Spontankäufe anregen soll, ist der „Blickfänger“ im sogenannten Trendshop. Hier werden Mitnahmeartikel angeboten, für die keine bis ins Detail gehende Beratung erforderlich ist. Die Palette reicht vom Handyschmuck über Headsets bis zu Speicherkarten. Einen Schwerpunkt bilden Artikel mit einem Verkaufspreis unter zehn Euro. Der Trendshop ist räumlich vom eigentlichen The Phone House Shop getrennt. Abgerundet wird der Auftritt von The Phone House im Q110 durch eine Vortragsreihe zum Thema „Kommunikation für die ganze Familie“. An zwei Tagen in der Woche wird The Phone House Kunden und Gästen in Berlin Tips und Anregungen für ihre Kommunikation bieten. Themen sind unter anderem „Familienurlaub leicht gemacht – Der Alleskönner ‚Handy‘ auf Reisen“, „Modetrends im Mobilfunk – Das Handy als Lifestyleprodukt für sie und ihn“ und „Handyfunktionen für die ganze Familie – das kleine 1 x 1 des Mobilfunks“.

Weiterer Bestandteil des Gesamtkonzepts im Q110 ist eine Ausstellung zur Geschichte des Mobilfunks. Zu den Raritäten der

Ausstellung gehört beispielsweise das fast 16 Kilogramm schwere Autotelefon B72 von TeKaGe aus den 70er Jahren.

Beratungsqualität als Wettbewerbsfaktor

Die Reaktionen der Kunden auf die neuen Ansätze werden mit Hilfe einer Umfrage ermittelt und bilden eine wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung der Beratungsansätze in den bundesweit mehr als 100 The Phone House Shops – deren Zahl in den kommenden Monaten weiter erhöht werden soll. „Im härter werden der Verdrängungswettbewerb ist die Beratungsqualität für uns einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren“, führte Simon aus.

The Phone House hat deshalb zusammen mit Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus vom Marketing Centrum Münster ein Forschungsprojekt ins Leben gerufen. Dessen Ziel ist es, Kundenwünsche in bezug auf die Shopgestaltung, den Service und Beratungsumfang abzufragen und dadurch Erkenntnisse für die Weiterentwicklung von Beratungskonzepten zu gewinnen. Daß sich gute Beratung auf die Zufriedenheit der Kunden von The Phone House auswirkt, haben jüngst Testkäufe ergeben: Hier bezeichneten 81 Prozent, sechs Prozent mehr als 2004, die Beratung als „gut“ oder sogar „sehr gut“.

Nachfrage nach Akkus steigt

Kleine Kraftpakete von Panasonic

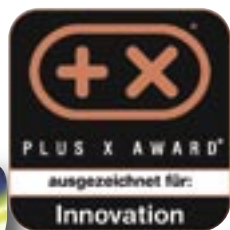
Mobile Energie ist mit dem Fortschreiten digitaler Anwendungen gefragter denn je. Doch jedes technische Gerät hat unterschiedliche Anforderungen an seine Energiequelle. Panasonic Batteries bietet leistungsfähige Batterien und Akkus, die besonders für moderne High-Tech-Anwendungen konzipiert sind.

Speziell für die Anforderungen energie-intensiver digitaler Anwendungen hat Panasonic Batteries die Digital Xtreme Power-Batterie mit Oxyride-Technologie entwickelt. Ob hochauflösende Grafiken, größerer Speicherplatz oder brillante Akustik – digitale Geräte können damit ihr ganzes Potential optimal ausschöpfen. Den Kern dieser Batterie bildet eine neue Chemie aus Nickel-Oxy-Hydroxid und Mangandioxid. Bei dieser Batterie hat Panasonic aufgrund innovativer Materialien und eines neuartigen Produktionsverfahrens die Energielei-

stung erhöht und eine längere Nutzungsdauer der Geräte ermöglicht. Digital Xtreme Power-Batterien sind somit eine ideale Energielösung für digitale Geräte wie Digitalkameras und MP3-Player. Die „Stars“ des Digital Xtreme Power Sortiments sind die Batterien ZR6 (M/AA) und ZR03 (S/AAA). Marktforschungen haben ergeben, daß Verbraucher durchschnittlich nur 2,8mal im Jahr für



Mit den neuen Digital Xtreme Power-Batterien von Panasonic Batteries kann das Potential digitaler Geräte optimal ausgeschöpft werden. Die Batterien erhielten erst kürzlich den renommierten Plus X Award in der Kategorie Innovation.



jeweils 3,20 Euro Batterien kaufen (AC Nielsen Haushaltspanel MAT05) – Ergebnisse, die eindeutig auf Low Involvement-Produkte hinweisen, die der Kunde ohne vorherige Information spontan am Point of Sale erwirbt. Der Kaufentscheidung bei Batterien für besonders hochwertige technische Geräte liegt jedoch eine andere Motivation zugrunde als bei Batteriekäufen im Bereich der Standardanwendungen. Geht es um die Energieversorgung modernster digitaler Geräte, sind die Kunden durchaus bereit, einen höheren Preis für Premium- oder High Premium-Batterien zu zahlen. Annett Strüwing, Trade Marketing Managerin der Panasonic Battery Sales Group Deutschland, erklärt diese Entwicklung so: „Konsumenten bevorzugen bei digitalen High-Tech-Geräten den Einsatz von Premium- oder High-Premium-Produkten, da sie mit ihrer Digitalkamera oder ihrem PDA einen emotionalen Zusatz-

nutzen verbinden. In diesem Bereich ist die Preis-Sensibilität, die ansonsten beim Batteriekauf zum Tragen kommt, weitaus weniger wahrnehmbar. Ausschlaggebendes Kaufkriterium ist in erster Linie die Qualität der Batterien.“ Die Digital Xtreme Power-Batterie von Panasonic wurde erst kürzlich mit dem renommierten Plus X Award in der Kategorie Innovation prämiert. Auch im Sortiment der

Akkus und Ladegeräte bietet Panasonic Batteries dem Verbraucher mobile Energielösungen für jede Anwendung. Als eines der ersten Unternehmen, das Akkus mit einer Kapazität bis zu 2.600 mAh auf den Markt gebracht hat, unterstreicht Panasonic Batteries seine Marktführerschaft und seine Rolle als Hersteller zukunftsweisender Produkte. *miz*



Bei der Vielzahl unterschiedlicher Akkus und ihrer Einsatzmöglichkeiten verliert der Anwender schnell den Überblick. Panasonic Batteries bietet für jedes Gerät den passenden Akku.

Neuheiten

SilverPearl „MicroX“: USB 2.0 Stick mit Steganos Security



Die Chips and More GmbH, Freiburg, bietet als Neuheit in ihrem Programm USB Sticks an, die mit der bereits konfigurierten Sicherheits-Software Suite „CnMemory Suite“ des Security Spezialisten und mehrfachen Testsiegers Steganos ausgeliefert werden. Mit der CnMemory Suite OEM Version bietet Chips and More den Anwendern dieser USB-Sticks höchste Sicherheit beim Schutz der gespeicherten Daten. Pro USB-Stick können bis zu drei durch unterschiedliche Paßwörter geschützte Partitionen angelegt werden. Integriert ist auch ein Datenschredder, der die gespeicherten Daten für nichtautorisierte Benutzer unlesbar macht. Der USB Stick kann jederzeit über Plug & Play und Hot-Swap mit einem PC verbunden und wieder gelöst werden, ohne Datenverluste befürchten zu müssen, und ist bootfähig. Unterstützt werden die Windows Betriebssysteme 98 SE, ME, 2000 und XP, Mac OS 9.2 und die aktuellen Linux Kernel. Chips and More bietet unter www.cnmemory.de eine Treiber-Sammlung und Utilities wie Paßwortschutz oder die 30-Tage-Testversion von „Surf it Easy“, zum sicheren Surfen im Internet ohne Spuren, zum Download an. Als erstes Modell der neuen SilverPearl Reihe mit CnMemory Suite von Steganos ist der MicroX USB 2.0 Stick mit einer Kapazität von 512 MB lieferbar.

Edimax EW-7317LDg: WLAN-Adapter mit „Spürnase“



Der neue USB-WLAN-Adapter EW-7317LDg von Edimax besitzt einen zusätzlich integrierten WiFi-Detektor mit Anzeigedisplay. Das Gerät hat die Form eines kompakten USB-Sticks und ermöglicht Laptop- und Desktop-PC-Benutzern, schnell und unkompliziert drahtlose Verbindungen mit anderen Rechnern und dem Internet herzustellen. Der WLAN-Adapter ist zu jedem Notebook oder PC kompatibel und überträgt Daten und Multimediainhalte drahtlos mit Übertragungsgeschwindigkeiten bis zu 54 MBit/s. Die unterstützten Verschlüsselungsstandards WEP, WPA und WPA2 schützen während der Übertragung vor unberechtigten Zugriffen Dritter. Der integrierte WiFi-Detektor mit beleuchtetem LCM-Display erkennt automatisch Hotspots, WLANs und netzwerkfähige Geräte und zeigt alle wichtigen Informationen über die gefundenen Netzwerke an. Neben der Signalstärke des Funksignals werden der Netzwerktyp, Übertragungskanal, Netz-



werkmodus, Verschlüsselungsstandard, die ID und die Anzahl der verfügbaren Access Points angezeigt. Die integrierte Software-AP-Funktion verwandelt den WLAN-Adapter bei Bedarf in einen lei-

stungsfähigen WLAN Access Point. Der Edimax EW-7317LDg ist ab August zum UVP von 49,95 Euro erhältlich.

BenQ S73G: Joybook für Vielflieger



Mit dem 14,1 Zoll Joybook S73G bringt BenQ ein speziell für den Businessbereich konzipiertes Notebook auf den Markt. Seine geringe Größe, kombiniert mit einem Display in WXGA-Auflösung mit 1.280 x 800 Bildpunkten, und das



geringe Gewicht von 2,3 kg machen das Joybook S73G zum idealen mobilen Rechner für den häufig fliegenden Geschäftsreisenden. Die Rechenarbeit erledigt im Joybook S73G der neue Core Duo Prozessor T2400 von Intel. Als Grafikkarte wird die derzeit schnellste X1600 mit 256 MB von ATI eingesetzt. Die hohe Grafik-Performance macht das Notebook auch ideal für Grafik- und Multimedia-Anwendungen geeignet. Als Basis für professionelles Arbeiten stehen eine Festplatte mit der Größe von 80 GB, Windows XP Professionell und ein Arbeitsspeicher von 512 MB bereit. Für die Aufrüstung mit zusätzlichem Speicher steht eine zweite freie Bank zur Verfügung, mit der Anwender bei Bedarf auf

bis zu 2.048 MB Speicher aufrüsten können. Das Joybook S73G ist mit einem Double-Layer DVD-RW Brenner ausgestattet. Das Display erreicht eine Helligkeit von 200 cd/m². Zur Steuerung von Multimedia-Anwendungen wird eine drahtlose Fernbedienung mitgeliefert, die sich unkompliziert in dem PCI-Express Slot verstauen läßt. Vorinstalliert ist die Software Skype 2.0 zur einmonatigen kostenfreien Nutzung von Skype über das Internet. Die universellen Anschlußmöglichkeiten enthalten auch einen 5-in-1-Kartenleser, eine WLAN-Schnittstelle mit den Standards 802.11 a+b+g und Bluetooth Funktionalität. Das Joybook S73G ist zum UVP von 1.299 Euro erhältlich. Während der ersten zwölf Monate leistet BenQ auch eine internationale Garantie, mit der man den Service überall in Europa nutzen kann.

Exilim Zoom EX-Z70 mit 7,1 Megapixeln



Casio hat die neue Exilim Zoom EX-Z70 vorgestellt, die eine effektive Auflösung von 7,2 Megapixeln bietet. Wie die anderen Modelle dieser Serie ist auch die Neuheit nach Unternehmensangaben flach, stilvoll, mit innovativer Technologie



ausgestattet und leicht zu bedienen. Sie vereint kompakte Größe mit intuitiver Bedienbarkeit, großem Display und lan-

ger Batterielebensdauer. Mit dem bedienerfreundlichen Kameramenu erleichtert die EX-Z70 das Fotografieren: Der Easy Mode reduziert die Vielzahl an Kameraeinstellungen auf die drei leicht bedienbaren Menüs Bildgröße, Blitz und Selbstauslöser. Über einfache Onscreen-Beschreibungen ermöglicht die Funktion die Anpassung der Kameraeinstellungen. Zur weiteren Ausstattung gehören das Dreifach-Zoomobjektiv 3.1–5.9/6.3–18.9 mm (entspricht zirka 38–114 mm bei Kleinbild), die vierfache Digitalzoomfunktion, Anti Shake DSP (Digital Signal Processor) zur Reduzierung von Verwacklungen, die Best Shot Funktion für optimale Aufnahmeergebnisse durch die einfache Auswahl von voreingestellten Motivprogrammen, ein großes 6,4-cm-Display für eine brillante Darstellung der Fotos. Das Aluminium-Gehäuse der Kamera ist schwarz.

Fritz!WLAN USB Stick ist jetzt lieferbar



Ab sofort ist der neue Fritz!WLAN USB Stick von AVM erhältlich. Mit der neuen Version des Sticks wird der Aufbau einer sicheren WLAN-Verbindung sehr einfach, denn dank der AVM Stick & Surf Technologie installiert sich der Stick unter Windows XP von selbst. In Kombination mit einer Fritz!Box WLAN überträgt der USB-Stick ganz automatisch die Sicherheitseinstellungen auf den PC. Der Fritz!WLAN USB Stick zeichnet sich durch maximale Sicherheit und sehr schnelle Übertragungsgeschwindigkeiten aus – und ist noch kleiner und kompakter als sein Vorgänger.

SanDisk präsentiert die neuen Sansa MP3-Player

Der Nano bekommt Konkurrenz

Die SanDisk Corporation stellt unter den Produktbezeichnungen SanDisk Sansa e200 und SanDisk Sansa c100 zwei neue MP3-Player-Serien vor. Die Flaggschiffe der neuen MP3-Player-Serie sind die Modelle der Sansa e200-Serie, die auch gerne mit Apples iPod Nano verglichen werden.

Die Sansa e200-Serie zeichnet sich durch ein schlankes Design mit einem 4,572 cm großen TFT Farbdisplay (QCIF+) und hochwertigen Audio-, Foto- und Video-Abspielfeatures aus. Die Speicherkapazität von 6 GB entspricht 1.400 Titeln im MP3-Format. Laut Aussagen des Herstellers ist der Player damit marktführend. Das Gerät ist auch als 4 GB- und 2 GB-Modell erhältlich. Das große Display ermöglicht die bequeme Handhabung von Playlists, Fotos und Videos. Das stabile und dennoch sehr leichte Gehäuse besteht aus einer Titan-Legierung aus dem Hause Liquid-metal Technologies. Das Material ist stärker als Stahl und äußerst kratzfest und verschleißbeständig. Für lange Spielzeiten sorgt der mitgelieferte Lithium-Ionen-Akku, der austauschbar ist. Mit Maßen von 44 mm Breite, 89 mm Länge und 13 mm Tiefe ist der Sansa e200 sehr kompakt. Die neuen Player sind so ausgelegt, daß die weitverbreiteten Musikformate wie MP3 und Windows Media Audio (WMA) problemlos abgespielt werden können, und zwar sowohl ungeschützte als auch geschützte Dateien. Für einen schnellen Zugriff auf Millionen von digitalen Musiktiteln unterstützen die MP3-Player der Sansa e200-Serie das PlaysForSure-



Für zusätzliche Speicherkapazitäten sind die Modelle der Sansa e200-Serie mit einem microSD Slot ausgestattet. In diesem finden Speichermedien wie die SanDisk TrustedFlash und gruvu Content Card Platz.

System von Microsoft. Damit können Anwender bei Musik-anbietern wie beispielsweise Napster oder Musicload einzelne Titel herunterladen und direkt bezahlen



Die neuen Player der Sansa e200-Serie haben sehr kompakte Maße von 44 x 89 x 13 mm. Das stabile und dennoch leichte Gehäuse besteht aus einer Titan-Legierung, die besonders kratz- und verschleißbeständig ist.



Die Modelle der Sansa c100-Serie sind mit Speicherkapazitäten von 1 und 2 GB lieferbar. Die MP3-Player bieten zahlreiche Features und ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

oder mit einem monatlichen Flatrate-Abo unbegrenzt Musikstücke downloaden.

Der Sansa e200 bietet aber noch weitere Features für bestes Hör- und Sehvergnügen. Dazu gehören ein Icon-basiertes Menü für eine unkomplizierte Bedienung, eine Dia-Show-Funktion, die das gleichzeitige Abspielen von Musik erlaubt, ein microSD Slot für zusätzliche Speicherkapazitäten und für SanDisk TrustedFlash und gruvu Content-Karten, die auch in Handys einsetzbar sind, sowie ein Anschluß für zukünftiges Zubehör. Die Sansa e200-Serie ist ab sofort lieferbar.

SanDisk Sansa c100

Die Sansa c100-Serie ist für anspruchsvolle Kunden konzipiert, die einen hochwertigen MP3-Player mit hoher Speicherkapazität und Farbdisplay wünschen. Die Player der c100-Serie sind mit Speicherkapazitäten von 1 und 2 GB lieferbar. Mit dem 3,07 cm großen Farbdisplay kann der Anwender Digitalbilder wie in



einem Fotoalbum oder als Dia-show mit Musik ansehen. Die Sansa c100-Serie unterstützt ebenfalls den Microsoft PlaysForSure Abo- und Downloadservice. Zudem bietet der Player eine Sprachaufnahmefunktion über das eingebaute Mikrofon. Die Geräte der c100-Serie werden mit

einer AAA-Batterie betrieben und sind auch mit einem Universal-Anschluß für zukünftiges Zubehör ausgestattet.

„Musik ist ein äußerst wichtiger Bestandteil des digitalen lifestyles. Dabei stehen die einfache Verfügbarkeit von Musik, schickes Design und hohe Stabilität für

Modell-Varianten der SanDisk Sansa e200- und c100-Serien

Modell	Speicherkapazität	Musiktitel MP3/WMA	Wiedergabezeit MP3/WMA	UVP
e250	2 GB	500/1.000	32 Std./ 64 Std.	189,- €
e260	4 GB	1.000/2.000	64 Std./128 Std.	249,- €
e270	6 GB	1.500/4.000	128 Std./256 Std.	299,- €
c140	1 GB	240/ 480	16 Std./ 32 Std.	109,- €
c150	2 GB	480/ 960	32 Std./ 64 Std.	159,- €



unterwegs im Vordergrund“, so Eric Bone, Director of Audio/Video Product Marketing bei SanDisk. „Diese neuen Player haben zahlreiche tolle Features, ein hochwertiges Design und einen attraktiven Preis, der jeden ansprechen wird, der unterwegs gerne Musik hört.“ miz



Samsung IT Sales Incentive: Power On – Take Off – See you in Miranda

„See you in Miranda“ lautet Samsungs Einladung, eine geheimnisvolle Insel mit dem Namen „Miranda“ zu erkunden, der auch das Leitmotiv der aktuellen Samsung IT Sales Incentive ist. Für 45 glückliche Gewinner wird es vom 21. bis 24. September 2006 heißen: „Sonne, Strand, Meer und jede Menge Spaß!“ Teilnehmen können alle IT-Händler.



Gewertet werden Verkaufserfolge in den Produktbereichen Displays, Drucker und Notebooks. Teilnehmer, die in der Zeit vom 1. Juni bis zum 31. August ihr individuelles, virtuelles Umsatzziel erreichen, haben die Chance, eine unvergeßliche Reise mit Samsung zu gewinnen und zu erleben. Unter den besten 100 Teilnehmern werden 45 Gewinner ausgelost, die zusammen mit Samsung in den Süden fliegen dürfen. Sonderpreise winken denjenigen, die als

erste das Rätsel um den Zielort „Miranda“ lösen. Außerdem verlost Samsung jeden Monat unter allen angemeldeten Händlern zusätzliche Preise. Die Registrierung erfolgt unter www.samsung.de/powerpartner oder über die Rufnummer 0 61 96/66 10 02. Nach der Registrierung wird Teilnehmern ihr Take-Off-Konto mit der persönlichen Zielvorgabe angezeigt, die zu 100% erreicht werden muß, um sich für die Verlosung eines der Hauptpreise zu qualifizieren. Für das Incentive Programm angerechnet werden Umsätze mit Samsung oder autorisierten Distributoren wie z. B. der Delo Computer GmbH. Der „virtuelle Umsatz“ wird aus real erreichten Umsätzen errechnet, die mit einem je nach Produktgruppe unterschiedlichen Faktor multipliziert werden: Printing: Umsatz x Faktor 3, Notebook: Umsatz x Faktor 1,5 und Displays: Umsatz x Faktor 1. Alle Umsätze werden auch für das Samsung Power Plus Prämienprogramm gewertet. Noch nicht als Samsung Power Partner registrierte Reseller können sich unter der oben genannten Internetadresse anmelden, um in den Genuß der vollen Power Partner Unterstützung zu kommen.

Auch bei DELO Computer GmbH gibt's „Fahrkarten nach Miranda“

Zu den besonderen Stärken der DELO Computer GmbH zählen strategische Partnerschaften mit führenden IT-Brands, die den umfangreichen Kundenstamm des erfolgreichen Distributions-Unternehmens mit mehr als 6.000 Fachhändlern und Wiederverkäufern zu schätzen wissen. Deshalb gelingt es DELO fast immer, dem Handel interessante Sonderaktionen und besonders attraktive Angebote von Samsung-Produkten anbieten zu können.

Samsung SyncMaster 971P: Synthese aus Tech- nik und Design

Der Samsung SyncMaster 971P ist beispielhaft für die gekonnte Verbindung von innovativer Technologie mit exklusivem Design. Dem besonders im Display-Bereich mit designorientierten Entwicklungen agilen Technologieführer Samsung ist die Synthese aus Design und Technik beim SyncMaster 971P besonders gut gelungen. Der asymmetrische Fuß des 971P ist wie der Monitor selbst im Hochglanzlook gehalten

und ermöglicht Drehungen des Bildschirms um 180 Grad und das Kippen nach vorne und hinten um 65 Grad. Über DVI-I- und



VGA-Eingang kann ein Mac oder PC angeschlossen werden, falls gewünscht auch beide gleichzeitig. Die Reaktionsgeschwindigkeit von 6 ms (G/G) macht den SyncMaster 971P ideal für die Darstellung schnell bewegter Inhalte. Das Kontrastverhältnis beträgt 1.500:1, die Helligkeit von 250 cd/m², der Betrachtungswinkel horizontal wie vertikal 178 Grad°.

Cash-Back Aktion für Single-Pass Farblaser CLP-600 nur noch bis 31.8.

Im Rahmen der aktuellen Cash-Back Aktion der Printing Division

können Endkunden Samsung noch bis zum 31.8. zur Kasse bitten: Für jeden gekauften CLP-600 und CLP-600N bekommt der Endkunde eine Cash-Back Rückvergütung von 100,- Euro inkl. MwSt. Mit seiner Seitenleistung von bis zu 20 Seiten DIN A4 pro Minute in brillanten Farben oder Schwarzweiß und zahlreichen Druckfunktionen setzt Samsungs erster Single-Pass-Farblaserdrucker CLP-600 neue Maßstäbe für Qualität und Geschwindigkeit. Mit einem Betriebsgeräusch von weniger als 50 dB (A) zählt er zu



den leisesten Geräten im Markt. Die Netzwerk-Version CLP-600N verfügt über eine 10/100 Base TX Ethernet-Schnittstelle und kann optional mit einer WLAN-Schnittstelle (802.11 a/b/g) ausgestattet werden. Der UVP beträgt 749,- Euro. evo

PoS-Neuheiten

Fujitsu Siemens: „SimpliCo“ – PC für ältere Mitbürger



Fujitsu Siemens Computers gebührt das Verdienst, als erstes Unternehmen einen neuartigen PC auf den Markt gebracht zu haben, der mit seiner gesamten Grundkonzeption und einfachen Bedienbarkeit besonders für ältere Mitbürger, Computereiniger und Neueinsteiger geeignet ist. „Der SimpliCo“ ist laut Fujitsu-Siemens besonders dafür geeignet, Barrieren abzubauen, die vielen Menschen den Weg zum Computer versperren. Das trifft besonders auf die Menschen zu, die während ihres bisherigen Lebens weder in der Schule oder der Berufsausbildung, noch während ihrer Berufstätigkeit mit der Bedienung und Nutzung eines Computers vertraut gemacht wurden. Die Bedienoberfläche des SimpliCo basiert auf einer einfachen Grundform: Vier farblich getrennte Bereiche sind

innerhalb eines Kreises angeordnet. Jede Farbe steht symbolisch für einen von vier Nutzungsbereichen des Computers: Blau = Büro & Organisation, Rot = Internet & E-Mail, Grün = Hobby & Freizeit, Gelb = Spaß & Spiele. Bei der Größe und dem Typ der auf der Bedienoberfläche angezeigten Schrift haben die Entwickler von Fujitsu Siemens Computers auf gute Lesbarkeit geachtet. Bei der Hardware setzt der Hersteller auf Scaleo Rechner im klassischen PC-Formfaktor. „Der SimpliCo bietet alles, was ein moderner Home-PC leisten muß“, sagte Sven Rathjen, Leiter Consumer Business Deutschland, Fujitsu Siemens Computers. „Ohne Installation, Konfiguration und Computerkenntnisse, ob für Büro, Internet, Hobby oder Spiele: Mit der neuartigen Benutzerführung finden sich Anwender auf Anhieb schnell zurecht. Der PC ist fertig eingerichtet und bietet zudem ein Höchstmaß an Sicherheit vor falscher Bedienung und unerwünschten „Gästen“ aus dem Internet.“ Für die Erstinstallation beim Kunden beschreitet Fujitsu Siemens Computers neue Wege. Dem Endkunden wird die Möglichkeit geboten, einen Installationservice vom Händler in Anspruch zu nehmen, der das Gerät vor Ort einrichtet und den Kunden in die

Grundfunktionen einweist. Highlights und Besonderheiten des SimpliCo im Überblick: sofort ohne Installation und Konfiguration einsatzbereit, neuartige Benutzerführung für eine intuitive Handhabung, facettenreiche Anwendungen für Büro, Internet, Hobby und Spiele, intelligente Mechanismen zur Vermeidung falscher Bedienung, umfassender Virenschutz für komfortables Internetsurfen, besondere Service-Unterstützung. Der SimpliCo von Fujitsu Siemens wird ab sofort in unterschiedlichen Varianten zum UVP ab 899 Euro erhältlich sein.

Philips Blu-Ray „TripleWriter“ SPD7000 im Spätsommer



Philips will im Spätsommer auf dem europäischen Markt sein bereits auf der Computex Taiwan vorgestelltes Blu-Ray-Laufwerk „TripleWriter“ SPD7000 ausliefern. Dabei handelt es sich um ein All-in-One PC-Brenner-Laufwerk für den internen Einbau in Desktop-Rechner. Philips ist eines der Gründungsmitglieder der Blu-Ray Disc Association. Der Philips TripleWriter beschreibt und liest alle ver-

breiteten Optical Disk Formate: CDs, DVDs und Blu-Ray Discs, jedoch keine HD-DVDs. BD-ROM-Medien (= Blu-Ray Datendisk) liest und beschreibt das Laufwerk mit zweifacher Geschwindigkeit und 72 Mbit/s kontinuierlicher Datenrate). Unterstützt werden die Formate BD-R (Blu-Ray Disc für einmalige Aufnahme) und BD-RE-Medien (Blu-Ray Disc für mehrfache Aufnahme). Der TripleWriter liest und beschreibt auch CD-ROM, CD-R, CD-RW, DVD-ROM, DVD+R DL, DVD-R, DVD-R DL, DVD+RW und DVD-RW. Im Lieferumfang des Geräts ist Nero 7



Essential Digital Media enthalten. Zeitgleich mit der Einführung seines ersten Blu-Ray Disc Laufwerks bringt Philips unter eigenem Brand auch Blu-Ray Disc-Rohlinge auf den Markt: Die BD-R- und BD-RE-Discs werden mit 25 GB Fassungsvermögen (single layer) und 50 GB (dual layer) erhältlich sein. Die Blu-Ray

Medien verfügen über eine hochbelastbare Schutzschicht, die auf Hard Coating-Technologie basiert. Durch ihre Schutzschicht sind Blu-Ray Medien sogar unempfindlicher als CD- oder DVD-Medien.

Sanyo kündigt neuen SD-Karten Camcorder an



Sanyo hat den Xacti HD1A angekündigt, einen ultrakompakten Camcorder, der Videoclips in High Definition-Qualität auf SD-Karte aufnimmt. Wie sein Vorgänger zeichnet sich das leichtgewichtige Multitalent (210 g) neben der High Definition Videoauflösung auch durch die kompakten Abmessungen von 80 x 119 x 36 mm aus. Der neue Xacti HD1A liefert laut Hersteller beeindruckend brillante Filme in High Definition 720p-Technologie: Mit 1.280 x 720 Bildpunkten und 30 Bildern pro Sekunde überzeugen farbenfrohe, detailreiche Videos in großartiger Schärfe. Das 16:9-Format verleiht Videoclips und Fotos (bis max. 3,8 Megapixel) filmreifen Charakter. Diese können dann in voller Größe am HDTV angesehen werden.

POS Neuheiten

Hyundai B71D LCD-Monitor: „Schwarz ist schön“



Mit dem Slogan „Schwarz ist schön“ präsentiert der koreanische Displayhersteller Hyundai seinen neuen, extrem schnellen 17-Zoll LCD-Monitor Hyundai B71D. Mit einem LCD TN TFT Panel mit dem Kontrastverhältnis von 700:1 und der Helligkeit von 300 cd/m² in einem sorgfältig gestalteten schwarzen Gehäuse mit anmutiger Ausstrahlung unterstreicht Hyundai IT wieder einmal seine Kompetenz für die optimale Verschmelzung von neuester Technologie und brillantem Design. Das extrem schnelle 17“ Display mit einer Reaktionszeit von 4 ms (Grey-to-Grey) ist neben typischen Office-Anwendungen hervorragend für den multimedialen Einsatz und die Darstellung von Filmen und Computerspielen



einsetzbar. Das hochwertige A-Class Panel mit der nativen Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten Farbbrillanz stellt selbst feinste Details mit hoher Schärfe und überzeugender Fabsättigung dar. Die integrierte, digitale DVI-D Schnittstelle garantiert eine hochwertige und verlustfreie Signalübertragung. Über einen 15-poligen analogen Signaleingang (D-sub) für herkömmliche Grafiksignale verfügt der Hyundai B71D außerdem. Der horizontale wie vertikale Betrachtungswinkel von 160° garantiert kontrastreiche und farbstarke Bildeindrücke von unterschiedlichsten Betrachtungspositionen aus. Der mit nur 14 mm äußerst schmale, schwarz lackierte Display-Rahmen und der elegante und doch sichere Standfuß bilden optisch eine ansprechende Einheit. Befestigungsmöglichkeiten für Schwenkarm und Wandhalterung nach dem VESA Standard, zwei integrierte Lautsprecher, ein geringer Leistungsverbrauch von max. 35 Watt und die Erfüllung der TCO 03 Norm runden das Gesamtkonzept des Hyundai B71D ab. Sein Preis-/Leistungsverhältnis ist attraktiv. Im Lieferumfang enthalten sind Netzkabel, Netzteil, D-Sub Kabel, Installations-Kurzanleitung sowie eine CD-ROM mit Treibern und Software.

750 Gigabyte extern von Seagate



Auf der weltweit ersten externen Festplatte mit 750 Gigabyte von Seagate können Anwender ihre gesamte Musik-, Film-, Foto- und Datensammlung speichern. Auf dem Schreibtisch benötigt das Seagate 750 GB PushButton Back-Up Hard Drive nicht mehr Platz als ein Tacker. Der weltgrößte Festplattenhersteller Seagate Technology bringt die neue Festplatte als neueste Ergänzung seiner preisgekrönten Seagate-Produktreihe für Endkunden auf den Markt. Sie ermöglicht dem Anwender, alle seine wertvollen digitalen Inhalte an einem Ort sicher und einfach zu speichern. Das PushButton Back-Up Hard Drive bietet beispielsweise für

folgende Daten Platz: 15.000 digitale Songs plus 15.000 digitale Fotos plus 50 Stunden Heimvideos plus 50 Computerspiele plus 25 Filme in DVD-Qualität. Außerdem bleiben danach noch immer 300 Gigabyte (GB) an Speicherplatz übrig. Eine derartig große Kapazität war bisher nur durch die Zusammenschaltung mehrerer Laufwerke in einem gemeinsamen Gehäuse und mit einem RAID-Controller realisierbar. Seagate hat die Festplatte in einem äußerst kompakten, eleganten Gehäuse untergebracht. Im deutschsprachigen Raum ist das Seagate 750 GB PushButton Back-Up Hard Drive bereits lieferbar. „Digitale Inhalte spielen in unserem Leben eine immer größere und wichtigere Rolle“, so Jim Drucker, Senior Vice President und General Manager Seagate Branded Solutions. „Digitale Musik, Bilder, Filme und Dokumente sind die Währung des neuen Jahrtausends. Seagate setzt hier neue Maßstäbe und stellt neue Lösungen bereit für das Sammeln, Speichern und Schützen der Artefakte unseres digitalen Zeitalters.“ Das 750 GB Pushbutton Back-Up Hard Drive ist das erste externe 3,5-Zoll-Laufwerk, das die revolutionäre Perpendicular-Recording-Technologie von Seagate nutzt. Es basiert auf der kürzlich vorgestellten Barracuda-7200.10-Familie, die eine branchenweit unerreichte Speicherdichte von 188 Gigabyte pro Platte erreicht. Mit dieser Datendichte erreicht das Seagate-Laufwerk die größte Zuverlässigkeit und Performance aller Desktop-Festplatten seiner Klasse.

Sagem Set-Top-Boxen für hochauflösendes TV in vier Technologien



Sagem Communication ist der erste Hersteller, der MPEG4-Set-Top-Boxen zum Empfang von hochauflösendem Fernsehen für die vier existierenden Broadcast-Technologien IP, Satellit, terrestrisch und Kabel auf den Markt gebracht hat. Damit festigte Sagem seine Position als führender Zulieferer von MPEG4-Decodern im gesamten Europa, insbesondere im Bereich von High-Definition-Geräten. Bis Ende Juli 2006 werden mehr als 500.000 MPEG4-Set-Top-Boxen, einschließlich 100.000 MPEG4-High-Definition-Set-Top-Boxen, von Sagem an verschiedene europäische Betreiber geliefert. Die nachfolgenden Sagem-Produkte sind seit Mitte Mai auf dem Markt:

- Sagem ITAD80 HD, Hybridreceiver für TV via IP und DTT
- Sagem ITSD81 HD, Hybridreceiver für Satellit und DTT
- Sagem ITD81 HD, für Pay per View- DTT
- Sagem ICAD81 HD, Hybridreceiver für Kabel und TV via IP

„Wir sind sehr stolz auf diese Weltneuheit. Alle unsere Teams haben ihr Bestes gegeben, um den technologischen Anforderungen von High Definition und unseren Verpflichtungen gegenüber unseren Kunden gerecht zu werden. Wir möchten diesen für das Vertrauen danken, das sie in unser Unternehmen gesetzt haben, um High Definition noch vor der Fußball-Weltmeisterschaft auf den Markt zu bringen“, äußerte sich Patrick Sevan, der stellvertretende Chief Executive Officer von Sagem Communication. Sagem fertigte 1989 seine ersten analogen Receiver mit digitaler Zugangskontrolle und führte 1996 seine ersten digitalen Set-Top-Boxen ein. Heute ist das Unternehmen der größte Lieferant von Set-Top-Boxen für digitales, terrestrisches und IP-Fernsehen – dank einer breiten Produktpalette von Receivern der Einstiegsklasse mit Basisfunktionen (auch als „Zapper“ bezeichnet) bis hin zu digitalen Receiver/Recordern mit Twin Tunern und integrierter Festplatte (PVR). Mit der aktuellen Ankündigung unterstreicht Sagem seine führende Rolle im Bereich der digitalen Set-Top-Boxen.

POS Aktuell

Christoph Preuß folgt Hubert Kluske als Leiter Sop-Vertrieb

Ab sofort leitet Christoph Preuß beim Mobilfunk-Serviceprovider mobilcom den Shop-Vertrieb. Er tritt in Büdelsdorf die Nachfolge von Hubert Kluske an, der Ende Juni 2006 nach acht erfolgreichen Jahren das Unternehmen verlassen hat. Der 32-jährige Preuß ist bereits seit 2002 im Unternehmen und verantwortete dort zuletzt den gesamten Bereich Marketing. Neben seiner neuen Tätigkeit an der Spitze der mobilcom-Franchisekette hat der gebürtige Pfälzer zudem die Leitung der Abteilung Werbung/Verkaufsförderung und Schulung inne und berichtet direkt an den Vorstand. Nach einem Studium der Betriebswirtschaft arbeitete Preuß bei Siemens und SAP, bevor er im schweizerischen St. Gallen ein MBA-Studium anschloß. Im Januar 2002 startete er bei mobilcom als Projektleiter im Vorstandstab, drei Jahre später stieg er zum Bereichsleiter auf.

„Ich freue mich darauf, das größte Franchise-System der Mobilfunk-Branche zu führen, es qualitativ weiter auszubauen und die Ertragskraft weiter zu stärken“, sagte Preuß. „Ich bin sicher, daß wir die erfolgreiche Arbeit meines Vorgängers weiterführen können und gemeinsam den anstehenden Herausforderungen des Marktes positiv begegnen werden.“ In diesem Zusammenhang wird das Produktmanagement künftig dem Geschäftsbereich Einkauf und Produkte zugeordnet, der von Stephan Brauer geleitet wird. Der 37-jährige Diplom-Kaufmann startete seine Laufbahn bei der mobilcom AG im Jahr 1994 und ist seit 2004 als Geschäftsführer für das Unternehmen tätig. Bislang verantwortete er als Bereichsleiter das Netzbetreiber-Management und den Einkauf. Die Produktentwicklung ist so deutlich enger an die Zusammenarbeit mit Netzen und Handyherstellern geknüpft. Diese strategische Neuausrichtung unter der Leitung von Stephan Brauer sichert die zielgerichtete Weiterentwicklung der Mobilfunk-Produkte im Hause mobilcom.

IT-Gigant Foxconn und Devil Computer GmbH kooperieren

IT-Gigant Foxconn, mit weltweit 42 Millionen abgesetzten Mainboards der zweitgrößte Mainboard-Hersteller der Welt, hat mit dem deutschen EDV-Grossisten Devil GmbH einen mit sofortiger Wirkung in Kraft gesetzten Distributionsvertrag geschlossen. Hauptgegenstand der Kooperation ist die Vermarktung hochwertiger Mainboards an den deutschen Fach- und Systemhandel bei hoher Verfügbarkeit. Foxconn und Devil planen darüber hinaus auch die Vermarktung von PC-Gehäusen, Cardreadern und Kühlern. Von den hervorragenden Verbindungen, die Foxconn vor allem als OEM-Komponenten-Partner zu internationalen Markenherstellern aufgebaut hat, können jetzt auch die Kunden und Handelspartner von Devil profitieren. Foxconn gewährt 36 Monate Garantie auf alle von ihm angebotenen Mainboards. Kein Produkt verläßt das Werk ohne Qualitätskontrolle, so daß die RMA-Quote nach Angaben von Foxconn bei unter einem Prozent liegt. „Die Marke Foxconn

kennen in Deutschland nur wenige, obwohl zahlreiche markenbewußte System-Anwender die OEM-Komponenten bereits erfolgreich nutzen. Die Qualität von Foxconn-Mainboards ist kaum zu übertreffen. Das Preis-/Leistungsverhältnis ist ideal. Wir sehen für diese Komponenten ein enormes Potential, das wir gemeinsam nutzen wollen“, kommentierte Andreas Dudda, Produktmanager im Einkauf von Devil, die Kooperation. „Für unsere Offensive auf dem deutschen Markt ist Devil ein unverzichtbarer Partner. Devil gilt im Fachhandel als erste Adresse, besonders wenn es um das Komponenten-geschäft geht. Von der starken Position Devils erwarten wir deutliche Impulse für unser Ziel, hier stabile Marktanteile zu generieren“, so Darren Cox, Managing Director bei Foxconn.

Samsung: Service für Farblaser-Demodrucker

Für Fachhändler wie Endanwender hat Samsung jetzt im Internet einen kostenlosen Service zur Anforderung von Demodruckern der aktuellen Farblaserdrucker eingerichtet. Auf der Samsung-Website im Bereich Drucker bei den einzelnen Farblasermodellen können die Drucke mit nur wenigen Mausklicks angefordert werden. Für den Testausdruck können neben den zur Auswahl stehenden Druckvorlagen auch eigene Fotos und Dokumente bis zu einer Datei-Größe von zehn MByte hochgeladen werden. Die Nutzung des kostenfreien Services ist unkompliziert. Bestellt werden können Ausdrücke einer A4-Textseite und einer A4-Seite mit Mix aus Text und Grafik sowie eines großen Fotos. Innerhalb weniger Tage verschickt Samsung die gewünschten Demo-Prints an die bei der Bestellung angegebene Adresse. Für telefonische Anforderungen steht die Samsung-Hotline zur Verfügung: 01805/121213.

mobilcom bietet jetzt über 90.000 Tools im Online-Shop

Handynutzer finden bei mobilcom jetzt nicht mehr nur Logos und Klingeltöne: Unter der Adresse www.mpocket.de bietet der Mobilfunk-Serviceprovider ab sofort mehr als 90.000 Anwenderprogramme und Tools für PDAs und Handys und die Plattformen Palm OS, PocketPC, Symbian und Java. Darüber hinaus informiert mobilcom hier täglich aktuell über Branchennews und Produkttests sowie über neue Software und Updates. „Mit dem neuen Downloadportal bieten wir unseren Kunden einen hohen Nutzwert und für jeden Geldbeutel ein passendes Angebot“, erklärt Stephan Brauer, Geschäftsführer und Leiter Produktmarketing. „In dem Shop können Interessierte ab sofort aktuelle Software auf einfache Weise und schneller als je zuvor finden, ausprobieren und erwerben.“ Wer sein Handy oder den PDA aufrüsten will, muß sich unter www.mpocket.de oder unter www.mobilcom.de/software lediglich registrieren. Mit der Angabe seines Geräts listet der Shop alle damit kompatiblen und verfügbaren Programme auf.

„Hyundai ImageQuest“ wird „Hyundai IT“

20 Jahre nach der Gründung des Unternehmens Hyundai ImageQuest ändert der Hersteller von IT-Monitoren und Flachbild-Fernsehern seinen Namen in Hyundai IT und will sich mittelfristig weiteren Geschäftsfeldern öffnen: Hyundai ImageQuest Europe GmbH firmiert künftig unter dem neuen Namen Hyundai IT Europe GmbH. Die Namensänderung ist Bestandteil der im letzten Jahr begonnenen Umstrukturierungsmaßnahmen. Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung

der Produktbereiche IT-Monitore und Flachbildfernseher, die weiterhin das Kerngeschäft der Hyundai IT Europe GmbH bleiben, plant man, neue Geschäftsfelder und Marktsegmente zu erschließen. Hyundai IT wird künftig auch innovative Produkte anbieten, die nicht unbedingt dem Display-Bereich zuzuordnen sind. Der neue Name spiegelt das erweiterte Tätigkeitsfeld wesentlich treffender wider. Der Zusatz „IT“ ist dabei gleich im doppelten Sinne zu interpretieren: Neben „Information Technology“ steht „IT“ auch synonym für „Intelligent Technology“, erläutert Sejong Kong Chi, Geschäftsführer von Hyundai IT. „Insbesondere neue Produkte aus dem IT- und CE-Segment wie auch neue Produkte, die den Trend zur Konvergenz beider Bereiche berücksichtigen, werden in der neuen Unternehmensstrategie einen Schwerpunkt bilden“, so Chi. Er betont: „Durch die Umfirmierung möchten wir diesen



Sejong Kong Chi, Geschäftsführer Hyundai IT

Wandel initialisieren und die Erweiterung unserer Unternehmensvision zum Ausdruck bringen. Hyundai IT zählt zu den führenden, koreanischen Herstellern leistungsstarker und designorientierter Display-Produkte. Wir werden uns auch zukünftig stets an den Bedürfnissen unserer Kunden orientieren und innovative Technologien in bekannter hoher Qualität und kombiniert mit einem optimalen Service anbieten“, versichert Chi. Die Europa-Zentrale der heutigen Hyundai IT Europe GmbH mit Sitz in Hochheim am Main wurde 2000 gegründet und beschäftigt rund 40 Mitarbeiter.

Mehr als eine Million Nokia 3250 in vier Monaten verkauft

Mit mehr als einer Million verkauften Geräten seit der Markteinführung im März 2006 scheint das Nokia 3250 Musik-Telefon zu einem „Must-Have“ dieses Sommers geworden zu sein. Neben einer Speicherkapazität für bis zu 750 Songs (1 GB) in hoher Klangqualität ist die Zwei-Megapixel-Kamera ein weiteres Ausstattungsdetail dieses Mobiltelefons. „Als weltweit größter Hersteller digitaler Musik-Player ist Nokia weiterhin darin führend, mobile Musik für alle zugänglich zu machen“, sagte Heikki Norta, Senior Vice President der Nokia Lifestyle Products Group. „Das Nokia 3250 ist ein idealer Reisebegleiter für den Sommerurlaub – es speichert alle Lieblingslieder, zeichnet die schönsten Urlaubserinnerungen auf und hat sogar einen Offline Modus für Langstreckenflüge.“ Das Nokia 3250 basiert auf der S60 3rd Edition Software und dem Betriebssystem Symbian OS. Dadurch kann sich ein Smartphone zu einem vielseitigen Musik-Player wandeln. Die Musik kann dank der Software nicht nur aufgespielt und übertragen werden, sie kann auch gekauft und gemeinsam mit Freunden erlebt oder ausgetauscht werden.

Belkin: „Bei sinkenden Margen für Keyprodukte wird Attach-Sales immer wichtiger für den Fachhandel“

Interview mit Lutz Müller, Geschäftsführer DACH von Belkin

PoS-MAIL: Herr Müller, seit Januar dieses Jahres sind Sie Geschäftsführer DACH der Belkin GmbH, München. Welche Erfahrung bringen Sie für diese Aufgabe mit?

Lutz Müller: Ich bin seit elf Jahren in der IT-Branche tätig, zuletzt als Geschäftsführer von Iiyama Deutschland, dem europäischen Hauptsitz des Unternehmens, zu dessen Zuständigkeitsbereich der Vertrieb aller europäischen Niederlassungen und der USA gehört.

PoS-MAIL: Welche Gründe beeinflussten Ihren Wechsel zu Belkin?

Lutz Müller: Belkin ist in den USA Marktführer im Bereich Zubehörprodukte. Der Zubehörmarkt schöpft sein riesiges Potential bisher noch nicht aus. Das sehe ich als Herausforderung an.

PoS-MAIL: Was sind die Stärken von Belkin und wie profitieren Reseller und Partner davon?

Lutz Müller: Im Vergleich zu Wettbewerbern bietet Belkin dem Einzelhandel, Distributoren, Mail-order-Anbietern und E-Commerce-Treibenden ein komplettes Produktportfolio von mehr als 16.000 Produkten an. Unser telefonischer Kunden-Support ist kostenlos, und



für über 70 Prozent seiner Produkte gewährt Belkin lebenslange Garantie. Beim Auftreten technischer Probleme erhält der Kunde stets ein Ersatzprodukt statt eines lediglich reparierten Gerätes zurück.

PoS-MAIL: Welche strategischen Ziele verfolgen Sie?

Lutz Müller: Mittelfristig wollen wir zu den Top 3 der Zubehörerhersteller gehören, langfristig Marktführer werden. Unser starkes Netzwerk werden wir weiter ausbauen und unsere Partner mit Marketingaktionen und attraktiven Margen unterstützen. Wir konzentrieren uns auf eine deutlichere Channel-Strategie und die Optimierung der Kommunikation mit unseren Partnern.

PoS-MAIL: Wie ist die Margen- und Preisentwicklung?

Lutz Müller: Bei schrumpfenden Margen für Keyprodukte wird Attach-Sales für die Margengenerierung des Fachhandels immer wichtiger. Als Lösungsanbieter mit 16.000 Produkten bietet Belkin im Zubehörbereich eine mehr als doppelt so hohe Marge wie vergleichbare Hersteller.

PoS-MAIL: Welche Aktivitäten zur Unterstützung des Fachhandels plant Belkin in naher Zukunft?

Lutz Müller: Ein Partnerprogramm für den europäischen Markt (Alliance Partner Program) und die Unterstützung des Fachhandels mit Postern, Prospekten, Datenblättern sowie Kompatibilitätslisten für Reseller. Händler werden bei regionalen Marketing-Aktivitäten unterstützt.

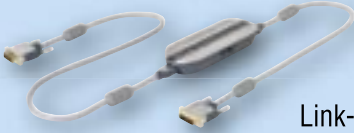
PoS-MAIL: Welche Rolle spielt das Design?

Lutz Müller: Design wird für Endkonsumenten immer wichtiger. Deshalb unterhalten wir in Hollywood eine eigene Innovation Design Group für Produktdesign. Zubehör mit ansprechendem Design darf auch etwas kosten. Das kann der Handel für sich nutzen.

PoS-MAIL: Herr Müller, vielen Dank für das informative Gespräch.

RazorVision von Belkin für schärfere Bilder

Belkin RazorVision-Kabel sind in drei verschiedenen Ausführungen erhältlich: Das RazorVision HDMI Audio-Video-Kabel zum UVP von 399,99 EUR, das RazorVision HDMI zu DVI-Kabel zum UVP von 349,99 EUR und das RazorVision DVI Dual-Link-Kabel zum UVP von 299,99 EUR.



HDMI- und DVI-Videoadapter

Mit dem DVI/HDMI-Videoadapter läßt sich ein HDMI-Kabel an eine DVI-fähige Komponente anschließen. Versilbertes, sauerstofffreies Kupfer reduziert die Signalverzerrung und sorgt für optimale Klarheit. Doppelte Abschirmung und Polyethylen-Isolierung verhindern externe Störungen und garantieren beste Bildqualität. 24-Karat-vergoldete Kontakte gewährleisten optimale Signalübertragung.



Vergoldete Lautsprecherstecker

24 Karat vergoldete Lautsprecherstecker der PureAV Silver-Serie stellen hochwertige Verbindungen zwischen Lautsprechern und AV-Empfänger oder Verstärker her und gewährleisten optimale Signalübertragung. Belkin bietet Bananenstecker und Kabelschuhe für den Anschluß an Lautsprecher mit Binding-Post-Anschlüssen (5 Wege) und Lautsprecherstecker für den Anschluß an Lautsprecher mit Federklemmen oder Binding-Post-Anschlüssen (5 Wege) an.



Do-It-Yourself Lautsprecherstecker

Die vergoldeten Do-It-Yourself Steckverbinder der PureAV Silver-Serie für die Terminierung von 12- bis 18-Gauge-Lautsprecherkabeln ermöglichen hochwertige Verbindungen zwischen Surround-Sound-Lautsprechern und AV-Empfänger oder Verstärker.



3fach-Scart-Adapter

Mit dem Belkin 3fach-Scart-Adapter lassen sich mehrere Videoquellen wie DVD-Player, Videorekorder und Satellitenempfänger an einen Fernseh-Scart-Anschluß anschließen. Das jeweils benutzte Gerät, DVD-Player, Videorekorder oder Satellitenempfänger, wird einfach eingeschaltet.

evo



PoS Neuheiten

Sony Carbon-Notebook wiegt nur 1,25 kg



Das in Japan bereits vorgestellte Sony Subnotebook „TX3“ soll im August auch auf den deutschen Markt kommen. Mit seinem Gewicht von 1,25 kg, dem ungewöhnlich robust und widerstandsfähig gestalteten Carbonegehäuse und der umfassenden technischen Ausstattung bietet das Vaio TX3-Notebook in jeder Beziehung außergewöhnliche Spitzenleistungen und wiegt wegen seiner speziellen Bauweise nur etwa halb so viel wie vergleichbare Mobilrechner in konventioneller Bauweise. Das Hightech-Material Carbonfaser wird wegen seiner hohen Festigkeit und dem geringen Gewicht auch in der Raumfahrt, dem Flugzeugbau und der Formel 1 eingesetzt. Fiber-Carbon hat außerdem eine hervorragende Wärmeleitfähigkeit, die beim Gehäuse-Chassis des TX3 zur effektiveren Kühlung eingesetzt wird. Dadurch können

die Lüfterleistung reduziert und das Betriebsgeräusch minimiert werden. Die vorwiegend mobile Nutzung wird durch integrierte Sicherheits-Technologien unterstützt wie HDD- Shock-Protection, Fingerabdruck-Erkennung und der

Trusted Platform Module Chip zur Fingerabdruck-Erkennung (TPM nur beim Modell VGN-TX3XP/B). Das integrierte Double-Layer DVD±RW-Laufwerk und das durch Fiber-Carbon-Bauweise nur 4,5 mm starke 11,1-Zoll Display mit 1.366 x

768 Bildpunkten im 16:9-Breitbildformat machen neben der Office-Arbeit auch multimediale Anwendungen zum Vergnügen. Ein Keyfaktor für den mobilen Anwender ist jedoch die lange Batterielaufzeit des TX3-Notebooks. Der energie-

sparende Intel Core Solo Ultra-Low Voltage (ULV) Prozessor und der geringe zur Gehäusekühlung erforderliche Energieaufwand machen bis zu sieben Stunden Batterie-Laufzeit ohne Aufladen möglich. Wie alle Vaio-Geräte ist auch das TX3 mit einem umfang-

NEC präsentiert neue digitale Kinoprojektoren



Auf der Cinema Expo International in Amsterdam hat NEC sein gesamtes umfangreiches Produktangebot für das zukünftige, voll digitalisierte Kino gezeigt. Denn auch die Kino-Theater beginnen damit, sich vom analogen Zeitalter der Filmprojektion und dem klassischen Informationsträger „Film“ zu verabschieden. Digitale Projektionstechnik bietet im Vergleich zum Kinofilm die höhere Bild- und Tonqualität verbunden mit einem fest implementierten Kopierschutz und ist außerdem für die Film-Industrie wie für die Verleihunternehmen wesentlich kostengünstiger als die bisherige Technologie, denn ein Großteil des Aufwands für Filmkopien sowie die Verteilung und der Austausch derselben entfallen. Betreibern von Kinotheatern eröffnet die digitale Projektionstechnik neue Möglichkeiten, wie zum Beispiel die Übertragung und Vorführung von Live-Events und



kulturellen oder sportlichen Großereignissen. Vielfach beachtete Highlights des NEC Standes waren der NC1500C, ein digitaler Projektor für Kinos mit mittlerer Leinwandgröße und der neue NEC Digital Cinema Server MM2000 für die Inhaltsverwaltung und Wiedergabe von Film, Werbung und Digitalpostern in Kinos. Der NC1500C arbeitet mit einer Auflösung von 2.048 x 1.080 Pixeln und erzeugt auf einer Projektionsbreite bis zu 15 Metern brillante Kinobilder. Der größere NC2500S kann Leinwände bis zu 25 Metern Breite bespielen. Beide NEC Kino-Projektoren basieren auf DLPTM Technologie und sind, wie alle digitalen NEC Kino-Projektoren für das Abspielen von 3D-Inhalten geeignet, ohne daß dazu zusätzliche Geräte benötigt werden. Als einer der größten Anbieter für digitales Kino-Equipment hat NEC bereits zahlreiche Kinos in England und Irland mit digitalen Projektoren ausgerüstet.



reichen Adobe Software-Paket ausgestattet, das für die Foto- und Videobearbeitung Photoshop Elements 4 und Premiere Elements 2 enthält und Acrobat 7.0 Elements zur Erstellung von PDF-Dokumenten. Die Ausstattung mit 60-GB-Byte-Festplatte, 512 MByte Speicher, WLAN nach 802.11 b/g (bis zu 54 MBit/s), Modem, Fast Ethernet und Slot für PC-Cards ist für ein Gerät dieser Größe und sein geringes Gewicht beeindruckend.

Ich kaufe Verbatim bei ComLine!

Verbatim Blu-ray BD-R 5er Pack JC 25 GB 2x

NEU!

Blu-ray Discs (BD) haben eine Kapazität von 25 GB und können mehr als 2 Stunden Fernsehprogramme in High Definition aufnehmen.



Damit entspricht Verbatim der zunehmenden Nachfrage, die durch das schnelle Wachstum des High Definition Fernsehens ausgelöst wird.

Hersteller-Nr.: 43613

Art.Nr. ZC-187001 **59,90**

Verbatim Store ,n' Go USB 2.0 Drive 4 GB

NEU!



Verbatim.

Das Hi-Speed USB 2.0 Drive schreibt Daten mit bis zu 6 MB pro Sekunde und liest sie mit bis zu 13 MB pro Sekunde.

Hersteller-Nr.: 47188

Art.Nr. USB-352210 **69,90**

Verbatim SD Card 2 GB SecureDigital-Speicherkarte



Verbatim.

Diese Speicherkarte wurde für Geräte wie tragbare Musik-Player, PDAs, Digitalkameras, Camcorder, Handys oder PCs entwickelt.

Hersteller-Nr.: 47172

Art.Nr. CRZ-6160 **40,90**

Verbatim Store ,n' Go USB External HD Drive 8 GB

NEU!



Verbatim.

Kapazität: 8 GB
RPM: 3600
Plug & Play
7,0 x 5,4 x 0,95 cm
Gewicht: 50 g

Hersteller-Nr.: 95312

Art.Nr. USB-354110 **126,90**

www.ComLine-Shop.de



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

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



Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt für den Bereich Vertrieb Unterhaltungselektronik einen qualifizierten Mitarbeiter (m/w)

Vertriebsrepräsentant/ Key Account Manager

Ihre Aufgabe ist der Vertrieb von Unterhaltungselektronik aus dem Hardware- und Zubehörbereich, insbesondere MP3, PSP und Mobile, Durchführung von Verkaufsaktionen, regelmäßige Kundenbesuche, Verkauf der Produkte an bestehende und neue Kunden, Betreuung und Unterstützung des Fachhandels bei Verkaufs- und Werbemaßnahmen, Erstellen von Verkaufs- und Absatzplanungen.

Wir erwarten eine abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung mit Berufserfahrung im Bereich Vertrieb Unterhaltungselektronik. Verhandlungs- und Abschlusssicherheit, ein hohes Maß an Kundenorientierung, Eigeninitiative und Verantwortungsbewußtsein sowie gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift setzen wir voraus.

Es erwartet Sie eine interessante und ausbaufähige Tätigkeit in einem aufgeschlossenen Team und leistungsgerechte Bezahlung. Wir bieten Ihnen eine eigenverantwortliche Position mit zukunftsorientierten Produkten höchster Qualität.

Interessiert? Dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihres Gehaltswunsches an unsere Personalabteilung. Für eine telefonische Vorabinformation steht Ihnen Herr Bernd Dührkop (Tel.: 06142-210187-70) gerne zur Verfügung.



Frankfurter Straße 95, 65479 Raunheim/Frankfurt
 Telefon 06142-210187-70, Fax: 06142-210187-91
 e-mail: info@sakar-germany.de, www.sakar-germany.de

Einladung zum QUADfest in die Eifel

Unser Herbstfest wollen wir zur Tradition werden lassen. Letztes Jahr war der Anlaß unser Umzug in die Eifel; und auch 2006 gibt es gute Gründe zum Feiern, nämlich zwei neue Produkte aus eigener Herstellung. Auf der High End in München stellten wir unsere beiden neuen Lautsprecher – den ESL 57 QA und ESL 63 QA – vor. Weil man sie dort nicht in Ruhe beurteilen konnte, laden wir alle QUAD Freunde ein, sie bei unserem Fest mit dem Musikprogramm ihrer Wahl zu testen. In unseren neuen und erweiterten Vorführräumen „unterm Dach“ soll dies ein Genuß für Sie werden. Parallel dazu werden wir wieder die Lautsprecher der Firmen KLANGWERK und PRECIDE aus der Schweiz vorführen. Die beiden Entwickler werden an diesen Tagen persönlich anwesend sein. Damit dabei kein Zeitdruck entsteht, soll unser Fest wieder zwei Tage dauern, nämlich vom 15. bis zum 16. September, jeweils von 10 bis 18 Uhr. Gerne erwarten wir Ihre Anmeldung entweder telefonisch unter +49(0)2654 987977 oder per email unter [HYPERLINK „mailto:quad.ger@t-online.de“](mailto:HYPERLINK„mailto:quad.ger@t-online.de“) quad.ger@t-online.de. Möchten Sie Ihren Besuch bei uns mit einem Kurzurlaub in der Eifel verbinden? Wir sind Ihnen gerne bei der Zimmersuche behilflich.



QUAD Musikwiedergabe GmbH
 Brunnenstraße 57 • 56751 Gering
 Tel.: +49(0)2654 987977
 Fax: +49(0)2654 987976
 email: quad.ger@t-online.de

freedom

Toshiba braucht Ihre Kompetenz. Zur Unterstützung unseres Bereichs „Consumer Products“ suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen qualifizierten Mitarbeiter (m/w) als

Vertriebsrepräsentant/Key Account Manager

Wir

Mit über 180.000 Mitarbeitern gehört Toshiba zu den Großen in der Welt der Elektrotechnik und Elektronik. Die TOSHIBA EUROPE GmbH vertreibt Produkte aus den Bereichen Informations- und Unterhaltungselektronik wie mobile Computer, HDD, DVD-Player, LCD Projektoren, Fernseher, Video-recorder u.a. Die Aktivitäten in diesen Geschäftsfeldern werden von unserer Hauptverwaltung in Neuss europaweit koordiniert und gesteuert.

Sie

- Abgeschlossene kaufmännische oder technische Berufsausbildung mit Zusatzqualifikation im Bereich Vertrieb oder Studium der BWL (oder vergleichbar)
- 3–5 Jahre Vertriebs Erfahrung im Bereich Unterhaltungselektronik (Fernsehen, DVD)
- Überdurchschnittlich erzielte Verkaufserfolge, belegbar durch Zeugnisse, Referenzen etc.
- Gute MS-Office-Kenntnisse
- Gute Englischkenntnisse
- Ausgeprägte Kommunikationsstärke
- Hohes Maß an Kontakt- und Konfliktfähigkeit
- Eigeninitiative und Verantwortungsbewußtsein
- Überdurchschnittliche Überzeugungs-fähigkeit und Abschlusssicherheit
- Hohes Maß an Kundenorientierung
- Wohnsitz in dem Gebiet, das durch die Städte Hannover, Kassel, Köln und Düsseldorf begrenzt wird oder die Bereitschaft, den Wohnsitz dorthin zu verlegen.

Die Aufgabe

- Direkter und indirekter Vertrieb von Consumer Products („braune Ware“), insbesondere Fernseher und DVD-Player/-Recorder
- Betreuung von Key Accounts
- Erstellung von Verkaufs- und Absatzplanungen
- Durchführung von Verkaufsaktionen
- Betreuung und Unterstützung des Fachhandels durch Informationen, Beratung und Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen
- Durchführung der Mitbewerbsbeobachtung (Aktivitäten, Preise, Marktsituation)
- Erstellung von Auswertungen und Berichten für das Management

Wollen Sie sich mit unserem Motto „Choose freedom“ identifizieren? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihres Gehaltswunsches bitte an unsere Personalabteilung. Für eine telefonische Vorabinformation steht Ihnen Herr Arndt Reichmann (Tel. 02131 - 158-126) gerne zur Verfügung. E-Mail: arndt.reichmann@toshiba-teg.com - www.toshiba-teg.com

TOSHIBA EUROPE GMBH
 Hammfelddamm 8 - 41460 Neuss - Tel. (02131) 158-01

TOSHIBA

Verkaufsleiter/ Key Accounter (45 J.)

16 Jahre Berufserfahrung in der UE, branchenübergreifende Kundenkontakte zu Entscheidungsträgern, Personalverantwortung, sucht neue verantwortungsvolle Vertriebsaufgabe in den Bereichen Braune Ware – Weiße Ware – Telekommunikation.

Chiffre 4263118

Kundenzufriedenheit ?

Mitarbeiterzufriedenheit ?

Mit Online-Umfragen messen wir die Zufriedenheit. kompetent, verlässlich, eigene Programmierung und eigenes Hosting

Ihre Ansprechpartner: Noriyuki Nozaki (nozaki@concentra.de) und Wolfgang Bücherl (buecherl@concentra.de)
Tel.: 0911 / 235678-0

ONCENTRA
 Marketing Research The full measure of Marketing Research

20 Jahre Erfahrung in der Marktforschung

Unsere Schwerpunkte sind: Nationale und internationale Studien, Medizintechnik, Befragung von IT-Entscheidern in Unternehmen, Kommunikationstechnologie

CONCENTRA | Karolinenstraße 45 | 90402 Nürnberg | www.concentra.de

IMPRESSUM

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

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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

Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.
 Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635





Stellen Sie sich vor: die schönsten Umsatzbringer – weiß auf schwarz.

Innen innovativste Technologie, außen außergewöhnliches Design – und das Ganze jetzt auch in der absoluten Trendfarbe perlweiß. Kurzum: Die Samsung R7 LCD-TV Serie steht für Schönheit pur. Gepaart mit dem Samsung HT-Q100 Home Theatre System wird es noch schöner. Denn hiermit werden für Ihre Kunden Fernsehabende zu unvergesslichen Momenten. Und für Sie werden Fernseher zu Kassenschlagern. Mit einem Samsung LCD-TV und einem Samsung Home Theatre System ist eben alles vorstellbar. www.samsung.de



Was demnächst im Regal steht, entscheiden Sie.

Ihr Verkaufserfolg ist das Ergebnis richtiger Entscheidungen. Und die treffen Sie für Ihr Sortiment auf der IFA 2006. Besuchen Sie die weltweit größte Messe für Consumer Electronics. Entdecken Sie Produkt-Neuheiten nationaler und internationaler Hersteller. Knüpfen Sie wichtige Kontakte quer durch alle Branchen. Nutzen Sie Ihre Vorteile und registrieren Sie sich bereits heute für die IFA 2006. **Jetzt jährlich.**



Berlin, 1. – 6. September 2006

www.ifa2006.de