

## POS-MAIL-LESERBEFRAGUNG 2006 - IHRE TOP-GEWINNCHANCE!

### Handys richtig verkaufen

# FOTO

# VIDEO

# MOBILFUNK-TRENDS

# MUSIK

# NAVIGATION



Ihre Gewinne - unsere Fragen:  
S. 34-35

Obwohl der ehemalige Wachstumsmarkt Mobilfunk seine Boomjahre inzwischen hinter sich hat und rein rechnerisch jeder Deutsche mindestens ein Handy besitzt, wird Mobilfunk zum Weihnachtsgeschäft dennoch wieder eines der Top-Themen sein, die dem Handel besondere Freude bereiten werden. Und das nicht nur im spezialisierten Telekommunikationshandel, sondern auch in vielen Geschäften anderer Branchen, die Telekommunikation inzwischen als lukrativen Bestandteil in ihr Sortiment integriert haben. Hier sind vor allem die Foto- und die UE-Branche zu nennen, die von den Boomthemen Foto/Video und Musik profitieren können, aber auch die Pkw-, Pkw-Zubehör- und

Aktiv werden kann der Handel auf verschiedene Weise. Hier sind an erster Stelle ein umfassendes Sortiment und qualifizierte Beratung zu nennen, die der Kunde weder beim Kaffeeröster noch beim Lebensmittel-Discounter findet, ebenso wie weitergehende Verhaltensweisen, die zur deutlichen Differenzierung vom

Wettbewerb genutzt werden können, zum Beispiel die Zusammenstellung individueller Produktpakete und die optische Darstellung der eigenen Kompetenz in Sachen Mobilfunk durch überzeugende Marketingmaßnahmen. In Sachen Sortiment profitiert der Handel derzeit von nie dagewesener Breite und Tiefe sowohl bei

-Einbaubranche kann sich gute Erträge ausrechnen, denn wie nie zuvor wird die mobile Navigation in den letzten Wochen des Jahres ein Verkaufsschlager werden. Doch trotz der prinzipiell guten Aussichten für den Verkauf von Mobilfunkprodukten, Zubehör und Verträgen muß der Handel selbst aktiv werden, denn natürlich weiß auch die branchenfremde Konkurrenz vom Kaffeeröster bis zum Lebensmittel-Discounter, welche Trendprodukte in den kommenden Wochen nachgefragt werden – und erste Angebote zu „Superkonditionen“ haben bereits eine Kostprobe des scharfen Winds gegeben, der dem Handel entgegenwehen wird.

den Geräten als auch bei den Tarifen. Als Vollsortimenter sollte man seinem Anspruch gerecht werden und das volle Sortiment zeigen. Das bedeutet aber nicht nur, eine große Auswahl der populären Handys zu führen, sondern auch nicht so häufig nachgefragte Produkte wie Smartphones oder Notebook-Karten

zumindest vorübergehend im Laden anbieten zu können. Denn wie immer verspricht der Wunsch der Kunden, etwas Besonderes auf den Gabentisch legen zu wollen, das auch gern ein wenig teurer sein darf als sonst, daß vor Weihnachten auch Produkte verkauft werden können, die sonst nicht so häufig nachgefragt werden.

Pioneer sound.vision.soul



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

### Panasonic Viera Plasma- TVs

Geänderte Produktionsverfahren haben dazu beigetragen, daß Panasonic mit seinen Viera Plasma-TVs den weltweiten Markt weiterhin dominiert ... S. 20



**BULLGUARD**  
[www.bullguard.com](http://www.bullguard.com)

### Digitaler Lifestyle mit Sony Produkten

Die neuen Vaio Entertainment-PC-Serien LA1 und XL200 von Sony fügen sich nahtlos in die unterschiedlichsten Wohnlandschaften ein ... S. 32



**DAEWOO**  
ELECTRONICS

LCD-TV DLP-42C1

[www.daewoo-electronics.com](http://www.daewoo-electronics.com)

# Aus dem Saustall

In Deutschland ist die Sau los! Wer gedacht hat, das berühmte Media Markt Werbeniveau sei nicht mehr zu unterbieten, hat sich getäuscht: Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft setzen die Ingolstädter nicht nur auf billig, sondern auch auf die Sau – ob in souveräner Selbstironie oder überraschender Selbsterkenntnis, sei dahingestellt.



Sozusagen zeitgleich erweisen sich die Saukerle auch noch als „Sau“-bermänner: Denn sie haben Hunderte von Online-Shops und kleinen Internet-Händlern mit Abmahnungen überzogen – natürlich nicht aus eigenem Interesse, sondern um der Lauterkeit der Werbung willen. Schließlich hatten die abgemahnten Internet-Händler ihre Kunden saumäßig hinters Licht geführt, weil sie zum Beispiel von „preisgekrönten“ oder „ausgezeichneten“ Produkten schrieben, ohne Monat und Jahr der entsprechenden Auszeichnung anzugeben.

So geht es natürlich nicht, und deshalb hat Media Markt diesen Saustall ausgemistet. Daß der eigene Schweinekoben der Fachmarktkette nicht ganz sauber ist, stellte allerdings die Zentrale gegen unlauteren Wettbewerb fest, die – so berichtet das Fachmagazin Werben und Verkaufen – den saubilligen Slogan „Der beste Preis der Stadt“ schlichtweg verbieten ließ.

Man kann die Media Markt Schweinewerbung einfach nur saublöd finden und zur Tagesordnung übergehen – ärgerlich ist sie aber allemal. Denn sie zeichnet ein verheerendes Bild unserer High-Tech-Branche: Nicht faszinierende Technologien oder die begeisternde Qualität, zum Beispiel von HDTV, stehen im Mittelpunkt, sondern „saubillig“ ist das Attribut, das uns aus allen Ecken der Republik entgegenschallt. Man wundert sich, was sich die großen Markenhersteller in diesem Zusammenhang gefallen lassen: Verballhornungen bekannter Marken als „Sauny“ oder „Sausung“ grenzen eigentlich an Rufschädigung. Aber vielleicht ist es auch zuviel der Ehre, dagegen ernsthaft vorzugehen. Was schert es schließlich die Eiche, wenn sich die Sau an ihr reibt?

Lassen wir es dabei. Das Weihnachtsgeschäft boomt, das Konsumklima verbessert sich, und bei Ihnen klingeln hoffentlich die Kassen. Das jedenfalls wünschen wir Ihnen – und ein gutes Jahr 2007 dazu.

Herzlichst Ihr

  
Thomas Blömer  
Verleger

  
Franz Wagner  
Objektmanagement

Um diese Einstellung in Einnahmen umwandeln zu können, heißt das Stichwort „hochverkaufen“. Gerade die konsumfreudige Stimmung des Jahresendgeschäfts eignet sich dazu, Kunden auf höherwertige und ertragsstärkere Produkte aufmerksam zu machen. Und gerade in der besinnlichen Vorweihnachtszeit sollte sich der Verkäufer wieder darauf besinnen, daß er sich am Point of Sale nicht nur als freundlicher Berater des Konsumenten darstellt, sondern auch das macht, was sein Beruf erwarten läßt: verkaufen.

## Verkaufen beginnt bei der Produktpräsentation

Denn damit sichert er den Fortbestand des Unternehmens und letztlich seinen Arbeitsplatz. Die meisten Kaufentscheidungen fallen nach wie vor vor Ort an der Ladentheke. Verkaufen, möglichst hochverkaufen, bedeutet deshalb



beispielsweise, schon bei der Ladengestaltung und bei der Präsentation der Geräte die Produkte in den Mittelpunkt zu stellen, die höhere Erträge erwarten lassen als andere. Und wenn sich diese Angebote noch von dem unterscheiden, was der Wettbewerber gegenüber präsentiert, um so besser.

## Exklusive Angebote in den Vordergrund stellen

Glücklich kann sich dabei schätzen, wer entweder mit einem Partner zusammenarbeitet, der ihm exklusive Produkte und Dienstleistungen oder Produkte und Dienstleistungen mit einem Mehrwert für den Kunden zum Verkauf anbietet, oder wer in der Lage ist, selbst verkaufs- und ertragsstarke Produkte zu Paketen zusammenzustellen. Aktuelle Beispiele für exklusive bzw. Mehrwertprodukte, die derzeit angeboten werden, sind das Designhandy LG Chocolate, das es nur bei The Phone House in der Trendfarbe Pink gibt, und das Navigationssystem Mobile Navigator 6 von Navigon, das derzeit über Dangaard Telecom mit einem Gutschein über 44 Euro für eine einjährige kostenlose Mitgliedschaft im

ADAC zu beziehen ist. Und Produktpakete lassen sich derzeit in nahezu unbegrenzter Vielfalt schnüren. Hervorragend dazu geeignet sind beispielsweise Speicherkarten. Zwar ist inzwischen im Lieferumfang fast aller Handys mit entsprechenden Schnittstellen bereits eine Speicherkarte enthalten, diese bietet aber in aller Regel eine Kapazität,

karte mit großer Kapazität oder eine zusätzliche Speicherkarte den Löschvorgang von vornherein überflüssig machen würde? Eine weitere Top-Produktgruppe für den Einsatz in einem vorweihnachtlichen Bundle sind Ohr- oder Kopfhörer. Da sich trotz aller gesetzlichen Restriktionen immer noch eine Vielzahl von Autofahrern nicht dazu in der Lage sieht,



Gerade im Vorweihnachtsgeschäft sollte sich der Verkäufer nicht nur als Berater des Kunden fühlen, sondern auch als Verkäufer, um die konsumfreudige Grundhaltung der meisten Käufer für das Unternehmen und sich nutzen zu können.

auf das Telefonieren beim Autofahren zu verzichten bzw. zum Telefonieren eine Freisprechanlage zu benutzen, liegt hier eine große Zielgruppe. Viel interessanter sind allerdings diejenigen Kunden, die sich als Musikfans outen und nach einem Mobiltelefon oder Multimedia-Computer als Alternative zum MP3-Player erkundigen. Auch bei Headsets gilt, was oben für Speicherkarten geschrieben wurde: In den Verkaufspackungen entsprechender Musik-Handys finden sich gewöhnlich bereits Headsets, diese genügen aber normalerweise nur den Minimalanforderungen. So bleibt ein weites Angebot schnurgebundener oder kabellos arbeitender Ohr- und Kopfhörer, das sich für ein Paket eignet.

Produktgruppe Nummer drei, die sich im Weihnachtsgeschäft großer Nachfrage erfreuen wird und sich deshalb für Bundleangebote besonders eignet, sind kompakte und mobile Fotodrucker. Hier hält die Industrie ebenfalls ein umfangreiches Portfolio aus Tintenstrahl- und Thermosublimationsgeräten bereit, um die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Anwender erfüllen zu können. Neben den etablierten Herstellern kann der Handel dabei auf neue Anbieter zurückgreifen, die ebenfalls qualitativ hochwertige Geräte produzieren, aber noch nicht so tief ins Preisbewußtsein der Kunden eingedrungen sind. Hier ist beispielsweise das französische Unternehmen Sagem zu nennen,

das seit der photokina in Köln Fotodrucker mit dem vor allem in Deutschland etablierten Markennamen AgfaPhoto vertreibt. Fotodrucker haben hinsichtlich der Differenzierungsmöglichkeit gegenüber dem Wettbewerb einen weiteren Vorteil: Sie lassen sich in nahezu beliebiger Weise mit Verbrauchsmaterial kombinieren und eröffnen deshalb eine eher ungewöhnliche Möglichkeit für den Verkauf eines Pakets: Ordnen Sie doch einmal den verschiedenen Bestandteilen eines möglichen Bundles (Mobiltelefon, Fotodrucker, Papier in verschiedenen Packungsgrößen, Bluetoothadapter, Tinte/Thermofolien in verschiedenen Packungsgrößen) einen Punktwert zu, ordnen Sie die Gesamtpunktzahlen jeweils einer Preisklasse zu und lassen Sie den Kunden dann aus dem vorgegebenen Sortiment selbst die Artikel zusammenstellen, die er in „seinem“ Paket haben will.

**Spezialisierung auf aktuelle Mobilfunkrends**

Wer aus räumlichen oder anderen Gründen nicht in der Lage ist, sich als Komplettanbieter in Sachen Mobilfunk zu präsentieren, sollte sich im Vorweihnachtsgeschäft



Bei der Fürther Fotohändlerkooperation Ringfoto gibt es spezielle Werbematerialien zur Unterstützung des Abverkaufs der Nokia Multimedia-Computer der Nseries.



Eine übersichtliche Ladengestaltung, so wie sie sich beispielsweise in den Themenwelten von The Phone House zeigt, unterstreicht die Kompetenz des Händlers und fördert die Möglichkeit, Produkte aus einem bestimmten Sortimentsbereich verkaufen zu können.

als Spezialist präsentieren, denn es ist allemal sinnvoller, eine bestimmte Nische kompetent und für die Mehrzahl der Kunden zufriedenstellend zu besetzen, als die Mehrzahl möglicher Kunden unversorgt zu lassen, weil sie das, was sie suchen, nicht finden. Als Spezialisten können sich vor allem die Händler präsentieren, deren Kernkompetenz außerhalb der Tk-Branche liegt. Hier bieten sich zum Beispiel Foto und Video für Fotohändler und das Thema Musik für klassische Unterhaltungselektronik-Händler an. Sie können davon profitieren, daß der Markt derzeit eine riesige Auswahl an Geräten bereithält, die exakt den Anforderungen vieler Kunden entspricht. Wer also eine Einsteiger-Fotokamera sucht, kann auch ein Fotohandy K800i von Sony Ericsson wählen, wer kleine Videofilme in DVD-ähnlicher Qualität produzieren will, kann auch zu einem Multimedia-Computer Nokia N93 greifen, und wer einen MP3-Player sucht, wird vielleicht das neue Musik-Phone SGH-X830 mit integriertem 1-GB-Speicher und Musicplayer-Funktion gegenüber jedem Stand-alone-MP3-Spieler bevorzugen – um nur einige willkürlich ausgewählte Beispiele zu nennen. Wichtig ist in jedem Fall jedoch, die speziellen Ausstattungsmerk-

male und Vorzüge der Geräte gegenüber Foto- oder Videokameras oder MP3-Playern herauszustellen. Für alle Telekommunikationsgeräte ist hier natürlich der Mehrwert durch die Vielzahl mobiler Kommunikationsmöglichkeiten zu nennen, aber darüber hinaus bieten die einzelnen Mobiltelefone in aller Regel noch spezifische Merkmale, die sie mit entsprechenden Stand-alone-Geräten vergleichbar machen. So fällt beispielsweise, um bei den drei Beispielen zu bleiben, das Sony Ericsson K800i durch eine Bedienoberfläche auf, die sich an Optik und Funktionalität der erfolgreichen Cyber-shot Kameras aus dem Hause Sony orientiert. Mit dem Nokia N93 lassen sich Videofilme nicht nur direkt im Gerät schneiden, sondern über den TV-Ausgang auch sofort auf einem Fernsehgerät präsentieren oder unmittelbar mobil zu entsprechenden Seiten im Internet senden, und über die Bluetooth-Funktion des Samsung SGH-X830 ist das Übertragen der Musikdateien von einem PC extrem einfach.

Mehrwert für Handel und Kunden, den Fotokameras und MP3-Player nicht mit sich bringen, stellen schließlich verschiedene Tarifoptionen wie der neue Foto-Tarif von The Phone House und „Software“-Bundle-Möglichkeiten dar. Hier steht Software allerdings nicht für Programme, sondern beispielsweise für Gutscheine und Vouchers für Musikstücke, die bei händlereigenen Kiosksystemen, Internetanbietern oder Netzbetreibern eingelöst werden können.

**Unterstützung durch Ladenbau und Werbung**

Gerade für Händler, die sich als Spezialisten präsentieren wollen, ist es von großer Bedeutung, diese spezifische Kompetenz gegenüber dem Kunden herauszustellen. Dies läßt sich außer mit

einem sinnvoll zusammengestellten Sortiment zum einen über die optische Gestaltung des Ladens realisieren, zum anderen sollten Werbemaßnahmen das Spezialisten-Image zum Verbraucher tragen. Es ist deshalb sinnvoll, sich nicht nur mit der Frage zu beschäftigen, wo die eigenen Stärken liegen, sondern sich gleichzeitig um entsprechende Werbe- und Verkaufunterstützung der Partner zu kümmern. Zu jedem Thema gibt es vielfältige Angebote, von der Ladendeko bis zu Anzeigenvorlagen und Musterbriefen für Mailings, von denen sich viele personalisieren lassen. Um diese jedoch zeitnah nutzen zu können, sollte man sich früh genug erkundigen, ob Gerätehersteller, Service Provider, Distribu-

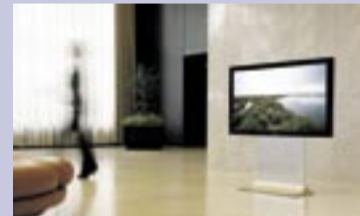
toren oder Kooperationszentralen die Ansprechpartner sind und welche Formalia zu beachten sind, um in den Genuß der Unterstützungsmaßnahmen zu kommen. Oftmals stehen entsprechende Materialien bereits auf Abruf bereit, zum Beispiel auf den Partnerseiten im Internet der verschiedenen Anbieter. Bei den meisten ist aber eine Anmeldung mit anschließender Überprüfung erforderlich, und auch die Auslieferung der Materialien kann einige Zeit in Anspruch nehmen. Und es wäre doch schade, wenn eine erfolgversprechende vorweihnachtliche Verkaufsidee nur daran scheitern würde, daß der Anmeldeprozeß und die Auslieferung der benötigten Materialien zu lange dauern.

Herbert Päge

**POS-MAIL INHALT**



- Sony's neue Farbkünstler ... 6
- Metz ist High Definition-zukunftssicher ... 8
- Loewe-Vorstand zum „Turnarounder“ des Jahres ausgezeichnet ... 10



- Pioneer präsentiert Premium-Plasma-Fernseher ... 11
- Flachdisplays: Markttrends ... 14
- Samsung präsentiert Junior Edition der R71 LCD-TV-Serie ... 15
- Marathon DVD-Rekorder Samsung DVD-HR738 ... 16
- Umweltprädikat für Sharp LCD-TV-Serie ... 17
- Die neuen leistungsstarken Akkus: Kleine Kraftpakete ... 18



- Panasonic Viera Plasma-TVs: Größe ist mehr als Fläche ... 20

- Sophisti – JVC präsentiert vernetztes Home Entertainment ... 22



- mobilcom feiert die 300. Shop-Eröffnung ... 23
- The Phone House will weiter wachsen ... 25
- T-Home ist marktreif ... 26

- Die drei von der Klangstelle: High-Tech Ohrhörer von Bose, JBL und Shure ... 28
- Samsung mit neuem MP3-Player YP-K5 ... 29
- NEC präsentiert komplett neue Plasma-Palette ... 29

- Samsung IT World Quality Tour ... 30
- BullGuard Internet-Security: Komplettlösung für einen Markt mit Zukunft ... 31
- Digitaler Lifestyle für zu Hause – aber mit Stil und von Sony ... 32

- Alpine zeigt Stärke bei Car-Systemintegration ... 33
- PoS-Mail Leserbefragung mit großem Gewinnspiel ... 34
- Morgen kommt der Sonymann, ... ... 36

- Tk-Nachrichten ... 24
- Tk-Neuheiten ... 27
- Neuheiten ... 15, 16, 19, 22
- Aktuell ... 4, 8, 10, 33
- Kleinanzeigen ... 37
- No(?)sense ... 38
- Impressum ... 38

## Pos Aktuell

### Samsungs Trainerteam jetzt mit Zertifizierung

Samsung Electronics macht sein haus-eigenes Trainerteam weiterhin fit für den Fachhandel: Das sechsköpfige Win Team ließ sich Ende Oktober in einem zweitägigen Spezialtraining vom amerikanischen Videospezialisten Joe Kane schulen und zertifizieren. Joe Kane Productions (JKP) ist eine in Hollywood, Kalifornien, ansässige Firma. Sie ist spezialisiert auf Displaytechnologien, Einhaltung der Videostandards, Displaykalibrierung, Videoproduktionen und Post-Produktionen. Ihr Inhaber, Videoprofi Joseph Kane, schulte das Win Team und trainierte mit den Samsung-Mitarbeitern die optimale Displaykalibrierung, lehrte fundiertes Wissen aus dem Bereich Videotechnik und erklärte Videostandards bis ins Detail. Joe Kane ist unter anderem Berater für Firmen wie Microsoft, Stewart Filmscreen Corporation, Samsung und diverse Filmstudios. Das Samsung Win Team erhält als erstes deutsches Trainerteam eine JKP-Zertifizierung. Die JKP-zertifizierten Trainer können nun ihr aktuell erworbenes und umfassendes Wissen weitergeben und die Samsung-Händler schulen. Mit neuem Equipment wie mobilen Shuttle-PCs werden sie in den Schulungen nun auch Unterschiede in der HDTV-Bildqualität vermitteln (zum Beispiel Unterschiede zwischen den verschiedenen Encoding-Verfahren) und erstklassige HDTV-Videosequenzen zu Schulungszwecken vorführen. Wie wichtig eine Displaykalibrierung und die Einhaltung der Videostandards ist, wird Schwerpunkt der Schulung sein. Ziel der Produktentwicklung ist es, Displays zu entwickeln, die eine Darstellung des Bildmaterials ermöglichen, die den Qualitätsansprüchen von Produzenten und Regisseuren entspricht. Als Beweis der frisch vertieften Trainingskompetenz werden die Samsung-Trainer künftig das JKP-Logo auf ihrer Visitenkarte tragen.

### Philips besetzt Positionen im Marketing neu

Philips meldet drei personelle Neubesetzungen im Marketing der Unternehmensbereiche Consumer Electronics und Elektro-Hausgeräte. Andrea Klepper (36 Jahre) hat zum 1. November 2006 als Brand Marketing Managerin die Verantwortung für die Werbeaktivitäten von Philips Consumer Electronics in Deutschland und Österreich übernommen. Sie kommt von Initiative Media, wo sie zuletzt als Internationale Direktorin in der Kundenberatung tätig war. Zuvor war sie bei den Konzernen Coca-Cola, Unilever und L'ORÉAL im Brand Management u. a. für

die Marken Fanta, Knorr und Biotherm verantwortlich. Andrea Klepper berichtet an Corry Müller-Theile, Senior Business Manager bei Philips Consumer Electronics in Hamburg. Marita Grafer (40 Jahre) kümmert sich seit dem 1. November 2006 bei Philips Elektro-Hausgeräte in der neu geschaffenen Position der Media Managerin um die Optimierung der Mediaplanung für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Marita Grafer kann auf verschiedene Stationen im Konsumgütermarketing zurückblicken. Sie berichtet direkt an Eef van Elsberg, General Manager, Philips Domestic Appliances (DAP) Deutschland, Österreich und Schweiz. Axel Heinrichson (35 Jahre) ist am 1. November 2006 als Marketing Manager im Bereich Food & Beverages bei Philips Elektro-Hausgeräte gestartet. In dieser Position verantwortet er künftig das Marketing für die Senseo Kaffeemaschinen und Perfect Draft Bierzapfanlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Axel Heinrichson kommt von der British American Tobacco (Deutschland) GmbH, wo er unter anderem die Marken Prince und Pall Mall betreute. Er berichtet an Christian Rohlf, Senior Marketing Manager, Philips DAP.

### HP nimmt mehr Druckpatronen zurück

HP fügt jetzt bei weiteren Druckpatronen einen Freiumschlag zum kostenlosen Rückversand der leeren Patronen bei. Ab sofort gehören solche Umschläge auch bei den Druckpatronen HP 27 und HP 28 zum Lieferumfang. Nach Angaben von HP hat das Unternehmen seit Beginn der Rücknahme von Hardware und Druckpatronen im Jahre 1991 insgesamt 340 Millionen Kilogramm recycelt. Bis Ende 2007 soll diese Menge auf 450 Kilogramm steigen. Die zurückgenommene Hardware, HP LaserJet Druckkassetten und Inkjet Patronen werden zur Herstellung von Teilen für den Automobilbau oder zur Produktion von Zaunpfosten, Parkbänken, Serviertablets und Spulenkernen genutzt. Grundsätzlich können alle HP Druckerpatronen zurückgeschickt werden. Falls kein Freiumschlag im Lieferumfang enthalten ist, können die Umschläge auf der Webseite [www.hp.com/de/umwelt](http://www.hp.com/de/umwelt) in der Rubrik Produktrücknahme und Recycling angefordert werden.

### Epson Webseiten für Hobbyfotografen

Epson hat zwei neue Webseiten für Hobbyfotografen freigestellt. Die neuen Plattformen sind unter [www.photo.epson.de](http://www.photo.epson.de) und [www.photosharing.epson.de](http://www.photosharing.epson.de) im Internet zu finden.

### Neuer Niederlassungsleiter bei EP Düsseldorf

Dirk Dreser heißt der neue Niederlassungsleiter für das Fachhandelsgeschäft von ElectronicPartner in Düsseldorf. Dreser bringt umfangreiches Know-how aus den Bereichen Marketing, Innovations- und Businessmanagement sowie strategisches und operatives Key Account Management mit in seine neue Position. Der technikbegeisterte Rheinländer hat zudem bereits intensive Erfahrungen in der Beratung selbständiger Unternehmer im Hinblick auf Repositionierung und Profitabilitätssteigerung. Als Niederlassungsleiter für das Fachhandelsgeschäft von ElectronicPartner wird er rund 1.000 selbständige kleinere und mittlere Unternehmer unterstützen, besonders erfolgreich im Markt aktiv zu sein. „Wir freuen uns sehr, mit Dirk Dreser einen erfahrenen Vertriebsmanager für ElectronicPartner begeistert zu haben, der unsere Mitglieder mit seinem Team der Niederlassung Düsseldorf individuell betreuen und dazu beitragen will, die Erfolgsgeschichte unserer innovativen und serviceorientierten Marke EP: weiter fortzuführen“, kommentiert Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, die Personalie.



**ALPINE**  
Mobile Media Solutions

**No limits!**  
Ein Gerät - unbegrenzte Möglichkeiten.

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

Unter [www.photo.epson.de](http://www.photo.epson.de) stellt das Unternehmen kreative Tools, Tips und Informationen rund um digitale Fotos zur Verfügung. Hier geht es um interessante Anregungen für den kreativen Umgang mit digitalen Bildern. So können zum Beispiel Vorlagen für den neuen Trend Scrapbooking – bunte Alben aus Fotos, Texten, Klebebildchen usw. – heruntergeladen werden. Dazu gibt es Tips und Tricks rund um Epson und seine Produktpalette. Unter [www.photosharing.epson.de](http://www.photosharing.epson.de) finden Fotofans ein komfortables Online-Fotoalbum, mit dem sie ihre digitalen Bilder besonders einfach verwalten und sie Freunden und Verwandten zugänglich machen können.

### Neuer Customer Service Manager bei Humax

Humax hat Jens Gerster als neuen Customer Service Manager berufen. Gerster ist damit für alle Kundenbeziehungen und Dienstleistungen rund um den Service bei Humax verantwortlich. Jens Gerster war



zuvor als Manager Products and Marketing für Hyundai IT Europe tätig. In dieser Funktion war er u.a. für die Messeauftritte des Unternehmens zuständig. Davor verantwortete Gerster als Manager Service and Marketing alle Servicebelange des Unternehmens und leitete den dezentralen europaweiten Service der IT- und CE-Produkte sowie die strategische Weiterentwicklung der Serviceaktivitäten. Seinen Berufseinstieg fand Gerster bei der BFE Studio- und Mediensysteme

GmbH, einer Tochtergesellschaft der Siemens AG. Hier arbeitete er vor allem an der Planung und Umsetzung kundenspezifischer Systemlösungen im Bereich der Video- und Steuerungsplanung im Bereich der Übertragungswagen-Technik sowie an der Konzepterarbeitung für Übertragungsfahrzeuge.

### Premiere zurück in der Gewinnzone

Premiere ist im dritten Quartal 2006 in die Gewinnzone zurückgekehrt. Im Vergleich zum zweiten Quartal 2006 konnte das Unternehmen das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) um 54,9 Mio. Euro auf 33,1 Mio. Euro verbessern (Q2 2006: -21,8 Mio. Euro). Nach Abschreibungen (EBIT) erzielte Premiere ein Ergebnis von 13,5 Mio. Euro (Q2 2006: -43,7 Mio. Euro). Auch unter dem Strich war das Ergebnis mit einem Nettogewinn von 5,4 Mio. Euro (Q2 2006: -138,8 Mio. Euro) wieder positiv. Das Ergebnis pro Aktie stieg auf 0,07 Euro (Q2 2006: -1,69 Euro). Im dritten Quartal 2006 mußte Premiere seine Programmpakete erstmals ohne eigene Fußball-Bundesliga-Rechte vermarkten. Trotz dieser einschneidenden Veränderung konnte Premiere das Umsatzniveau stabil bei 269,5 Mio. Euro halten (Q2 2006: 269,3 Mio. Euro). Auch im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres, als Premiere noch im Besitz der exklusiven Pay-TV-Rechte für die Fußball-Bundesliga war, konnte ein Umsatzrückgang von lediglich 1,1 Prozent verbucht werden. Ausschlaggebend für die Ergebnisverbesserung gegenüber dem zweiten Quartal 2006 war die reduzierte Kostenbasis. Die operativen Aufwendungen gingen um 18,8 Prozent oder 54,7 Mio. Euro auf 236,4 Mio. Euro (Q2 2006: 291,1 Mio. Euro) zurück. Zum 30. September 2006 zählte Premiere 3.373.932 Abonnenten – 68.568 oder 2,0 Prozent weniger als zum 30. Juni 2006 (3.442.500). Im Jahresvergleich (Stichtag: 30.09.) verzeichnet Premiere einen Rückgang von 35.581 Abonnenten (Q3 2005: 3.409.513) – umgerechnet 1,0 Prozent.

### Plus X Award mit neuem Medienpartner und neuem Jury-Mitglied

Der Lifestyle-TV-Sender Giga TV wird neuer Medienpartner des Plus X Awards. Damit werden die Plus X Award-Gewinner jetzt auch durch regelmäßige Fernsehberichterstattung unterstützt. Giga sicherte sich überdies die Rechte für die TV-Übertragung der nächsten Preisverleihung „Plus X Award-Night 2007“. Giga TV erreicht nach eigenen Angaben ca. 12 Millionen Zuschauer in Deutschland, Österreich und der Schweiz über Astra Digital. Zudem ist der Fernsehsender im digitalen Netz von Kabel Deutschland, Kabel BW und Primacom, über die IPTV-Bouquets von T-Home und Hansenet sowie über Internet-Livestream empfangbar. 60.000 Besucher täglich machen [giga.de](http://giga.de) zu einer überdurchschnittlich populären Online-Seite für konsumorientierte Zielgruppen. Zudem wird Thomas Krause, Inhaber der Kochschulen Köln und Berlin und Konzeptgeber der Kochschulen Düsseldorf, Hamburg und Hannover, neues Jurymitglied im Bereich Weiße Ware. Im Frühjahr 2007 berät die Plus X Award-Jury zum vierten Mal über ausgezeichnete Produktleistungen in den Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie. Noch bis zum 28. Februar haben Technologiehersteller die Möglichkeit, ihre Produkte für Europas größten Technologie-Contest anzumelden.

### Panasonic erweitert seinen Service- und Garantiefumfang für Projektoren

Besitzer eines über die professionelle Sparte vertriebenen LCD- oder 1-Chip DLPTM-Projektors von Panasonic können sich ab sofort auf eine Reihe neuer, attraktiver Service-Leistungen verlassen. Erste Hilfe erhalten die Kunden bei der neuen, Panasonic-eigenen Service-Hotline: Unter der zentralen Rufnummer 018 05 - 01 04 47 können speziell auf diese Projektoren geschulte Mitarbeiter häufig schon am Telefon das vorliegende Problem lösen. Ansonsten wird umgehend das neue, europäische Service-Center informiert und eine Sofort-Abholung des defekten Gerätes beim Kunden vor Ort veranlaßt. Auf Wunsch erhalten die Panasonic-Kunden im Austausch gleich ein Ersatzgerät für die Dauer der Reparatur – bei einem Anruf bis 13.00 Uhr erfolgt dessen Auslieferung per Kurier bereits am Folgetag. Bei der Abwicklung der Service-Leistungen wird zwischen zwei Einsatzkategorien differenziert: Bei fest installierten Projektoren – hauptsächlich 1-Chip-DLPTM-Projektoren – erfolgt die Abholung bzw. der Versand des Leihgerätes über den autorisierten Fachhändler. Bei mobilem Einsatz, also dem Hauptanwendungsgebiet der LCD-Projektoren, können Abholung und Versand auch direkt über den Kunden erfolgen. Für noch mehr Investitionssicherheit bietet Panasonic seinen Kunden ab sofort zusätzlich längere Garantiezeiten: Alle PT-LB- und 1-Chip-DLPTM-Projektoren erhalten ab sofort eine um ein Jahr erweiterte 3-Jahres-Garantie. Außerdem wurde die Garantie für die Lampeneinheit auf 6 Monate bzw. 500 Stunden verlängert.

### Philips Reparatur-service für Flat TVs

Philips startet ab 1. Januar 2007 unter dem Motto Service Simplicity seinen First Class Service für alle Flat TVs. Ziel ist es, die Reparaturzeiten von aktuell bis zu drei Wochen deutlich zu verkürzen und gleichzeitig jederzeit Informationen darüber abrufbereit zu haben, wie der Stand der Reparatur ist und wo sich das Reparaturgerät befindet.

Der Konsument hat zwei Möglichkeiten, um den Reparaturvorgang auszulösen: Er kann sich an den Händler wenden, bei dem er das Produkt gekauft hat, und dieser ruft die kostenlose Händler-Hotline an. Oder der Konsument selbst ruft die spezielle Service-Hotline an. Dort sitzen geschulte Mitarbeiter, die – bevor ein Reparaturauftrag gestartet wird – im Dialog mit dem Kunden prüfen, ob tatsächlich ein Fehler im Gerät oder auch eine andere Ursache vorliegt. Häufig sind nämlich gar nicht die Geräte defekt, sondern es liegt ein Anschluß- oder Bedienfehler vor. In diesen Fällen war ein Reparaturauftrag bisher besonders ärgerlich, denn das Gerät stand unnötig längere Zeit nicht zur Verfügung.

Diese „Kein Fehler gefunden“-Reparaturen sind zukünftig durch die Telefon-Vorab-Diagnose praktisch ausgeschlossen. Sollte allerdings tatsächlich ein Defekt vorhanden sein, wird die Reparatur vom neuen Philips First Class Service innerhalb weniger Tage durchgeführt. Wenn vom Kunden gewünscht, steht bereits am nächsten Tag ein Logistikunternehmen vor der Haustür und holt das defekte Produkt ab. Innerhalb kürzester Zeit wird es zu einer für Philips tätigen Zentralwerkstatt gebracht. Aufgrund des hohen Volumens können die Reparaturen dort mit höchster Kompetenz schnellstmöglich durchgeführt werden. Das Gerät verbleibt maximal drei Tage zur Reparatur in der Werkstatt und wird bereits am Tag nach Reparaturfertigung wieder auf den Weg zum Kunden gebracht. Damit wird die Reparaturdauer auf insgesamt sieben Arbeitstage verkürzt.

Natürlich können diejenigen Händler, die für den Philips Reparaturservice autorisiert sind, auch weiterhin ihre eigenen Werkstätten nutzen.



Die kleinsten Details erzählen die größten Geschichten –  
Canon CMOS-Sensor mit HDV-Auflösung.



Manchmal will man nicht das kleinste Detail verpassen. Deshalb basiert der CMOS-Sensor im neuen HV10-Camcorder auf der gleichen Technologie, die den digitalen EOS-Spiegelreflexkameras ihre Bildqualität verschafft - für hochauflösende Videos im Breitbildformat. 1920 x 1080 - mit einer viermal so hohen Auflösung wie das normale PAL-Fernsehbild sorgt der Canon HD CMOS-Sensor für volle HDV-Auflösung. Verpassen Sie kein Detail - egal wie groß oder klein der Moment auch ist. Canon HD. Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf. [www.canon.de/hd](http://www.canon.de/hd)

you can  
**Canon**

# LCD-Fernseher und Rückpro-TVs der Bravia-Serie

# Sonys neue Farbkünstler

**Sony präsentiert acht neue Fernseher der Bravia-Serie. Zu den Neuvorstellungen zählen drei Rückprojektionsfernseher sowie LCD-TVs der neuen W2000-Serie und der optimierten U2000-Reihe.**

Hochentwickelte Sony-Technologien und bewährtes digitales Know-how ergänzen sich zu einer neuen Generation von LCD-Fernsehern, die dem bewährten Bravia Standard entsprechen.

Die Modelle der W2000-Serie sind mit Bildschirmdiagonalen von 40 und 46 Zoll lieferbar. Die Hintergrundbeleuchtung auf Basis der „Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Lamp (WCG-CCFL) liefert – laut Angaben von Sony – ein sichtbar weiteres Farbspektrum als herkömmliche Hintergrundlampen und ermöglicht eine beeindruckende und kraftvolle Farbproduktion. Die eingesetzte Bravia-Engine-Technologie schöpft zudem den verfügbaren Farbraum des Displays aus. Das Kontrastverhältnis wird erhöht und störende Rauschanteile werden beseitigt.

Die neue W2000-Serie verwöhnt aber nicht nur die Augen, sondern auch die Ohren. Der digitale Verstärker reinigt den Sound von störendem Hintergrundrauschen. Der SRS Tru-Surround Signal-Prozessor erzeugt einen virtuellen Surround-Klang, der dem originalen Soundtrack sehr nahe kommt.

Zwei HDMI-Anschlüsse lassen ausreichend Platz für künftige Anschaffungen. Denn Zuspielderäte wie die Sony Playstation 3 oder Blu-ray-Player liefern hochaufgelöste Bilder, die nur auf einem digitalen Übertragungsweg ihre Qualität bewahren können. Das Gerät ist zudem mit einem internen DVB-T-Empfänger aus-

gestattet. Ein separater Receiver wird somit überflüssig.

Mit der optimierten Bravia U2000-Serie hält Sony auch für Einsteiger in das Flat-TV-Segment eine Alternative bereit. Die LCD-Fernseher dieser Reihe sind mit Bild-diagonalen von 26, 32 und 40 Zoll lieferbar. Sie meistern High Definition-Bildsignale der Standards 720p und 1.080i. Ein 3D-Kammfilter beseitigt flimmernde Bildfehler in gestreiften und karierten Bildteilen. Alle drei Modelle verfügen über einen HDMI-Anschluß, bieten Virtual Dolby Surround und haben wie die W2000-Serie einen internen DVB-T-Empfänger.

### 3LCD-Rückpro

Die drei neuen Rückprojektionsfernseher mit den Modellbezeichnungen KDS-70R2000AEP, KDS-55A2000AEP und KDF-50E2010AEP haben Bildschirmdiagonalen von 70, 55 und 50 Zoll. Mit einer Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln ist auch das kleinste der drei Modelle für das hochauflösende Fernsehen gerüstet. Die 3LCD-Technologie



erlaubt eine natürliche Farbwiedergabe. Für überzeugende Sound-Effekte sorgen Dolby Surround und die BBE Viva 3D-Technologie. Der KDS-55A, mit seiner Bild-diagonale von 55 Zoll, bietet eine Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln. Der Fernseher arbeitet außerdem mit der Technologie Bravia Engine Pro. Sie ist die neueste Version des Sony-

punktete hinzufügt. Eine Besonderheit des KDS-55A2000 ist die neue SXRD Panel-Technologie. Mit einer extrem schnellen Reaktionszeit von nur 2,5 Millisekunden werden auch schnell bewegte Motive gestochen scharf dargestellt.

Mit dem KDS-70R2000 geht Sony fast ans Limit. Der Fernseher

mit Full HD-Auflösung hat eine Bild-diagonale von 70 Zoll und arbeitet wie der 55-Zöller mit SXR-Display, Bravia Engine Prozessor, Dolby Pro Logic II sowie Virtual Surround und der BBE Digital Technologie. Zudem ist das Gerät mit abnehmbaren Premium-Lautsprechern ausgestattet. *miz*



Die neuen Bravia Rückprojektionsfernseher arbeiten mit ausgefeilten Bildverbesserungstechnologien.

ermöglicht eine natürliche Farbwiedergabe. Für überzeugende Sound-Effekte sorgen Dolby Surround und die BBE Viva 3D-Technologie.

Bild-Prozessors, der das Projektionsbild an allen Stellen optimiert: Das Bildrauschen wird Pixel für Pixel reduziert, die Farben werden korrigiert und stufenlose Farbverläufe werden erzeugt. Zudem werden Bilddetails herausgearbeitet und bei sich bewegenden Bildinhalten wird der Kontrast gesteigert.

Hinzu kommt die neue Technologie Digital Reality Creation HD-HD. Sie erzeugt aus jedem Videosignal – auch aus dem Standard TV-Signal – ein Bild in der Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln, indem sie fehlende Bild-

### Neue Bravia-Kampagne

Mitte Oktober hat Sony eine neue Werbekampagne gestartet, mit der die neue Generation der Bravia High Definition LCD-Fernseher, deren außergewöhnliche Bildqualität und die natürliche Farbbrillanz beworben wird. Der TV-Spot visualisiert das „Colour like.no.other“-Erlebnis der Marke Bravia, indem ein tristes Hochhaus mit gigantischen Farbkanonen befeuert und von diesen komplett eingehüllt wird. Die „Paint“-Kampagne knüpft thematisch an den „Bouncing Balls“-Spot vom letzten Jahr an und wurde mit größtem Aufwand im Juli dieses Jahres in Glasgow, Schottland, produziert. Unter der Regie des Werbefilmers Jonathan Glazer arbeiteten über 300 Menschen zwölf Tage lang mit dem Einsatz von 70.000 Litern Lebensmittelfarbe und Hunderten von explodierenden Farbkanonen an der perfekten Inszenierung des Spots. „Weil die ‚Bouncing Balls‘-Kampagne die tiefen und satten Farben der Bravia LCD-Fernseher so erfolgreich in den Vordergrund stellte, war der nächste Schritt für uns eine große Herausforderung. Wir hatten das Gefühl, daß wir die Grenzen der Kreativität noch weiter ausreizen müßten. Ich bin davon überzeugt, daß die neue ‚Paint‘-Kampagne genau dies tut. Wie sein Vorgänger zeigt der neue Spot die unvergleichlichen natürlichen Bravia-Farben – dieses Mal jedoch in einem noch größeren und explosiveren Ausmaß“, so David Patton, Vice President Marketing Communication Sony Europe.



### Die neuen Bravia-Fernseher

Modell	Lieferbar ab/seit	UVP
KDL-46 W2000E	Oktober 2006	4.199 Euro
KDL-40 W2000E	Oktober 2006	3.999 Euro
KDL-40U2000E	August 2006	1.799 Euro
KDL-32U2000E	August 2006	1.199 Euro
KDL-26U2000E	Juli 2006	899 Euro
KDS-70R2000AEP	k. A.	7.000 Euro
KDS-55A2000AEP	k. A.	2.999 Euro
KDF-50E2010 AEP	k. A.	1.599 Euro



# DANKE PARTNER!

## 10 JAHRE PARTNER 2000

Wer führen will, muss Erster sein:

1996 setzte BOSE® mit der Einführung des selektiven Partner 2000-Vertriebskonzepts die klaren Zeichen für den markengerechten Qualitätsvertrieb mit ausgewählten Handelspartnern, die ebenso kompromisslos auf Präsentationsqualität, Vorführkompetenz und kundenorientierten Service setzten.

Heute, zehn Jahre später, ist der Partner 2000-Qualitätsvertrieb der Königsweg des Erfolgs, auf dem alle die Gewinner sind:

Die Kunden, denen die Entscheidung für ihr Wunschprodukt leicht fällt. Die Handelspartner, die mit einzigartigen Zukunftsprodukten und attraktiven Margen den entscheidenden Schritt voraus sind. Und BOSE® als ein Unternehmen, das seine Innovationskraft langfristig auf ein sicheres Vertriebsfundament gestellt hat.

# BOSE

# Metz ist HD-zukunftssicher

**Metz startet mit zwei neuen Geräteserien ins HD-Zeitalter. Den Auftakt macht zum Jahreswechsel der Milos 37 HD. Im Laufe des kommenden Frühjahrs wird der Talio 37 HD folgen.**



Beide LCD-Fernseher bieten eine Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten für beste Bild-darstellung. Integriert sind digitale Tuner für Kabel und Antenne. Ein DVB-S Modul für digitalen Satellitenempfang ist optional erhältlich. Zum Empfang des neuen HDTV-Standards (MPEG4/DVB-S 2) bietet Metz voraussicht-

lich zeitgleich zur Einführung des Talio 37 HD ein entsprechendes Empfangsmodul zur Nachrüstung an. Den Anspruch an Zukunftssicherheit erfüllt Metz insbesondere in Sachen Nachrüstbarkeit. Rückwirkend lassen sich alle

2005 eingeführten Metz LCD-Fernseher mit Chassis 605 und 606 durch das im Frühjahr zur Verfügung stehende MPEG4-Modul nachrüsten. Dieses Produktkonzept bietet dem Anwender die Möglichkeit, über den Zeitpunkt des gewünschten HD-Empfangs zu entscheiden.

## Sondermodell Talio

Die erfolgreiche Metz Tailo-Serie wird nun durch das Sondermodell Talio 32 SE ergänzt. Mit allen gängigen Empfangsmöglichkeiten ausgestattet, hat der neue Talio 32 SE neben digitalem und analogem Empfang für Kabel und Antenne auch einen Satelliten-Tuner. Die

mecavision+ Technologie ermöglicht eine sehr gute Darstellung von Schärfe, Farben und Bewegungen.

Zu den Schnittstellen zählen neben Scart, RGB und YUV auch DVI-I und HDMI mit HDCP sowie Common Interface mit zwei Slots für CA-Module zum Emp-

fang verschlüsselter Sender. Mit der übersichtlichen Fernbedienung läßt sich der Funktionsumfang der Tri-Star Menüs in drei Stufen weiter vereinfachen. Der empfohlene Verkaufspreis für den Metz Tailo 32 SE lautet 2.899 Euro.

miz

## Neues mecablitz Spitzenmodell von Metz

Modernste Zweitreflektortechnik, Hochleistungsenergie-Management, Mehrzonen-AF-Meßblitz der neuesten Generation, voll schwenkbares Reflektorsystem, aktuelle Sonderfunktionen und eine USB-Schnittstelle zum Software-Update via Internet sind die wichtigsten Kennzeichen des neuen Metz mecablitz 58 AF-1 digital. Das neue Metz-Spitzenmodell wurde von einem der führenden Industriedesigner für technische Produkte in Deutschland entworfen und ist als Ergänzung für Canon (58 AF-1 C digital) oder für Nikon Kameras (58 AF-1 N digital) lieferbar. Aufgrund seiner hohen Leitzahl 58 bei ISO 100/21° und 105 mm Brennweite ist der 58 AF-1 digital nicht nur besonders leistungsstark, sondern er läßt sich auch hervorragend zum indirekten Blitzen nutzen. Für seinen vertikal sowie horizontal dreh- und schwenkbaren Reflektor wurde bei Metz zum ersten Mal eine herausklappbare Reflektorkarte integriert. Der „Reflexschirm 54-23“ steht darüber hinaus als optionales Zubehör zur Verfügung. Über den integrierten Zweitreflektor läßt sich bei dieser Blitztechnik zusätzliche Brillanz im Nahbereich erzielen. Soll der 58 AF-1 digital entfesselt eingesetzt werden, ist auch dies mit dem Canon E-TTL- bzw. dem Nikon i-TTL-Remote-System dank integriertem Servoblitzauslöser möglich. Mit dem Gerät lassen sich neben vielen anderen Sonderfunktionen auch die verfeinerten Blitzbelichtungssteuern des jeweiligen Kameraherstellers nutzen. Für die neuen Metz Profi-Blitzgeräte, und somit auch für den 58-AF 1 digital, steht das Hochleistungspowerpack P 76 zur Verfügung. In Verbindung mit dem Kabel V 58-50 ermöglicht es eine deutlich erhöhte Blitzausbeute bei reduzierter Blitzfolgezeit.

## PoS Aktuell

### a&o übernimmt Service für Maxdata

Die auf IT- und Minilab-Dienstleistungen spezialisierte a&o-Gruppe baut ihr internationales Geschäftsfeld weiter aus: Jetzt hat das Unternehmen mit dem IT-Produzenten Maxdata die Übernahme der Service- und Logistik-Dienstleistungen in Frankreich vereinbart. Das Marler Unternehmen Maxdata zählt zu den zehn größten IT-Herstellern Europas und vermarktet PC-Systeme, Netzwerkservers und Notebooks unter eigener Marke sowie TFT-Displays und Röhrenmonitore der Eigenmarke Belinea. Mit über 1.200 Mitarbeitern setzte Maxdata im Jahr 2005 rund 657 Millionen Euro um, davon entfallen 45 Prozent auf das Ausland, wo das Unternehmen über acht Tochtergesellschaften verfügt und damit in den größten europäischen Märkten präsent ist. Seit Mitte Oktober übernimmt a&o für Maxdata in Frankreich Aufgaben beim Vor-Ort-Service für PCs und Servern und erbringt Reparaturleistungen im Repair-Center.

### Grundig startet eigene Produktionslinie

Am 26. Oktober hat für die Grundig Intermedia GmbH eine neue Ära begonnen: Rechtzeitig zum Start des Weihnachtsgeschäftes verfügt das Unternehmen seit diesem Tag wieder über eine eigene Produktion. Insgesamt 140 speziell ausgesuchte und trainierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten in Istanbul an der Grundig Fertigungslinie bei Beko. Sie produzieren dort unter optimalen Bedingungen und unterstützt von modernster Technologie die High-End-Geräte des Nürnberger Traditionsunternehmens. Zu den technischen Besonderheiten der Grundig-Produktion zählt unter anderem ein sogenannter Pixel-Defekt-Checkplatz, der weit über die gültige Norm hinausgeht und sicherstellt, daß die neuen Geräte vollkommen ohne Pixelfehler sind. An einem speziellen Vibrationsplatz werden schlecht gesteckte Kabel oder kalte Lötstellen aufgespürt, für die optimale

Bildeinstellung ab Werk sorgt unter anderem ein zu 100 Prozent individueller Weißabgleich, den jedes Gerät durchläuft. Die neue Produktionslinie, auf der LCD-Geräte mit mindestens 32 Zoll Bildschirmdiagonale hergestellt werden, ist nur ein erster Schritt im Rahmen der Qualitätssicherung bei Grundig. Gegen Ende des Jahres soll das Qualitätskonzept auf weitere Linien für kleinere LCD- und für Plasma-Geräte ausgeweitet werden.

### DVB-T nun fast flächendeckend

Jetzt hält das digitale Antennenfernsehen (DVB-T) auch an der Westküste Schleswig-Holsteins Einzug: Die Senderstandorte Heide/Welmbüttel, Eiderstedt/Garding, Helgoland und Westerland schalten von der Analogübertragung auf

die digitale Ausstrahlung um. Damit ist der Übergang zur Digitaltechnik im nördlichsten Teil Deutschlands abgeschlossen. Auch im Süden Deutschlands geht der Ausbau der DVB-T-Sendernetze weiter zügig voran. Am 6. Dezember 2006 startet DVB-T in weiten Teilen der Oberpfalz und Niederbayerns: Im Versorgungsbereich der Sender Hoher Bogen, Hohe Linie, Brotjackriegel und Pfarrkirchen wird das bisherige analoge Fernsehen über Antenne auf digitale terrestrische Versorgung umgestellt. Mit DVB-T lassen sich künftig auch im östlichen Teil Bayerns zehn digitale TV-Programme und Datendienste frei über Antenne empfangen. Bis zum Ende dieses Jahres können dann schon 70 Prozent aller Bundesbürger DVB-T empfangen. 5 Millionen DVB-T-Empfänger wurden seit Beginn der Umstellung auf die Digitaltechnik im Jahr

2002 bereits in Deutschland verkauft, 3,5 Millionen in Form von Settop-Boxen für stationäre Fernsehgeräte. Immer mehr aber auch mit im TV-Gerät oder DVD-Recorder integrierter Empfangstechnik. Im nächsten Jahr geht der Ausbau der DVB-T-Netze weiter. So sollen 2007 die Lüneburger Heide, Münster, weitere Teile von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, Aachen, der Westharz und das Saarland zu den Regionen mit digitalem Antennenfernsehen hinzukommen. Damit steht schon heute fest: Die Vorgabe der Bundesregierung aus dem Jahr 1998, bis zum Jahr 2010 den Flächenausbau des digitalen terrestrischen Fernsehens beendet zu haben, wird schon sehr viel früher erreicht als ursprünglich erwartet.

### Hotelgruppe Accor mit Philips LCD-TVs

Philips hat die Zusammenarbeit mit der Hotelgruppe Accor für die Ausstattung von über 480.000 Hotelzimmern mit speziellen Flachbildfernsehern angekündigt. Um Fernsehgeräte anbieten zu können, die speziell auf die Bedürfnisse des Hotelgewerbes abgestimmt sind, arbeitet Philips Consumer Electronics eng mit den Systemintegratoren zusammen. Mit dieser Strategie hat Philips bereits seit über 15 Jahren eine marktführende Position im Bereich Hotel-TV inne. Die Fernsehgeräte basieren auf der eigens von Philips CE Business Display Solutions Group entwickelten Plattform und bieten so viele Funktionen, die es dem Hotelier ermöglichen, sich auf den Hotelbetrieb zu konzentrieren und gleichzeitig seinen Gästen ein audiovisuelles Erlebnis der besonderen Art zu garantieren. Mit müheloser Installation, Kompatibilität und einfacher Integration in die bestehende Hoteltechnik warten die neuen Philips Hotel Flachbild-TVs mit geringen Gesamtbetriebskosten auf. Spezielle Hotelfunktionen wie beispielsweise die mögliche Kontrolle der Lautstärkeregelung, sicherer Menüzugriff, eingebaute Weckfunktion und integrierter Anschluß an die Badezimmerlautsprecher bieten dem Gast alle Annehmlichkeiten, die er von der Ausstattung seines Hotelzimmers erwartet. Eine Besonderheit für den Einsatz im Hotelgewerbe stellt das Feature Smart-Loader dar. Mit dem SmartLoader lassen sich alle Programmeinstellungen eines

Fernsehgeräts problemlos und in weniger als einer Minute auf andere Flachbild-TVs übertragen. Übereinstimmende Einstellungen der verschiedenen Geräte sind damit garantiert und reduzieren Kosten- und Zeitaufwand bei der Installation. Scharfe Bilder und eindrucksvoller Surround Sound lassen zudem Kinoatmosphäre im Hotelzimmer aufkommen.

### Grundig verlängert Garantie für LCD-TVs

Grundig vertraut auf die Zuverlässigkeit seiner LCD-TV-Geräte der neuesten Generation und gibt diese Sicherheit an die Kunden weiter. Fünf Monate lang, vom 1. November 2006 bis zum 31. März 2007, gewährt das Unternehmen auf jeden in diesem Zeitraum gekauften Fine Arts, Lenaro, Vision II und Monaco II mit DIGI200- beziehungsweise DIGI100-Chassis drei Jahre Garantie und verlängert damit die Garantiezeit ohne Aufpreis um ein Jahr. „Die Verlängerung der Garantie um ein Jahr soll das Vertrauen in die Marke Grundig stärken“, sagt Horst Nikolaus, Regional Director. „Wir wissen, daß wir dank unseres optimierten Qualitätsmanagements und unserer neuen Produktionslinie in puncto Qualität und Zuverlässigkeit keinen Vergleich scheuen müssen. Dieses Vertrauen wollen wir mit der Garantieverlängerung deutlich machen und an unsere Kunden weitergeben.“ Unter [www.2und1garantie.grundig.de](http://www.2und1garantie.grundig.de) steht für den Fachhandel ab 1. November eine Garantiekarte zum Download zur Verfügung, mit der Kunden und Geräte für die verlängerte Garantie registriert werden können.

### COS Distribution AG bis 19 Uhr telefonisch erreichbar

Die COS Distribution AG erweitert aufgrund erhöhter Nachfrage ihre Telefonbereitschaft und ist ab sofort für die Fachhändler bis 19 Uhr erreichbar. Zudem dehnt die COS Distribution AG passend zum Jahresendgeschäft ihre Cut-off-Zeiten spürbar aus. In der Distribution bisher kaum vorzufinden, können die Kunden in Linden bis 17 Uhr ihre Bestellungen tätigen und erhalten bereits am nächsten Tag ihre Ware.

### Sharps Webseite jetzt mit LCD-TV-Kaufberater

Ab sofort erleichtert der digitale Kaufberater auf der Website [www.sharp.de/extraklasse](http://www.sharp.de/extraklasse) die Entscheidungsfindung für das passende LCD-Gerät. Das Programm unterteilt das vielseitige LCD-TV-Angebot von Sharp nach den Kriterien Bildschirmdiagonale, Preismaximum und Auflösung. Am Ende steht eine übersichtliche Auswahl an TV-Geräten, die exakt den Kundenwünschen entsprechen. Auf der diesjährigen IFA präsentierte Sharp erstmalig die neue Themenkampagne „Willkommen in der Extraklasse“. Die Kampagne stellt den LCD-TV ins Zentrum des digitalen Lebensstils. Vom Sofa aus im Internet einkaufen, E-Mails abrufen, Urlaubsvideos ansehen, PC-Spiele in HD-Auflösung spielen – alles ist möglich. „Händler und LCD-Interessierte stehen vor einer gemeinsamen Herausforderung“, so Petra Siegfanz, Marketing Manager bei Sharp Electronics Deutschland/Österreich. „Sie müssen aus einem immer breiteren Produktspektrum das ideale Gerät für die relevanten Anwendungsgebiete jedes einzelnen schrittweise filtern. Unser elektronischer Einkaufsberater dient hier als praktische Entscheidungshilfe.“ Der Kaufberater ist ein Tool für die Wahl des Fernsehers, der die individuellen Ansprüche an den LCD-TV erfüllt. Zunächst wählt deshalb der Interessent auch die Einsatzbereiche, für die er das Gerät nutzen möchte. Eine Mehrfachauswahl zwischen Fernsehen, HD-TV, Homecinema, Videogames und diversen weiteren Einsatzgebieten ist hinterlegt und auswählbar. Im nächsten Schritt wird die Art des Anschlusses wie Kabel, Satellit, DVB-T, IPTV oder Internet/Kabel abgefragt, das der Interessent zur Verfügung hat. Danach fragt das System nach der gewünschten Bildschirmdiagonale und liefert schließlich noch die Möglichkeit, das Angebot durch die Eingabe des Maximalbudgets einzuschränken. Die anschließende Auswahl an aufgeführten LCD-TVs entspricht den Filterkriterien des Nutzers. Weiterführende Informationen, die der Auswahl hinterlegt sind, zeigen die Unterschiede der einzelnen Geräte. Auf diese Weise kann das geeignete Produkt für jede Zimmergröße und jeden Geldbeutel schnell, effektiv und ganz einfach gefunden werden. Kunden und Fachverkäufer filtern den gewünschten Fernseher Schritt für Schritt und treffen auf dieser Basis die Kaufentscheidung oder sprechen eine Kaufempfehlung aus. Zentrale Informationsplattform ist die Internetseite von Sharp [www.sharp.de](http://www.sharp.de), die auch ein ausführliches Technik-Glossar zum Thema LCD-TV enthält. Der Fachjargon aus der LCD-Welt wird dort verständlich erklärt und aufgeschlüsselt.



# SHARP



## NOTHING IS LOST MIT DEM HOCHAUFLÖSENDEN FULL HD AQUOS LCD TV

Beim Golf ist das Unsichtbare mindestens genauso wichtig wie das, was man sieht. Doch selbst die besten Spieler der Welt bemerken nicht alles. Wer jedoch einem Turnier durch 6,2 Mio. Pixel auf einem Großbildschirm von AQUOS folgt, dem ist plötzlich alles klar. Dank AQUOS findet man selbst verlorene Bälle wieder. Die Linie eines Putts liegt auch bei weiten Blickwinkeln in ausdrucksstarken Farben und gestochen scharfen Details genau vor Ihnen. Sehen Sie jedes Detail bei jedem Loch mit den hochauflösenden 1080 Bildzeilen\* eines Full-HD-AQUOS. Von Sharp, einem der führenden Hersteller von LCD-Technologie. Sehen Sie mehr auf [www.moretosee.com](http://www.moretosee.com)



## AQUOS

THERE'S MORE TO SEE

\*Nicht alle Merkmale sind bei allen Produkten vorhanden.

# Loewe-Vorstand zum „Turnarounder“ des Jahres ausgezeichnet

**Der Vorstand der Loewe AG ist als „Turnarounder“ des Jahres ausgezeichnet worden. Das Wirtschaftsmagazin Impulse und die Hamburger Wirtschaftsprüfungsgesellschaft BDO Deutsche Waren-treuhand würdigten damit kreative und mutige Sanierungskonzepte.**

Anerkannt wird die Leistung einer deutschen Firma, deren Management und Mitarbeiter in einer wirtschaftlich schwierigen Lage Arbeitsplätze erhalten und ihrem Unternehmen eine Zukunft gegeben haben. Die Auszeichnung nahmen in Berlin Loewe-Vorstand

Dr. Rainer Hecker und Vorstandsmitglied Gerhard Schaas in Empfang.

Der konsequente und erfolgreiche Turnaround der Loewe AG hat die Jury sehr beeindruckt. Das Unterhaltungselektronik-Unternehmen war durch einen Wandel des Verbraucherverhaltens in die Krise geraten, als 2003 viele Kunden erkannten: Die Zukunft des TV-Gerätes ist flach. Zu diesem Zeitpunkt waren die Preise generell noch recht hoch und die Qualität noch nicht ausgereift, so daß viele Konsumenten den Kauf noch verschoben haben. In der Folge hat sich der europäische Markt für Premium TV-Geräte nahezu halbiert. Dies führte bei Loewe zu



Loewe-Vorstand Dr. Rainer Hecker (links) und Vorstandsmitglied Gerhard Schaas nahmen in Berlin den Preis für den „Turnarounder“ des Jahres in Empfang.

einem kräftigen Umsatzrückgang und zu Verlusten. Mit einer gestärkten Premium-

marke Loewe, einer Produktoffensive bei Flachdisplay-TVs, einer Ausweitung des europäischen

Vertriebs sowie einer Kostenstraffung ist dem Unternehmen der Turnaround eindrucksvoll gelungen. „Die richtige Mischung aus Kostensenkung und zukunftsweisenden Investitionen war die Grundlage des Erfolgs“, betonte Dr. Hecker. Heute ist Loewe auf dem Weg zum europäischen Marktführer für Premium-Home-Cinema-Anlagen. Steigende Marktanteile im ohnehin dynamisch wachsenden TV-Markt sowie viele Testsiege und Designauszeichnungen belegen diesen Erfolg. Inzwischen konnten zahlreiche Mitarbeiter, die während der Krise entlassen werden mußten, ins Unternehmen zurückgeholt werden. *miz*

## POS Aktuell

### Dr. Andreas Gregori ist neuer Chief Marketing Officer von E-Plus

Dr. Andreas Gregori (38) hat Mitte November die Position des Chief Marketing Officer (CMO) der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG übernommen. Er ergänzt damit die Geschäftsleitung des Mobilfunkbetreibers und ist für das Marketing und die Kundenbetreuung des Unternehmens verantwortlich. Gregori wechselt vom E-Plus-Wettbewerber Vodafone zu Deutschlands drittgrößtem Netzbetreiber. Bei Vodafone Deutschland war er seit November 2003 als Marketing Director für alle Maßnahmen zur Akquisition, Entwicklung und Bestandssicherung von Privatkunden verantwortlich. Zuvor hatte er auf europäischer Ebene in der Vodafone-Gruppe die Markteinführung von Vodafone live geprägt und vorangetrieben. Vor seinem Eintritt bei Vodafone 2002 hatte der Informatiker unter anderem bei der Bertelsmann AG für Lycos Network und bei Procter & Gamble Führungspositionen inne. Während dieser Zeit hat er umfassende Erfahrungen im Mobilfunk, im Marketing und in der Markenführung gesammelt. „Andreas Gregori paßt mit seiner Erfahrung und mit seinem Profil perfekt zu unseren aktuellen Anforderungen im Marketing und der neuen Marktdynamik. Mit ihm werden wir die Mehrmarkenstrategie des Unternehmens weiter optimieren und unsere Angebote noch stärker an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten“, sagte Michael Kramer, Chief Executive Officer der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG.

### Samsung will zum umweltfreundlichsten Druckerhersteller werden

Samsung Druckerkunden wird die Chance geboten, zu „Umweltengeln“ zu werden: Samsung, zweitgrößter Hersteller von Schwarzweiß-Laserdruckern, hat sich laut eigener Aussage zum Ziel gesetzt, der weltweit umweltfreundlichste Druckerhersteller zu werden. Auf dem Weg zu dem selbstgesteckten Ziel hat das Unternehmen unter dem Namen „Samsung Takeback and Recycling Programme“ (STAR) ein breit angelegtes Rücknahmeprogramm für verbrauchte Tonerpatronen gestartet. Die leeren

Kartuschen werden bei diesem Verfahren einem separaten Verwertungskreislauf zugeführt, in dem Kunststoffe, Metalle und andere Materialien voneinander getrennt und wiederverwertet werden können. Für Firmen und Verbraucher ist die Teilnahme am Star-Recycling kostenfrei.

Allein in Deutschland gelangen Jahr für Jahr mehrere hunderttausend Druckerpatronen auf den Mülldeponien. Das Problem ist dabei: Die Kartuschen enthalten Stoffe, die bei nicht fachgerechter Entsorgung potentiell umweltschädlich sind. Mit der neuen Initiative will Samsung die Mülldeponien und Müllverbrennungsanlagen entlasten und im gleichen Zug alle wiederverwertbaren Materialien einem zeitgemäßen Recycling-Prozeß zuführen. Der Samsung-Drucker-Kunde kann auf bequeme Weise ein „Umweltengel“ werden: Bei jedem Tonerwechsel wird die leere Kartusche in den Karton gelegt, aus dem die neue Kartusche zuvor entnommen wurde. Anschließend wird der Karton mit der verbrauchten Kartusche kostenfrei an die Star-Verwertungsstelle versandt. Die dazu erforderlichen Rücksendeaufkleber sind im Internet unter der Adresse ([www.samsung.com/printer/star](http://www.samsung.com/printer/star)) zum Drucken und Aufkleben auf den Rücksendekarton erhältlich. Das Star-Programm nimmt ausschließlich Kartuschen von Samsung entgegen.

### „Zune Marketplace“: iTunes-Konkurrent von Microsoft

Zeitgleich mit dem Launch seines Multimedia-Players „Zune“ hat Microsoft auch eine gleichnamige Software herausgebracht, mit der Anwender Audio-Titel in den Formaten MP3, WMA sowie AAC abspielen können. Auch JPG-Bilder und WMV- oder MOV-Videos liest der Player. Außerdem kann Zune CDs rippen und auf Medien brennen. Laut Angaben auf der Microsoft Website soll die Zune Software Musik und Videos von Apple iTunes und dem Windows Media Player importieren können. Bei Redaktionsschluß ließ sich das Tool zwar von der offiziellen Adresse „Zune.net“ herunterladen, aber nicht installieren. Download-Abrufe von Benutzern des Browsers Firefox wurden von „Zune.net“ nicht beantwortet. Ähnlich wie Apple praktiziert auch Microsoft eine Kopplung zwischen dem Player und dem Download-Shop. Seinen erfolglosen MSN-Musikshop hat Microsoft geschlossen und durch Zune.net ersetzt. Zune.net arbeitet mit einem proprietären Digital-

Rights-Management (DRM), der die bei Microsoft gekauften Audio-Titel an den Zune-Player bindet. Das Abrechnungssystem unterscheidet sich von dem bei iTunes praktizierten Konzept: Statt Zahlung eines Festpreises pro Titel per Kreditkarte, muß man bei Microsofts Zune-Marketplace vorher Punkte einkaufen, für 5, 15, 25, 50 Dollar erhält man jeweils 400, 1.200, 2.000, 4.000 Punkte. Das entspricht 1,25 Dollar-Cents pro Punkt. Die Audio-Titel sollen zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden. Nicht bei Zune-Marketplace verbrauchte „Punkte“ werden nicht zurückerstattet.

### Fluggesellschaften machen Entertainment-Systeme iPod-kompatibel

Parallel zu den zahlreichen Meldungen anlässlich der Markteinführung von Microsofts Audio-Player „Zune“, sorgt Apple dafür, weiter mit seinem iPod in den Schlagzeilen zu bleiben: Wie Apple bekanntgegeben hat, werden sechs große Fluggesellschaften ihre Onboard-Entertainment-Systeme mit volltauglichen iPod-Verbindungen für ihre Fluggäste ausrüsten. Damit werden iPod-Benutzer zukünftig während des Fluges Musiktitel auf ihre Geräte laden und auch den Bildschirm in der Rückseite des Vordersitzes zum Abspielen von Videos mit komfortabler Bildgröße benutzen können. Die sechs Fluggesellschaften, die bereits iPod-Umrüstung ihrer Onboard-Entertainment-Systeme angekündigt haben, sind: Air France, Continental Airlines, Delta Air Lines, Emirates, KLM und United Airlines.

### Online-Filmverleih von T-Com bietet jetzt auch Rock, Pop und Oper

Erstmalig bringt der Online-Filmverleih von T-Com Rock- und Popkonzerte sowie hochklassige Operaufführungen auf den heimischen Bildschirm – per Knopfdruck als Video on Demand rund um die Uhr. Zur Einführung des neuen Musikbereichs unter [www.t-online.de/musik](http://www.t-online.de/musik) können sich Musikfans ein Konzert von Bryan Adams im November ohne Leihgebühr ansehen. „Bereits heute bietet unser Video on Demand-Service ein vielfältiges Angebot an Hollywood-Blockbustern und internationalen Filmproduktionen – auch in High Definition“, erklärte Marc Schröder, Leiter T-Home bei T-Com. „Mit dem neuen Genre Musik reagieren wir auf die

Wünsche unserer Kunden und erweitern unsere Auswahl an Entertainment-Inhalten auf Abruf um hochkarätige Konzerte und Musik-Shows.“ Auf Abruf zur Auswahl stehen Konzerte der frischesten und beliebtesten Indie-Bands wie Kaiser Chiefs, The Hives, Franz Ferdinand, Hard-Fi und Gorillaz, aber auch Klassiker wie Bon Jovi, Bryan Adams, Inxs. Hinzu kommen topaktuelle Folgen der Musikshow „London Live“. Gäste dieser Show sind zum Beispiel Lilly Allen, Will Young, Razorlight, James Morrison, Belle and Sebastian, The Kooks, Paulo Nutini, Corrine Bailey Rae, Phoenix, The Pipettes und viele weitere der zur Zeit angesagtesten Bands. Zum Start sind rund 40 Musikinhalte ab 1,99 Euro für eine Leihdauer von 24 Stunden abrufbar.

Seit genau drei Jahren können T-Online Kunden per Video on Demand auf eine wachsende Anzahl von derzeit mehr als 1.300 Inhalten zugreifen – darunter Hollywood-Blockbuster, Arthouse-Produktionen, Serien und Dokumentationen. Aktuell stehen rund 60 Filme und Serien auch in High Definition-Auflösung bereit.

### Kunden von O2 Germany surfen im Handyportal nach Videotext-Muster

Zum 25. Geburtstag des Videotextes in Deutschland surfen Kunden von O2 Germany auch auf dem Handy nach dem bekannten und bewährten Muster der TV-Welt durch das Informations- und Unterhaltungsangebot des Unternehmens. O2 Germany bietet auf dem neuen O2 Active Handy-Portal Zugang zu einem breitgefächerten Informations- und Unterhaltungsangebot für zu Hause und unterwegs. Auf der Startseite findet der Kunde Verknüpfungen zu populären und nützlichen Angeboten sowie zum bereits integrierten O2 Communication Center. Im Fokus stehen neue konvergente Dienste, die auf dem PC und auf dem Handy genutzt werden können. Dazu gehören neben dem O2 Communication Center auch O2 Music, O2 Games und die Community O2. Die neue Navigationsmöglichkeit ergänzt die bestehende Link-Navigation um die Videotext-Navigation. Durch die Eingabe einer Seitennummer und einen Bestätigungsklick gelangt der Nutzer direkt zu dem angeforderten Dienst. Diese Option soll es gerade Einsteigern leicht machen, sich mit der bekannten Videotext-Navigation auf dem O2 Active Handy-Portal zu orientieren und das Angebot für sich zu erschließen. Für regelmäßige Nutzer wartet O2 mit

einem besonderen Knüller auf: Die Startseite ist nunmehr individuell gestaltbar. Der Kunde kann aus besonders populären Angeboten auswählen und sich seine Lieblingsangebote einfach auf die Startseite holen. Bei Aufruf der Startseite findet er dann beispielsweise sofort die Wettersvorhersage der gewählten Stadt. Das neue Portal ist zunächst von zirka 40 gängigen Endgeräten wie beispielsweise Nokia 6230 oder SonyEricsson K750i nutzbar sowie von XHTML-fähigen Geräten der neueren Generation. Bis Weihnachten wird das Angebot auf weiteren 40 Handys verfügbar sein. In der Regel sind die Handys für die Nutzung des mobilen Portals konfiguriert. Bei Bedarf können die Einstellungen online unter [www.o2online.de](http://www.o2online.de) oder durch eine kostenlose SMS mit dem Kennwort „Handy“ an die Nummer 80111 angefordert werden.

### E-Plus verzichtet zunächst auf Handy-TV

E-Plus hat erklärt, sich nicht an dem geplanten Handy-TV-Konsortium der Netzbetreiber zu beteiligen. Damit zieht das Unternehmen die Konsequenzen aus den politisch-regulatorischen Rahmenbedingungen, den wirtschaftlichen Erwartungen an ein solches Investment sowie den bisherigen Verhandlungen. Die Netzbetreiber hatten sich bislang über wesentliche Eckpunkte des geplanten Konsortiums nicht einigen können. Ferner sind die lizenz- und regulierungsrechtlichen Bedingungen für den bundesweiten Betrieb von Handy-TV via DVB-H nicht erfüllt, wodurch ein erfolgreicher Vermarktungsstart weiterhin nicht kurzfristig erfolgen kann. „Wir entscheiden uns nicht gegen das Produkt Handy-TV, sondern ziehen die Konsequenzen aus unseren bisherigen Erfahrungen“, so E-Plus CEO Michael Kramer. „E-Plus konzentriert sich auf die Vermarktung von Produkten und Services, für die eine Kundennachfrage vorhanden ist und bei denen die wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen klar sind. Quersubventionierungen von unsicheren Zukunftstechnologien halten wir für wenig sinnvoll.“ Es sei nicht nachvollziehbar, warum allein E-Plus als Netzbetreiber zusätzlich zu seiner Mobilfunk- auch noch eine eigene TV-Infrastruktur errichten und betreiben solle. E-Plus sei aber überzeugt, daß der Dienst Handy-TV durchaus Zukunft habe. Kramer: „Wenn allerdings zu viele Beteiligte in der Wertschöpfungskette mitverdienen wollen, wird Handy-TV entweder für die Kunden zu teuer oder für die Betreiber unwirtschaftlich.“

# Pioneer präsentiert **Premium-Plasma**-Fernseher Platz für großes Kino

**Mit dem PDP-607XD stellt Pioneer einen neuen Plasma-Fernseher mit einer Bilddiagonale von 152 cm vor. Das Gerät basiert auf dem technischen Stand der 7G-Panels und bietet, mit zahlreichen Features ausgestattet, bestes Heimkino-Vergnügen.**

Pioneer demonstriert mit dem neuen 60-Zöller und einer breiten Range im Plasma-Premium-Segment eine Vorreiterrolle in diesem Bereich. Wie Maik Hildebrandt, Pressesprecher der Pioneer Deutschland GmbH, gegenüber PoS-MAIL erklärte, ranken sich um das Thema Plasma- versus LCD-Fernseher ungerechtfertigte Mythen. Es werde derzeit häufig propagiert „Plasma ist tot“. „Diese Argumentation ist weder logisch noch technisch fundiert“, so Hildebrandt. Zur Bildqualität von Flachbildfernsehern wurde in diesem Sommer eine Endverbrau-

cher-Umfrage von einem unabhängigen Institut durchgeführt. In London, Paris und Köln wurden Passanten gebeten, an einem Test teilzunehmen: Es wurden LCD- und Plasma-Fernseher verschiedener Hersteller in einem Wohnraum vorgeführt. Alle Geräte wurden mit dem gleichen Content angesteuert und auf Werkeinstellung gesetzt, um die Vergleichbarkeit möglichst neutral zu halten. Vor dem Test wurden die Teilnehmer befragt, welche Technologie ihrer Meinung nach die bessere Bildqualität liefere, woraufhin die Mehrheit zu LCD tendierte. Nach Abschluß des Tests entschied sich die Mehrheit der Teilnehmer unwissentlich für einen Plasma-Fernseher.

„Die Plasma-Technologie hat sich weiterentwickelt, ist absolut konkurrenzfähig und gibt nach wie vor bei großen Bildschirmdiagonalen den Takt im weltweiten UE-Markt an“, so Maik Hildebrandt. „Plasma ist kein Massen-



produkt wie LCD-Panels – die sich insbesondere als Ersatztechnologie für CRT im 30 Zoll Segment und kleiner gut verkaufen lassen. Bei größeren Bildschirmdiagonalen steigen Qualitätsanspruch und Preis überproportional an. Plasma besticht daher ab 40 Zoll mit dem besseren Preis-Leistungsverhältnis.

Wie beim Automobilkauf, wo der Käufer die Wahl zwischen Benzin- oder Dieselmotor hat, entscheidet sich der Verbraucher auch hier entweder für den kleinen, sparsamen LCD oder die große, ökonomische Premium Plasma TV Limousine. Für gut aufgestellte Fachhändler sorgen Plasma TV-Verkaufsargumente in Kombination mit einer qualifizierten Produktvorführung für wachsenden Umsatz mit attraktiven Margen.“

Als größter Vertreter der neuen Pioneer „Premium+“-Serie überzeugt der PDP-607XD mit einer exklusiven Ausstattung. Dank der Technologien „Pureblack Panel 2“, „Intelligent Colour“ und dem „Direct Colour Filter 2“ werden reflexionsfreie Bilder mit einer sichtbar höheren Leuchtstärke, Kontraststeigerungen von bis zu zehn Prozent sowie beste Ergebnisse beim Schwarzwert gewährleistet.

Die Auflösung des Displays wurde auf 1.365 x 768 Pixel erhöht. Der Plasma-Fernseher ist außerdem mit einem digitalen DVB-T-Tuner ausgestattet. CI-Slot und elektro-

nischer Programmführer (EPG) sind ebenfalls im Gerät integriert. Neben zwei HDMI-Eingängen für die voll-digitale Bildverarbeitung bietet dieser Plasma-Fernseher auch noch einen PC-Eingang, so daß er als riesiger Arbeits- oder Spiele-Monitor genutzt werden kann. Besonderen Komfort bietet zudem Teletext mit 2.100 Seiten Speicher, diverse Picture-in-Picture Funktionen sowie die hochwertige Fernbedienung. Für besten Heimkino-Sound sind optional abnehmbare Lautsprecher erhältlich, die sich wahlweise rechts und links oder unterhalb des Fernsehers installieren lassen.

Der Pioneer-Plasma-Fernseher ist seit November lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 7.199 Euro.

## Breites Line-up

Pioneer bietet in seiner 7. Plasma-TV-Generation außerdem sechs weitere „HD ready“-Modelle für jeden Anspruch. Für preisbewußte

Kunden bietet sich die neue Premium-Serie mit den beiden 42"-Geräten PDP-4270XA (mit analogem TV-Tuner) und PDP-4270XD (mit analogem und zusätzlichem DVB-T-Tuner inkl. EPG) an. Beide Fernseher haben einen HDMI-Eingang sowie Teletext mit 2.100 Seiten Speicher.

Die neue Premium+ Serie basiert auf dem selben 7G Plasma-Panel, bietet aber eine deutlich umfangreichere Ausstattung und ist in den Bildschirmgrößen 42" und 50" erhältlich. Zwei HDMI-Eingänge, PC-Eingang sowie verschiedene Picture-in-Picture-Modi und eine hochwertig verarbeitete Fernbedienung unterscheiden die Premium+ Modelle PDP-427XA und PDP-427XD von der preisgünstigeren Premium-Klasse. Die 50"-Modelle PDP-507XA und PDP-507XD haben abnehmbare Lautsprecher für den Heimkino-Einsatz und sind wahlweise mit seitlich oder unterhalb montierbaren Lautsprechern erhältlich.

miz

## Ausstattung de luxe:

### Pioneer DVD-Recorder DVR-940HX

Das neue Top-Modell unter den Pioneer DVD-Festplattenrecordern, der DVR-940HX, bietet ein Maximum an Ausstattung. Die 500 GB große Festsplatte ist in der Lage, 1.422 Stunden Film- und Musikmaterial zu speichern. Die Aufnahmen lassen sich außerdem auf sämtlichen DVD-Rohlingen sichern: Der Recorder liest und schreibt alle Formate. Besonders hochauflösende Flachbildschirme profitieren von der detailgetreuen Bildwiedergabe des DVR-940HX. Der DVD-Recorder überzeugt dank PAL-Progressive und einem „Video Quality Enhancer“ mit brillanten Bildern und Tiefenschärfe. Die digitalen Bildinformationen werden per HDMI übertragen und mit einem 1.080p Video-Scaler auf HDTV-Norm hochgerechnet. Der DVD-Recorder ist außerdem PictBridge-kompatibel, so daß sich Fotos von der Festplatte, vom USB-Stick oder direkt aus einer angeschlossenen Digitalkamera ausdrucken lassen. Sicherheitskopien von DVD lassen sich per „Disc Backup“ mit nur einem Knopfdruck erstellen. Über den i.Link kann ein Camcorder angeschlossen werden. Auch mit dem neuen Feature „Pause Live TV“-Taste kann der DVR-940HX dienen. Damit kann der Anwender das laufende Fernsehprogramm jederzeit anhalten und zu einem beliebigen späteren Zeitpunkt an exakt der selben Stelle wieder fortsetzen. Die Aufnahme von Fernsehsendungen erfolgt besonders komfortabel über die elektronische Programmzeitschrift „GUIDplus+“ (bei Empfang über den eingebauten Analog-Tuner) oder über den digitalen Programmführer „SI“ (bei Nutzung des integrierten DVB-T-Empfängers). Der DVR-940HX ist seit November lieferbar. Der empfohlene VK lautet: 1.899 Euro.



## Die neuen Pioneer Plasma-Modelle

Produktbezeichnung	Verfügbar ab	UVP
PDP-4270XA	September 2006	2.499 Euro
PDP-4270XD	September 2006	2.699 Euro

## Premium+Line

PDP-427XA	September 2006	2.599 Euro
PDP-427XD	September 2006	2.799 Euro
PDP-507XA	September 2006	3.999 Euro
PDP-507XD	September 2006	4.199 Euro
PDP-607XD	November 2006	7.199 Euro



**BRAVIA**



SONY

## Zwei echte Sieger – ein starkes Team.

Erleben Sie selbst, was ein brillantes Team leisten kann! **BRAVIA LCD-Fernseher\* der X-Serie\*\*** bieten durch BRAVIA Engine EX und Live Color Creation natürliche Farben und scharfe Details in Full HD-Auflösung. Mit 2 HDMI-Eingängen sind sie für die volldigitale Übertragung perfekt ausgestattet.

Der **DVD-Festplattenrekorder RDR-HX825\*\*\*** mit HDMI-Anschluss sorgt im HQ+ Modus (15 Mbit/s) für ausgezeichnete Bildqualität. Mit seiner 160 GB großen Festplatte und dem elektronischen Programmführer brilliert er als idealer Partner.



Colour like.no.other™



# Samsung präsentiert Junior Edition der R71 LCD-TV-Serie

Samsung stellt mit der Junior Edition der erfolgreichen R71-Serie neue LCD-Fernseher in trendigem Design und mit Bild diagonalen von 19 und 23 Zoll vor.

Ob frei im Raum stehend oder dank umklappbarem Standfuß platzsparend an der Wand befestigt – die „Junioren“ der erfolgreichen R71-Serie in den außergewöhnlichen Farbkombinationen Weiß/Bordeaux oder Schwarz/Blau machen in jeder Position eine gute Figur. Das LCD-Panel bietet eine dynamische Kontraste von bis zu 2.000:1 und eine Helligkeit von 500 cd/m<sup>2</sup>.

Ausgestattet mit PC-Eingang, DVI, S-Video und Komponenten-Eingang lassen sich die Geräte an sämtliche Zuspeler anschließen – und sich so wahlweise auch als PC-Monitor oder als Display für die Spielkonsole einsetzen. Die 19-Zoll-Geräte haben eine DVI-Schnittstelle mit HDCP, die 23-Zoll-Geräte sind mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet und tragen das HD ready-Logo.

Die Geräte zeichnen sich außerdem durch eine gute Bedienbarkeit aus. Dafür sorgen unter anderem auch die Funktionstasten, die seitlich am Monitor angebracht sind. Ein integrierter Sensor paßt die Bildhelligkeit automatisch den Lichtverhältnissen der Umgebung an. Die so zu erzielende Energieersparnis von bis zu 50 Prozent schont nicht nur



Umwelt und Geldbörse, sondern ist auch gut für die Augen. Die LCD-Panels ermöglichen einen Betrachtungswinkel von bis zu 170 Grad und sorgen für kontraststarke Bilder in satten Farben.

Der LE-23R71B in Schwarz mit blauer Zierleiste und das Sondermodell LE-23R71W in Perlweiß mit bordeaux-roter Zierleiste unterhalb des Displays mit jeweils 58 cm Bild diagonale sind ab sofort lieferbar. Die UVP lautet 799 bzw. 899 Euro (Sondermodell in Weiß). Die 19-Zoll-Geräte LE-19R71 sollen 679 (Sondermodell in Weiß) bzw. 599 Euro kosten. *miz*



## PoS Neuheiten

### Die Kameleon macht das Licht an und aus



Die aktuelle, dritte Generation der Kameleon-Universal-Fernbedienungen macht das Licht an und aus. Sie bedient nicht nur alle Audio- und Video-Geräte aller Marken, sondern auch (mit den entsprechenden Adaptern) bis zu 256 Steckdosen. Jedes Kameleon der dritten Generation kann unterschiedliche Leuchten einzeln, in Gruppen oder insgesamt ein- oder ausschalten. So schaffen sich zum Beispiel Heimkino-Fans die richtige Atmosphäre für konzentrierten Filmgenuß (Kinobeleuchtung). Die Bedienung ist ganz einfach: Nach der Auswahl des Symbols „Lampe“ wird eine Leuchte oder eine Gruppe ausgewählt.

Ob einschalten, ausschalten oder dimmen – es genügt ein Tastendruck. Weil die Infrarotsignale der Fernbedienung in Funksignale umgewandelt werden, lassen sich auch verdeckte Steckdosen ansteuern, ja sogar in anderen Räumen. Die Kameleon 8 bedient – wie der Name sagt – bis zu acht unterschiedliche Geräte, vom Fernseher oder Projektor über DVD-Player und -Recorder, Kabel-/DVB-T-/Satelliten-Receiver (auch mit Festplatte) sowie alle Verstärker, CD-Player etc. Die kleine Schwester Kameleon 5 steuert fünf Geräte (einschließlich Beleuchtung) und ist der ideale Begleiter fürs erste Heimkino. Wie schon die erste Generation besticht die neue Kameleon durch ein robustes Aluminium-Gehäuse, das leicht aufzunehmen ist und gut in der Hand liegt. Die patentierte Oberfläche zeigt nur die Tasten, die man zur Bedienung des gewählten Gerätes benötigt. Sie ist jetzt leicht



angeraut, so daß man so gut wie keine Fingerabdrücke sieht. Echte, fühlbare Tasten unter der Oberfläche geben – anders als bei Touchscreens – eine deutliche Rückmeldung. Zur Einstellung der Kameleon auf die eigenen Geräte braucht man keinen Computer-Anschluß, sondern nur ein paar Minuten mit dem Handbuch. Wer jedoch gerne surft, findet die richtige Geräteeinstellung auch schnell und einfach mit One For Alls Web Wizard im Internet. Für alle Fragen nach dem Kauf steht den Kunden an sechs Tagen in der Woche das kompetente, haus-eigene Kundenberatungs-Team von One For All zur Verfügung. Die Kameleon 8 ist überall im Unterhaltungselektronik-Fachhandel für 99,99 Euro zu bekommen, die Kameleon 5 für 69,99 Euro.

### Panasonic mit neuem Full HD Projektor



Panasonic Europe stellt mit dem PT-AE1000E seinen ersten LCD Heimkinoprojektor mit 1.080p (1.920 x 1.080 Pixel) Auflösung vor. „Gemeinsam mit führenden Hollywood-Koloristen und Bildexperten haben wir

eine innovative Projektor-Technologie entwickelt, die den wachsenden Ansprüchen im Bereich gehobenes Home Entertainment und vor allem bei Full HD-Inhalten gerecht wird“, so Jérôme Berrard, General Manager des Bereichs Projektoren von Panasonic Marketing Europe. „Der LCD Projektor PT-AE1000E ist ideal für Heimkino-Enthusiasten und Audio/Video-Profis, die Wert auf Farbvielfalt und beste Bildqualität legen. Mit unserem jüngsten Modell können unsere Kunden endlich die Bildqualität zu Hause genießen, die sie sonst nur aus dem Kino gewohnt sind. Außerdem besitzt unser Projektor ein hervorragendes Kontrastverhältnis (11.000:1) in seiner Klasse.“



FUNAI EUROPE GMBH  
Gasstraße 18, Haus 1  
22761 Hamburg, Germany

Tel.: +49(0)40-38 60 37-0  
Fax: +49(0)40-38 60 37-23  
info@funai.de • www.funai.de

# Marathon DVD-Rekorder Samsung DVD-HR738

## 390 Stunden Aufnahme und (720p/1080i) Upscaling



Samsungs neuer, nur 78 mm hoher DVD-HDD Video-Rekorder mit der Modellbezeichnung DVD-HR738 ist mit einer 250 GByte fassenden Speicherplatte und neben anderen Video- und Audio-Ausgängen mit einer HDMI-Schnittstelle ausgestattet. Auf seiner Festplatte ist Platz für die Aufzeichnung von bis zu 390 Stunden Video-Programm-Material in hoher Qualität. Die integrierte Upscaling-Funktion auf HDTV-Auflösung mit 720p oder 1080i wandelt auch normal aufgelöste Bildsignale von TV-Sendern, herkömmlichen DVD-Filmen oder beliebigen digitalen und analogen Zuspieldgeräten in hochaufgelöste Bilder um, die über eine eingebaute HDMI-Schnittstelle an den Bildschirm ausgegeben werden.

Über USB-Anschluß und USB-Host-Play-Funktion läßt sich eine Vielzahl verbreiteter Geräte wie z. B. MP3-Player, Camcorder oder Digitalkameras mit dem HR-738 verbinden. Eine Auto-Chaptering-Funktion macht die Kapitel-erstellung zur leichten Aufgabe: Auf Tastendruck erstellt der Rekorder während der Aufzeichnung von externen Bildquellen wie VCR oder Camcordern automatisch Kapitel: Zwecks besserer Übersichtlichkeit generiert der Chapter Creator kleine Referenzbilder (Thumbnails), mit denen

sich beliebige Szenen schneller wiederfinden lassen.

### Quick Dubbing & Time-Shift

Mit der „Quick Dubbing“-Funktion läßt sich der Datentransfer von der Festplatte auf DVD-Disc sehr schnell durchführen. Die Überspielung eines zweistündigen Spielfilms auf ein DVD-Medium dauert mit Quick Dubbing lediglich 7,5 Minuten (EP-Modus). Mit der gleichzeitigen Aufnahme und Wiedergabe kann der Anwender

auf der Festplatte gespeicherte Programm-Inhalte anschauen, während parallel dazu eine andere Sendung aufgezeichnet wird. Möglich ist mit dieser Funktion auch das zeitversetzte Betrachten des Anfangs einer noch laufenden Aufzeichnung, englischsprachig „Time Shift“ genannt.

### One-Touch-Aufnahme

Ein Knopfdruck genügt, um den Rekorder automatisch nach verfügbarem Speicherplatz suchen zu lassen und die Aufnahme eines ausgewählten Programms zu starten. Einmaliges Drücken der Taste bewirkt eine Aufnahmezeit von 30 Minuten, zweimaliges Betätigen der Taste stellt 60 Minuten Aufnahmezeit ein. Jeder weitere Druck der Taste verlängert die Aufnahmezeit um weitere 30 Minuten. Mit der Timer-Funktion werden TV-Sendungen bei Abwesenheit automatisch aufgezeichnet.

### One-Touch-Two-Way-Copying

Überspielungen von einer VHS-Kassette auf DVD-Disc und in umgekehrter Richtung werden durch einfachen Druck auf die One-Touch-Two-Way-Taste am DVD-VCR-Rekorder gestartet. Mit einem Tastendruck lassen sich die

auf Videokassetten gespeicherten Lieblingsfilme schneller als jemals zuvor auf DVD-Medien speichern.

### Automatic Power Control & Write Strategy

Präzise Aufzeichnungsqualität und perfekte Wiedergabe werden beim HR738 durch das abgestimmte Zusammenwirken mehrerer Technologien garantiert: Je nach gewählter Aufzeichnungsgeschwindigkeit ist für den Laserstrahl eine unterschiedlich hohe Leistung erforderlich, damit die gespeicherten Daten optimal lesbar sind. Zu geringe oder zu hohe Leistung beim Beschreiben der Medien kann beim späteren Lesen der Daten zu Ungenauigkeiten führen. Um jederzeit die höchstmögliche präzise Datenspeicherung zu sichern, sind Samsung DVD-Rekorder mit der „Präzise Aufzeichnung und Wiedergabe“-Technologie ausgestattet, die aus den Funktionseinheiten „Automatic Power Control System“, „Optimal Power Control System“ und „Write Strategy“ besteht und neben hoher Schreibqualität auch maximale Aufzeichnungsdichte und geringeren Platzbedarf bewirkt.

### Daten und Abmessungen

Die direkte Aufnahme auf DVD-Medien und die Überspielung von der eingebauten Festplatte erfolgen auf DVD-R/-RW Medien im Format DVD-Video mit z-Kanal Dolby Digital Sound. Der DVD-HR738 unterstützt die Wiedergabe der nachfolgend aufgelisteten Medien und Formate: DVD-RAM, DVD±R/±RW, DVD-Video, VCD, SVCD, CD, CD-R/-RW, JPEG, MP3, MPEG4 (DivX), HDD Playback, MP3, JPEG, DivX. Mit der Funktion „Copy HDD“ erfolgt das Überspielen von auf der Festplatte des HR738 gespeicherten Programm-Inhalten auf ein DVD-Medium im DVD-Video-, JPEG-, MP3-, oder auch DivX-Format und mit 2-Kanal Dolby Digital Sound. Zum Lieferumfang gehören: IR-Fernbedienung mit Batterien, AV Kabel und Bedienungsanleitung. Die Abmessungen betragen: (BxHxT) 430 x 59 x 300 mm. Das Gewicht liegt bei 3,9 kg. Der DVD-Rekorder Samsung DVD-HR738 im 59 mm Slim Design-Gehäuse mit Video-Upscaling 1080i, 250 GB HDD, MPEG4 (DivX), DV-Eingang, HDMI-Ausgang und USB 2.0-Schnittstelle ist zum UVP von 549,- Euro lieferbar. *evo*



Auf der Festplatte des DVD-HR738 finden bis zu 390 Stunden Video-Programm-Material Platz. Eine Upscaling-Funktion wandelt auch normal aufgelöste Bildsignale auf HDTV-Auflösung mit 720p oder 1080i um.

## POs-Neuheiten

### Kaspersky Anti-Virus S.O.S. prüft bereits installierte Virens Scanner



Mit Kaspersky Anti-Virus S.O.S. bringt Kaspersky Lab ein neuartiges Programm auf den Markt, mit dem Unternehmen bereits bestehende Antiviren-Sicherheitskonzepte problemlos mit einer zweiten Stufe ausbauen und absichern können. Die Einsatzweise ist einfach und effektiv: Kaspersky Anti-Virus S.O.S. kann, im Gegensatz zu anderen Virens Scannern, ohne Komplikationen befürchten zu müssen, auch auf Windows-Workstations installiert werden, auf denen bereits ein voll funktionsfähiges Antiviren-Programm eines anderen Herstellers installiert ist. Auf diese Weise kann ein zweiter, unabhängiger Scanner aller Dateien durchgeführt werden. Kaspersky Anti-Virus S.O.S. wird zentral über das kostenlose Kaspersky Administration Kit mit seinen umfangreichen Verwaltungs-, Monitoring-

und Reporting-Möglichkeiten gesteuert. Kaspersky Anti-Virus S.O.S. arbeitet ausschließlich im On-Demand-Modus. Deshalb werden keine zusätzlichen System-Ressourcen in Anspruch genommen und keine Kompatibilitäts-Probleme mit bereits installierter Sicherheits-Software riskiert. Anti-Virus S.O.S. eignet sich auch zur Überprüfung oder Bereinigung eines Unternehmensnetzwerks durch Systemintegratoren.

Antiviren-Programme bieten nur selten eine Erkennungsrate von mehr als 98 Prozent. Je niedriger jedoch die Erkennungsrate ist, um so höher steigt das Risiko eines Serverausfalls oder Zusammenbruchs des Firmennetzwerks durch unerkannten Malware-Befall. Entscheidend ist auch, wie schnell Antiviren-Hersteller auf neu entdeckte Schädlinge reagieren und sie in ihre Signatur-Datenbanken aufnehmen. „Mit Kaspersky Anti-Virus S.O.S. haben wir ein Programm entwickelt, das es Unternehmen ermöglicht, eine zweite Sicherheitsstufe zur Virenbekämpfung einzurichten und in den Nutzen unserer stündlich aktualisierten Antiviren-Datenbank zu kommen“, erläutert Andreas Lamm, Geschäftsführer der Kaspersky Lab GmbH. „Mit S.O.S. lassen sich die Ergebnisse bereits instal-

lierter Virens Scanner überprüfen und eventuell von diesem Produkt nicht erkannte Viren unschädlich machen.“ Kaspersky Anti-Virus S.O.S. ist ab sofort in unterschiedlichen Lizenzierungsformen erhältlich.

Preisbeispiele für Jahreslizenzen: 50–99 Lizenzen: 5 Euro pro Lizenz, 100–149 Lizenzen: 4,35 Euro pro Lizenz, 150–249 Lizenzen: 3,75 Euro pro Lizenz, 250–499 Lizenzen: 3,24 Euro pro Lizenz. Darüber hinaus werden Lizenzen über Projektpreise realisiert.

### Maximale Empfangsleistung: Pinnacle PCTV Dual DVB-T Diversity Stick



Pinnacle Systems hat die Verfügbarkeit des Pinnacle PCTV Dual DVB-T Diversity Stick bekanntgegeben. Der DVB-T Stick gehört zu einer neuen Generation der DVB-T-Empfänger in Form eines ultrakompakten USB-Sticks und ist nicht größer als ein Feuerzeug. Durch den Einsatz von Antenna-Diversity (AD)-Technologie wird maximale Empfangsleistung erreicht. Diese Technologie arbeitet mit zwei Antennen statt mit nur einer Antenne

und gewährleistet dadurch auch bei schwachem Signal, zum Beispiel in Innenräumen oder beim mobilen Gebrauch unterwegs, einen optimalen Empfang. Die neue AD-Technologie kombiniert beide Antennensignale miteinander und bildet daraus das unter den gege-



benen Bedingungen beste erzielbare Signal mit erheblich höherer Empfangsqualität. Außerdem kann der neue DVB-T Stick gleichzeitig zwei verschiedene Sender empfangen und darstellen. Auch eine simultane Aufnahme zweier Kanäle und Bild-in-Bild-Betrieb sind möglich. Das ist vor allem für Anwender interessant, die sich beim digitalen Fernsehen mit dem Notebook noch mehr TV-Komfort wünschen. Die im Lieferumfang

enthaltene Software Pinnacle Media-Center bietet TimeShifting (zeitversetzte Wiedergabe), ein elektronisches TV-Programm (Elektronischer Programmführer) und die direkte Aufnahme auf DVD (Direct-to-DVD). Ebenfalls möglich sind Aufnahmen in den Formaten MPEG-1/2 und DivX sowie direkt in Formaten, die mit der PlayStation Portable (PSP) oder dem iPod kompatibel sind.

### Magix MP3 Maker 12



Der neue Magix MP3 Maker 12 leistet bei einigen immer wieder auftretenden Problemen Hilfe und macht den Umgang mit MP3 Audiotiteln zu einem Vergnügen. Man muß einfach nur die integrierte Magix DJ Konsole anklicken und schon erwachen die Musiktitel aus dem Audio-Pool des Rechners zum Leben, mit perfekten Übergängen, manuell oder von automatischen Helfern fertig für die Party gemixt. Der DJ behält bei dieser Software beste Übersicht, denn vorher ermittelt das Programm doppelte Titel oder unterschiedlich geschriebene Künstlernamen.



# Umweltverantwortung mit Prädikat

# Blumen für Sharp



Nachdem bereits im Jahr 2005 die Sharp SH1 LCD-TV-Serie als erste Generation von Fernsehgeräten weltweit mit dem EU-Eco-Label ausgezeichnet wurde, tragen mittlerweile 33 verschiedene LCD-TV-Modelle des Technologieunternehmens das Umweltzeichen der Europäischen Union.

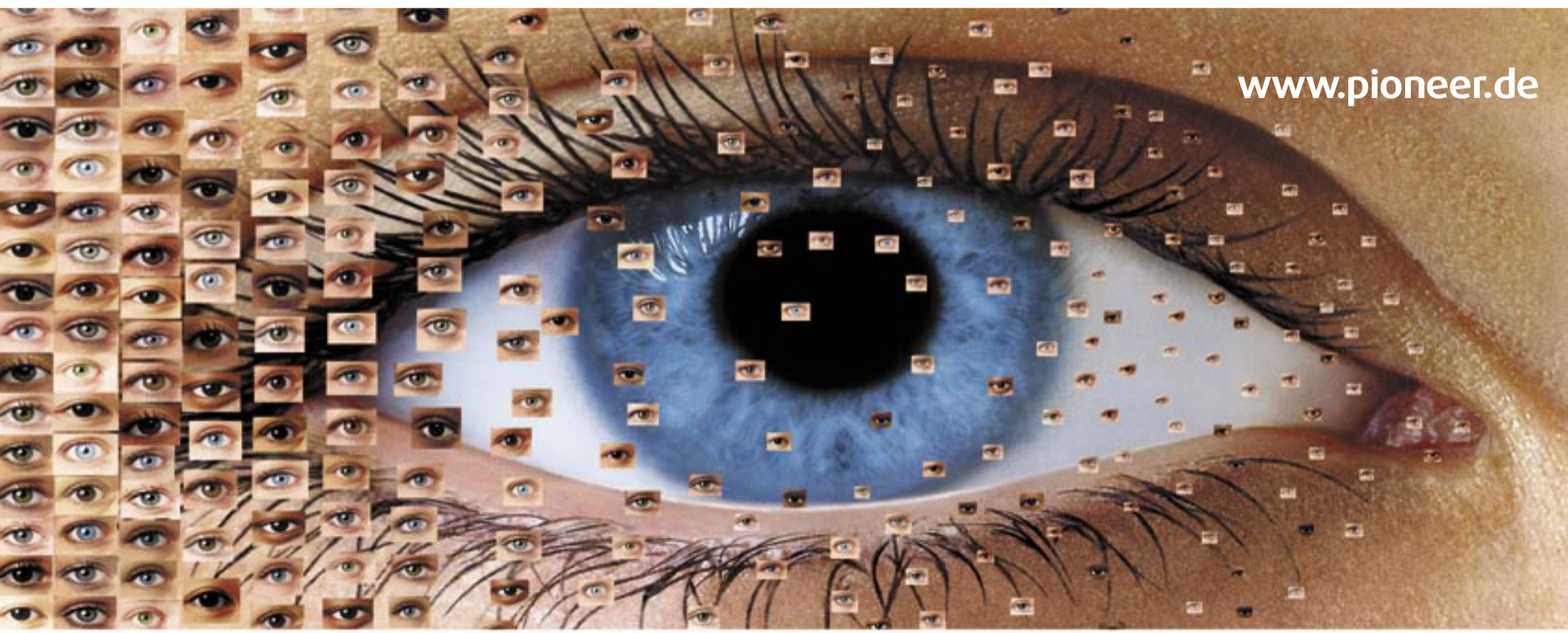
Mit dem EU-Umweltzeichen zeichnet die Europäische Kommission seit 1992 innovative Produkte und Dienstleistungen aus, die festgelegte Umweltkriterien erfüllen. Bei den Sharp LCD-TVs würdigte die Kommission das Einhalten umfassender Umweltkriterien. So unter anderem den besonders geringen Energieverbrauch im

Standby und im Betrieb, das recyclingfreundliche Design und die Auswahl umweltschonender Materialien. Das EU-Umweltzeichen soll dem verantwortungsvollen und umweltbewußt denkenden Verbraucher als Orientierung bei seiner Kaufentscheidung zugunsten umweltfreundlicher Produkte dienen. Neben der Qualität der Produkte, der Wirtschaftlichkeit des Unternehmens und der daraus resultierenden sozialen Verantwortung ist Sharp der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen ein gleichermaßen wichtiges und anspruchsvolles Anliegen. Aktiver Umweltschutz und Nachhaltigkeit stehen deshalb bereits seit Jahren im Mittelpunkt der Unternehmensaktivitäten. Einen hohen Stellenwert in der Sharp Umweltstrategie besitzen auch die Entwicklung und der Bau von

modernsten Fabriken. Diese sollen nicht nur die Umweltbelastungen gering halten, sondern auch den Einklang mit der Natur anstreben, heißt es seitens des Unternehmens. Ein Beispiel für die gelungene Umsetzung dieser Anforderungen ist die Fertigungsanlage für LCD-TV-Geräte im japanischen Kameyama. Dort befindet sich die weltweit erste LCD-TV-Fabrikationsstätte, in der eine vertikale Produktion, also sowohl die Fertigung der LCD-Panels als auch die Endmontage zu LCD-TV-Geräten, stattfindet. Ein weiteres Highlight der Fabrik: Etwa ein Drittel des benötigten Stroms wird mit Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen auf der Basis von Erdgas erzeugt. Die dabei entstehende Abwärme wird für die Klimaanlage, zur Erzeugung von Heißwasser sowie für die

Dampfproduktion genutzt. Zusätzlich unterstützen 780 lichtdurchlässige Photovoltaikmodule, die jährlich 48.000 Kilowattstunden Strom produzieren, die Energieerzeugung. Auch bei der neuen Fabrik Kameyama II wurden die hohen Sharp Umweltschutzanforderungen umgesetzt. Hier werden seit August 2006 Full-HD-LCD-Fernseher für den internationalen Markt gefertigt. Neben dem Eco-Label der europäischen Kommission für die LCD-Fernseher von Sharp wird das Engagement für den Umweltschutz auch durch die vielen anderen Auszeichnungen mit internationalen Umweltlogos

sichtbar. Zurückzuführen ist dies auf das Bestreben von Sharp, gleichermaßen innovative Produkte zu entwickeln und die Umwelt zu schützen. Seit der Gründung 1912 verfolgt Sharp wie kaum ein anderes Unternehmen das Ziel, mit innovativen und einzigartigen Technologien die Lebensqualität der Menschen weltweit zu verbessern. Aus diesem Bewußtsein heraus ist Sharp an einer konsequenten Umweltstrategie interessiert, die den verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Lebensgrundlagen im gesamten weltweiten Geschäftsbetrieb systematisch verwirklicht. *miz*



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

**Pioneer** *sound.vision.soul*

## Leben Sie High Definition.

Das neue Pure Vision HDTV.



# Die neuen leistungsstarken Akkus Kleine Kraftpakete

**Jüngste Marktforschungen belegen eine erhöhte Nachfrage nach wiederaufladbaren Akkus. Die Verbraucher stellen dabei hohe Ansprüche. Erwartet wird, daß die Akkus stets einsatzfähig sind und dauerhaft eine konstante Kapazität beibehalten. Die meisten Hersteller bieten mittlerweile sehr leistungsstarke Produkte, die sofort einsetzbar und sowohl wirtschaftlich als auch umweltfreundlich sind.**

Panasonic Batteries vervollständigt sein Sortiment an wiederaufladbaren Hochleistungs-Akkus durch eine völlig neue Gerätegeneration: Infinium. Im Gegensatz zu traditionellen wiederaufladbaren Akkus behält die neue Akku-Generation von Panasonic ihre Energie bei, so daß sie selbst bei geladenem Zustand gelagert werden kann und danach sofort einsatzfähig ist. Dieser entscheidende Vorteil beruht auf der geringen Selbstentladungstendenz des Infinium-Akkus. Selbst bei einer Lagerung zwischen sechs Monaten und einem Jahr bei Raumtemperatur behält der Infinium-Akku bis zu 80 Prozent seiner Energie bei. Dies ergaben Tests bei Matsushita im Sommer 2006. Gewöhnliche Akkus hätten sich, laut Aussage von Panasonic Batteries, in diesem Zeitraum bereits komplett entladen. Aufgrund der geringen Selbstentladungseigenschaft werden Infinium-Akkus bereits aufgeladen verkauft und sind sofort einsatzfähig. Zudem müssen sie seltener und kürzer aufgeladen werden. Zu den bedeutendsten Merkmalen der Infinium-Akkus zählt jedoch deren Stabilität und Verlässlichkeit. Während die Kapazität einiger Akkus nach nur 50 Ladevorgängen rapide abnimmt, behalten die neuen Infinium-Akkus von Panasonic ihre Fähigkeit zur Speicherung der maximalen Energie auch nach Hunderten von Ladezyklen bei, heißt es seitens des Herstellers. Tests bei Panasonic haben gezeigt, daß selbst bei 1.000 Lade- und Entladezyklen eine Anfangskapazität von mehr als 90 Prozent erreicht werden



Panasonic Batteries bringt mit Infinium neue Hochleistungs-Akkus auf den Markt.

kann, was einer geschätzten Lebensdauer von bis zu 1.500 Zyklen entspricht. Die hinter dem Infinium-Akku stehende Ni-MH-Technologie ist bereits seit einiger Zeit in High-End-Produkten verfügbar, wie zum Beispiel in Hybrid-Autobatterien. Bei diesen Produkten werden täglich hohe Ansprüche an Energiespeicherung und -abgabe gestellt. Der Infinium-Akku eignet sich bestens für alle Anwendungen, in denen langfristig Stabilität und Verlässlichkeit vorrangig sind – von der Fernbedienung bis zur Digitalkamera. Panasonics Infinium-Akku wird ab Januar 2007 lieferbar sein.

## Uniross Hybrio – unkompliziert und umweltfreundlich

Uniross, einer der führenden Hersteller von aufladbaren Batterien und Ladegeräten in Europa, bringt unter dem Namen Hybrio neue leistungsstarke und besonders umweltfreundliche Akkus auf den Markt. Hybrio vereint die Vorteile einer Alkali-Batterie mit denen eines Ni-MH-Akkus. Auch hier sind die Akkus sofort einsetz-



Hybrio-Akkus von Uniross gibt es in den Größen AA und AAA.

bereit wie eine handelsübliche Batterie und können direkt und ohne vorherige Aufladung eingesetzt werden. Darüber hinaus können sie mit jedem handelsüblichen Ladegerät mehr als 500mal geladen werden. Hybrio-Akkus eignen sich bestens für den Einsatz in Digitalkameras, MP3- und CD-



Passend zu den Akkus bietet Uniross auch Ladegeräte mit zwei oder vier Hybrio-Batterien der Größe A.

Playern, Radios, Weckern oder Fernbedienungen. Durch die minimale Selbstentladung der Akkus steht auch nach einem Jahr noch 85 Prozent der Energie zur Verfügung. Hybrio-Akkus von Uniross gibt es in den Größen AA und AAA. Zudem sind zwei Ladegeräte mit zwei bzw. vier Hybrio-Batterien der Größe AAA erhältlich. Alle Akkus und Ladegeräte von Uniross sind mit dem World Wide Fund for Nature (WWF)-Logo versehen. Uniross unterstützt den WWF bei der Finanzierung mehrerer Umweltinitiativen und bei der Öffentlichkeitsarbeit, die dem Verbraucher den ökologischen Vorteil wiederaufladbarer Ni-MH (Nickel-

Metallhydrid) Akkus und Ladegeräte sowie das Thema Recycling gebrauchter Batterien und Akkus näherbringen sollen. Mit seinem breitgefächerten Sortiment ist Uniross ein starker Partner für den Handel. Bei der Präsentation der Akkus und Ladegeräte am Point of Sale wird dem Handel seitens

des Unternehmens professionelle Hilfestellung angeboten. Der geschulte Außendienst von Uniross hat für die unterschiedlichsten Anforderungen wie beispielsweise bei der Platzierung der Produkte, bei der Sortimentsauswahl oder bei der Strukturierung der Blisterwand immer die richtige Lösung parat. *miz*

## Ready2Use: Die neue Akku-Generation von Varta

Keine Kompromisse – dafür steht Vartas neue Akku-Technologie. Mit Ready2Use bringt der Energie-Spezialist neue Rundzellen in den Handel, die die Vorzüge von Einwegbatterie und Akku in einem Produkt vereinen. Ist eine Zelle sofort nach dem Kauf ohne lange Ladezeiten einsatzbereit, dann muß es sich um eine Batterie handeln. Sind sie bis zu 1.000mal wiederaufladbar, dann spricht man von Akkus. Beide Vorteile in einer Zelle gibt es nicht. Falsch! Schließlich ist es Varta mit Ready2Use gelungen, mit innovativer Technologie einen Akku zu produzieren, der die geladene Energie über Jahre speichern kann. Deshalb kommen sie frisch geladen mit voller Leistungskraft aus der Verpackung. Konkret verfügen Ready2Use-Akkus selbst nach einem Jahr noch über 80 Prozent ihrer Energie. „Bis jetzt ist ein Großteil der Energie im Akku wegen der kontinuierlichen Selbstentladung ungenutzt verpufft“, erklärt Matias Jennebach, General Manager bei Varta. Demnach konnten die Zellen im Verkaufsregal auch ihre ursprüngliche Power nicht dauerhaft speichern. Diese Zeiten sind dank Ready2Use vorbei. Für die Konsumenten bedeutet das: Die neuen Akkus müssen nicht für einige Stunden ans Ladegerät, sondern sind sofort einsatzbereit. Ein wichtiges Verkaufsargument, denn Batteriekäufe sind Impulskäufe. Sprich: Zellen kommen in den Einkaufskorb, wenn sie gebraucht werden. Da bleibt keine Zeit für langwieriges Laden. Einfacher kann der Umgang mit neuen Akkus gar nicht sein. Den Verbrauchern wird der Umgang mit mobiler Energie so leicht wie möglich gemacht: Ein idealer Einstieg in die vermeintlich komplizierte Akku-Welt. Gerade deshalb ist Ready2Use auch von großer strategischer Bedeutung für Varta. Die neue Akku-Generation ist schließlich nicht nur von der ersten Sekunde an einsatzbereit und verfügt über eine lange Lebensdauer. Sie ist darüber hinaus immer wieder aufladbar und damit langfristig kostengünstiger als Einwegbatterien. Zudem können Ready2Use-Zellen eine hervorragende Leistungsbilanz in anspruchsvollen High-Tech-Geräten vorweisen. In Digitalkameras sind im Schnitt doppelt so viele Fotos mit einer einzigen Akkuladung möglich. „Ready2Use läßt bei Handel und Konsumenten keine Wünsche offen“, faßt Matias Jennebach zusammen. Seit Oktober sind die innovativen Zellen mit 800 mAh (AAA) und 2.100 mAh (AA) erhältlich. Der Preis für vier Akkus: 13,99 Euro.



**POS Neuheiten**

**Typhoon Homeplug Bluefun 85Mbit als WLAN-Alternative**



Der neue Homeplug Adapter Bluefun 85Mbit von Typhoon ermöglicht ohne umständliche Kabelverlegung oder eine komplizierte Installation die vernetzte Wohnung oder das vernetzte Haus einfach über das Stromnetz. Die Komponenten sind preiswert, die Inbetriebnahme ist einfach, die Sicherheit hoch. Typhoon Homeplug Bluefun 85Mbit Twin Pack ist die einfache und kostengünstige Alternative zum WLAN und ermöglicht ein Netzwerk für die Highspeed-Datenübertra-



gung oder zum Internetsurfen über die Stromleitung. Bluefun 85Mbit kann eine herkömmliche WLAN-Verbindung komplett ersetzen oder die andernfalls erforderliche Errichtung eines WLANs überflüssig machen. Zum UVP von 99,95 Euro bringt Anubis, deutscher Hersteller von PC-Zubehör (Typhoon) und Navigationsgeräten (MyGuide), zwei der leistungsstarken und kostengünstigen Homeplug-Adapter im Doppelpack auf den Markt. Der mit dem Powerline-Chip von Intellon ausgestattete Homeplug Adapter Bluefun 85Mbit wird einfach in eine normale Steckdose gesteckt. Die Konfiguration mit der im Lieferumfang enthaltenen Software erfolgt innerhalb weniger Minuten. Die bereits eingebaute 56-Bit DES-Verschlüsselung der Homeplug-Technologie garantiert bei der Datenübertragung höchste Sicherheit. Die Reichweite von bis zu 200 Metern, ohne dabei Rücksicht auf bauliche Gegebenheiten oder Funkhindernisse nehmen zu müssen, ist ebenfalls einem herkömmlichen WLAN überlegen. Die Übertragungsraten erreichen bis zu 85 MBps.

**USB Stick von LevelOne synchronisiert E-Mails, Adreßbücher und Daten**



LevelOne präsentiert mit dem MUS-1001 ein 1 GB großes USB 2.0 Smart Flash Drive. Mit dem MUS-1001 ist es nach Abgaben des Herstellers erstmals möglich, zuverlässig E-Mails, Adreßbücher und Daten in nur einem Vorgang zu sichern und zu synchronisieren. Als besonderes Feature verfügt das Smart Flash Drive für eine einfache und sichere Bedienung über eine „One-Button“-Funktion. Durch diese Funktion (ein Knopfdruck genügt) des MUS-1001 eignet sich das Smart Flash Drive besonders für den schnellen und unkomplizierten Datenaustausch zwischen diversen Rechnern. Neben der automatischen Backup- & Restore-Funktion von Outlook Express E-Mails, Adreßbüchern und den eigenen Favoriten des Internet Explorers wird auch der Ordner „Eigene Dokumente“ von Microsoft Windows gesichert und synchronisiert. Durch die USB 2.0 High Speed-Schnittstelle benötigt der Stick für das Sichern von 1GB weniger als fünf Minuten. Nach dem Sichern von Audiodaten generiert der MUS-1001 automatisch Playlisten, die vollkompatibel zum Windows Media Player sind. So können die auf dem Stick gespeicherten Songs direkt abgespielt werden – ohne ein vorheriges Kopieren der Daten auf den PC. Highlight des MUS-1001 ist die leistungsstarke 128 Bit Paßwort-Verschlüsselung. So sind die Daten auch bei Diebstahl oder Verlust des Sticks geschützt. Ein weiteres Feature ist die treiberlose Funktion des Smart Flash Drive. Windows erkennt den Stick automatisch, und es werden keine zusätzlichen Treiber benötigt.

**TechnoTrend ermöglicht HDTV-Empfang über USB**



Mit dem TT-connect S2-3600, einem neuen TV-Receiver für PC und Notebooks, macht TechnoTrend hochauflösendes Satellitenfernsehen auch an Rechnern möglich. Ein USB 2.0-Anschluß genügt zum Anschluß des externen Receivers. Die kompakte USB-Box ermöglicht den Empfang digitaler Satellitenprogramme in HDTV-Qualität sowie in Standardauflösung. Der TT-connect S2-3600 Receiver ist problemlos an mobilen Rechnern einsetzbar, bei denen der Einbau einer bisher für den HDTV-Empfang erforderlichen TV-Karte im PCI-Format wegen ihrer

**Data Becker XP Tuning Suite**

Die neue XP Tuning Suite von Data Becker enthält als Komplettpaket die umfassenden und einfach zu bedienenden Tweaking- und Tuningmöglichkeiten des Testsiegers „XP optimal einstellen 3.0“, kombiniert mit den neuesten Features Festplatten „optimal defragmentieren“. Mehr als 600 Funktionen stehen dem Anwender zur Verfügung, um eine exakt auf die Bedürfnisse des Anwenders zugeschnittene Systemoptimierung durchführen zu können. Die Anwendungsmöglichkeiten erstrecken sich von der Pflege und Optimierung der Festplatte über Einstellungen zur effektiven und sicheren Nutzung des Arbeitsspeichers, bis hin zur Verwaltung der über Autostart automatisch und ohne Zutun des Anwenders geladenen Programme und dem Editieren der Registry. Die Betriebssysteme von Microsoft sind zwar von Version zu Version leistungsfähiger und komplexer geworden. Im Hintergrund der grafischen Benutzeroberfläche, mit deren Hilfe Anwender ihre täglichen Aufgaben und Arbeiten erledigen, läuft unsichtbar eine Vielzahl von Prozessen ab, die sich negativ auf die Systemperformance auswirken kann. Denn zahlreiche, während der Installation des Betriebssystems bereits voreingestellte Konfigurationen garantieren zwar das Funktionieren der Installation, müssen aber nicht immer die optimalen Lösungen für das spezifische Nutzerverhalten sein. Bei einer individuellen Optimierung des Betriebssystems sollte man jedoch auf keinen Fall nach der Try-and-Error-Methode verfahren und sich besser auch nicht auf undokumentierte Tips aus der einen oder anderen Quelle verlassen: Data Beckers leistungsstarke XP Tuning Suite vereint alle wichtigen Tweaking- und Tuningtools zur optimalen Einstellung und Pflege des Betriebssystems in einem gemeinsamen Software-Programm. Das Tool „Festplatten optimal defragmentieren“ bietet neben der ressourcenschonenden Defragmentierung im Hintergrund fünf weitere Methoden zur zielgerichteten Neuordnung



der Datenblöcke auf der Festplatte zur Auswahl an. Mit den umfassenden Tweaking- und Tuningmöglichkeiten von „XP optimal einstellen 3.0“ können Bootvorgänge beschleunigt, nicht benötigte Dienste abgeschaltet und versteckte Systemoptionen für mehr Komfort, Sicherheit und Tempo genutzt werden. Anwendungen laufen danach deutlich schneller, der Desktop läßt sich nach eigenen Wünschen konfigurieren, und die Stabilität des Betriebssystems wird erhöht. Ein in das Hauptprogramm integrierter FeatureFinder listet zu einem Suchbegriff alle gewünschten Tweaks und Tools auf. So behält der Anwender stets den Überblick über die mehr als 600 zur Verfügung stehenden Programme und Optimierungsmöglichkeiten. Mit der Protokoll-Funktion „Optional“ können sämtliche Systemveränderungen aufgezeichnet und mit der „Undo“-Funktion auch selektiv rückgängig gemacht werden. Die XP Tuning Suite ist zum UVP von 29,95 Euro lieferbar.

Abmessungen nicht möglich ist. Anwender können sich die digitalen Satellitenprogramme auf dem Rechner direkt oder auch zeitversetzt mit Hilfe der Time-Shift-Funktion ansehen. Der Beginn der Aufzeichnung kann manuell gestartet oder automatisch durch den Timer aktiviert werden. Die im Lieferumfang enthaltene TechnoTrend-Software bietet weitere zusätzliche Komfortfunktionen wie einen kostenlosen elektronischen Programmführer (EPG) und schnellen Videotext. Aufzeichnungen lassen sich durch Klick direkt aus dem EPG heraus programmieren. „TechnoTrend gehört zu den ersten

Anbietern einer externen Empfangslösung für DVB-S2 am PC“, erklärte Dr. Heiko Kieser, CEO TechnoTrend AG. „Wie unsere TV-Karten, haben wir auch den TT-connect S2-3600 an unseren Standorten in Deutschland entwickelt. Wir freuen uns, ein derartiges Produkt zu einem so niedrigen Preis anbieten zu können.“ Die TechnoTrend AG mit Sitz in Erfurt ist ein führender, international aufgestellter Anbieter von Breitbandzugangstechnologien. Seit 2006 bietet das Unternehmen unter dem TechnoTrend-Brand ein umfassendes Portfolio digitaler TV-Receiver für TV und PC, das in Deutschland über Retail-Märkte und den CE-Fachhandel vertrieben wird. Der TT-connect S2-3600 ist zum UVP von 149 Euro lieferbar.

**Mit der Eumex 800V von T-Com über Festnetz oder das Internet telefonieren**



Die neue Telekommunikationsanlage Eumex 800V von T-Com ist gleichermaßen zum Telefonieren über das Festnetz und das Internet ausgelegt. Sie läßt sich mit zwei ISDN- oder Systemtelefonen Concept PX 722 am internen S<sub>0</sub>-Bus und bis zu acht analogen Endgeräten nutzen. Darüber hinaus können Nutzer über den integrierten Switch bis zu vier Personalcomputer oder Notebooks an die Eumex 800V anschließen. Zum kostengünstigen DSL-Telefonieren über das Internet (Voice over IP) nutzt die Eumex 800V das Standard SIP-Protokoll (Session Initiation Protocol). Die Tk-Anlage ist damit nach der Anmeldung, etwa beim Internet Telefonie Service von T-Online, VoIP-fähig. Die Eumex 800V sorgt nicht nur für komfortables Telefonieren, sondern auch für schnelle Datenverbindungen. Das integrierte DSL-Modem unterstützt neben ADSL auch die neue ADSL2+ Technik für

**Adcon „Mega Control“: HDTV auf jedem Display im Geschäft**



Bei der Verteilung von HDTV-Videosignalen zur Vorführung von HD ready und Full HD TV-Geräten auf mehrere, am PoS für Kaufinteressenten präsentierte Geräte oder das Zuspielden von hochauflösendem Content auf eine größere Anzahl auf Messen ausgestellt Displays, sind technische Hindernisse zu überwinden, die bei dem bisherigen, normalauflösenden Programm-Material nicht auftraten. Probleme bei der Überspielung von HD-Programmen von HDTV-kompatiblen DVD-Playern, digitalen Video-Recordern oder Satelliten-Empfängern entstehen durch die Bedingungen und Übertragungs-Protokolle des in die digitale Videosignal-Verbindung HDMI implementierten Kopierschutzes HDCP (High-Bandwidth Digital Content Protection). Um unautorisierten Abgriff des digitalen



HD-Signals und illegales Aufzeichnen von hochauflösenden Videos zu verhindern, korrespondieren im Zuspieldgerät und im Bildausgabe-Gerät integrierte HDCP-Chips in regelmäßigen Abständen (zirka 30 Sekunden) miteinander und überprüfen die Integrität der HDMI-Verbindung zwischen den Geräten. Wird eine nicht mit dem HDCP-Protokoll konforme Unregelmäßigkeit registriert, wird die Übertragung des Videosignals unterbrochen. Um mehrere Flachbild-TV-Geräte

mit HDMI-Eingang gleichzeitig mit einem HDTV-Signal zu bespielen, benötigt man im einfachsten Fall je Bildschirm ein separates HDTV-Zuspielgerät. Die bei einem Gerätevergleich zu Vorführungszwecken erforderliche Synchronität der Videosignale wäre bei einer derartigen Lösung nur mit HDTV-Empfangsgeräten und dem gleichen TV-Programm zu erzielen. Für die Zuspieldung von hochauflösenden DVD-Filmen (HD-DVD/Blu-ray) ist die vorstehend beschriebene Methode nicht geeignet. Professionelle Lösungen für die oben beschriebenen Einsatzbereiche bietet das Unternehmen Adcon, Stockach, mit seinen Mega Control HDTV Verteiler-Geräten, die mit einem updatefähigen Betriebssystem ausgestattet sind und alle bereits verbreiteten drei HDMI-Revisoren 1.0, 1.1 und 1.2 unterstützen. Das in Kürze erwartete HDMI 1.3 wird ebenfalls durch Firmware Update upgraded. Adcon Mega Control Verteiler sind bis zur Anzahl von 125 TV-Geräte-Anschlüssen je nach Anforderungen flexibel kaskadierbar. Seit 1984 beliefert Adcon den UE-Handel mit professioneller Technik für die Vorführung von allen Produkten der Unterhaltungselektronik. Mit bisher 450 HDTV-Vorführinstallationen gibt das Unternehmen reichhaltige Erfahrung an seine Kunden weiter. Entwicklung, Beratung, Information, Support und Installation kommen ohne Wartezeiten aus einer Hand. Der UVP des Mega Control beträgt 806 Euro.

**INNOVATION**

**Die neue Generation mobiler Energie !**

**AKKU**

**BATTERIE**

**HYBRIO**

**Sofort einsetzbar wie eine Batterie**

**Aufladbar wie ein Akku**

**HYBRIO**

**Sofort einsetzbar**

**HYBRIO – bereits voll geladen, sofort einsetzbar wie eine Batterie**

**Minimale Selbstentladung**

**HYBRIO – 12 Monate nach dem Laden noch 85% Energie verfügbar**

**Für alle Ladegeräte**

**HYBRIO – mit jedem Ladegerät bis zu 500 mal aufladbar**

**Umweltfreundlich**

**HYBRIO – ein Akku ersetzt 500 Alkali-Batterien**

**Wirtschaftlich**

**UNIROSS**  
The rechargeable specialists  
www.uniross.com

noch schnellere Breitbandverbindungen ins Internet. Dank der DSL-Routerfunktion ist die Anlage als Mehrplatzlösung an jedem DSL-Anschluß sofort betriebsbereit. Über einen optionalen WLAN-Access Point lassen sich weitere PCs in einem schnurlosen lokalen Netzwerk betreiben. Der Internetzugang ist durch die integrierte Firewall geschützt. Mit dem Remote Access Service (RAS) können Nutzer auch von unterwegs auf den lokalen PC zugreifen.

Ein automatisches Verkehrsmanagement („Traffic Shaping“) stellt sicher, daß bei gleichzeitigem Up- und Download konstant die volle DSL-Bandbreite genutzt wird. Das integrierte, einstellbare Bandbreitenmanagement kontrolliert den ein- und ausgehenden Datenverkehr über den DSL-Anschluß und gewährleistet, daß das Surfen Telefonverbindungen über das Internet nicht beeinträchtigt. Damit sind auch mehrere, gleichzeitige externe Internet-Telefonate in hoher Gesprächsqualität möglich. An die Eumex 800V lassen sich neben Endgeräten wie Telefon, Fax oder Anrufbeantworter auch Türfreisprechsysteme (TFE) anschließen. An zentralen Arbeitsplätzen oder Abfragestellen können komfortable ISDN-Systemtelefone wie das Concept PX 722 zur Optimierung der Kommunikation im Büro eingesetzt werden. Ihre bereits vorhandenen Telefongeräte (MFV) können die Nutzer der Eumex 800V weiter einsetzen.

# Panasonic VIERA Plasma-TVs:

**Die Frage nach der zu wählenden Technologie für Flach-TV-Geräte ab 42 Zoll und größer wurde bis vor kurzem fast immer mit „Plasma Display“ beantwortet. PDPs der oberen Bildschirm-Größen konnten im Vergleich zu LCD-Bildschirmen lange Zeit zu günstigeren Verkaufspreisen und in breiterer Auswahl angeboten werden. Neue Fabrikationsverfahren, die Fähigkeit zur Verarbeitung größerer Muttergläser (Glas-Sheets) und der intensive Ausbau der Produktionskapazitäten bei LCD-Herstellern haben die Marktsituation verändert.**

LC-Displays sind inzwischen auch im Bereich der großformatigen Bildschirme wettbewerbsfähig. Aber auch für Plasma-Displays wurden in den letzten Jahren kontinuierlich neue Technologien entwickelt und in innovativen Produkten zum Einsatz gebracht. Für den Endkunden, und damit auch für den Handel, kann ein Plasma-Bildschirm bei vielen Anwendungsbereichen nach wie vor die bessere Wahl sein. Deshalb sollte die Entscheidung für die eine oder andere Display-Technologie unter Berücksichtigung aller relevanten Fakten getroffen werden.

## Weltmarktführer bei Plasma-Displays

Die weltweite Nachfrage nach Flachbildschirm-TVs und die in den kommenden Jahren erwarteten Umsatz-Steigerungen beantworten die Hersteller mit immer höheren Investitionssummen und massiver Aufstockung ihrer Produktionskapazitäten. Der Wettbewerb um die Marktführerschaft wird auf zwei Ebenen parallel ausgetragen. Einerseits kämpfen die Anbieter von LCD- oder Plasma-Bildschirmen um den jeweils größten Weltmarkt-Anteil, während gleichzeitig zwischen den Flachbild-Technologien Plasma-Display und Liquid Cristal Display (LCD) die Auseinandersetzung um die Marktführung bei großformatigen Flachbildschirmen ausgetragen wird. Der Elektronik-Konzern Matsushita Electric Industrial Co., Ltd., in Europa unter dem Brand Panasonic bekannt, setzt im Unterschied zu Sharp und Sony nicht auf LCD-TVs, sondern auf eine große Zukunft der Plasma-TV-Geräte. Im Gegensatz zu anderen Herstellern gelingt es Panasonic, trotz ständigem Absinken der Verkaufspreise im Plasma-Bereich jährlich 30 bis 40

Prozent Profit zu erwirtschaften. „Plasma-Technologie bietet bei großformatigen Bildschirmen nicht nur technische Vorteile und höhere Performance, sondern mit Hilfe der von Matsushita entwickelten Produktionsverfahren auch höhere Kosteneffizienz“, erklärt Ken Morita, Präsident der Matsushita PDP Company, einem Joint-venture von Matsushita und Toray Industries. Nach Stückzahl und nach Wert ist Panasonic im weltweiten Markt für PDPs seit Jahren Marktführer in Folge. Mit den koreanischen Herstellern LG Electronics und Samsung sind inzwischen umsatzstarke Verfolger herangewachsen, die im großformatigen Display-Bereich ebenfalls auf Plasma-Technologie setzen. Im dritten Quartal 2006 legte LGE mit 27 Prozent Quartalswachstum erstmals 32,5% Marktanteil nach Stückzahl zu und zog damit an Panasonic (30,4%) vorbei. Nach Wert (Erlösen) behauptet Panasonic (Matsushita) jedoch weiterhin die Marktführerschaft im Plasma-Display-Markt und hat seine Produktionsschwerpunkte auf größere Bildschirme mit HDTV-Auflösungen und damit hin zu höheren Verkaufspreisen verlagert. Samsung liegt mit 23,2% Marktanteil auf dem dritten Platz. Zusammen behaupten die drei Anbieter 86 Prozent des weltweiten Plasma-Display-Marktes. Auch in Deutschland belegt Panasonic bei PDPs unangefochten die Spitzenposition: Die Marktverteilung von Januar bis August 2006 sieht (nach Wert) wie folgt aus: Panasonic: 27%, Philips: 17%, Samsung: 14%, LGE: 14%, Pioneer: 5%. Die Rangfolge nach Stück: Panasonic: 27%, Philips: 17%, Samsung: 14%, LGE: 11%, Pioneer: 9%. Laut Display-Search werden 2006 weltweit 10,7 Millionen Plasma-Flachbildschirme verkauft werden, was einer jährlichen Steigerung um 49% entspricht.

## Weltgrößte Plasma-Fabrik: Produktionsstart Juli 2007

Mit dem Bau der weltgrößten Produktions-Anlage für Plasma-Displays in Amagasaki City, Hyogo Prefecture, Japan, erhöht Matsushita Electric (Panasonic), der führende japanische Hersteller von Unterhaltungselektronik, seine Produktionskapazität beträchtlich und stärkt gegenüber den Rivalen LGE und Samsung seine Wettbewerbsfähigkeit im hart umkämpften Markt für großformatige Flachbild-TV-Geräte. Die mit einer geplanten Investitionssumme von 1,3 Milliarden Euro errichtete Anlage soll im Juli 2007 die Produktion aufnehmen und im Geschäftsjahr 2007/2008 bei monatlich 500.000 Plasma-Displays mit 42-Zoll-Bilddiagonale (106 cm) ihre volle Auslastung von ca. 5,5 Millionen Panels jährlich erreichen. Das neue Werk ist die fünfte PDP-Fabrik von Panasonic. Neben den drei anderen MPDP-Werken (zwei davon in Ibaraki und eines in Amagasaki City) betreibt Panasonic die Shanghai Matsushita Plasma Display Co., Ltd. in China. Die resultierende Gesamtkapazität soll auch zukünftig Panasonics Führungsrolle im weltweiten Markt für Plasma-TV-Flachbildschirme sichern. Mit Hilfe neuester Produktionstechnologien wird erstmalig in der Welt eine Ausbeute von acht Panels pro Substrat realisiert.

Im Jahr 2009 wird Panasonics jährlicher Produktionsausstoß über 11 Millionen Panels betragen und die aktuelle Kapazität des Jahres 2006 mehr als verdoppeln. „In dem neuen Werk kommen Produktionssysteme nach neuestem Stand der Technik zur Anwendung, die denen im dritten Werk in Amagasaki überlegen sind, in dem wir im September 2005 die Produktion aufgenommen haben“, sagt Mr. Ken Morita, Präsident von MPDP. „Im gesamten Verfahren wird damit höhere Effizienz und höhere Produktqualität erzielt. Jede Produktionslinie wird vorrangig auf eine Bildschirmgröße spezialisiert. Panasonic rechnet damit, daß der globale PDP-Markt bis 2010 auf ein Jahresvolumen von 25 Millionen Panels ansteigt. Mit unserer Produktionskapazität von



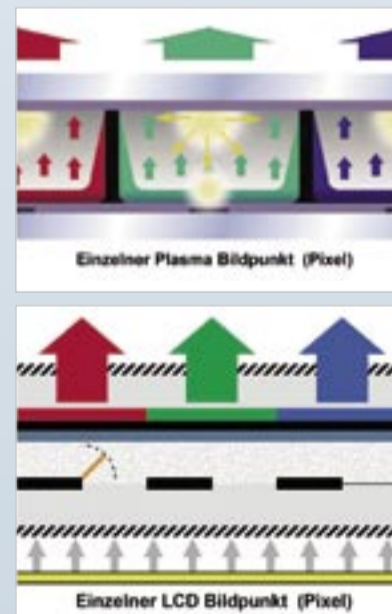
Panasonic TH-103PF9EK:  
103-Zoll-Spitzenmodell der neuen G9 PDP-Reihe

jährlich mehr als 11 Millionen Panels können wir unseren globalen Anteil auf über 40 Prozent erhöhen und unsere Position als weltgrößter Hersteller von PDPs weiter behaupten.“

## PDP / LCD: Display-Technologien für unterschiedliche Einsatzbedingungen

In der Mehrzahl aller Fälle hat sich der potentielle Käufer eines Flachdisplays vor dem Verkaufsgespräch selbst noch nicht mit den systembedingten Eigenschaften der beiden den Markt dominierenden Display-Technologien vertraut gemacht. Meist ist sein vor-

werden, hat aber langfristige Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf in diesem Angebotsbereich. Denn fast jeder zufriedene Käufer eines Flach-TV-Geräts ist aus vielen Gründen über einen langen Zeitraum hinweg ein aktiver Multiplikator und Werbeträger für das Einzelhandelsgeschäft, in dem er die richtigen Empfehlungen erhalten und das für seinen Anwendungsfall optimal geeignete Gerät erworben hat. Unabhängig von qualitativen Abstufungen innerhalb des Angebots an PDP- oder LCD-TV-Geräten ist es von der Aufstellung des Bildschirms, dem vorherrschenden Umgebungslicht, der Art der Beleuchtung und dem Schwerpunkt der Nutzung abhängig, ob ein LCD- oder PDP-TV-Gerät die bessere Lösung für den gegebenen Anwendungsfall ist. Die Kenntnis wichtiger Faktoren erleichtert den Weg zu richtigen Entscheidungen.



## Umgebungslicht: Der entscheidende Unterschied

Die Phrase vom „Wettkampf der Technologien“ wird gerne auch dann benutzt, wenn sie fehlt am Platze ist. LCD-Bildschirme und Plasma-Displays konkurrieren zwar miteinander um Käufer, fechten jedoch genauso wenig einen Kampf mit Sieger und Verlierer aus, wie es einen „Wettkampf der Beleuchtungskörper“ zwischen Leuchtstoffröhre und Glühfadenlampe gibt. Beide Display-Technologien verfügen über spezifische Stärken, die erst bei unterschiedlichen Nutzungs- und Umgebungsbedingungen voll zum Tragen kommen: LCDs (Liquid Cristal Displays) wurden ursprünglich für Anzeigen von portablen Geräten entwickelt, die vorwiegend bei hellem Umgebungslicht benutzt werden. Für diesen

rangiges Ziel der Erwerb eines flachen Bildschirms mit möglichst großer Bilddiagonale zu einem günstigen (dem niedrigsten) Preis. Will der Verkäufer es sich und dem Kunden leicht machen, dann geht der Kunde nach einigen belanglosen Dialogen mit einem der vielen, zur Zeit günstig angebotenen Flachbildschirme nach Hause. Ob sich ein solches „schnelles und leichtes Geschäft“ auch als gutes Geschäft für den Handel, den Käufer und die Kundenbindung erweist, wird meist am Einzelfall nicht erkennbar

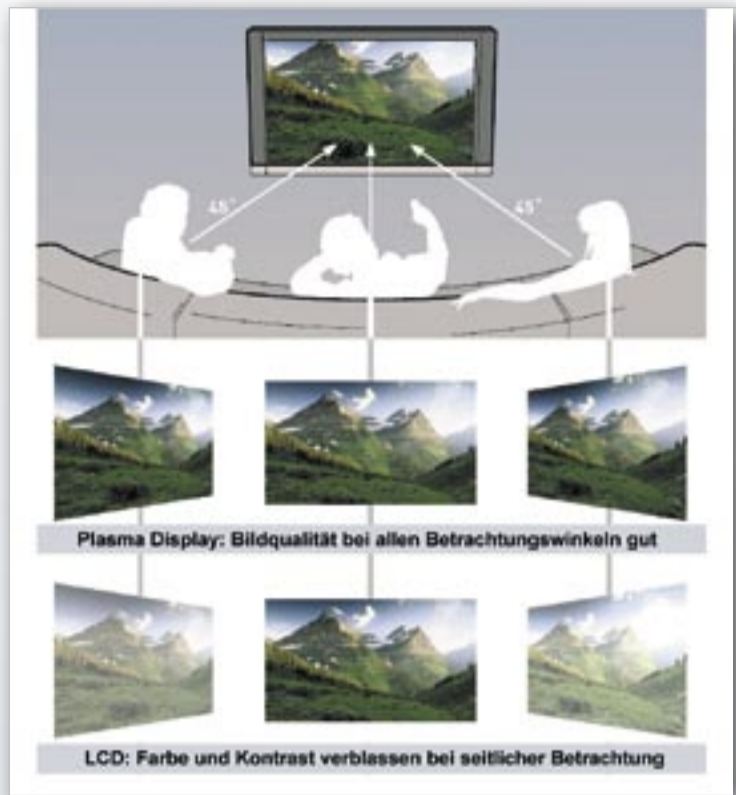


Die weltgrößte Produktionsanlage für Plasma-Displays in Amagasaki City, Hyogo Prefecture, Japan.

# Größe ist mehr als Fläche

Einsatzzweck sind LCDs optimal geeignet. Der Erfolg der flachen LCD-Computer-Monitore, von denen einige Modelle als Zubehör mit einem TV-Tuner ausgestattet wurden, führte relativ schnell zur Entwicklung von LCD-TV-Geräten, bei denen die Nutzung als Fernsehgerät im Vordergrund steht. Die flachen Abmessungen und das geringe Gewicht ermöglichen, besonders im Vergleich zu Röhren-TV-Geräten gleicher Bildgröße, eine hohe Portabilität der LCD-Bildschirme. Bei hellem Umgebungslicht, wie es für Geschäfts- und Büroräume, Empfangs- und Repräsentationsbereiche, für Arbeitsräume, Küchen und Außenterrassen typisch ist, zeigen LCD-TV-Geräte ein angenehmes, hell leuchtendes Bild, das technologisch bedingte Abstriche bei der natürlichen Farbwiedergabe und dem Betrachtungswinkel hinnehmbar macht.

Dagegen werden bei einer abgestuften, warmen Beleuchtung in Wohnräumen, die durch „Lichtinseln“ einzelner Beleuchtungskörper erzeugt wird, die besonderen Qualitäten der Plasma-TV-Bildschirme deutlich



## Natürliche Farben – hohe Schwarzsättigung – minimale Reaktionszeit

Bei einem Plasma-TV besteht jeder einzelne Bildpunkt aus drei kleinen Kammern (Subpixel) mit den Grund-

kontrastreiches und farbstarkes Bild entstehen. Bei Ruhen der Entladungen entstehen dort, wo sie im Bild erforderlich sind, schwarzgesättigte Bildpunkte. Die Helligkeitsabstufungen (Tonwerte) werden durch mehrere oder weniger Entladungen der Plasma-Kammer innerhalb einer definierten Zeiteinheit erzeugt. Deshalb verbraucht ein Plasma-Display nur dann Energie, wenn Licht erzeugt und abgestrahlt wird.

Wie inzwischen mehrfach durch wissenschaftliche und neutrale Messungen ermittelt wurde, liegt der Energieverbrauch von Plasma-Displays deshalb im Mittelfeld des Energieverbrauchs von LCDs. Im Gegensatz dazu leuchtet auf der Rückseite eines LCD-Bildschirms ständig eine Lichtquelle mit gleichbleibendem Leistungsbedarf, das sogenannte Backlight-Unit, und verbraucht auch dann Energie, wenn die LCD-Pixel nur ganz wenig leuchten oder dunkel bleiben sollen. Weil das Verschließen der Lichtaustrittsöffnungen durch Flüssigkristalle die Lichtabstrahlung nicht vollständig verhindern kann, scheidet auch bei dunklen Bildpartien immer etwas Licht hindurch und erzeugt einen leicht gräulichen Schwarzton. Weil das Licht vom Backlight-Unit

farben Rot, Grün und Blau. Die Kammern sind mit einem Edelgasgemisch gefüllt und durch eine untere und obere Glasscheibe verschlossen. Jede Kammer ist mit zwei Elektroden ausgestattet, über die das Edelgasgemisch elektrisch aufgeladen wird. Durch Lichtimpulse im UV-Bereich kann in dem Edelgasgemisch eine Entladung gezündet werden, die das Gas für einen winzigen Moment in einen Plasma-Zustand versetzt und in der farbig fluoreszierenden Beschichtung des Kammerbodens die Ausstrahlung von Licht auslöst. Millionen kleiner, je nach Bildaufbau gesteuerter Plasma-Blitze lassen ein scharfes,



sichtbar. PDPs liefern in etwas abgedunkelten Wohnraum-Umgebungen ein brillant leuchtendes, farbstarkes Bild mit hoher Schwarzsättigung, neben dem ein LCD-TV sozusagen „verblaßt“. In zahlreichen Verkaufsumgebungen werden jedoch sowohl LCD-TVs wie Plasma-TV-Geräte bei tageslicht-ähnlicher Raumausleuchtung präsentiert, wie sie in Wohnbereichen selten zu finden ist. Hier besteht Handlungsbedarf: Kaufinteressenten sollte die Vergleichsmöglichkeit zwischen Plasma- und LCD-TVs bei einer Beleuchtungssituation geboten werden, die der späteren Nutzungsumgebung entspricht.

Modell	Format	Größe	Auflösung	Kontrast	Farben	Verfügbar	UVP (€)	Panel
TH-103PF9EK	16:9	262 cm	1.920 x 1.080	5.000:1	68,7 Mrd.	Dez. 2006	70.000,- (ca.)	G9
TH-65PX600E (Kit)	16:9	165 cm	1.920 x 1.080	5.000:1	29,0 Mrd.	Nov. 2006	12.999,-	G9
TH-50PX600E	16:9	127 cm	1.366 x 768	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	4.299,-	G9
TH-50PV60E	16:9	127 cm	1.366 x 768	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	3.299,-	G9
TH-42PV60EH	16:9	106 cm	1.366 x 768	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.099,-	G9
TH-42PV45EH	16:9	106 cm	1.366 x 768	8.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.099,-	G9
TH-42PD60E	16:9	106 cm	852 x 480	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.099,-	G9
TH-42PA60E	16:9	106 cm	852 x 480	8.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	1.999,-	G9
TH-42PX600E	16:9	106 cm	1.024 x 768	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.699,-	G9
TH-42PX60EH	16:9	106 cm	1.024 x 768	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.199,-	G9
TH-37PV60EH	16:9	94 cm	1.024 x 720	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.399,-	G9
TH-37PV600E	16:9	94 cm	1.024 x 720	10.000:1	29,0 Mrd.	lieferbar	2.399,-	G9

durch Farbfilter und formierte Flüssigkristalle hindurch leuchten muß, um außen sichtbar zu werden, verändert sich bei seitlichem Betrachtungswinkel die Intensität und Farbzusammensetzung mehr oder weniger spürbar. Dieser Effekt tritt beim Plasma-Display nicht auf. Und weil die Entladung in einer Plasma-Kammer quasi verzögerungsfrei erfolgt, ist eine Reaktionszeit fast unmeßbar, während bei einem LCD-Pixel immer eine gewisse „Reaktions“-Zeit vergeht, bis sich alle lichtregulierenden Flüssigkristalle wie gewünscht angeordnet haben. Die überzeugendsten Stärken eines Plasma-Displays sind deshalb natürliche Farben, hohe Schwarzsättigung und minimale Reaktionszeiten.

## Plasma Display – die ideale Heimkino-„Leinwand“

Die Anziehungskraft von Spielfilmen und Fernsehfilmen ist davon abhängig, wie vollkommen dem Zuschauer die Illusion der dargestellten Wirklich-

keiten Nagano veranstalteten olympischen Winterspiele entwickelt. Nur mit neuen Bildschirmen war es möglich, die bei bisherigen Röhrengeräten maximal erreichbaren Größen eindrucksvoll und dramatisch zu übertreffen, wie es das Konzept der Organisatoren forderte.

Die Gehäusetiefe, das Volumen und Gewicht der neuen Bildschirme waren im Vergleich zu ihrer Bildfläche derartig gering, daß mit der „Generation 1“ (G1) eine Revolution der Fernsehgeräte ausgelöst und die Entwicklung der heutigen Flachbild-Fernseher angestoßen wurde. Die aktuellen Viera Plasma-TV-Modelle von Panasonic sind mit neuesten G9 Plasma-Panels bestückt und bieten durch den Einsatz neu entwickelter Fluoreszenz-Materialien und Zündungstechniken zur Plasma-Entladung deutlich verbesserte Leistungsdaten gegenüber der vorangehenden Generation 8: Graustufen: 3.072 (2.048), Reaktionszeit: 16 ppf (13 ppf), Peak Hellig-



keit vermittelt werden kann. Dunkle Bildbereiche und abgedunkelte Szenen zählen zu den wichtigsten Werkzeugen der Film-Dramaturgie und sind für den Eindruck von Spannung, Geheimnis und Erwartung oder die Erzielung einer romantischen Grundstimmung unverzichtbar. Hier zeigt der Plasma-Bildschirm seine Überlegenheit: Die hohe Schwarzsättigung der mit einem Plasma-Display dargestellten Bilder prädestiniert diese Technologie für die Wiedergabe von Spielfilmen und Videofilmen. Im Gegensatz zu LCD-Bildschirmen gibt es bei Plasma-Displays keine verwaschen grau durchschimmernden Bildbereiche, die eigentlich schwarz dargestellt werden sollten. Besonders bei normal abgestufter Wohnraum-Beleuchtung oder Home-Cinema-Filmvorführungen in teilweise oder stark abgedunkelten Räumen bringen Plasma-Displays mit beeindruckend natürlichen und leuchtenden Farben ihre Vorteile deutlich sichtbar zur Geltung.

keit: 1.200 cd/m<sup>2</sup> (1.000 cd/m<sup>2</sup>), Kontrast dunkler Bereich: 10.000:1 (3.000:1), Kontrast heller Bereich: 400:1 (340:1).

## Anfertigung auf Bestellung: TH-103PF9EK mit 262 cm Bilddiagonale

Ab Dezember 2006 liefert Panasonic das weltweit größte Plasma-Display TH-103PF9EK. Das schwarze Full HD- Gerät mit der Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten besitzt eine Bilddiagonale von 262 cm und erreicht ein Kontrastverhältnis von 5.000:1. Die Helligkeit beträgt 1.000 cd/m<sup>2</sup>.

Das neue Spitzenmodell der Panasonic Plasma-Reihe ist Multi-Screen-fähig mit den Funktionen PIP / PAP und Digital-Zoom I.

Das Display wird zum UVP von 70.000 Euro nur auf Bestellung angefertigt und ohne integrierten TV-Tuner, aber mit Plugin-Board Steckplätzen für diverse professionelle Anwendungen geliefert. Ein System-LSI mit HD-Optimizer erkennt und beseitigt MPEG-Rauschen beim Empfang digitaler HD-Signale. *evo*

## Panasonics neue Generation: G9 Panels

Die Plasma-Display-Technologie wurde anlässlich der 1998 im japani-

# Sophisti – JVC präsentiert vernetztes Home Entertainment

**Video-, Foto- und Audio-Dateien werden immer noch in den meisten Fällen auf PC bearbeitet und archiviert. Um den Zugriff von Home Entertainment Anlage auf PC zu erleichtern, präsentiert JVC nun im Rahmen der Sophisti-Serie zwei neue Audio/Video-Anlagen mit den Produktbezeichnungen DD-3 und DD-8.**

Die beiden DVD Netzwerk-Media Systeme sind mit RDS-Tuner ausgestattet. Die Vernetzung mit dem PC erfolgt mittels „Media Link“ entsprechend dem DLNA-Standard für Heimnetzwerke via LAN oder mit einem (optionalen) Router sogar kabellos über WLAN. Hinzu kommt die USB Host-Funk-

tion, über die USB-Geräte wie beispielsweise MP3-Player oder Digitalkameras angeschlossen werden können. Selbstverständlich sind die Anlagen auch mit einem zukunftssicheren HDMI-Anschluß ausgestattet, der eine unverfälschte Signalübertragung gewährleistet.

Um auch die Klangqualität aller abspielbaren Medien voll ausschöpfen zu können, ist das Netzwerk-Media-System DD-3 in der Basis als HiFi-Stereo-Anlage konzipiert und ergänzend mit einem Dolby Digital-/DTS-/Dolby ProLogic II-Decoder ausgestattet. Dabei benötigt die neue JVC-Anlage dank virtuellem Surround System keine rückwärtigen Lautsprecher. Das komplette 3.1-Lautsprechersystem besteht aus zwei superschlanken Direct-Drive (DD)

Hauptlautsprechern für den rechten und linken Kanal, einem zweikanaligen DD-Center-Lautsprecher und einem kraftvollen Design-Subwoofer mit einer Gesamtleistung von 240 Watt. Die unverbindliche Preisempfehlung für das seit September lieferbare Netzwerk-Media-System DD-3 beträgt 999 Euro.

So vielfältig die Medienauswahl ist, so beeindruckend ist der Sound der DD-8. Der Center-Einheit stehen zwei hochwertige, mit JVC exklusiven Oblique Cone Lautsprechern bestückte Standboxen zur Seite, ein Zwei-Kanal Direct Drive Center Lautsprecher und ein Design Subwoofer. Die Oblique Cone-Lautsprecher zeichnen sich durch symmetrisch befestigte Schwingspulen aus, die auch durch ihre Anordnung Stö-



Das Netzwerk-Media-System Sophisti DD-8 ist mit zwei hochwertigen Oblique Cone Lautsprechern ausgestattet und präsentiert sich mit „Front Surround“-Technologie als innovative Heimkino-Anlage.

rungen durch freistehende Wellen, Verzerrungen und ungewollte Resonanzen verhindern. Das optimale Hörerlebnis ist somit garantiert. Darüber hinaus präsentiert sich die DD-8 als hochentwickelte Heimkino-Anlage, die mit der innovativen „Front Surround“-Technologie aufwartet. Für den

perfekten Rundum-Klang benötigt die DD-8 dank der superschlanken DD-Center-Lautsprecher keine rückwärtigen Lautsprecher mehr. Das Netzwerk-Media System DD-8 ist ebenfalls seit September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.799 Euro. *miz*

## Neuheiten

### Flotte Verbindung: Sony Vaio SZ3 mit HSDPA 3,6 Mbps ExpressCard



Unterwegs E-Mails beantworten, auf Datenbanken im Firmennetz zugreifen können, oder schnell mal etwas im Internet recherchieren, das sind die Werkzeuge, mit denen Geschäftsleute Zeit sparen, die Effizienz ihrer Arbeit erhöhen und die Qualität der Leistung ihrer Unternehmen steigern. Mit dem neuen

Vaio VGN-SZ3XWP/C, inklusive HSDPA-Express Card, T-Mobile SIM-Karte und T-Mobile Testangebot, bietet Sony jetzt eine einfach zu handhabende mobile Lösung für diejenigen Anwender, die unterwegs Breitbandverbindungen genauso bequem und schnell nutzen möchten, wie das im Büro möglich ist.

Die Kooperation zwischen Sony und T-Mobile startet mit einem starken Angebot: Ab sofort liefert Sony sein hochmodernes Vaio Notebook VGN-SZ3XWP/C inklusive einer HSDPA-Express Card, einer T-Mobile SIM-Karte und einem attraktiven Testangebot aus. Die Datenkarte ermöglicht mobile Zugriffe mit bis zu 3,6 Megabit pro Sekunde auf das Internet oder ein Intranet. Die wohlabge-

stimmte Kombination aus einem außergewöhnlichen Sony Vaio Notebook, einer Hardware für die schnellsten derzeit verfügbaren mobilen Verbindungen und der Unterstützung durch einen starken Provider wie T-Mobile erfüllt das Bedürf-



nis vieler Anwender, die zukünftig mit dieser Lösung jederzeit und überall den gewohnten Kommunikationskomfort nutzen und genießen können. Die Vorteile der HSDPA ExpressCard-Technologie sind geringer Energieverbrauch und lange Batterielaufzeiten. Die robuste Plug&Play-Handhabung wird auch mit Problemen wie mangelhafte Geräteerkennung, plötzliches Entfernen der Karte oder fehlende Reaktivierung nach Standby- oder Sleep-Modus spielend fertig. Beim Verbindungsaufbau wählt die vorinstallierte T-Mobile Kommunikationssoftware automatisch die schnellste verfügbare Übertragungstechnik, je nach Standort HSDPA, EDGE, GPRS oder auch WLAN an den HotSpots von T-Mobile und T-Com. HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) ist im gesamten UMTS-Netz von T-Mobile Deutschland verfügbar und bietet eine Übertragungsleistung von bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde (Mbps). Teilweise steht schon HSDPA mit bis zu 3,6 Mbps zur Verfügung. In Regionen ohne HSDPA/UMTS beschleunigt die EDGE-Technik mobile Datentransfers auf bis zu vierfache ISDN-Geschwindigkeit. Besitzer eines Sony Vaio VGN-SZ3XWP/C können den mobilen Highspeed-Komfort von T-Mobile 30 Tage kostenlos testen. Nach der Testphase können sie einen 24-Monate-Laufzeitvertrag abschließen, und dann noch einmal acht Wochen lang kostenlos weiter surfen. Den gewählten Datentarif stellt T-Mobile erstmals nach drei Monaten in Rechnung. Der Sony Vaio VGN-SZ3XWP/C ist inklusive HSDPA-Express Card, T-Mobile SIM-Karte und attraktivem T-Mobile Testangebot zum UVP von 2.599 Euro lieferbar.

neuesten Generation erfüllt Epsons erster 16:9-Projektor in nativer 1.080p-Auflösung (Full HD) höchste Heimkinoansprüche. Der Kontrast von 12.000:1 sorgt für feinste Zeichnung auch in Schattenpartien, während die Lichtstärke von 1.200 ANSI Lumen auch bei Umgebungslicht gut sichtbare Bilder garantiert. Der Epson EMP-TW1000 im mattschwarzen eleganten Design ist ab Februar 2007 zum Preis von voraussichtlich 4.000 Euro (UVP) erhältlich. Die eindrucksvolle Bildqualität erreicht der TW1000 durch das vollkommen neu entwickelte Crystal Clear Fine 3-LCD-Panel mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, dem Herzstück des Full-HD-Projektors. Gleichzeitig vermindert die deutlich verbesserte Optik Streulicht und erhöht so zusammen mit der innovativen Auto-Iris-Funktion das Kontrastverhältnis auf hervorragende 12.000:1. Selbst in dunklen Filmszenen kommen auf diese Weise feinste Details zur Geltung. Ein Zoomfaktor von 1:2,1 sorgt auch bei geringem Wandabstand für ein großes Bilderlebnis. Die Quali-



tät der Projektion hängt stark vom Umgebungslicht ab. Daher setzt Epson in seinem neuen Premium-Heimkino-Projektor den komfortablen Cinema Filter ein. Er stellt sechs Modi zur optimalen Einstellung von Bildhelligkeit, Kontrast und Farbsättigung für unterschiedliche Umgebungsbedingungen zur Verfügung. Außerdem steht die von Epson entwickelte Auto-Iris-Funktion zur Verfügung, die zusätzlich die Intensität der Lampe steuert, um den Kontrast zu erhöhen. Dank der Lens-Shift-Funktion kann das Gerät auch seitlich oder vertikal versetzt von der Projektionsfläche aufgestellt werden, ohne daß das Bild verzerrt wird.

### Breiter, besser, heller: Garmin nüvi 660



Der neue Stern von Garmin heißt nüvi 660 und weist Reisenden am Navigationshimmel den Weg mit einem kristallklaren, noch helleren und breiteren Breitbilddisplay als bisher, unterstützt durch Freisprecheinrichtung, TMC und Travel-Kit: Garmin hat die neueste Version seines Verkaufsschlagers Garmin nüvi vorgestellt. Der Garmin nüvi 660 überzeugt durch sein großes 4,3 Zoll (neun Zentimeter) LCD-Touchscreen-Display im Breitbild-Format, das noch heller und schärfer ist. Als universeller Reisebegleiter ist er Navigationsgerät, Reiseführer, Bluetooth-Freisprecheinrichtung, MP3- und Hörbuch-Player, Sprachübersetzer, Währungsumrechner und Weltzeituhr. Außerdem reagiert ein integrierter TMC-Verkehrsfunkempfänger automatisch auf Staunachrichten und schlägt Ausweichrouten vor. Das von bisherigen Garmin-Geräten bekannte System „Garmin Lock“ schützt den nüvi 660 durch PIN-Eingabe vor Diebstahl. Der Garmin nüvi 660 enthält serienmäßig vorinstallierte Kartendaten von 33 Ländern Europas, mit aktuellen Daten von Navteq. Neu im Navteq-Pack sind detaillierte Daten von Estland, Lettland, Litauen, Polen, Tschechien, der Slowakei, Ungarn, Slowenien und Kroatien, die neben den ausführlichen Daten von West- und Zentraleuropa noch größere Flexibilität beim Reisen durch Europa ermöglichen. Der hochempfindliche SiRFStarIII GPS-Empfänger hält Satelliten-Verbindungen auch bei ungünstigen Empfangsbedin-



gungen aufrecht. Durch dreidimensionale Routenführung und per Text-to-Speech gesprochene Richtungsangaben wird es dem Anwender leicht gemacht, den Weg zum gewünschten Ziel zu finden. „Der optionale Garmin Language Guide läßt sich durch zweisprachige Wörterbücher und eine neunsprachige Datenbank für Wörter und Redensarten erweitern. Der optionale Garmin Travel Guide für Europa enthält Informationen von Marco Polo, findet Tausende von Hotels, Restaurants und Tankstellen und zeigt zu Sehenswürdigkeiten erklärende Text- und Bildinformationen an. Mit Bluetooth-Technologie, integriertem Mikrofon und Lautsprecher ist der nüvi 660 eine Freisprecheinrichtung für mobile Telefonate. Über den Touchscreen können Nummern direkt gewählt oder in dem individuellen Telefonbuch und Anrufregister aufgerufen werden. Angenommene Gespräche, gewählte Telefonnummern und verpaßte Anrufe werden vom Handy importiert und angezeigt. Telefonnummern am gewünschten Zielort wie Hotels, Restaurants, Tankstellen oder Attraktionen werden aus der „Points of Interest“-Datenbank aufgerufen. Im Lieferumfang enthalten sind Saugnapfbefestigung, 12/24-V-Stecker, Antenne für TMC-Empfang, Netz-/Ladegerät, PC/USB-Kabel, Etui und Bedienungs- sowie Kurzanleitung. Garmin Travel Guide und Garmin Language Guide sind für diverse Regionen und Sprachen als Zubehör erhältlich. Der neue Garmin nüvi 660 ist ab sofort zum UVP von 599 Euro lieferbar.

### Beindruckendes Kinoerlebnis mit Epsons neuem 16:9-Projektor



Lebendige Bilder, satte Kontraste, lebensechte Farben, tiefes Schwarz – der neue Epson Projektor EMP-TW1000 schafft ein beeindruckendes Kinoerlebnis. Ausgerüstet mit verbesserter Optik und 3LCD-Technologie der

# mobilcom feiert die 300. Shop-Eröffnung

Der Bündelsdorfer Serviceprovider mobilcom hat im Hamburger Tibarg-Center seinen 300. mobilcom-Shop eröffnet. Mit dem insgesamt siebten Shop in Hamburg, dem wenige Tage später bereits der achte in der Hansestadt folgte, hat das Unternehmen das für das Jahr 2006 gesteckte Ziel bereits erreicht.

Seit Januar dieses Jahres hat mobilcom deutschlandweit insgesamt 39 neue Partner hinzugewonnen. „Damit ist unser Wachstum aber noch nicht beendet“, betonte Christoph Preuß, Leiter des mobilcom Shop-Vertriebs. „Auch im Jahr 2007 werden wir unsere erfolgreiche Expansionsstrategie weiter konsequent vorantreiben.“ Langfristig sei die Zahl von 500 mobilcom-Shops geplant.

Um dieses Ziel zu erreichen, scheut



Bild oben: Zahlreiche Gäste hatten sich zur Eröffnung des 300. mobilcom-Shops im Tibarg-Center in Hamburg-Nienendorf eingefunden. Bild rechts: Handys und Zubehör stehen natürlich im Mittelpunkt des neu eröffneten Geschäftes. Bild unten: Christoph Preuß, mobilcom Bereichsleiter Shop-Vertrieb (l.), und Stefan Timm, mobilcom Manager PoS-Entwicklung (r.), freuen sich mit Shopleiter Sascha Pichler auf eine ertragreiche Zukunft.



sich das Unternehmen nicht, neue Wege zu beschreiten. Dabei setzt mobilcom nicht nur auf Qualität beim klassischen Ausbau der Shopkette in besten Lagen. „Im kommenden Jahr legen wir darüber hinaus ein Hauptaugenmerk auf Expansion durch Systemshops sowie ein erprobtes Shop-in-Shop-System“, erklärt Christoph Preuß. „Wir befinden uns mit einigen potentiellen Partnern in konkreten Verhandlungen und haben erste Tests bereits erfolgreich absolviert.“ Er freue sich, daß so viele Existenzgründer mobilcom das Vertrauen schenken und gemeinsam mit dem Unternehmen als Franchisegeber den Schritt in die Selbständigkeit wagen, meinte Preuß. „Unser Franchisesystem hat sich bewährt und basiert auf einer starken und professionellen Partnerschaft in den Bereichen Mobilfunk und DSL.“

mobilcom stellt Jungunternehmern einen komplett eingerichteten Mobilfunkshop in einem hellen und modernen Design zur Verfügung. Darüber hinaus unterstützt das Unternehmen die Franchisepartner bei Werbemaßnahmen, mit umfangreichen Schulungen und einer individuellen Betreuung durch erfahrene und kompetente Außendienst-Mitarbeiter.

## Wachstumskurs

Auch sonst ist der mobilcom-Konzern weiterhin auf Wachstumskurs: In den ersten neun Monaten hat das Unternehmen den Umsatz trotz sinkenden Preisniveaus im Mobilfunkmarkt und eines immer schärfer werdenden Wettbewerbsumfelds bei Festnetz und Internet um 2,2 Prozent auf 1,52 Mrd. Euro gesteigert. Allerdings hat sich der Rohertrag in der Gruppe unter anderem aufgrund des starken Neu-



kundengeschäfts des Mobilfunk-Serviceproviders sowie aufgrund der hohen Wachstumskosten im DSL-Bereich um acht Prozent auf 353,3 Mio. Euro verringert. Zum ersten Mal im laufenden Jahr überschritt der Kundenbestand bei mobilcom die Fünf-Millionen-Grenze und erreichte das gesetzte Jahresziel mit 5,01 Mio. Kunden deutlich früher als erwartet. „Auf der Basis dieser Zahlen können wir auf das bisher Erreichte sehr stolz sein“, sagte Eckhard Spoerr, Vorstandsvorsitzender der mobilcom AG. „Wir haben es geschafft, gegen den Markttrend fallender Mobilfunkpreise und Umsätze durch Kundenwachstum und Steigerung der Neukundenqualität wieder profitabel zu wachsen.“ mobilcom hat in den vergangenen zwölf Monaten den Kundenbestand um insgesamt 360.000 Kunden erhöht. Auch der von der freenet.de AG geführte Geschäftsbereich Festnetz/Internet ist wieder auf Wachstumskurs. Nach 55.000 DSL-Neukunden im Vorquartal hat freenet im abgelaufenen Quartal 75.000 Neukunden hinzugewonnen.

# 23,5%

Gesamtreichweite\* – für ca. 18 Mio. Leser werden Schnurlos-Telefone wieder zum Thema Nr.1. Unser neues Kundenmagazin unterstützt mit Schaltungen in Stern, Spiegel und Bild am Sonntag Ihren Erfolg im Weihnachtsgeschäft.

\* Quelle: AWA 2006, voraussichtliche Gesamtreichweite bei Erwachsenen ab 14 Jahren (E14+) im Nov./Dez. 2006

Im November/Dezember als Beileger u. a. in Stern, Spiegel und Bild am Sonntag.



Gigaset Kommunikation

[www.siemens-partnerinfo.de](http://www.siemens-partnerinfo.de)

# Pos Aktuell

## HFO Telecom AG bietet Kunden DSL-Produkt mit maximal 16.000 Kbit/s an

Die HFO Telecom AG bietet ihren Kunden das neue Produkt „HFO-DSLmaxx“ und damit die, abgesehen vom VDSL-Angebot der T-Com, derzeit technisch höchstmögliche Bandbreite von maximal 16.000 Kbit/s an – zum Festpreis von 25,95 Euro monatlich für Anschluß und Flatrate zusammen. HFO Telecom betonte in einer Pressemitteilung, daß Kunden nicht, wie bei einigen anderen Anbietern üblich, damit rechnen müßten, daß die Preise nach einer kurzen Einführungsphase steigen. „Der Preis für „HFO-DSLmaxx“ bleibt garantiert konstant, und zwar auch nach der Mehrwertsteuererhöhung“, hieß es. Das neue Produkt gibt es in drei Varianten: Das kleine Komplettpaket „HFO DSLmaxx L“ ist für 22,95 Euro pro Monat erhältlich – es enthält neben dem VoIP- und DSL-Anschluß ein monatliches Freivolumen von 1 GB. Jedes weitere Gigabyte kostet dann pauschal 3,50 Euro. Das Standardpaket „XL“ kostet 25,95 Euro pro Monat und erhält neben DSL- und VoIP-Anschluß auch die DSL-Flatrate ohne Datenbeschränkung. Die Produktvariante „HFO-DSLmaxx XXL“ schließlich beinhaltet darüber hinaus eine günstige Zusatzoption: Wer seinen Tarif mit einer VoIP-Flatrate für das Telefonieren im Internet ergänzen möchte, zahlt sieben Euro zusätzlich, also insgesamt 32,95 Euro monatlich. Wer keinen VoIP-Pauschalpreis möchte, der kann im Rahmen der kleineren „HFO-DSLmaxx“-Standardvarianten auch über das weltweite Netz telefonieren – zum Beispiel für einen Cent pro Minute ins deutsche Festnetz. Auch VoIP-Gespräche zu Mobilfunknummern sind mit 15,9 Cent/Min. (D1, D2) bzw. 17,9 Cent/Min. (E-plus, O<sub>2</sub>) vergleichsweise preiswert. Die HFO Telecom AG unterbietet mit „HFO-DSLmaxx“ ähnliche Angebote deutlich. Ein weiterer Vor-

teil ist: Bei manchen Konkurrenzangeboten ist eine deutliche Preis-Schere zwischen DSL-Kunden in der Stadt und Nutzern auf dem Land üblich. Nicht so bei der HFO Telecom. Hier bleibt das Leistungspaket in allen Regionen gleich. Der Preis für „HFO-DSLmaxx“ gilt also immer bundesweit, es gibt definitiv keine regionalen Aufpreise. Ob mit oder ohne VoIP-Flatrate, gelten für alle DSLmaxx-Tarifoptionen folgende Rahmenbedingungen: HFO-DSLmaxx ist nur in Verbindung mit einem Neuananschluß oder einem Anschlußwechsel zur HFO Telecom AG erhältlich. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt 24 Monate. Die für den Anschluß notwendige Hardware wird in Form der Fritz!Box Fon WLAN 7050 gegen eine einmalige Versandpauschale dazu geliefert.

## Bei gemeinsamer Aktion von ENO und Elson gibt's eine Gratis-Kaffeemaschine

ENO und Elson sorgen für entspannten Kaffeegenuss mit einer kostenlosen Senseo-Maschine: Gerade in der stressigen Zeit des Jahresendgeschäftes ist bei vielen Menschen eine schnelle Tasse Kaffee gefragt. Alle ENO-Händler, die mindestens zehn Elson-Geräte beziehen, bekommen deshalb automatisch eine Senseo-Kaffeemaschine kostenlos geschickt. Aus dem aktuellen Elson-Portfolio können alle Geräte beliebig kombiniert werden. Das EL510 als hochwertiges Slider-Telefon mit allen wichtigen Multimediafunktionen, das SL388 als eines der flachsten und leichtesten Multimedia-Handys oder das EL370, der MP3-Player, mit dem der Kunde auch telefonieren kann, sind nur drei Beispiele aus der großen Palette der Elson-Produkte, die ENO vertreibt.

## Talkline hält ab sofort Vodafone SuperFlat mit und ohne Handy bereit

Ab sofort bietet der Elmshorner Service Provider Talkline die Vodafone SuperFlat mit und ohne Handy an. Mit diesem neuen Tarif können Neukunden innerhalb des

Vodafone Netzes und im deutschen Festnetz für einen Paketpreis ab 34,95 Euro unbegrenzt lange telefonieren. Netzübergreifende Gespräche werden mit 0,29 Euro pro Minute abgerechnet. Kurzmitteilungen in externe Netze kosten 0,19 Euro. Die Vodafone Superflat von Talkline ist mit und ohne Handy buchbar. Ohne Handy gibt es die Doppel-Flatrate für einen monatlichen Paketpreis von 34,95 Euro. Entscheiden sich Neukunden für den Tarif inklusive eines neuen Handys, wird ein monatlicher Paketpreis von 44,95 Euro berechnet. Eine Festnetzrufnummer für den Zuhause-Bereich ist bei dem neuen Tarif inklusive. Innerhalb des Zuhause-Bereiches wird dabei minutengenau abgerechnet, außerhalb des Bereiches im 60/1-Takt. Bei der Vodafone SuperFlat mit Handy ist der Happy Live! UMTS-Dienst kostenlos inklusive. Wird der neue Tarif ohne Handy gebucht, ist dieser Dienst für fünf Euro im Monat zusätzlich buchbar. Bei Vertragsabschluß wird eine einmalige Anschlußgebühr von 25,99 Euro berechnet.

## Limitierte Nokia N93 Mission Impossible III Edition bei Degen-Aktion

Zum DVD-Start von Mission Impossible III hat der Mobilfunkdistributor Degen GmbH communication aus Heilbronn eine Fachhandelsaktion ins Leben gerufen: Die limitierte Edition des Nokia N93 ist ab sofort in verschiedenen Paketen bei Degen erhältlich. Zusätzlich zum Produkt erhalten die Händler bei Bestellung der Pakete ein attraktives



Pos-Deko-Set mit Preisauflister, Wobbler und DIN A1-Plakat. Ergänzt wird das Set durch eine Anzeigenvorlage der Nokia N93 Mission Impossible III Edition, die

## Telematik-Produkte von easyfleet sind jetzt bei Funkwerk Dabendorf lieferbar

Nach der Premiere auf der IAA Nutzfahrzeuge gibt es die Produkte von easyfleet jetzt auch zu kaufen. Das System bietet vielfältige Funktionen vom elektronischen Fahrtenbuch über Fahrzeugortung und Routenverfolgung bis hin zum professionellen Logistiksystem. „Mit easyfleet bieten wir vielfältige Telematik-Anwendungen für kleine und große Fahrzeugflotten – aber auch für den Einzelunternehmer. Dank praktischer Komplettpakete und unseres Baukastenprinzips finden wir für jeden Anspruch die passende Lösung, egal ob Pkw, Transporter oder schwerer Lkw“, so Dr. Heinz-Leo Dudek, Vorstandsvorsitzender bei Funkwerk Euro Telematik. „Dabei sind unsere Lösungen günstiger, als viele denken. Bereits ab 695 Euro bekommt der Kunde bei uns ein Komplettpaket.“



Neben den Komplettpaketen easy\*log und easy\*start gibt es mit easy\*flex eine Lösung, die individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten werden kann. Die Produkte von easyfleet sind modular aufgebaut, d. h. ohne Tausch der Hardware ist das System jederzeit um verschiedene Funktionen und Zusatzgeräte erweiterbar. Die gesammelten Daten der Fahrzeuge können einfach und bequem an jedem Ort und zu jeder Zeit über einen Computer mit Internetanschluß ausgewertet werden.

„Interessierte Kunden betreuen wir über unseren Regionalvertrieb persönlich vor Ort. Darüber hinaus können aber auch Händler aus dem Bereich Kfz und Zubehör unsere Produkte in ihr Programm aufnehmen. Dazu bieten wir interessierten Händlern eine Vertriebspartnerschaft mit attraktiven Konditionen an“, so Volkmar Redlich, Geschäftsführer bei Funkwerk Dabendorf. Die Komplettpakete easy\*log und easy\*start sind ab 695,00 Euro bzw. 795,00 Euro (zzgl. MWSt.) erhältlich.

den Händlern zur Verfügung gestellt wird. Als weiteren Benefit können die Händler je nach Paket einen Werbekostenzuschuß in Höhe von 150 Euro bzw. 300 Euro abrechnen. Die Special Edition des Nokia N93 enthält den Film Mission Impossible III in deutscher Sprache und herausragender Qualität auf einer 512-MByte-miniSDSpeicherkarte. Das N93 zählt zu den Multimedia-Computern der Nokia NSeries und verfügt über eine Videoaufzeichnungsfunktion mit DVD vergleichbarer Qualität. Das Vorspielen der Videos erfolgt im hochauflösenden Display mit 6,1 cm Display-Diagonale. Das Sortiment der Degen GmbH communication erstreckt sich von Mobilfunk- und Festnetzprodukten über Mobilfunkzubehör bis zu Telematik und RFID-Lösungen. Des weiteren bietet Degen verschiedene Mobilfunk-Dienstleistungen an.

funknetz von O<sub>2</sub> telefonieren. Mit O<sub>2</sub> DSL spricht O<sub>2</sub> alle Vielsurfer an. Für monatlich 50 Euro erhalten die Nutzer neben der Surf- und Phone-Flatrate einen Internet-Anschluß mit 16 MBit/s.

Zu den drei O<sub>2</sub> DSL-Packages sind zwei Zusatz-Packs hinzubuchbar. Mit „Speed Ping“ für einen monatlichen Preis von zwei Euro können die Nutzer die Reaktionszeiten verkürzen. Dies ist für Kunden interessant, die viel über den PC spielen oder Internetauktionen nutzen. „Power Upload“ für monatlich fünf Euro ermöglicht eine erhöhte Upload-Geschwindigkeit von bis zu einem MBit/s.

Das O<sub>2</sub> DSL-Angebot ist nicht nur für Mobilfunkkunden von O<sub>2</sub> verfügbar. Für einen Aufpreis von fünf Euro auf den monatlichen DSL-Grundpreis des jeweiligen Packages können auch Kunden ohne Mobilfunkaufzeitvertrag von O<sub>2</sub> mit O<sub>2</sub> DSL surfen und telefonieren.

Neben niedrigen monatlichen Fixkosten und einer monatlichen Rechnung für alle Services bietet O<sub>2</sub> einen Kundenservice für Mobilfunk, Festnetz und Internet. Darüber hinaus stellt O<sub>2</sub> seinen Kunden einen kostenlosen Installations-Service zur Verfügung. Kann die Hotline bei Installationsschwierigkeiten nicht weiterhelfen, so kommt auf Wunsch ein Techniker vorbei und sorgt für die Installation. Dieser kostenlose Service gilt derzeit bis 15. Januar 2007.

Einen besonderen Vorteil bietet O<sub>2</sub> DSL für Kunden, die bisher einen analogen Telefonanschluß nutzen. In allen O<sub>2</sub> DSL-Packages ist unter anderem kostenfrei ein Telefonanschluß mit ISDN-Leistungsmerkmalen enthalten.

Herzstück des O<sub>2</sub> DSL-Angebots ist der O<sub>2</sub> DSL Surf & Phone Router. Durch eine integrierte Plug- & Play-Lösung installiert sich der Router automatisch und ist bereits nach wenigen Minuten einsatzbereit. An den WLAN-fähigen DSL-Router können beispielsweise ISDN-Endgeräte oder zwei analoge Telefone bzw. ein analoges Faxgerät angeschlossen werden. Ein Firewall- und Content-Filter für sicheres Surfen ist ebenfalls bereits integriert.

## Neues Vodafone live!-Portal vereint Mobilfunk- und Internet-Welt

Vodafone hat die nächste Entwicklungsstufe seines Vodafone live!-Angebotes gezündet und setzt damit die Vermarktung jetzt auch im Internet fort: Mit dem neuen Vodafone live!-Portal können ab sofort viele Services, die die Kunden von ihrem mobilen Online-Portal kennen, über Vodafone DSL genutzt werden. Diese Dienste stehen damit nun nicht nur unterwegs auf dem Handy, sondern auch auf dem PC zur Verfügung. Zudem können die Nutzer von jedem beliebigen Internet-PC über das Vodafone live!-Portal auf persönliche Inhalte zugreifen, die auf dem heimischen Computer gespeichert sind. Das neue Vodafone-Portal im Internet zeichnet sich durch seine bedienungsfreundliche Übersichtlichkeit aus. Nutzer können hier auf beliebige Dienste und Anwendungen wie etwa E-Mails, Musikservices und vielfältige Infoangebote schnell und einfach zugreifen. Das Vodafone live!-Portal dient beim DSL-Surfen als persönliche Startseite für den Einstieg ins Internet. Diese Einstellung können Vodafone-Kunden auf Wunsch auch ändern.

Beim neuen Portal arbeitet Vodafone mit namhaften Partnern zusammen: So findet der Anwender direkt auf der

Startseite die Google-Suche. Auch im Community-Bereich erhält Vodafone prominente Unterstützung: Die Video-Community bietet Inhalte des RTL-Services „Clipfish“, und der Vodafone-Chat stammt von Lycos. Einen innovativen Service bietet Vodafone mit dem „Sitebuilder“: Vodafone live!-Nutzer können sich hier



ganz ohne Programmierkenntnisse mit ein paar Mausklicks ihre eigene Flash-Homepage erstellen. Natürlich deckt das neue Online-Portal auch den täglichen Informationsbedarf ab: Auf der Startseite und im „Magazin“ informiert Vodafone rund um die Uhr aktuell über das Weltgeschehen aus Politik, Sport, Wirtschaft und Unterhaltung. Das neue Vodafone live!-Portal im

Internet orientiert sich am Angebot des mobilen Portals, so daß sich die Anwender dort auf Anhieb zurechtfinden. Egal, über welches Gerät der Kunde diese Inhalte gebucht hat, er kann sie sowohl am PC als auch auf dem Handy ansehen bzw. bestellen. Die gewohnten komfortablen E-Mail

Dienste gibt es auch bei Vodafone DSL. Einstellungen, die über das neue Vodafone live!-Portal vorgenommen werden, gelten dann auch für die Nutzung per Handy – und umgekehrt.

Ein weiterer Vorteil des Vodafone DSL-Angebots besteht darin, daß Nutzer von einem fremden PC auf Inhalte zugreifen können, die auf dem heimischen PC gespeichert sind. Dies funktioniert über den innovativen Service „Vodafone MeinPC“, der als kostenloser Zusatzservice bei Vodafone-DSL enthalten

ist. Ist der Heim-PC eingeschaltet und online, können sich Nutzer via Streaming zum Beispiel auf dem Heim-PC gespeicherte Musikstücke von jedem anderen PC aus anhören oder Bilder aus ihrem persönlichen Fotoalbum auf dem Handy-Display anzeigen lassen. Optional kann der Kunde auch von seinem Handy auf den eigenen PC zugreifen.



# The Phone House will weiter wachsen

**Der Münsteraner Telekommunikationsanbieter The Phone House will seinen Expansionskurs fortsetzen und weiter wachsen. Bis März 2010 will das Unternehmen die Zahl seiner Shops bundesweit nahezu vervierfachen und mit rund 500 The Phone House-Shops vertreten sein. Rund ein Drittel dieser Shops soll durch sogenannte Exklusivpartner im Franchise-System betrieben werden. Aktuell gibt es bundesweit über 130 The Phone House-Shops.**

Diese Zahlen nannte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, auf einer Pressekonferenz in Münster. „Die Shop-Expansion ist eine tragende Säule in der Wachstumsstrategie des Unternehmens“, führte Simon aus. „Im härter werdenden Verdrängungswettbewerb ist es wichtiger denn je, für den Kunden sichtbar zu sein. Mehr Shops bedeuten mehr Aufmerksamkeit beim Kunden. So sind wir in der Lage, noch mehr Menschen von den Vorzügen von The Phone House zu überzeugen. Egal, ob Mobilfunk oder Festnetz, objektive Beratung und ein erstklassiger Service sind unsere Visitenkarte.“

Neben eigenen und Franchise-Shops wird The Phone House auch weiterhin T-Punkte für die T-Punkt Vertriebsgesellschaft eröffnen und betreiben. Ziel ist es, bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres bis zu 60 T-Punkte zu eröffnen. Durch den Ausbau seiner Shopkette und die Eröffnung von T-Punkten wird The Phone House allein in diesem Geschäftsjahr bundesweit noch rund 200 neue Arbeitsplätze schaffen.

Abgerundet wird die Expansionsstrategie durch den weiteren Ausbau der Fachhandelsaktivitäten. Die Zahl von mehr als 500 aktiven Fachhändlern soll mittelfristig weiter gesteigert werden. „Der Fachhandel kann auch in Zukunft auf The Phone House als zuverlässigen Partner bauen“, betonte Simon. „Während sich unsere Wettbewerber zunehmend auf die Großfläche konzentrieren, wollen wir unser Engagement im beratungskompetenten Fachhandel weiter intensivieren.“ So setzt The Phone House



Dr. Ralf-Peter Simon

unter anderem auch auf den Fotohandel als einen neuen, wichtigen Vertriebskanal. Bis zum Jahresende 2006 will das Unternehmen bis zu 100 Fotofachhändler unter Vertrag nehmen, die ihr Sortiment um Mobilfunkprodukte von The Phone House ergänzen.

Neben einem organischen Wachstum denkt The Phone House auch über ein weiteres anorganisches Wachstum nach. Jüngstes Beispiel dafür ist die Übernahme des Unter-

nehmensbereiches „Handsets & Service Plans“ der arvato mobile GmbH, durch die das Unternehmen seine Direktmarketingaktivitäten ausbauen kann. Weitere Übernahmen schließt Simon nicht aus: „Unser Interesse gilt vornehmlich Akquisitionsobjekten, die einen unmittelbaren Kontakt zu Kunden ermöglichen und sich durch eine hochwertige Vertriebsleistung auszeichnen. Sollten wir solche Unternehmen ausfindig machen, deren Preis stimmt, werden wir zuschlagen.“

Einer Konsolidierung im Mobilfunksektor und möglichen Zusammenschlüssen von Service Providern blickt Simon gelassen entgegen. „The Phone House ist Teil der international tätigen Carphone Warehouse-Gruppe und kann seine Expansionspläne aus eigener Kraft umsetzen. Unser Gesellschafter sieht den deutschen Markt als einen der Schlüsselmärkte für sein Wachstum in Europa und unterstützt unseren Wachstumskurs nachhaltig.“

Die Stärke eines international aufgestellten Gesellschafters kommt The Phone House auch im bevorstehenden Weihnachtsgeschäft zugute. Dank der Einkaufsmacht des Konzerns verfügt The Phone House in Deutschland über eines der größten Angebote an Endgeräten und Zubehör. Wie schon 2005, in dem das Erfolgsmodell Pink RAZR von Motorola nur bei The Phone House erhältlich war, gibt es in diesem Jahr



In Fotohändlern sieht The Phone House Verbündete für die weitere Wachstumsstrategie.

einige Handymodelle exklusiv nur bei The Phone House. Dazu zählen zum Beispiel der elegante Slider „LG Chocolate“ in der Farbe Pink, das Klapp-Handy SonyEricsson W710i in der Farbe Lila und das Erfolgsmodell Nokia 6111 in der Farbe „sky blue“. Ergänzt wird das Angebot exklusiver Endgeräte um modisches Zubehör wie mit Straß-Steinen besetzte Anhänger oder exklusive Headsets. Genereller Trend im Weihnachtsgeschäft sind laut Simon insbesondere Musik- und Fotohandys sowie mobile Navigationsgeräte.

## SIEMENS

58%

Ihrer Kunden interessieren sich für Internet-Telefonie (VoIP).<sup>\*</sup> Ein Trend, der sich für Sie lohnt.

\*Quelle: Siemens Home and Office Communication GmbH & Co. KG, Quantitative Home Connectivity Studie 2006



Gigaset Innovation  
www.siemens-partnerinfo.de

## Neue Just Talk-Tarife bei The Phone House

The Phone House hat sein Produktportfolio Anfang November um fünf neue Tarife erweitert. Alle Tarife knüpfen an die Tradition der bekannten Just Talk-Tarife des Unternehmens an und zeichnen sich dadurch aus, daß keine monatliche Grundgebühr für die Kunden anfällt. Stattdessen entscheiden sich die Kunden für einen monatlichen Mindestumsatz, der ihnen in voller Höhe auf ihre Nutzung angerechnet wird. Herausragendes Merkmal der Tarife Just Talk S, M, L und Together ist ein Preis rund um die Uhr für Gespräche ins nationale Festnetz und alle nationalen Mobilfunknetze. Der fünfte neue Tarif, Talk Plus, bietet Gesprächspreise ab neun Cent pro Minute. Die zum 1. Januar 2007 in Kraft tretende Mehrwertsteuererhöhung wird bei allen neuen Tarifen in vollem Umfang von The Phone House getragen, d. h. die Bruttopreise in den neuen Tarifen bleiben für die Kunden stabil.

Natürlich gibt es bei The Phone House zu den neuen Tarifen eine große Auswahl topaktueller Handys, viele davon schon für einen Euro. The Phone House bietet die Just Talk-Tarife S, M und L mit unterschiedlich hohen monatlichen Mindestumsätzen an: 17,95 Euro beim Just Talk S, 29,95 Euro beim Just Talk M und 49,95 Euro beim Just Talk L. Auf

den Mindestumsatz werden in diesen Tarifen nicht nur Telefonate, sondern auch der Versand von SMS und MMS angerechnet. Unabhängig davon, ob der Kunde ins nationale Festnetz, netzintern oder in andere nationale Mobilfunknetze telefoniert, zahlt er je Gesprächsminute 29 Cent (L), 39 Cent (M) oder 49 Cent (S).

Die Preise für Kurzmitteilungen liegen je nach gewähltem Tarif bei 17 Cent (L), 18 Cent (M) oder 20 Cent (S).

Zur neuen Produktfamilie gehört auch der Partnertarif Just Talk Together. Hiermit kann ein Kunde seinen Vertrag um einen weiteren Vertrag erweitern, wobei der monatliche Mindestumsatz bei lediglich 4,95 Euro liegt. Die Gesprächsminute kostet bei Just Talk Together durchgehend 49 Cent – sowohl ins nationale Festnetz als auch in alle nationalen Mobilfunknetze. Die Kosten für den Versand einer SMS betragen 20 Cent.

Der neue Tarif Talk Plus ermöglicht vor allem günstige Wochenendtelefonate ins nationale Festnetz. An Samstagen und Sonntagen zahlen die Kunden hier lediglich neun Cent pro Minute. Während der Woche kostet die Gesprächsminute ins nationale Festnetz sowie netzintern 39 Cent. Für den Versand einer SMS fallen 20 Cent an.

# Telefonieren, Internet und TV über einen Anschluß

## T-Home ist marktreif

„Triple Play“ heißt das Zauberwort, das dem Verbraucher nicht nur ein vollkommen neuartiges Entertainment-Erlebnis zu Hause verspricht, sondern auch dem Handel neue Umsatz- und Ertragsperspektiven bietet. Triple Play vereint Telefonie, Internet und Fernsehempfang über einen einzigen Anschluß. Nachdem die ersten notwendigen Investitionen vorgenommen wurden und der für Triple Play erforderliche schnelle VDSL-Anschluß in zehn deutschen Großstädten bereitsteht, hat T-Com die Vermarktung des ersten Triple Play-Angebotes unter dem Namen T-Home begonnen.

Der VDSL-Standard bietet Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 50 MBit pro Sekunde. Zwar ist die Höchstleistung, wie von DSL gewohnt, davon abhängig, wie weit der Endkunde vom Verteilerhäuschen entfernt ist, aber dafür braucht er eine VDSL-Leitung nicht mit anderen Nutzern zu teilen. So kann er davon ausgehen, daß ihm die einmal zugesagte Geschwindigkeit zur parallelen Nutzung aller drei Medien (Telefon, stationärer Computer oder Notebook und Fernsehgerät) zur Verfügung steht.

Für T-Home Kunden bedeutet das: moderner Highspeed-Internetzugang, kostengünstige DSL-Telefonie, den möglichen Zugriff auf mehr als 100 Free- und Pay-TV-Sender sowie zusätzlich ein umfangreiches Unterhaltungsangebot, beispielsweise über den Video on Demand-Dienst. Und das ist erst der Anfang. Angebote für Radioprogramme in ebensolcher Vielfalt wie TV-Programme und eine ganze Reihe von interaktiven Zusatzangeboten sind in der Entwicklung. „Für die Kunden bedeutet das außerdem, daß sie alle Leistungen extrem einfach nutzen können“, stellte Thomas Hille, Segmentvorstand T-Online und Leiter Vertrieb, Handel und Distribution der T-Com, bei einem Pressegespräch in München fest. „Denn war bislang eine recht aufwendige Verkabelung nötig, um das komplette Angebot in vergleichbarer Weise nutzen zu können, so funktioniert das mit T-Home schnell und einfach, und für alle genutzten Services gibt es zudem eine Rechnung – und damit bei Fragen auch nur einen Ansprechpartner für den Kunden: T-Com.“ Weitere Vorteile des Angebots seien die hohe Kostentransparenz durch Komplettpakete mit günstigen monatlichen Pauschalpreisen sowie bestmöglicher Komfort durch den Installations-Service der T-Home Complete Pakete, ergänzte Carlo

Bewersdorf, Leiter Vermarktung Triple Play bei T-Com. „T-Home überzeugt durch Top-Service, Komfort, attraktive Inhalte sowie eine zukunftssichere Infrastruktur. Wir bringen unseren Kunden mittels modernster Technik bestes Entertainment direkt ins Wohnzimmer.“

### Riesiges Angebot an TV-Sendern und Filmen

Die Kooperationspartner in Sachen Fernsehen reichen von großen TV-Sendern wie ARD, ZDF, RTL, Pro7 und Sat.1 über attraktive Musik- und Sportkanäle bis hin zu spezialisierten Sendern wie Planet TV, History Channel oder TV Gusto. Auch spezielle Zubuchpakete mit Fremdsprachensen-



Thomas Hille

den werden angeboten. Als Highlight runden das exklusive Angebot „Bundesliga auf Premiere powered by T-Com“ sowie die Einbindung sämtlicher Premiere-Kanäle das Portfolio ab.

Der in den T-Home Paketen integrierte Video on Demand-Service bietet als einziger Abrufdienst in Deutschland Blockbuster der renommierten Hollywood-Studios Universal, Dreamworks, 20 Century Fox, MGM, Paramount, Warner und Sony an. Auch die Filme namhafter deutscher Anbieter, zum Beispiel der Constantin Film AG und der Senator Filmverleih GmbH, stehen jederzeit zur Verfügung.

Eine Besonderheit des Angebotes ist das TV-Archiv, in dem eine



Mit T-Home kommt nicht nur Fernsehvergnügen in bislang bekannter Dimension ins Wohnzimmer, auch das gleichzeitige Telefonieren über das Internet und das Internetsurfen mit Hochgeschwindigkeit stellen dank VDSL kein Problem dar.

Reihe von TV-Sendungen der letzten Tage gespeichert wird und vom Kunden abgerufen werden kann. Hat er beispielsweise die Übertragung eines Fußballspiels, eine politische Diskussion oder einen Krimi verpaßt, kann er diese Sendungen aus dem T-Home TV-Archiv auch noch nach Tagen abrufen. Welche Inhalte gespeichert werden, hängt von den Vereinbarungen ab, die T-Com mit seinen Kooperationspartnern getroffen hat – denn diese verfügen nicht bei allen Beiträgen über die kompletten Nutzungsrechte, können einer Archivierung dementsprechend nicht zustimmen.

### Einfach zu bedienende Geräte werden mitgeliefert

Ermöglicht wird die Übertragung von Live-Fernsehen über das Internet durch die Verbindung des Breitbandanschlusses über einen Media Receiver (zum Marktstart steht der T-Home X 300T zur Verfügung) zum TV-Gerät der Kunden. Insbesondere in Sachen Komfort und Bequemlichkeit setzt IPTV neue Maßstäbe. Zusatzdienste wie Timeshift, sprich zeitversetztes Fernsehen, oder ein Videorekorder (PVR, Personal Video Recorder), der einfache und komfortable Aufnahmen in Digitalqualität auf die integrierte 80-Gigabyte-Festplatte ermöglicht, stellen die zeitlich flexible Nutzung der TV-Inhalte sicher.

Die zur Verfügung stehende Bandbreite kann darüber hinaus auch Live-TV in High Definition (HD) darstellen, zusätzlich bieten eine elektronische Programmübersicht (Electronic Program Guide) und die Bild-in-Bild-Funktion (paralleles Anschauen mehrerer Programme auf einem Bildschirm)

hohen Komfort. Die Bedienung von T-Home orientiert sich an den Erfahrungen, die der Kunde im Umgang mit dem herkömmlichen Fernsehen oder dem Internet gemacht hat. Entsprechend findet man sich schnell und intuitiv zurecht. Die Hardware zum einmaligen Bereitstellungspreis von 99,95 Euro enthält den Media Receiver (T-Home X 300T), einen WLAN-Router mit integrierter VoIP-Funktionalität (Speedport W 700V) sowie bei den beiden Complete-Paketen zusätzlich ein VDSL-Modem (Speedport 300 HS).

### Paketangebote für unterschiedliche Wünsche

T-Com bietet den Kunden zum Einstieg in Triple Play drei verschiedene T-Home Pakete: „T-Home Classic“ als Einstiegspaket mit Video on Demand sowie „T-Home Complete Basic“ und „T-Home



Carlo Bewersdorf

Complete Plus“ als Alternativen mit Live-TV. Für die T-Home Complete-Kunden bietet T-Com ein besonders attraktives Angebot: Bis Ende des Jahres wird den Kunden ein kostenloser Installationservice angeboten. „T-Home Classic“ bietet als Basisangebot neben günstiger DSL-Telefonie und schnellem Surfen

über den 6 oder 16 Mbit/s T-DSL Anschluß erstklassige Unterhaltung mit Video on Demand und dem TV-Archiv. Die Telefonie- und Surfplatrate für das Einstiegspaket „T-Home Classic“ ist ab 19,90 Euro monatlich erhältlich. Inklusive T-Net Telefonanschluß und DSL-Zugang gibt es das Classic-Paket ab 65,84 Euro monatlich und bis Ende Februar zum Einführungspreis von 60,84 Euro monatlich. „T-Home Complete Basic“ bietet mit dem TV-Empfang über IPTV zusätzliche Entertainment-Leistungen sowie die Möglichkeit, das TV-Programm individuell zu gestalten. Neben dem Internetzugang über den VDSL-Anschluß und die DSL-Telefonie verfügt der Kunde über derzeit 60 frei empfangbare TV-Kanäle. Die Flatrate für Telefonie, Surfen und Fernsehen ist ab 29,90 Euro erhältlich, wobei auch Video on Demand und das TV-Archiv zur Verfügung stehen. Das Gesamtpaket „T-Home Complete Basic“ kostet inklusive T-Net Telefonanschluß und VDSL 25-Anschluß monatlich 80,84 Euro. Mit dem Premium Paket „T-Home Complete Plus“ erhalten die Kunden neben den Leistungen des T-Home Complete Basic Pakets zusätzlich Pay-TV-Sender. Bei diesem Angebot zahlt der Kunde für die Flatrate für Telefonie, Surfen und Fernsehen 39,90 Euro.

Für den Paket-Preis von 90,84 Euro monatlich inklusive T-Net und VDSL 25-Anschluß greifen die Kunden bei T-Home Complete Plus zusätzlich auf bis zu 30 erstklassige Pay-TV-Sender wie Discovery Channel, History Channel oder Musiksender wie Mezzo TV mit Jazz und Klassikformaten zu. Zu den Inklusivleistungen in diesem Paket gehören auch zwei Live-Spiele der Fußball-Bundesliga pro Woche sowie eine zweiwöchentlich erscheinende Ausgabe der Programmzeitschrift „TV Digital“.

Die T-Home Complete-Pakete können um verschiedene Zubuchoptionen ergänzt werden. Neben der Option „Bundesliga auf Premiere powered by T-Com“, die sämtliche Live-Spiele der 1. und 2. Fußballbundesliga via VDSL für 9,95 Euro monatlich auf den Fernseh Bildschirm bringt, können auch alle Premiere-Kanäle zu den bekannten Preisen zugebucht werden. Musikfans steht das MTV-Paket für 2,95 Euro monatlich zur Verfügung. Darüber hinaus können fremdsprachige TV-Bouquets abonniert werden (zum Beispiel russische, türkische und polnische Programmangebote).

## Pos-Neuheiten

### Gigaset SL560 und SL565 bringen die Vorteile von Bluetooth-Funk ins Festnetz



Handynutzer genießen schon seit Jahren die Vorteile der schnurlosen Headset- und PC-Anbindung per Bluetooth. Mit den Gigaset SL560/565 von Siemens Home and Office Communication Devices sind nun auch Schnurlostelefone verfügbar, mit denen Bluetooth-Headsets benutzt werden können oder sich Adreßdaten und vCards per Bluetooth mit PC oder Handy austauschen lassen. Die neuen Gigaset sind die Nachfolger der Erfolgsmodelle Gigaset SL550 und SL555. Menschen, die viel Wert auf



Komfort und edles Design legen und bereits ein Bluetooth-Handy besitzen, werden mit den Gigaset SL560 und Gigaset SL565 mit integriertem Anrufbeantworter die idealen Telefone für zu Hause finden. Die Adreßdaten vom Handy können problemlos per Bluetooth auf das Schnurlostelefon geladen werden. Und freihändiges, schnurloses Telefonieren per Bluetooth-Headset ist ebenfalls möglich. Egal ob Freisprechen, Sprachwahl, SMS, Vibrationsalarm, großes beleuchtetes Farbdisplay (65.000 Farben, 128 x 160 Pixel) oder mehrstimmige Klingeltöne, die Gigaset SL560 und SL565 sind so gut ausgestattet wie ein modernes Mobiltelefon. Dank des zentralen Fünf-Wege-Bedienlements navigiert der Nutzer komfortabel durch das selbsterklärende Icon-Menü. Businessstauglich ist das umfangreiche Adreßbuch, das sich auf dem PC in Microsoft Outlook transferieren läßt. Bis zu 250 Adreßbucheinträge mit drei Rufnummern je Teilnehmer, E-Mail-Adresse und Geburtstag finden Platz. Außerdem lassen sich per Bluetooth oder mit einem Datenkabel (optional, nicht im Lieferumfang) vom PC auf das Telefon Bilder und Klingeltöne laden, die einzelnen Adreßbucheinträgen zugeordnet werden können. Dank CLIP-Funktion sieht und hört man dann gleich, wer anruft. Für die Aufzeichnung von Sprachnachrichten verfügt das Gigaset SL565 über einen leistungsstarken digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 35 Minuten Aufnahmezeit,

der über Sprachbefehle auch aus der Ferne abrufbar ist. Auch handelsübliche, kabelgebundene Headsets können an die „SLIM-Lumberg-Buchse“ der Gigaset SL560 und 565 angesteckt werden. Als Siemens-Original-Zubehör ist ein Datenkabel (seriell) für den PC-Anschluß erhältlich. Die Basis ist auf bis zu sechs Gigaset SL56 Mobilteile erweiterbar, und in Kombination mit dem PC-Adapter Gigaset M34 USB ist schnurloses Internettelefonieren (VoIP) möglich. Dazu unterstützen die Telefone auch Gigaset Home Control, ein DECT-basiertes System für die Fernsteuerung von Hausgeräten und Haustechnik. Das Gigaset SL560 gibt es zum Preis von 129,95 Euro, das Gigaset SL565 mit Anrufbeantworter für 149,95 Euro sowie die Mobilteile SL56 für 129,95 Euro (alle Preisangaben sind unverbindliche Empfehlungen).

### tiptel 217 wireless USB Phone erleichtert die Nutzung von Voice over IP mit Skype



Mit dem tiptel 217 wireless USB phone von Tiptel halten Lifestyle und Komfort Einzug in die Internet-Telefonie. Dank des schnurlosen USB-Telefons für Skype ist der Nutzer nicht mehr per Headset an den PC gebunden und kann bequem vom Sofa aus die kostengünstige VoIP-Verbindung via DSL-Flatrate nutzen. Sein attraktives Design macht das tiptel 217 wireless USB phone zu einem Eyecatcher, dessen Form- und Farbgebung sich ganz bewußt an aktuelle TFT-Monitore und PC-Tastaturen anlehnt. Auf Tastendruck zeigt das blau beleuchtete Grafikdisplay die Namen der Skype-User an, die gerade online und damit erreichbar sind. Nun muß man nur noch den gewünschten Gesprächspartner in der



Liste auswählen und der Internet-Talk kann beginnen. Noch komfortabler, nämlich per Freisprechfunktion, läßt es sich telefonieren, wenn das Mobilteil des tiptel 217 wireless USB phone in der Basisstation liegt. Das tiptel 218 USB video phone verfügt als Highlight über eine Webcam, die automatisch ihre Lichtempfindlichkeit reguliert und Skype-Nutzern Video-Chats per Internet ermöglicht. Das Live-Bild des Partners wird dabei in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln (VGA) und mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde in einer hohen Qualität darge-

stellt. Außerdem unterstützt das tiptel 218 USB video phone seinen Benutzer mit umfangreichen Komfortmerkmalen wie beispielsweise die Anzeige des Anrufer-Namens im beleuchteten Display. Darüber hinaus bietet das Telefon eine Anrufliste mit Datum und Uhrzeit sowie eine Freisprechfunktion. Netzinterne Gespräche zwischen Skype-Usern sind gratis. Für kostengünstige Anrufe aus dem Internet ins Festnetz (SkypeOut) ist das tiptel 218 USB video phone mit einer Zifferntastatur ausgestattet. Das tiptel 217 wireless USB phone und das tiptel 218 USB video phone sind ab sofort für jeweils 79 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich.

### Sagem Communication hat die Vermarktung von DECT-Telefonen der Marke Grundig aufgenommen



Sagem Communication hat die Vermarktung von schnurlosen DECT-Telefonen unter der Marke Grundig in 25 europäischen Ländern aufgenommen. Das starke Markenimage von Grundig in Kombination mit dem großen Branchen-Know-how seitens Sagem soll beide Unternehmen in die Lage versetzen, mit diesen Produkten im europäischen Markt zu expandieren. Durch die Vermarktung von Grundig-DECT-Telefonen kann Sagem eine Zwei-Marken-Strategie fahren: Während die Marke Sagem im Markt weiterhin für hochtechnologische und gut ausgestattete Produkte stehen soll, sind Geräte der Marke Grundig eher design-orientiert. Ziel dieser Zwei-Marken-Strategie ist es, Produkte anzubieten, die sowohl aufgrund ihres Designs überzeugen als auch Top-Merkmale und attraktive Preise bieten. „In Europa ist Grundig eine sehr bekannte Marke für Unterhaltungselektronik, von der die europäischen Vertriebsorganisationen von Sagem profitieren werden“, betonte Patrick Sevan, CEO Sagem Communication. „Mit den Grundig-DECT-Produkten bringen wir eine sehr innovative und vom Design her hochinteressante Geräte-Serie, von deren Erfolg



wir fest überzeugt sind.“ Auch Hans-Peter Haase, Geschäftsführer der Grundig Intermedia GmbH, bewertete die Zusammenarbeit mit dem französischen Unternehmen positiv: „Mit Sagem Communication haben wir einen weiteren, sehr erfahrenen Partner im Geschäftsfeld der Telekommunikation gewonnen, der dafür sorgen wird, daß sich die Produkte schnell im Markt drehen werden. Somit tragen auch die DECT-Telefone dazu bei, den Namen Grundig in Europa zu stärken und unsere Positionierung in puncto Design und Benutzerfreundlichkeit auszubauen. Eben – Grundig. Made for you.“

Die erste Produkteinführung erfolgte mit der Serie Calios im November in Deutschland. Calios fällt mit seinem attraktiven Slim-Line-Design aus dem Rahmen des Üblichen. Zur hochwertigen Produktausstattung gehören ein 1,5-Zoll-Farbdisplay sowie Lautsprecher (zum Mithören) und eine Freisprech-einrichtung. Der ebenfalls integrierte SIM-Karten-Leser ermöglicht es dem Benutzer, die auf der SIM-Karte des Handys gespeicherten Telefonnummern einfach zu übertragen, ohne diese neu eingeben zu müssen. Bis zu 255 Einträge sind hier möglich. Mit dem Calios 1 lassen sich SMS senden und empfangen, die dank des großzügigen Displays bequem lesbar sind. Darüber hinaus sind fünf verschiedene Hintergrundbilder und zahlreiche Melodien integriert, die verschiedenen Anrufern zugeordnet werden können. Mit seinem klaren und schnörkellosen Design hebt sich das Calios 1 deutlich von der Masse der DECT-Telefone am Markt ab und harmonisiert mit jeder Wohnumgebung. Das elegante Gerät ist für 79,99 Euro im Handel erhältlich. Das Calios A1 verfügt zudem über einen integrierten Anrufbeantworter und ist für 89,99 Euro zu haben (Preisangaben sind unverbindliche Empfehlungen). Eine weitere Modellreihe unter dem Namen Sinio wird im Januar 2007 auf den Markt kommen. Anlässlich der CeBIT 2007 soll das Grundig Sortiment mit Einführung der dritten Produktlinie weiter abgerundet werden.

## SIEMENS

# 100%

made in Germany.  
Das können unsere  
Wettbewerber nicht  
von sich behaupten.



Gigaset Made in Germany  
www.siemens-partnerinfo.de

### Nokia 330 Auto Navigation bietet grenzübergreifende Navigation



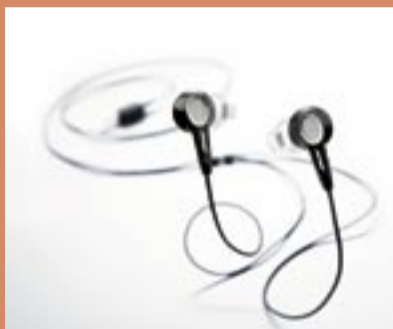
Nokia hat mit dem Nokia 330 Auto Navigation sein erstes Personal Navigation Device (PND) vorgestellt. Im Lieferumfang ist eine Europakarte enthalten, die eine länderübergreifende Navigation ohne lästiges Wechseln von Karten ermöglicht. Das Nokia 330 Auto Navigation berechnet Routen über innersuropäische Landesgrenzen hinweg. Mit ihm behält der Nutzer sein Ziel immer vor Augen. Nach dem Eingeben des Ziels läßt sich die Route mühelos auf dem großen, bedienerfreundlichen Farb-Touchscreen mit 8,9 cm Displaydiagonale verfolgen. Die Ziele lassen sich schnell und einfach über Adreßsuchen eingeben. Das Nokia 330 Auto Navigation führt dabei durch die Suche. Der integrierte GPS-Empfänger gewährleistet jederzeit einen optimalen Satellitenempfang. Eine 2 GByte große SD-Karte mit der vorinstallierten Europakarte und ausführlichen Reiseinformationen ist ebenfalls im Lieferumfang enthalten. Die visuellen Richtungsanweisungen lassen sich an die speziellen Bedürfnisse des Nutzers anpassen. So hat er die Wahl zwischen 2D- oder 3D-Karten und Tages- oder Nacht



# High-Tech Ohrhörer von **Bose**, **JBL** und **Shure** Die drei von der Klangstelle

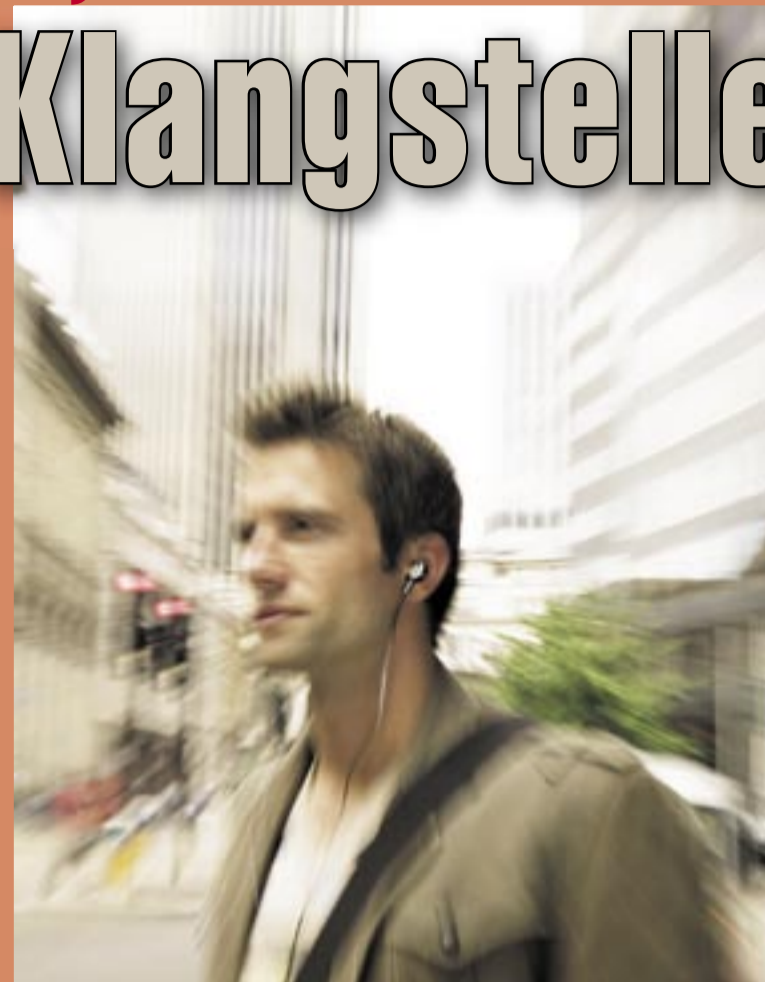
Die wachsende Popularität der MP3-Player hat bereits eine ganze Zubehör-Industrie inspiriert: Adapter für den Betrieb im Auto, Schutzhüllen und Sport-Cases, Mini-Lautsprecher zum Andocken, Infrarot-Fernbedienungen und viele andere MP3-Utensilien zählen zum Sortiment. Besonders wichtig sind aber die Kopfhörer, die entsprechend der Kompaktheit der Geräte lieber als Ohrhörer gewählt werden und die sich als immer leistungsstärker erweisen.

**Bose** hat als einer der führenden Spezialisten für den guten Sound Ohrhörer im Programm, die ebenso wie die leistungsstarken Kopfhörer mit der sogenannten TriPort-Technologie arbeiten. Die TriPort Headphone Structure sorgt für eine optimierte Tieftonwiedergabe und kommt ohne den



sonst oft üblichen, eingebauten Baßverstärker aus. Acoustic Equalization liefert außerdem bei den Bose TriPort IE Headphones bei besonders hohen Frequenzen ein sehr ausdrucksstarkes Klangbild – ohne aktive Komponenten. Die weichen Silikon-Einsätze sorgen für hohen Tragekomfort und passen sich geschmeidig und ohne zu stören der Ohrmuschel an. Mit den Ohreinsätzen in den Größen S, M und L findet sich für jeden Anwender die ideale Paßform.

Die Headphones haben ein 1,5 m langes Kabel, das für Bewegungsfreiheit sorgt. Eine kleine Tragetasche ist im Lieferumfang der Ohrhörer enthalten.



Mit jbl reference 220 stellt **JBL** (im Vertrieb der Harmann Gruppe) Ohrhörer vor, die nach hohen Qualitätsstandards konstruiert sind. jbl reference 220 arbeiten mit zwei Miniatur-Lautsprecher-Systemen und eignen sich für den Einsatz von allen MP3- und CD-Playern sowie Computern oder Mobiltelefonen, die mit einer Standard- oder Mini-Klinkenbuchse versehen sind. Dank des großzügigen Lieferumfangs lassen sich die Ohrhörer den



unterschiedlichsten Anforderungen anpassen. So gehören dazu beispielsweise Clips für sportliche Aktivitäten oder ein faltbarer Unter-Kinn-Bügel, der bequemes Tragen, beispielsweise beim Fernsehen, bietet.

Dazu werden drei Paar Gummistöpsel für verschiedene Hörskanalgrößen bereits mitgeliefert. Das stoffüberzogene Hardcase schützt die Kopfhörer auch unterwegs, dabei fungiert es auch direkt als Schutzhülle für den

iPod. Im umfangreichen Lieferumfang enthalten ist außerdem ein Stereo-Klinkenadapter (hartvergoldet), ein Mobiltelefon-Adapter sowie ein 3,5 mm Stereo-Adapter für das Flugzeug (hartvergoldet). Die Kabel der Earphones sind stoffummantelt, so daß ein Verheddern weitestgehend verhindert wird. Die jbl reference 220 Ohrhörer sind in den Farben Schwarz und Weiß lieferbar und ab sofort im Handel verfügbar.

Der Erfolg der preisgekrönten Ohrhörer der E-Serie macht **Shure** Personal Audio als Hersteller von hochwertigem Zubehör für moderne High-End-Audiogeräte zur festen Größe in diesem Segment. Shure hat seiner neuesten Ohrhörer-Generation – der E-Serie – ein ganz besonderes Feature mit auf den Weg gegeben. Mit der Sound Isolation-Technologie ausgestattet, bieten Shure Ohrhörer eine optimale Abschirmung von Umgebungsgläuschen. Effektiver

als die Noise Cancelling Technologie schirmen die Sound Isolation Ohrhörer ca. 93 Prozent der Außengeräusche ab. Diese Art von Ohrhörer wurde ursprünglich für professionelle Musiker entwickelt, damit diese sich auf lauten Bühnen klarer hören können. Mit Hilfe isolierender weicher Schaumstoff- oder Silikon-Ohrpaßstücke bleiben störende Geräusche fern. Durch kleine, hochleistungsfähige Mikrotreiber wird der präzise Klang direkt im

Ohr erzeugt. Shure stellt diese Ohrhörer nun nicht mehr ausschließlich für Profis her, sondern auch als Zubehör für CD-, MP3- oder DVD-Player. Die Ohrhörer der E-Serie eignen sich auch besonders gut für Sport und andere Aktivitäten, die viel Bewegung mit sich bringen, da sie weder verrutschen noch aus dem Ohr fallen. Außerdem sind sie mit ihrem Gewicht, das je nach Modell zwischen 28 und 31 Gramm liegt, sehr leicht. Shure hat derzeit acht verschiedene Ohrhörer der E-Serie im Programm. Davon eignen sich fünf Modelle (darunter auch das Flaggschiff E500PTH) für den Einsatz bei MP3-, CD-Playern und PCs und drei Modelle für das Game-Entertainment. Der E500PTH ist mit einem Drei-Wege Treiber ausgestattet, der akustische Präzision und somit eine perfekte Klangwiedergabe mit klaren Höhen und kraftvollen Bässen bietet. Das Premium Fit Kit des E500 enthält neben einer breiten



Zubehör bietet Shure das praktische Push-To-Hear (PTH) System. Das System hat die Form eines kleinen Schalters mit Schiebe-Mechanismus und ist die perfekte Lösung für kurze Unterredungen, da es ermöglicht, bei Bedarf die Musik stumm zu schalten und durch die Aktivierung des externen Mikrofons Außengeräusche zu hören – ganz ohne daß die Ohrhörer dafür abgelegt werden müssen.

Im Lieferumfang des E500PTH sind neben dem Push-To-Hear Modul acht Ohrpaßstücke aus Schaumstoff und Silikon in verschiedenen Größen enthalten sowie zwei unterschiedlich lange Kabel, ein Adapter für die Stereo-Anlage, ein Lautstärkereger und ein Transport-Case. *miz*



Auswahl an verschiedenen Ohrpaßstücken modulare Kabel, mit denen der Ohrhörer flexibel den individuellen Bedürfnissen angepaßt werden kann. Im Bundle mit dem E500 oder als optionales

# Samsung präsentiert MP3 zum Mithören

**Mit dem YP-K5 präsentiert Samsung einen MP3-Player, der sich dank aufklappbarer Slide-Lautsprecher ganz unkompliziert in eine Mini-Jukebox verwandeln läßt.**

Der MP3-Player ist in ganz schlichtem und edlem Design gehalten und mit abgerundeten Ecken ein echter Hand-schmeichler. Mit



Der neue MP3-Player von Samsung mit der Produktbezeichnung YP-K5 kann auch als raumfüllende Stereo-Anlage eingesetzt werden.

Maßen von 98 x 47,5 x 18,1 Millimetern paßt er in jede Tasche. Beim Anschalten leuchtet das Touch-Pad mit blauen Bedienelementen auf. Im Kopfhörer-Betrieb sind OLE-Display und Touch-Screen vertikal angeordnet. Sobald der Stereo-Lautsprecher hervorgeschoben wird, drehen sich Display-Anzeige und Bedienelemente automatisch um 90 Grad und passen sich damit der jeweiligen Perspektive des

Anwenders an. Die mobile Plattensammlung wird in einer übersichtlichen Ordnerstruktur angezeigt.

Ausgestattet mit dem Kopierschutz WMDRM (Windows Media Digital Rights Management) kooperiert der YP-K5 problemlos mit den gängigen Online-Musikbörsen. Der USB-Anschluß sorgt zudem dafür, daß sich der musikalische Nachschub schnell und unkompliziert beschaffen läßt. Damit so viel Musik nicht nur geladen, sondern auch gehört werden kann, glänzt der YP-K5 im Kopfhörer-Modus mit 30 Stunden Akku-Leistung – satte sechs Stunden spielt der Player die Plattensammlung auch über den Lautsprecher ab.

Die integrierte Weckfunktion sorgt für einen guten Start. Flexibel gibt sich die innovative Jukebox auch in Formvielfalt: Neben dem Radioempfang dank FM-Tuner spielt der Player Musik in den Formaten



Samsungs neue, leistungsfähige Mini-Jukebox YP-K5 ist fast nur halb so groß wie ein 50 Euro-Schein.

MP3, WMA, ASF und Ogg ab. Für diejenigen, die die Lieblingsplatte zeitgleich mit Bildern des letzten Konzertes präsentieren wollen, bietet der Player die Möglichkeit der JPEG-Wiedergabe.

Neben den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten zeichnet sich der YP-K5 durch ein formschönes Design aus. Das robuste Mag-

nesiumgehäuse ist mit einem schwarzen Finish in Klavierlackoptik versehen.

MP3 zum Mithören gibt es in Deutschland seit September dieses Jahres. Der YP-K5 ist mit Flash-Memory-Kapazitäten von 1, 2 und 4 GB lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 229, 279 bzw. 329 Euro. *miz*

# NEC präsentiert komplett neue Plasma-Produktpalette

**Mit neun völlig neuen Plasma-Display-Modellen erneuert NEC zum Jahreswechsel seine komplette Plasma-Produktpalette.**

**Alle neuen Geräte sind mit 16:9 Panels ausgestattet und bieten High Definition TV auf höchstem Niveau. Das bereits ab Dezember lieferbare neue Portfolio umfaßt vier Produktreihen: Die XM-Serie besteht aus drei Spitzen-Modellen mit 42-Zoll-, 50- und 60-Zoll-Bildgröße für Business-anwender. Auf den Consumer-Bereich zielt die XR-Serie, die ebenfalls aus drei Modellen mit den Bild-Diagonalen 42 Zoll (106 cm), 50 Zoll (127 cm), und 60 Zoll (152 cm) besteht.**

Für den Midrange-Bereich bietet NEC in der XL-Serie zwei Modelle mit 42-Zoll- und 50-Zoll-Bildgröße an, die für den B2B-Einsatz konzipiert sind. Die T-Serie ist speziell für Heimkino-

Anwendungen ausgelegt und startet mit dem neuen T2000 Modell in der für diesen Bereich vorwiegend gefragten 42-Zoll-Größe. Alle neun neuen NEC Plasma-Modelle überzeugen mit ihrer im Vergleich zu den Vorgängermodellen nochmals verbesserten Bildqualität und einem geringeren Energieverbrauch.



NEC PX50XM6: High End Plasma-Display für hochprofessionelle Business-Anwender wie Fernsehstudios, Messen, Banken und Krankenhäuser.

## XR-Reihe: Für High-End Heimkino und designorientierten Business-Bereich

Die XR-Serie wird mit ihren speziellen Eigenschaften besonders den Ansprüchen von High-End Heimkinoanwendern und designorientierten Anwen-

dern im Business-Bereich gerecht: Alle drei Modelle (42/50/60 Zoll) verfügen über dynamische Kontrastanpassung, die bei wechselnden Umgebungslicht-Bedingungen automatisch für ein besonders hohes Kontrastverhältnis sorgt. Als weiteres Ausstattungsmerkmal unterstützen die Modelle der XR-Serie das „AMX Café Duet Protokoll“, mit dem die Anbindung an interaktive Steuerungssysteme von Medien-, Haustechnik- und Präsentations-PCs ermöglicht wird. Das Gewicht aller Geräte konnte erheblich reduziert werden. Das macht sich besonders beim NEC 50XR6 bemerkbar, der neun Kilogramm leichter als sein Vorgängermodell ist. Das geringere Gewicht wurde vor allem durch den Einsatz eines sogenannten „Bonded Color Filters“ anstatt des bisherigen Glasfilters erzielt. Der Energieverbrauch wurde bei allen Modellen um 20 Prozent verringert. Dazu trägt das integrierte Auto Luminance Management bei, das bei stehenden Bildern automatisch die Helligkeit



NEC PX60XR5: 60-Zoll Plasma-Display für High-End Heimkino und designorientierte Business-Anwendung. Mit dynamischer Kontrastanpassung, geringem Gewicht und niedrigem Energieverbrauch.

reduziert. Neue, im 50XR6 und im 60XR5 eingesetzte Panels bieten noch höhere Bildqualität: Verbesserte Farbtreue, größere Helligkeit, verfeinerte Graustufendarstellung und noch höherer Kontrast garantieren realitätsnahe und detailreiche Bilder. Das integrierte „Clear Drive System“ verhindert die Entstehung von False Contour Effekten. XR-Geräte sind flüsterleise und garantieren auch akustisch perfekten Filmgenuß. Die Anschlußmöglichkeiten bieten unter anderem zwei HDMI-Schnittstellen.

## High End: NEC Plasma XM-Reihe

Die High End Monitore NEC 42XM5, NEC 50XM5 und NEC 60XM6 verfügen weitgehend über die gleiche Ausstattung wie die XR-Modelle und richten sich in erster Linie an hochprofessionelle Business-Anwender wie Fernsehstudios, Messen,

Banken und Krankenhäuser. Neben einem business-freundlicheren Design, unterscheiden sich die XM-Modelle von Consumergeräten vor allem durch ihre Menüführung und die auf Business-Anforderungen abgestimmten Schnittstellen. XM-Plasmas sind unter anderem mit DVI-D Schnittstelle, Komponenten-Video- und Analog-Video-Anschluß über BNC-Kabel ausgestattet. Wie bei der XR-Serie kann bei XM-Modellen die Werksgarantie optional um ein weiteres Jahr auf drei Jahre verlängert werden.

## T2000: 42-Zoll Home Cinema Plasma TV

Auch das T2000, ein schlankes, helles und kontrastreiches 42 Zoll HD Ready Plasma-TV im 16:9 Format, verfügt über einen integrierten Analogtuner, Standfuß und eingebaute Stereolautsprecher. Es zielt auf Heimkinofans und Businessanwender, die Wert auf elegantes Design und einfache, aber variable Installation legen, wie z. B. Hotels, Flughafenlounges und kleinere Geschäfte. Neben Kontrastwerten von bis zu 10.000:1 sorgen automatische Helligkeitsanpassung für reduziertes Bildrauschen und realistische Bildwiedergabe. Das T2000 bietet vielfältige Anschlußmöglichkeiten und eine HDMI-Schnittstelle. *evo*

Modellbezeichnung	PX-42XR5	PX-50XR6	PX-60XR5	PX-42XM5	PX-50XM6	PX-60XM5	PX-42XL1	PX-50XL1	T2000	
Bildschirmdiagonale	42 Zoll, 106 cm (16:9)	50 Zoll, 127 cm (16:9)	60 Zoll, 152 cm (16:9)	42 Zoll, 106 cm (16:9)	50 Zoll, 127 cm (16:9)	60 Zoll, 152 cm (16:9)	42 Zoll, 106 cm (16:9)	50 Zoll, 127 cm (16:9)	42 Zoll, 107 cm (16:9)	
Auflösung	1.024 x 768 (XGA)	1.365 x 768 (WXGA)	1.365 x 768 (WXGA)	1.024 x 768 (XGA)	1.365 x 768 (WXGA)	1.365 x 768 (WXGA)	1.024 x 768 (XGA)	1.366 x 768 (WXGA)	1.024 x 768 (XGA)	
Anschlüsse	2x Scart via Adapter, 2x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x S-Video, 2x HDMI (HDCP)	2x Scart via Adapter, 2x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x S-Video, 2x HDMI (HDCP)	2x Scart via Adapter, 2x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x S-Video, 2x HDMI (HDCP)	2x Komponente, 2x Komposite, 2x RGB, 1x S-Video, 1x DVI-D	2x Komponente, 2x Komposite, 2x RGB, 1x S-Video, 1x DVI-D	2x Komponente, 2x Komposite, 2x RGB, 1x S-Video, 1x DVI-D	2x Komponente, 2x Komposite, 2x RGB, 1x S-Video, 1x DVI-D	2x Scart, 1x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x HDMI, 1x S-Video	2x Scart, 1x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x HDMI, 1x S-Video	2x Scart, 1x Komponente, 1x Komposite, 1x RGB, 1x HDMI, 1x S-Video

# Samsung IT World Quality-Tour: „Qualität kann man fühlen“

Seit Jahren tätigt Samsung hohe Investitionen, um seine Produkte durch höchste Zuverlässigkeit und größtmögliche Anwenderfreundlichkeit weltweit an der Spitze zu positionieren. In diesem Jahr beschloß der koreanische Konzern, seine Kunden, Handelspartner und die Öffentlichkeit, in Person eingeladener Medienvertreter, über die Qualitätsoffensive in Permanenz zu informieren und mit daraus resultierenden Produkten vertraut zu machen. Einen geeigneten Rahmen für das Vorhaben bot Samsung mit der „IT World Quality Tour“.

## „IT Roadshow 2006“: Begeisterte Teilnehmer und voller Erfolg

Die diesjährige Samsung Roadshow „IT World Quality Tour“ mit den Schwerpunkten Drucker, Notebooks und Monitore, war in Deutschland zwischen dem 10. und 19. Oktober unterwegs. Die Teilnehmer, Entscheider aus dem Mittelstand, Händler und Partner, ließen sich aktuelle Samsung-Produkte zeigen und erlebten selbst begeistert das Motto der Veranstaltung: „Qualität kann man fühlen“. An den vier Stationen der „IT World Quality Tour“, Mannheim, Hannover, Köln und München, hatten sich rund 1.000 Entscheider eingefunden, um neue Samsung-IT-Produkte kennenzulernen und an den Workshops teilzunehmen. Besonderes Interesse

zahlreichen produktiven Gespräche erfreut, alles in allem eine gute Basis für ein erfolgreiches Jahresend-Geschäft.

## Dr. Thomas Schäfers ist neuer Chef der Samsung Druckersparte

Mit Thomas Schäfers (47) hat Samsung Electronics seit dem 1. November 2006 einen erfahrenen Marketingspezialisten an die Spitze seines Druckergeschäfts gestellt. Thomas Schäfers kommt von Kyocera Mita Deutschland, wo er das heutige European Sales- und Marketingcenter in Meerbusch bei Düsseldorf aufbaute. Als Senior Manager Sales & Marketing der Samsung Printing Division tritt er die Nachfolge von Michael Schultze an, der Samsung Electronics verlassen hat. Für seine neue Position bei Samsung hat Schäfers die Ziele klar definiert: Der Elektronikkonzern soll in den kommenden Jahren sein Printer-Geschäft massiv ausbauen und eine führende Rolle im deutschen Drucker- und MFD-Markt einnehmen. Mit Schäfers hat Samsung einen echten Sales- und Marketing-Profi mit fast 25jähriger Berufserfahrung für sich verpflichtet. Er freut sich darauf, sein umfangreiches B2B-Know-how für den Erfolg von Samsung in Deutschland einzusetzen: „In der Unterhaltungselektronik und in der Mobilfunksparte ist Samsung schon heute die weltweit führende Marke. Angesichts der neuesten, attraktiven Produktpalette, die Samsung besonders im Printer-Markt zu bieten hat, bin ich zuversichtlich, daß wir auch in diesem Segment bald Marktführer sein werden. Es ist eine großartige Chance, diesen Aufstieg an die Marktspitze in einer solchen verantwortungsvollen Position mitzugestalten.“



Dr. Thomas Schäfers ist neuer Chef der Samsung Druckersparte.

## Samsung ML-2510 und ML-2571N: Schnelle, kompakte Laserdrucker

Mit dem ML-2510 und der Netzwerkvariante ML-2571N stellt Samsung zwei schnelle, professionelle und platzsparende monochrome Laserdrucker für den Einsatz in SOHO und kleinen bis mittleren Gruppen und Abteilungen vor. Die



Delo, Distributor aus Recklinghausen, war hier mit einer starken Mannschaft vertreten.

Drucker erbringen bei einer effektiven Auflösung von bis zu 1.200 x 1.200 dpi eine Seitenleistung von bis zu 24 A4-Seiten pro Minute und verfügen über eine Papierkapazität von bis zu 250 Blatt. Das Arbeitsplatzgerät ML-2510 mit acht MByte Speicher wird per GDI über USB- und parallele Schnittstelle angesprochen. Der Netzwerkdrucker ML-2571N mit 32 MByte Speicher verfügt bei gleicher Druckleistung über eine integrierte Ethernet-Schnittstelle nach Standard 10/100 BaseTX und unterstützt PCL6 und



Samsung ML-2510 und ML-2571N: Schnelle, kompakte SW-Laserdrucker

Postscript 3. Beide Drucker sind zum UVP von 169,- Euro für den ML-2510 und 249,- Euro für den ML-2571N lieferbar. Die Garantie mit Vor-Ort-Service beträgt zwei Jahre für den ML-2510 und drei Jahre für den ML-2571N.

## Samsung SCX-4521F: Multifunktionsgerät für SOHO und Arbeitsgruppen

Der SCX-4521F erweitert Samsungs Angebotspalette um ein Multifunktionsgerät für den Einsatz im SOHO-Bereich und kleineren bis mittleren Arbeitsgruppen. Das kompakt und designbetont gestaltete Gerät bietet eine Vielzahl von Funktionen auf kleinstmöglicher Stellfläche und ersetzt einen umfangreichen Gerätepark. Basis des multifunktionalen Laser-Digitalkopierers ist das leistungsfähige 600-dpi-Druckwerk mit der Druck- und Kopierleistung von bis zu 20 A4-Seiten pro Minute. Die Ausstattung mit schnellem 33,6-kbps-Faxmodem, Farb-Flachbettscanner und automatischem

Dokumenteneinzug für bis zu 30 Vorlagen bietet beste Voraussetzungen für effizientes Arbeiten. Über die mitgelieferte Samsung-Software kann der SCX-4521F als PC-Fax eingesetzt werden. Der Anschluß an einen Rechner erfolgt über USB- oder Parallelschnittstelle (IEEE1284) mit automatischer Schnittstellenerkennung. Optional sind ein externer kabelgebundener Netzwerkadapter (10/100 Base Tx), oder ein externer WLAN-Anschluß mit integrierter 10/100-Base-Tx-Schnittstelle lieferbar. Als digitaler Kopierer mit physikalischer Auflösung von 600 x 600 dpi bei einer Geschwindigkeit von bis zu 20 Kopien pro Minute steht der SCX-4521F großen A4-Kopiermaschinen in nichts nach. Per Knopfdruck lassen sich Kopien zwischen einem und 99 Exemplaren erstellen und ein Kopier-Zoom zwischen 25% und 400% (Flachbettscanner) oder Verkleinerungen auf bis zu 25% (ADF) einstellen. Ein besonderes Feature bietet die Kopierfunktion „ID-Copy“: Die Seiten einer zweiseitigen Vorlage, z. B. eines Personalausweises, werden nacheinander gescannt, zwischengespeichert und als beidseitiger Druck ausgegeben. Der CIS-Flachbettscanner arbeitet mit der physikalischen Auflösung von 600 x 600 dpi und interpoliert bis 4.800 x 4.800 dpi. Die Farbtiefe beträgt 24 Bit intern und extern; Graustufen werden mit 256 Abstufungen dargestellt. Die Papierversorgung erfolgt über den bis zu 150 Blatt Papier fassenden Multifunktionsonsschacht mit transparenter Abdeckung. Über dem Papierschacht befindet sich ein Einzelblatteinzug. Das Ausgabefach bietet ausreichend Platz für bis zu 50 Drucke oder Kopien. Über den automatischen Dokumenteneinzug können bis zu 30 Vorlagen für Fax oder Kopie verarbeitet werden. Der SCX-4521F ist zum UVP von 329,- Euro lieferbar. Samsung gewährt zweijährige Garantie mit Vor-Ort-Service. *evo*



Gut besucht sind die Workshops, hier zum Thema Notebooks.

Bereits in der Einladung wurden potentielle Teilnehmer auf die philosophischen Aspekte der Erschaffung perfekter Produkte eingestimmt: Wie eine erlesene Perle, die in allen Kulturen ein Symbol besonderer Kostbarkeit ist und in einem vielstufigen Auswahlprozeß zu ihrer Vollendung heranreift, ist ein perfektes Produkt das Ergebnis zahlreicher kompromißloser Auswahlprozesse auf vielen Ebenen. Das beginnt bei seinem Entwurf, wird bei der Entwicklung und Durchführung optimierter Produktionsprozesse fortgesetzt und abgeschlossen durch hohe Kriterien bei der Qualitätskontrolle und dem anschließenden, weitreichenden Kundensupport. „Qualität kann man fühlen“, lautete die Botschaft, die Samsung mit der IT World Quality Tour vermitteln wollte. Und als anschauliches und „begreifbares“ Beispiel wurde jedem Teilnehmer der Veranstaltung die Überreichung einer Perle angekündigt.

fanden Samsungs aktuelle Widescreen-Displays in den Größen 19 bis 22 Zoll, die sich wegen des hohen Platzbedarfs von Windows Vista auf dem Desktop besonders gut für den Einsatz mit dem neuen Betriebssystem eignen. Samsung-Partner Microsoft präsentierte Vista vor Ort und demonstrierte interessante Details. Bei Vertretern aus Druckhäusern und Grafikdesign-Studios standen SyncMaster-Modelle mit LED Backlight und erweitertem NTSC-Farbraum im Mittelpunkt des Interesses. Systemintegratoren interessierten sich für Large-Format-Lösungen mit MagicNet X, die Samsung mit 17, 40 und 46 Zoll Bilddiagonale anbietet und die sich auch sehr gut für den Einsatz am POS und POI eignen. Begeisterung löste der 700 Gramm leichte LED-Projektor „Pocket Imager“ besonders bei den Kunden aus, die häufig im Vertrieb oder im Außendienst tätig sind. Samsung zeigte sich über die rege Teilnahme an der IT World Quality Tour und die

# BullGuard Internet-Security: Komplettlösung für einen Markt mit Zukunft

Im Zeitalter des Breitband-Internets und des alltäglichen Datenaustauschs über Netzwerke gehören Sicherheitslösungen – gleich nach dem Computer selbst, dem Betriebssystem und der Anwendungssoftware – zu den existenziellen Komponenten. Die permanente Bedrohung der Rechner-Funktionen und Sicherheit der Datenbestände durch Viren, Würmer und Trojaner ist im kommerziellen wie im privaten Bereich zum nicht mehr hinnehmbaren Risiko geworden. Schutz kann nur durch mehrere miteinander verzahnte und abgestimmte Sicherheits-Komponenten erreicht werden, wie sie BullGuard mit dem Komplett-Paket „Internet-Security“ anbietet.

## Über BullGuard

BullGuard hat sich auf PC-Sicherheitslösungen für Heimanwender und Kleinunternehmen spezialisiert und legt Wert auf herausragende technologische Lösungen, Benutzerfreundlichkeit und Kundenservice. Das Unternehmen mit Sitz in Kopenhagen hat bisher weltweit mehr als 46 Millionen registrierte User für sich und seine Produkte gewinnen können. Bis 2008 will BullGuard im weltweiten Consumer-Markt den Platz drei hinter den Security-Anbietern Symantec und McAfee einnehmen. „Wir sind uns bewusst, daß dies ein sehr anspruchsvolles Ziel ist. Aber wir verfügen über ein ausgereiftes, erfolgreiches Produkt und sind absolut von der Attraktivität unserer Partnermodells überzeugt“, erklärt Theis Sondergaard, einer der beiden Gründer und Geschäftsführer von BullGuard. „Wir vertreiben unsere Produkte zu hundert Prozent über den Channel und wollen auch in Deutschland ein starkes Netzwerk von Distributoren, Fachhändlern und OEM-Partnern aufbauen“, so CEO Sondergaard. Partnern bietet BullGuard, neben einer einmaligen Provision bei Online-Lizenzverlängerungen, eine „Software – Lebenslang“-Umsatzbeteiligung. Über transparentes Online-Tracking können Partner verfolgen, ob und wann Kunden online bei BullGuard Updates oder Lizenzverlängerungen bestellen. Bisher hat BullGuard seine Produkte in Deutschland ausschließ-

lich über den Distributionsbereich des Bürener IT-Unternehmens Rombus vertrieben.

## BullGuard „Internet Security“ 7.0

„BullGuard Internet Security“ besteht aus den Modulen Antivirus, Firewall, Spamfilter und Backup. Mit der Version 7.0 steht erstmals eine deutsche Sprachversion zur Verfügung. Die problemlose Installation wird durch klare, auch für Nichtfachleute verständliche Benutzerführung unterstützt. Bei vielen Einstellungen hat der Anwender die Wahl zwischen empfohlenen Werten und einem Experten-Modus.

### BullGuard Antivirus & Antispyware

Die Funktionen BullGuard Antivirus und die ab Version 7.0 neu hinzugekommene Antispyware-Funktion sind in einem Modul zusammengefaßt, um Dateien nicht erst auf Viren und danach nochmals auf Spyware scannen zu müssen. Das beschleunigt den Suchprozeß und verkürzt die Zugriffszeit.

### BullGuard Firewall

Die in BullGuard Internet Security Version 7.0 enthaltene Firewall ist

noch effektiver als die der Vorgängerversion. Bei Konfiguration und Bedienung ändert sich nur wenig: Mit Rücksicht auf schon vorhandenen BullGuard-Nutzer wurden nur minimale Veränderungen an der Nutzerschnittstelle vorgenommen.



### BullGuard E-Mail-Spamfilter

Der bei BullGuard Version 7.0 nochmals verbesserte Spam-Filter für MS Outlook und Outlook Express analysiert eingehende E-Mails noch präziser und erreicht deshalb eine noch höhere Effizienz bei der Spam-Bekämpfung. Für den Nutzer macht sich das durch weniger Spam-Mails in der Inbox und weniger irrtümlich als Spam eingestufte, erwünschte E-Mails bemerkbar.

### BullGuard Backup

Ein wertvolles Kernstück von BullGuard 7.0 ist die erweiterte Backup-Funktion. Anwender können nun zum ersten Mal zwischen Online-Backup und lokalem Backup wählen. Zusätzlich zu dem Backup auf einem im BullGuard-Abonnement enthaltenen 1 GB Online-Speicher kann BullGuard 7.0 so konfiguriert werden, daß Dateien auf einer externen Festplatte,

einem Netzwerklaufwerk, einem USB-Speicher oder einer CD gesichert werden. So können selbst Bilder vom letzten Kindergeburtstag oder der Silberhochzeit nicht verlorengehen. BullGuard Backup bietet außerdem Unterstützung für Outlook und Out-



BullGuard Internet Security besteht aus den Modulen Antivirus, Firewall, Spamfilter und Backup.

look Express. Ein intuitiv zu bedienender Wizard hilft bei der Konfiguration und der Wiederherstellung verlorener Dateien.

## Kundenzufriedenheit ist oberstes Gebot

Die hohe Benutzerfreundlichkeit der Produkte und die umfangreichen Support-Leistungen sprechen als starke Argumente für BullGuard. In Deutschland steht Anwendern an fünf Werktagen jeweils 16 Stunden ein kostenloser Live-Chat und E-Mail-Support zur Verfügung. Einen solchen 24/7-Service bietet der Hersteller bisher nur in englischer Sprache an. Mit der neuen Version 7.0 steht jedoch erstmals eine deutsche Sprachversion zur Verfügung. Deshalb ist mit einem weiteren Ausbau des deutschsprachigen Support-Angebots zu rechnen. Nutzer können per Mausclick kostenlos mit dem BullGuard-Support chatten, der sich um schnelle Lösungen bemüht. Bei Computercrashes lassen sich verlorene Dateien mit Hilfe von BullGuards Online- oder lokalen Backup-Funktionen wiederherstellen.

## Preise und Lieferstart in Deutschland

Das Hauptprodukt des Unternehmens, „BullGuard Internet Security v.7.0“, ist seit Anfang November auch als deutschsprachige Version lieferbar. „BullGuard Mobile Antivirus“ beinhaltet konstantes Traffic Monitoring und On Demand Scanning neben automatischen Updates und ist im Fachhandel für die Plattformen Windows mobile und Symbian verfügbar. „BullGuard Internet Security v.7.0“ ist über Hyperlink „http://www.bullguard.com“ www.BullGuard.com oder direkt bei lokalen BullGuard-Händlern erhältlich. Eine User-Lizenz für 12 Monate gibt es zum UVP von 59,90 Euro. Abonnenten können ihre ältere Version kostenlos über die BullGuard-Webseite upgraden. *evo*

## Harald Philipp: Neuer Country Manager bei BullGuard

Ab sofort ist Harald Philipp in Deutschland, Österreich und der Schweiz für die Bereiche Sales, Marketing und PR von BullGuard, Dänemark, verantwortlich. Der auch bei Service und Support außergewöhnlich starke Anbieter von IT-Sicherheits-Software will in den kommenden zwei Jahren in die Top 3 der Antiviren- und Internetsicherheitsanbieter vorstoßen. In die neue Position bringt Harald Philipp mehr als 15 Jahre Erfahrung im IT- und CE-Markt ein: Seine Karriere begann bei Epson, wo er während zwölf Jahren Unternehmenszugehörigkeit verschiedene Führungspositionen bekleidete, unter anderem als Chef der Software-Abteilung, Manager in der System-Sektion und internationaler Sales- und Marketing-Manager. Von 1998 bis 2001 bekleidete er bei Actebis International die Stelle des European Director Sales & Marketing für OEM-Partner und das Privatkundengeschäft mit PCs, Notebooks, Bildschirmen und Servern. 2001 wechselte Philips als Director Sales and Marketing für Informationssysteme zu LG Deutschland, verantwortlich für Vertrieb, Marketing, Produkt Marketing und Public Relations der IT-Produkte von LG. Von 2003 bis 2005 übernahm er die Aufgaben des Senior Director, European Sales Operations bei eMachines (Gateway). Im Januar 2006 wechselte Philips zu inFocus, um dort die Position des Director Consumer Division EMEA International B.V. zu besetzen, verantwortlich für Vertrieb und Marketing vor allem in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und Nordeuropa. Seine Ziele bei BullGuard sieht Philipp im Aufbau der deutschen Niederlassung und der Vergrößerung des Marktanteils und Umsatzes im deutschsprachigen Markt.



### Starke Partnerschaften, starke Netzwerke

Um die genannten Ziele zu verwirklichen, setzt der neue Country Manager auf die Ausweitung und Etablierung eines starken Netzwerkes: „Vor allem durch das einzigartige Geschäftsmodell und starke Partnerschaften mit den bedeutendsten PC- und Notebook-Herstellern und lokalen Systemintegratoren sowie durch ein starkes Netzwerk aus Retailern, Distributoren, Fachhändlern und Value Added Resellern und Kontakten zu Internet Service Providern, e-tailers und Home Shopping-Kanäle wird es uns gelingen, in kürzester Zeit ganz vorne auf dem Sicherheitsmarkt mitzuspielen“, äußert sich Harald Philipp zu seiner Strategie.

# Digitaler Lifestyle für zu Hause – aber mit Stil und von Sony

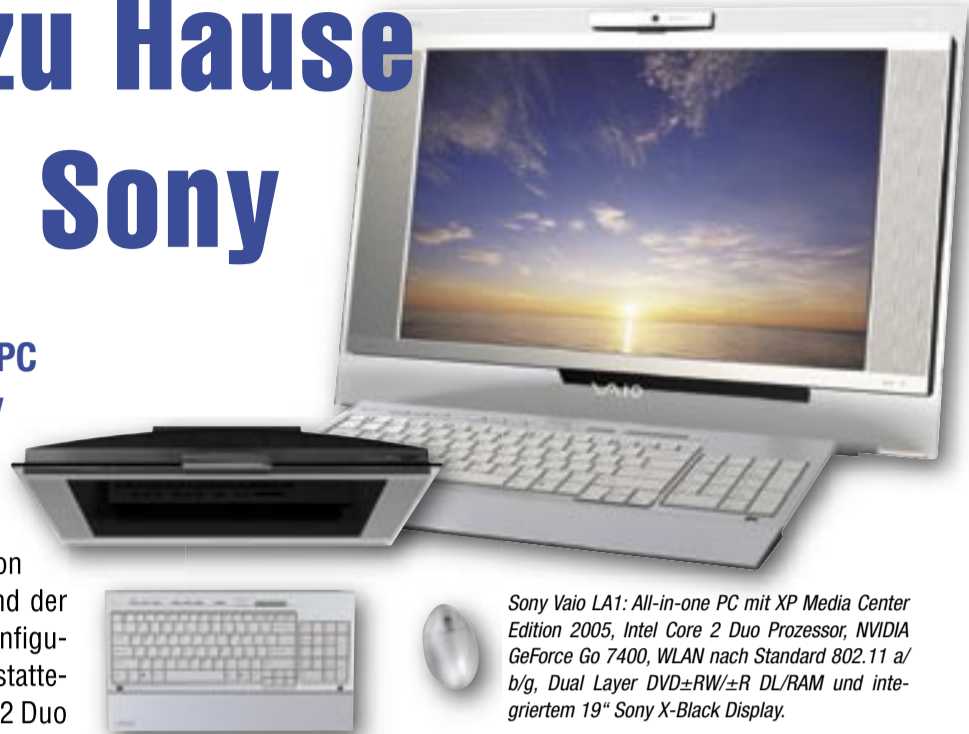
Die Zeiten, in denen ein PC schon auf den ersten Blick an seiner zweckorientierten Form als Arbeitsgerät erkennbar war und im Wohnzimmer als störendes Objekt wahrgenommen wurde, sind Vergangenheit. Gekonnt gestaltete PC-Modelle mit außergewöhnlichem Design, wie die neuen Entertainment PC-Serien Vaio LA1 und Vaio XL200, fügen sich wie selbstverständlich in unterschiedlichste Wohnumgebungen ein und setzen dort interessante und individuelle Akzente.

Neben den umfangreichen Fähigkeiten als elektronisches Office präsentieren sich alle Modelle der beiden Vaio-Serien als virtuose Alleskönner im Entertainment-Bereich mit voller PC-Funktionalität. Vor allem das schwebend wirkende Design des LA1 mit dem integrierten 19-Zoll-Display zieht

bewundernde Blicke auf sich. Die neuen PCs der XL200-Serie sind mit einem DVD-Laufwerk oder Blu-ray-Laufwerk ausgestattet und können als Stand-Alone-Geräte direkt an ein HD-fähiges Fernsehgerät angeschlossen werden, ohne daß ein Netzwerk oder PC-Bildschirm erforderlich ist.

## Vaio VGC-LA1: All-in-one Design PC mit 19-Zoll-Display

Der Vaio LA1 ist ein leistungsstarker All-in-one PC mit Notebook-Technologie, XP Media Center Edition 2005 als Betriebssystem und der umfassenden Hardware-Konfiguration eines optimal ausgestatteten Desktop-PCs: Intel Core 2 Duo Prozessor, leistungsstarke NVIDIA GeForce Go 7400 Grafikkarte mit NVIDIA Turbocache, Wireless LAN nach Standard 802.11 a/b/g und integriertes Dual Layer DVD±RW/±R DL/RAM Laufwerk.



Sony Vaio LA1: All-in-one PC mit XP Media Center Edition 2005, Intel Core 2 Duo Prozessor, NVIDIA GeForce Go 7400, WLAN nach Standard 802.11 a/b/g, Dual Layer DVD±RW/±R DL/RAM und integriertem 19" Sony X-Black Display.

Die erstklassige Hardware ist in einem exklusiven „Floating Design“-Gehäuse aus Polycarbonat mit integriertem 19-Zoll-Display untergebracht. Die Gesamtkomposition vermittelt einen elegant schwebenden Eindruck und assoziiert Equipment mit High-Tech Appeal für höchste Ansprüche. Die ultra-flache Bauweise mit der Gehäusetiefe von nur 20 cm unterscheidet den LA1 in jeder Hinsicht positiv von anderen Desktop-PCs. Alle Kabelverbindungen werden auf der Rückseite des Geräts zusammengefaßt und unter einer ästhetisch wirkenden Abdeckung verborgen. Der Vaio LA1 „sieht“ im wahren Sinn der Redewendung „rundum gut aus“. Sein Design kommt besonders dann zur Geltung, wenn er frei positioniert und von allen Seiten sichtbar aufgestellt wird. Die bei der Gestaltung auf den LA1 abgestimmten Eingabegeräte Tastatur und Maus arbeiten kabellos. Die Oberfläche der Tastatur besteht aus gebürstetem Aluminium, verfügt über eine schützende Abdeckung, und das Tastatur-Layout ist optimal für digitale Home Entertainment-Anwendungen konzipiert.

Der integrierte Hybrid-TV-Tuner des LA1 ermöglicht herkömmlichen analogen und digitalen terrestrischen (DVB-T) Fernsehempfang. Auf der Festplatte des Rechners stehen 300 GB Speicherplatz zur Verfügung, mehr als ausreichend Platz zum Aufzeichnen von Fernsehsendungen und Filmen. Langfristig zu speicherndes Content kann mit Hilfe des eingebauten Dual Layer DVD±RW/±R DL/RAM Laufwerks und der Sony Software „Click to DVD“ v.2.5 auf DVD gebrannt werden. Die Steuerung des XP Media Center Edition 2005 PCs erfolgt bequem über die im Lieferumfang enthaltene Fernbedienung. Der 19-Zoll-Bildschirm

im Breitbildformat mit der WSXGA+ Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten bietet hohen Komfort bei der Betrachtung von DVD-Filmen und TV-Programmen oder der Bearbeitung von Fotos und dem Surfen im Internet. Auf der Bildfläche lassen sich zwei DIN A4-Dokumente in Bearbeitungsgröße nebeneinander darstellen. Sonys X-Black LCD-Technologie stellt Farben leuchtender dar und läßt Schwarztöne gesättigter wirken. Für die gleichmäßige Ausleuchtung und Helligkeitsverteilung des Displays sorgt ein Backlight-Unit mit zwei Lichtquellen. Das Display kann auch bei laufenden Anwendungen problemlos abgeschaltet werden, z. B. während einer TV-Programmaufzeichnung oder umfangreichen Daten-Downloads. Geräte der LA-Serie verfügen über eine eingebaute, diskret positionierte



Sony Vaio XL201 und XL202: Zwei All-in-one Windows XP Media Center Edition PCs, erstmals mit Intel Viiv-Technologie ausgestattet und neben Office-Funktionalität optimal für Digital Home Entertainment konzipiert. UVPs: XL201: 1.499,- Euro, XL202: 2.499,- Euro (mit Blu-ray)

Motion-Eye Webcam und ein Mikrofon mit Echo-Reduzierung. Beim Video-Chat über Instant Messaging oder Skype behält der Anwender die Hände frei. Die vorinstallierte Software umfaßt Adobe Acrobat/Elements 7.0, Adobe Reader 7.0, Microsoft Works 8.5, Norton Internet Security 2006, Skype 2.0, Roxio Digital Media SE 7, WinDVD 5.0, Click to DVD 2.5, Sonic Stage Connect Player 4.0, Photoshop Elements 4.0, Adobe Premiere Elements 2.0, DVgate Plus 2.2. Der Vaio VGC-LA1 ist zum UVP von 1.999,- Euro lieferbar.

evo

## Interview mit Christine Händler, Leiterin Marketing der Delo Computer GmbH, Recklinghausen Warum übernimmt Delo die Distribution der Entertainment PCs Vaio LA1 und XL200?



**PoS-MAIL:** Frau Händler, Delo Computer ist als einer der führenden IT-Distributoren Deutschlands vorwiegend im B2B-Bereich aktiv. Was veranlaßt ein derartig orientiertes Unternehmen, sein Produktangebot mit Geräten wie dem Vaio LA1 anzureichern, die mit ihrer Gesamtkonzeption doch vorwiegend auf den UE-Markt und dort auf Consumer als potentielle Käufer zielen?

**Christine Händler:** Meiner Einschätzung nach gibt es „den UE-Markt“, so wie er noch vor wenigen Jahren definiert wurde, doch heute gar nicht mehr. In konsequenter Weise hat sich der Konversionsprozeß nicht auf die Medien beschränkt, sondern erstreckt sich inzwischen auf den gesamten Bereich der im Markt gehandelten elektronischen Produkte.

**PoS-MAIL:** Sie wollen sagen, daß es „UE“ als eigenständiges Marktsegment eigentlich gar nicht mehr gibt?

**Christine Händler:** Ja, richtig. Bis auf wenige Ausnahmen sind moderne IT-Produkte sowohl für den Einsatz im IT-Bereich wie zu Unterhaltungszwecken nutzbar, und das in vielen Fällen sogar zur gleichen Zeit. Heute fotografiert man mit dem Telefon und hört sich damit MP3-Musiktitel an, während man mit dem gleichen Gerät SMS oder E-Mails liest oder versendet. Notebooks sind, neben ihren schon selbstverständlichen Funktionen als elektronisches Office, zugleich auch DVD- und Audio-Player mit Video-Eingang und TV-Ausgang, und sehr häufig gleichzeitig auch DVB-T

Fernsehempfänger oder Schnitt- und Bearbeitungsstudio für Videos. Das beste Beispiel sind die großen Elektronik-Messen CeBIT und IFA, auf denen das überdeutlich sichtbar wird. Wir bei Delo Computer haben diese Entwicklung schon sehr frühzeitig erkannt und deshalb unser Produktportfolio mit einer Vielzahl von Konversions-Produkten ausgebaut, so z. B. digitale Foto- und Video-Kameras, Fotodrucker, MP3-Player und für Home Cinema geeignete Projektoren und Displays. Der XP Media Center Edition All-in-one Vaio LA1 mit Notebook-Technologie vereint alle diese Fähigkeiten in einem Gerät. Wer wäre wohl besser als Kunde für ein solches auch im Wohnbereich einzusetzendes Produkt geeignet als unsere IT-Händler? Und wer könnte mehr dafür prädestiniert sein, ein derartig auf modernsten IT-Technologien basierendes Entertainment-Center wie den Vaio LA1 zu vermarkten, ihn dem Konsumenten zu erklären und näherzubringen, als unsere im Computer-Geschäft erfahrenen Handelspartner?

**PoS-MAIL:** Delo Computer hat sich ja bereits zu einem frühen Zeitpunkt seiner Firmengeschichte stark bei Sony-Produkten engagiert.

**Christine Händler:** Wir blicken auf eine fast 15jährige Partnerschaft mit der Firma Sony zurück. Der Anfang wurde mit Sony Data Media/Storage gemacht, die Bereiche Displays und Broadcast Professional folgten fast zeitgleich. Mit Vaio Notebook, Digital-Video-/Foto, portable Audio, DVD und LCD-TV können wir unseren Kunden heute ein umfangreiches Sortiment anbieten. Sony verfolgte schon sehr früh den Ansatz, ausgewählte Distributionspartner für ein Konzept der Konvergenz zu gewinnen. Marktführer der Unterhaltungselektronik und Wegbereiter vieler technologischer und designorientierter Entwicklungen in der IT – so kann sich Sony optimal in unserem konvergenten Markt behaupten und Ansprüchen gerecht werden.

**PoS-MAIL:** Frau Händler, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



# ALPINE ZEIGT STÄRKE IN SACHEN CAR-SYSTEMINTEGRATION

**Die Aufrüstung von Soundsystemen in Fahrzeugen wird immer komplexer. Viele Endanwender schrecken vor einer Nachrüstung zurück. Häufig wird ein zu großer Aufwand befürchtet oder der Verlust von werkseitigen Bedienelementen sowie Nachteile im Design. Alpine hat sich den Herausforderungen im Nachrüst-Geschäft gestellt und bietet passende Lösungen.**

Mit der im Jahr 2005 eingeführten und 2006 erweiterten VehicleHub-Technologie ist es Alpine gelungen, eine unkomplizierte Lösung zu entwickeln, die es erlaubt, alle gewünschten neuen Medienquellen dem werkseitig eingebauten Steuergerät hinzuzufügen. Als „Gehirn“ dieser Technologie dient die VPA-B222R-Schnittstelle, die handlich und versteckt eingebaut wird. Ganz gleich ob zusätzliche

Verstärker, Navigationsrechner, Bild- und Tonquellen oder DVB-T-Tuner, das kleine Kästchen bietet nahezu unbegrenzte Erweiterungsmöglichkeiten. Dabei können vorhandene Bedienelemente oder Bildschirme weiter genutzt werden. Alpine möchte mit VehicleHub auch für den Fachhandel potentielle neue Kundenkreise erschließen. Dabei ist das Unternehmen für die Realisierung von System-

upgrades Kooperationen eingegangen, um die zahlreichen Erweiterungsmöglichkeiten mit VehicleHub zu demonstrieren. Alpine wird unter anderem auch auf der Essener Motorshow, die Anfang Dezember stattfindet, vertreten sein. In Kooperation mit Eibach Federn (Halle 3.0-Stand 228) wurde das Audiosystem eines Aston Martin durch ein 5.1-Multimedia-System ersetzt. Somit wurde ein Format aus dem Heimkinobereich in einem Fahrzeug realisiert. Die besondere Herausforderung hierbei war, die perfekte Integration der System-erweiterung in Funktionalität und Optik so zu realisieren, daß sie dem High-End-OEM-Stil gerecht wird. Verbaut wurden hier Komponenten wie Navigation, Radio, DVD-Wechsler, iPod und Rückfahrkamera.

Eine weitere Partnerschaft ist Alpine mit Abt Sportsline, dem renommierten Veredler von Fahrzeugen aus dem VW-Konzern, eingegangen. Ein schickes und schnelles Luxus-SUV aus dem Allgäu, der Abt AS7-R auf Basis des Audi Q7, bekommt ein maßgeschneidertes Rear-Seat-Entertainment-System (RSE), das zum Auftritt des extravaganten Fahr-



Die VehicleHub-Pro von Alpine wurde mit dem Eisa Award für Innovation 2006-2007 ausgezeichnet. Alpine ist es damit gelungen, nahezu unbegrenzt Erweiterungsmöglichkeiten in der Fahrzeug-Systemintegration zu schaffen.

zeugs paßt. Integriert wurden dabei ein 6fach-DVD-Wechsler, ein Radio, ein iPod, ein DVB-T-Tuner, die Playstation 2 sowie ein separater A/V-Eingang zum Anschluß zusätzlicher Quellen wie z. B. Digital- oder Videokamera. Das Besondere am RSE-System ist, daß alle Quellen über einen eigenständigen Ausgang verfügen und somit auch komplett unabhängig vom wechselseitigen System gesteuert werden können. So ist es beispielsweise möglich, über Infrarot-Kopfhörer im Fond einen anderen Radiokanal oder eine andere CD/DVD zu hören. Auch hier wurde das System mit

Hilfe der Vehicle Hub-Technologie realisiert. Alpine wird außerdem in Essen drei weitere Fahrzeuge ausstellen: Der schon bekannte Alpine CLS, das Demofahrzeug für das High-End Alpine F#1 Status System, wird auf dem Toyo Tires Stand in Halle 2.0/221 zu sehen sein, das Alpine Demofahrzeug BMW 320i „für die junge Generation“ auf dem AEZ Stand in Halle 2.0/218 und ein Mosler Unikat auf dem Sport Auto Stand mit einer customized Lösung aus dem Hause Alpine im Bereich Mobile Media und Sound System, in Halle GA/109. miz



Ein Aston Martin während der Integration eines 5.1-Multimedia-Systems.

## Pos Aktuell

### Dirk Thomaere wird General Manager Toshiba Computersysteme

Ab dem 1. Dezember wird Dirk Thomaere (45) die Position des General Managers der Toshiba Europe GmbH Computersysteme für Deutschland/Österreich bekleiden. Damit tritt Thomaere die direkte Nachfolge des langjährigen Vice Presidents und General Managers Michael Fassbender an, der Ende des Jahres in den Ruhestand geht. Thomaere blickt auf eine mehrjährige Laufbahn bei der Toshiba Europe GmbH zurück, während der er in unterschiedlichen Positionen tätig war. Im Jahr 2000 leitete er zunächst als Director Global Sales den Großkundenbereich der EMEA Region und wurde 2002 zum General Manager der Toshiba Niederlassung Schweiz mit Standort Zürich ernannt. Seit August 2004 zeichnete er in der Position des General Managers für Benelux verantwortlich. Unter seiner Leitung erfuhr der Standort der Beneluxländer eine hervorragende Entwicklung. So konnten im zweiten Quartal im Jahresvergleich ein Wachstum von 95 Prozent (Holland) und 97 Prozent (Belgien) verzeichnet und damit wichtige Marktanteile zurückgewonnen werden. Im gleichen Zeitraum gelang es seiner Organisation, die Anzahl der Fachhandelspartner zu verdoppeln. Der gebürtige Belgier konnte bereits von 1995 bis 2000 vielfältige Erfahrungen in der deutschen PC-Branche sammeln. Als Branch Manager beim taiwanesischen Elektronikonzern Mitac International in Ratingen war er für die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortlich. Bei seiner Ernennung zum General Manager der Toshiba Europe GmbH Computersysteme Deutschland/Österreich erklärte Dirk Thomaere: „Ich freue mich, zurück in Deutschland zu sein und viele bekannte Gesichter wiederzusehen. Es ist mein Ziel, Toshibas Marktposition



zu verbessern und unsere Profitabilität mittelfristig zu steigern. Ich bin davon überzeugt, daß mir dies gemeinsam mit einem engagierten Team und verlässlichen Fachhandelspartnern gelingen wird.“

### Skype for Pocket PC bricht alle Rekorde

Skype, das Unternehmen für globale Internetkommunikation, feiert einen neuen Rekord: Die Anwendung „Skype for Pocket PC“ wurde seit April dieses Jahres mehr als fünf Millionen Mal heruntergeladen. Für die Mobilitätsstrategie des Unternehmens ist „Skype for Pocket PC“ ein entscheidendes Element. Es erweitert den Nutzungsbereich von Skype über Computer hinaus und ermöglicht es einer großen Anzahl potentieller Benutzer an jedem Ort der Welt, an dem sich eine Breitbandverbindung zum Internet

herstellen läßt, mit ihrem Unternehmen, der Familie oder mit Freunden und Kollegen Verbindung aufzunehmen. Skype for Pocket PC 2.1 wird von über 60 Geräten 20 verschiedener Hersteller unterstützt.

### O<sub>2</sub> startet neue Tarife O<sub>2</sub> Genion S/M/L

O<sub>2</sub> Germany startet Ende November die neuen Tarife O<sub>2</sub> Genion S/M/L. Damit vereinfacht und reduziert O<sub>2</sub> deutlich die Preise für die Telefonie aus dem Büro und von unterwegs: Telefonate in alle deutschen Mobilfunknetze kosten rund um die Uhr 19 Cent pro Minute. Die Tarifvariante O<sub>2</sub> Genion M enthält zudem eine Flatrate aus der Homezone für Gespräche in das deutsche Festnetz und das Netz von O<sub>2</sub> Germany. Im Tarif O<sub>2</sub> Genion L sind diese Gespräche sogar deutschlandweit kostenlos.

## Ab 1. Januar 2007: 19% Mehrwertsteuer!

### Bestellen Sie die praktische Kalkulationstabelle beim C.A.T.-Verlag

Für die Mehrwertsteuererhöhung ab dem 1. Januar 2007 hat der C.A.T.-Verlag für jeden, der mit Ein- und Verkaufspreisen kalkulieren muß, eine wertvolle Kalkulationshilfe herausgebracht. In übersichtlicher Tabellenform findet der Anwender neben Einkaufspreisen von 100 bis 999 (Euro oder Cent) sieben mit den gebräuchlichen Handelsspannen berechnete Bruttoverkaufspreise einschließlich des neuen Mehrwertsteuersatzes aufgeführt. Auf der Rückseite der neuen Kalkulationstabelle sind als weitere Hilfe 14 Umrechnungsfaktoren für Spannen von 10 bis 40 Prozent einschließlich 19% Mehrwertsteuer genannt. Damit wird die Preisfindung sowohl in der Aufwärts- als auch in der Abwärtskalkulation äußerst vereinfacht. Auch für die Errechnung des Mehrwertsteuersatzes als reiner €-Betrag oder des Verkaufspreises ohne Mehrwertsteuer sind Hilfen aufgeführt. Die Kalkulationshilfe ist schmutzabweisend laminiert im DIN A4-Format erhältlich.

Bestellen Sie Ihre Kalkulationstabelle(n) zum Preis von 7,50 € für die erste Tabelle und 2,50 € für jedes weitere Exemplar inkl. Portokosten, zzgl. MwSt. mit dem unten abgedruckten Bestellcoupon direkt bei:

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Tel. 02102/2027-0, Fax 02102/2027-90**

### Ja, ich/wir bestelle(n) ..... Exemplar(e) der C.A.T.-Kalkulationstabelle

Der Preis für das erste Exemplar beträgt 7,50 €, für jedes weitere Exemplar 2,50 €, inkl. Portokosten, zzgl. MwSt.

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
Kalkulationstabelle 2007  
Postfach 12 29  
40832 Ratingen**

**Fax: 0 21 02 / 20 27 - 90**

Meine Anschrift lautet:

Name/Firma: .....

Straße/Nr.: .....

PLZ/Ort: .....

Telefon/Fax: ..... Datum/Unterschrift: .....

# POS-MAIL-Leserbefragung 2006

## Einen der wertvollen Gewinne sollten Sie mitnehmen!

Liebe Leserinnen und Leser,

Ihre Meinung ist gefragt. Mit der Teilnahme an unserer Leserbefragung 2006 helfen Sie uns, PoS-MAIL weiterhin informativ und innovativ für Sie zu gestalten.

Im Gegenzug können Sie einen der aufgeführten hochwertigen Preise gewinnen. Jeder ausgefüllte Fragebogen nimmt an der Verlosung teil.

An dieser Stelle einen herzlichen Dank an alle Leser und an die großzügigen Sponsoren.

Ein fröhliches Weihnachtsfest und ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2007 wünscht Ihnen Ihr PoS-MAIL-Team.



### Sony Bravia KDS-55A2000

Der Rückprojektions-Fernseher hat eine Full HD Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln. Eine Besonderheit des Fernsehers ist die neue SXR Panel-Technologie. Mit einer extrem schnellen Reaktionszeit von nur 2,5 Millisekunden werden auch schnell bewegte Motive gestochen scharf dargestellt.

UVP: 2.999 Euro



### Panasonic TX-42PV60

Bilder so real wie die Wirklichkeit – mit diesem Ziel sind die Panasonic-Entwickler für die VIERA Plasma-TVs Jahrgang 2006 an die Arbeit gegangen. Das Ergebnis ist ein Fest für jedes noch so verwöhnte Auge. Eine erstklassige Bildqualität und die Gewißheit, im HDTV-Zeitalter den ganzen Detailreichtum des hochauflösenden Fernsehens genießen zu können, bietet dieser Plasma-Fernseher mit einer Bilddiagonale von 106 cm.

UVP: 2.099 Euro



### Sharp Aquos LCD-TV-37GA8E

Der designorientierte LCD-Fernseher ist HD ready und hat ein Kontrastverhältnis von 1.200 zu 1. Dank der kurzen Reaktionszeit von sechs Millisekunden und der Quick Shoot Technologie ist auch bei schnell bewegten Bildern wie bei Fußballspielen kein Nachzieheffekt zu bemerken. Der hohe horizontale und vertikale Einblickwinkel von 176 Grad des reflexionsarmen Advanced Super View Black-TFT-Panels erlaubt auch klare Sicht aus einem spitzen Winkel.

UVP: 1.399 Euro



### Toshiba LCD-TV 37WL68

Mit dem REGZA LCD-Fernseher WL68 bringt Toshiba erstmals „Active Vision M100“ zum Einsatz, eine von dem Unternehmen entwickelte, auf 100 Hz basierende Bildtechnologie. Eine weitere Premiere ist die Ausstattung mit drei HDMI-Anschlüssen, die Toshiba als einziger Hersteller anbietet. Weiterhin überzeugt der neue HD ready LCD-TV durch die Bildverarbeitung PIXEL PROrocessing IV, zahlreiche Anschlüsse und das „Bi-Colour-Design-Concept“.

UVP: 2.099 Euro



### Samsung LE-23R71W

Der LCD-Fernseher mit 23 Zoll Bilddiagonale ist in jedem Raum ein stylischer Hingucker. Neben hochauflösendem Fernsehvergnügen bietet der smarte Flache auch beste Bildqualität für Game-Entertainment.

Natürlich ist der Fernseher aus Samsungs neuer „Junior“-Edition auch HD ready.

UVP: 899 Euro



### Hitachi Hybrid DVD/HDD Camcorder DZ-HS301E

Der Hybrid-Camcorder DZ-HS301 ist eine Klasse für sich, denn er kombiniert zwei digitale Aufnahmemedien ideal miteinander: Eine 8 GB Festplatte und ein Multi+DVD Laufwerk. So können Filme aufgezeichnet, bearbeitet und gebrannt werden, ohne daß ein PC genutzt werden muß.

UVP: 699 Euro



### Becker Traffic Assist Pro

Das edle Navigationsgerät ist mit zahlreichen Features ausgestattet und führt ganz sicher in 3D-Navigation durch fast alle europäischen Länder. Per Touch-Screen ist es ganz unkompliziert zu bedienen. Zudem verfügt es über eine 2 GB SD-Card, MP3-/WMA-Player und Picture Viewer.

UVP: 579 Euro



### Canon IXUS 850 IS im Bundle mit Selphy Drucker CP720

Die 850 IS ist eine der neuesten IXUS Digitalkameras mit einer Auflösung von 7,1 Megapixeln. Das hochwertige Objektiv bietet bei einer Lichtstärke von 1,2, 8 – 5,8 einen 3,8 fachen Zoombereich von 28 – 105 mm (Kleinbild äquivalent). Sie wird im Bundle mit dem Drucker Selphy CP720 verlost, der den schnellen und unkomplizierten Fotodruck ermöglicht.

Gesamtwert: UVP: 548 Euro



### Samsung NV3

Die Samsung NV3 mit 7,2 Megapixel CCD ist Digitalkamera, Portabler Media-Player (PMP), MP3-Player, digitales Diktiergerät, eBook, Camcorder und USB-Stick in einem Gerät. Und das bei Maßen von 94,5 x 57 x 17,7 mm.  
UVP: 349 Euro



### PSP Pink Limited Edition

Die limitierte Ausgabe der beliebten Spielkonsole ist ganz im Stil der coolen Pop-Diva Pink designet. Das Value Pack enthält die exklusiven Pink-Videos Stupid Girls, Who Knew und U + Ur Hand, Sequenzen ihres jüngsten Auftritts in Großbritannien, ein exklusives Interview mit ihr und den exklusiven Song „Crash and Burn“.  
UVP: 229,- Euro



### LG Portabler DVD-Player – DP-171

Der portable DVD-Player DP-171 in schickem Perlweiß ist ausgestattet mit einem brillanten, um 180 Grad drehbaren 7-Zoll-Display im 16:9-Format und wird unterwegs zum kompakten Entertainmentcenter für alle relevanten Multimediaformate inklusive DivX! Im Auto läßt sich das Gerät problemlos an den Kopfstützen anbringen. Ungestörten Video- und Musikgenuß zu zweit bieten dazu die beiden Kopfhörer-Ausgänge.  
UVP: 199 Euro



### Delphi Grundig S1000 MP3

Das Autoradio Delphi Grundig S1000 MP3 überzeugt neben seinem edlen Design mit erstklassigen Features. Der hochwertige Player liest problemlos alle gängigen CDs, CD-Rs und CD-RWs im Audio- und MP3-Format. Bis zu 11 Stunden Musikgenuß können somit zu Gehör gebracht werden.  
UVP: 149 Euro



4 x:

### F-Secure Internet Security

Dank einer neuen, proaktiven Technologie schützt F-Secure Internet Security 2007 vor Viren, Würmern, Hackern, Spam und Rootkits. Zudem hat die Version 2007 auch Neuerungen und Erweiterungen in den Bereichen Anti-Spyware, Anti-Phishing, Kindersicherung (Parental Control) sowie Webseiten-Scanning.  
UVP: 39,95 Euro



### World Travel Adapter mit USB

Das Schweizer Unternehmen Swiss Travel Products hat einen Adapter entwickelt, der vier verschiedene Stecker und einen USB-Adapter in einem patentierten Gehäuse vereinigt. So muß auf Reisen nicht mit verschiedenen Adaptern herumhantiert werden und jedes Gerät – ob Notebook oder Rasierer – bleibt einsatzbereit.  
UVP: 32,90 Euro



### Swiss Line Officer Portfolio

Die Aktenmappe eignet sich hervorragend zum Transport von Dokumenten. Auch Notebooks mit einer Breite von bis zu 13 Zoll lassen sich darin bestens verstauen.  
UVP: 27,95 Euro



### Swiss Line Accessory Pouch

In dem praktischen Swiss Line Accessory Pouch lassen sich auf Reisen wichtige Netzteile und Adapter ganz unproblematisch verstauen.  
UVP: 14,95 Euro



### World Travel Adapter

Mit dem praktischen Adapter können portable Geräte in 150 Ländern ganz bequem und sicher mit Strom versorgt werden.  
UVP: 19,95 Euro



### Swiss Line Bum Bag Gstaad

Ob auf Wandertouren, beim Joggen oder beim Walken: Die praktische Gürteltasche im Design der schweizer Nationalflagge ist der ideale Begleiter.  
UVP: 19,95 Euro

### Teilnahmebedingungen:

Mitmachen kann jede Person ab 18 Jahren, außer C.A.T.-Verlag-Mitarbeiter und deren Angehörige. Beantworten Sie bitte die rechts aufgeführten Fragen. Durch Ihre Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, daß die eingegangenen Antworten anonym und von der Adresse des Einsenders getrennt aufbewahrt und ausgewertet werden. Die Gewinner werden unter allen vollständig ausgefüllten Einsendungen ausgelost.

Einsendeschluß: 31.12.2006 (Datum des Poststempels bzw. der Fax-Bestätigung).

Die Einsendung kann per Post an: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen oder per Fax unter der Fax-Nr.: 0 21 02 / 20 27 90 erfolgen. Die Gewinner werden in der Februar-Ausgabe 2007 bekanntgegeben.

## Ihre Teilnahme lohnt sich!

### Allgemeine Fragen

Faxen an: 0 21 02 - 20 27 90

Zu welcher Handelsform zählt Ihr Unternehmen?

- Einzelhandel  Filialbetrieb (Kette)  Kooperations-Händler  Distributor

Welche Fachzeitschriften lesen Sie außer PoS-MAIL?

- Branchen Anzeiger CE  CE-Business  CE-Markt  CE&TRADE  
 Channel Partner  CRN  digital living  High-Tech Handel  MediaSeller  
 Telecom Handel  Sonstige

### Welche Themenbereiche interessieren Sie?

Zutreffendes bitte ankreuzen

- Audio/HiFi/MP3  Branchen-News  Car Entertainment/Navigation  
 Computer/Peripherie/Software  Digitalfotografie/Camcorder  
 DVD-Player/Recorder  E-Commerce/Internet  
 Heimkino/Projektoren  LCD-TV  Plasma-TV  
 Telekommunikation  Games  Mobile Computing/PDA

### In welcher Branche sind Sie tätig?

- UE  Foto  Telekommunikation  
 IT  Games  Andere

Name / Vorname: .....

Firma: .....

Straße: .....

Postleitzahl: ..... Ort: .....

E-Mail Adresse: .....

# „Morgen kommt der SONYmann, kommt mit seinen...“

So hatten es sich viele PlayStation-Fans vorgestellt: „Morgen“, rechtzeitig vor Weihnachten, fährt der Weihnachtsmann mit einem Truck beim Elektronik-Markt vor. Der Weißbärtige im roten Overall steigt aus und betätigt die hydraulische Hubplattform am Ende des Sattelauflegers. Kurz danach schiebt er einen Rolly voll PlayStation 3-Kartons in die Warenannahme. Auf dem Handy des PlayStation-Fans ertönt „Jingle Bell“, und eine wie Lara Croft klingende Stimme sagt: „Hallo. Sie können jetzt Ihre vorbestellte PlayStation 3 abholen.“ Doch genau an dieser Stelle ist für Europäer erst mal „Game over“. Denn das „Morgen“ läßt noch einige Zeit auf sich warten.

## Im Osten geht die Sonne auf – und die PlayStation 3

Am Abend des 10. November sammelten sich in Tokyo und anderen japanischen Großstädten Menschenmengen vor Elektronikgeschäften. Ordner mit Megaphonen versuchten, den Massenansturm zu kontrollieren und geordnete Warteschlangen zu organisieren. Sie forderten dazu auf, das Drängeln einzustellen und drohten für den Fall, daß jemand verletzt würde, einen Verkaufsstop an. Denn am 11.11. wurde in Japan der lang erwartete und mehrmals verschobene Verkaufsstart der PlayStation 3 Realität. Offiziell hatte Sony die Auslieferung von 100.000 Konsolen angekündigt. Experten vermuten jedoch, daß maximal 80.000 Konsolen zur Verfügung standen. Große japanische Ladenketten wie Laox, Best Denki's Shinjuku und GEO's Ishikawa gaben an, pro Ladengeschäft nur 5 oder 20 Konsolen erhalten zu haben. Von den meisten Geschäften wurden Vorbestellungen nicht angenommen. Deshalb bot sich Schlangestehen als einzige Chance an. Den Berichten nach hatte Akihabara's Yodobashi Camera, ein

riesiger Elektronikladen in Tokyo, um Mitternacht 1.500 PlayStation-Käufer in seine Tiefgarage eingelassen und Wartenummern verteilt. Ken Kutaragi, Geschäftsführer von Sony Computer Entertainment Inc., bekannt als „Father of the PlayStation“, gab am Morgen vor einer kaum übersehbaren Menge angereicherter Pressevertreter seiner Freude Ausdruck. „Ich bin begeistert über das große Interesse, das unserer PlayStation 3 entgegengebracht wird“, erklärte Kutaragi bei einer durch Informationen aufgelockerten Countdown-Zeremonie. „Ich bin glücklich, daß so viele Menschen auf diesen Verkaufsstart warten“, so Kutaragi, „Danke für Ihr Warten in der vergangenen Nacht. Bitte erfreuen Sie sich an Sony Entertainment der nächsten Generation!“ Die Version mit der 60-GB-Festplatte war in Japan für umgerechnet 400 Euro zu haben, das Modell mit 20 GB kostete ungefähr 330 Euro.

## Chinesen als Aufkäufer losgeschickt

In japanischen Gamer-Weblogs wird berichtet, daß Journalisten bei dem Versuch, erste glückliche PlayStation-Käufer zu interviewen, überraschend häufig Chinesen begegnet seien, die sich nur mühsam in japanischer Sprache verständigen konnten. Angeblich hatten japanische Wiederverkäufer zahlreiche Chinesen zum Niedriglohn als Schlangensteher angeheuert, um auf diese Weise an möglichst vielen der raren PS3-Konsolen zu kommen und sie später zu überhöhten Preisen verkaufen zu können. Schon kurze Zeit nach Verkaufsbeginn war die PlayStation 3 in allen Geschäften ausverkauft, und wartende Interessenten mußten nach vielstündigem Schlangestehen mit leeren Händen nach Hause gehen. Sony will wöchentlich neue Konsolen nachliefern.

## Erste Angebote schon bei eBay.de

Für Käufer, die das Warten bis zum Frühjahr nicht überstehen können, werden PS 3-Konsolen bereits auf der deutschen Webseite von eBay angeboten. Eine Recherche kurz vor Redaktionsschluß fand Direktkauf-Angebote zu Festpreisen zwischen 590 bis 1.290 Euro, meist als US-Ausführung

oder sogar mit deutschem Menü. Die Angebote wurden mit Versand aus Deutschland zu normalen Inlands-Paketkosten offeriert. Von Sony wird als offizieller Verkaufsstart für Deutschland und Europa der 31. März 2007 genannt. Von der PlayStation 2 hatte Sony im ersten Verkaufsjahr weltweit 2 Millionen Stück verkauft.

## USA: PlayStation 3-Verkauf ab Mitternacht

Auch in den USA nächtigten beinhardt PlayStation 3-Freaks schon bis zu fünf Tage vor dem Verkaufsstart am 17. November in aufgeschlagenen Zelten in der Nähe von Verkaufsgeschäften. Auf dem US-Markt wird die PlayStation 3, mit 500 bis 600 Dollar für das Modell mit 60-GB-Festplatte, um einiges teurer verkauft als in Japan. An der Ostküste der USA begann der Verkauf bereits in der ersten Stunde des 17.11. pünktlich um 00:01 Uhr, während die Fans im Westen Nordamerikas noch bis zu drei Stunden warten mußten. Laut Aussage von Sony wurden 400.000 der neuen PlayStation 3 in die USA verschifft. Zu wenig, sagen Experten, so daß auch dort die Nachfrage das Angebot bei weitem übersteigen wird. Trotz hoher Verkaufspreise und Verzögerungen beim Verkaufsstart wegen Problemen mit dem Chip für das Blu-ray-Laufwerk, kann Sony mit hoher Nachfrage rechnen. Das ist wichtig, denn mit der Entertainment Division hat Sony in den vergangenen Jahren die Gewinne erwirtschaftet, mit denen der Konzern weniger gute Ergebnisse in anderen Geschäftsbereichen ausgleichen konnte. Die Konkurrenz schläft nicht: Nur 48 Stunden nach dem PS3-Verkaufsstart in den USA startete Nintendo den Verkauf seiner neuen Spielekonsole „Wii“.

## Bedienungsanleitung ins Internet gestellt

Mit dem Verkaufsstart der PlayStation 3 enden auch Spekulationen und Gerüchte über ihre Hardware und endgültige Ausstattung. Unter der Internet-Adresse: <http://>

[manuals.playstation.net/document/en/ps3/current/index.html](http://manuals.playstation.net/document/en/ps3/current/index.html) hat Sony die Bedienungsanleitung für die neue Konsole ins Web gestellt. Dort braucht man sich nicht umständlich durch ein viele Seiten langes \*.pdf hindurch zu scrollen, sondern kann sich über eine Navigationsleiste bequem in alle Menus und Anleitungen klicken.

## SixAxis: Neuer Controller für PS3

Der neue Controller ist das Resultat einer umfassenden Optimierung und Funktionserweiterung. Er nutzt eine Sechs-Achsen-Technologie (SixAxis), die ruckfreie Interaktion und punktgenaue Steuerung ermöglicht. Die Input-Information wird realtime über Bluetooth an das PS3-System übertragen. Der Controller kann nahtlos von drahtloser Übertragung auf USB-Verbindung umgestellt und sein Akku aufgeladen werden. Er erkennt Bewegung und Lage auf drei Achsen (Neigen, Drehen und Drücken) und erfaßt mittels Sensoren in Echtzeit Beschleunigungswerte in den Dimensionen X, Y und Z. Steuerungstechnisch verhält sich der SixAxis wie ein Körperteil des Spielers. Wegen der hypersensitiven Sechs-Achsen-Technologie stehen die Vibrationsfunktionen Dualshock und Dualshock Controller auf dem PS3 Controller nicht zur Verfügung. In einem Werbespot demonstriert Sony die Möglichkeiten des PS3 Controllers (<http://www.youtube.com/watch?v=DyFrekxy7wg&eurl=>), bei dem Eier, wie von Geisterhand gesteuert, punktgenau über den Boden rollen. *skyrocket*



# Ich kaufe Apple Produkte bei ComLine!



Autorisierter  
Distributor

## Das neue MacBook mit Intel Core 2 Duo Prozessor. Jetzt bis zu 25% schneller.

Die Leistung des Intel Core 2 Duo, der neusten Prozessorgeneration von Intel, und eine Fülle innovativer Leistungsmerkmale, darunter eine integrierte iSight Kamera für Video-Chats unterwegs, iLife ,06, Front Row, einen 13" Breitformat-Bildschirm mit Hochglanzanzeige und sogar Unterstützung für einen zweiten Bildschirm



**NEU!**

1,83GHz 13" White  
60 GB Serial ATA-Laufwerk  
Art.Nr. PWAN-2000018

**921,-**

2,0GHz 13" White  
80 GB Serial ATA-Laufwerk  
Art.Nr. PWAN-2000019

**1.091,-**

2,0GHz 13" Black  
120 GB Serial ATA-Laufwerk  
Art.Nr. PWAN-2000020

**1.263,-**

## Die neuen MacBook Pro Modell.

Sicherheitsgurte sind separat erhältlich.



**NEU!**

2,16 GHz  
Intel Core 2 Duo 15"  
Art.Nr. PWAN-2000015

**1.629,-**

Ein 2,16 oder 2,33 GHz Intel Core 2 Duo Prozessor. Bis zu 39 % schneller als sein Vorgänger. Eine integrierte iSight Kamera für spontane Videokonferenzen unterwegs. Front Row Oberfläche mit Apple Remote Fernbedienung, um Eindruck zu machen.

2,33 GHz Intel Core 2 Duo 15"  
Art.Nr. PWAN-2000016

**2.029,-**

2,33 GHz Intel Core 2 Duo 17"  
Art.Nr. PWAN-2000017

**2.279,-**

# 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.



## Haier



ist weltweit einer der fünf größten Hersteller von Elektrogeräten: Über 50.000 Mitarbeiter fertigen über 15.000 Produkte, die in 165 Ländern der Erde vertrieben werden. Jetzt plant das Unternehmen (12,8 Mrd. Dollar Umsatz) in Deutschland zu wachsen.

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

Engagierten und CE-erfahrenen Damen und Herren bietet sich die einmalige Chance, **HAIER** zu einer der führenden Marken für Weiße und Braune Ware in Deutschland zu machen.

### Key Account & Product Manager (w/m)

„Braune Ware“ (Plasma-/LCD-TV/DVD) – Kennziffer 06-2203

CE-Außendienstenerfahrung sowie gute Kontakte zu den Einkäufern der wichtigsten nationalen CE-Handelsmittler ■ Flat TV-Spezialist ■ Präsentationssicher ■ Gute IT- und Englischkenntnisse ■ hohe Marketingaffinität ■ Internationale Forecast-/Budget-Erfahrung ■ Ein Reiz der Aufgabe ist die doppelte Ausrichtung - sowohl direkt zum Handel als auch zu den internationalen Schlüsselstellen des Unternehmens

### Junior Product Manager (w/m)

„Weiße Ware“ (Kühlen/Gefrieren) – Kennziffer 06-2204

Einschlägige Berufserfahrung (germ aus dem Handel) im Produktumfeld „Weiße Ware“ ■ Gute IT- und Englisch-Kenntnisse ■ Präsentationssicher ■ Marketingaffin ■ Forecast-/Budget-Erfahrung

Beide vakanten Positionen erfordern multikulturelle Toleranz sowie die unbedingte Bereitschaft, Aufbauarbeit zu leisten und an der weiteren Entwicklung des Headoffices in Wetzlar (Gießen) konstruktiv und ergebnisorientiert mitzuwirken. Interessierte Bewerber senden Ihre vollständige und aussagefähige Bewerbungsmappe bitte an die unten genannte Personalberatung. E-Mail-Bewerbungen reduzieren Sie im Zuge einer ersten Kontaktaufnahme bitte zunächst auf Anschreiben und Lebenslauf (Word/Excel/PDF - max. 300 KB).

**for sale. frankfurt** Thomas Kaiser ■ Dortelweiler Straße 18 ■ D-61118 Bad Vilbel  
 Telefon: 06101-5585540 ■ www.forsale-frankfurt.de ■ T.Kaiser@forsale-frankfurt.de

I am looking for a new chance to bring in my skills and professional experience in the assistance to the General Management and to the Head of Research and Development Department of an internationally active enterprise. My native language being German I can speak English fluently and have good proficiency of French. Competent knowledge of orthography and punctuation including excellent verbal skills are also part of my capabilities. My earliest date of entry is first of December, I am looking forward to hearing from you soon.

Chiffre 42665012



Pressemitteilungen sind immer wieder schön. So gibt die SecurStar GmbH – ein Anbieter von Verschlüsselungssoftware und Computer Security Systemen – die Entwicklung eines revolutionären „Software Produkts“ bekannt. Aha, denkt man, eins für die Sicherheit. Da denkt man aber falsch: Das Produkt heißt „RexSpy“ und ist ein Trojaner – und den schickte SecurStar Chef Wilfried Hafner öffentlich per SMS von seinem Handy auf ein anderes, das er danach völlig problemlos abhören konnte – auch jede SMS konnte er lesen, und selbst eine komplette Raumüberwachung über das infizierte Handy soll möglich sein. Glücklicherweise möchte SecurStar diesen Trojaner nicht verkaufen – wer aber trotzdem Angst davor hat, kann sich kostenlos von der Internetseite des Unternehmens ein Sicherheitstool herunterladen, das dem Virus den Garaus macht. Hoffentlich hört dabei niemand mit. Und natürlich hat die Firma auch etwas zu verkaufen: die PhoneCrypt Software, die nicht nur vor RexSpy, sondern auch vor anderen Handy-Trojanern schützen soll. Wir haben schon immer vermutet, daß die meisten Computerviren von den Leuten auf den Weg gebracht werden, die anschließend die Software dagegen verkaufen. Jetzt haben wir es schriftlich! Hoffen wir, daß sich solche Strategien auf die PC- und Handybranche beschränken. Nicht auszudenken, wenn man uns erst mit Gammelfleisch füttern würde, um anschließend die Medikamente gegen die Wirkung verkaufen zu können. Gut informierte Kreise wollen übrigens wissen, daß Osama Bin Laden Mehrheitsgesellschafter bei einem Hersteller von Sprengstoff-Detektoren ist. Möglich wär's!

## Das erste Who is Who der CE Branche

Büchenbronn/Düsseldorf im November 2006



Das Who is Who der CE Branche wird als umfassendes Gesamtwerk in Buchform im Frühjahr 2007 erscheinen. Aufgenommen werden alle Unternehmen der Unterhaltungselektronik, IT, Foto, Haushaltsgeräte, Computer und Peripherie, Mobilfunk, Netzbetreiber und Einkaufsverbände.

ranten. Das Who is Who der CE Branche verbindet! Im Hauptteil Industrie werden die wichtigen Lieferanten und Hersteller über zwei Seiten, mit Logo und Abbildungen, vierfarbig, vorgestellt.

Abgerundet wird das Buch mit dem interessanten Sonderteil Designer, in dem bekannte sowie aufstrebende Designer der Branche portraitiert werden.

Für ausführliche Informationen und Anforderung der Ausschreibungsunterlagen wenden Sie sich bitte an:

MMC Verlag – Who is Who der CE Branche,  
 Büro Düsseldorf, Franz Müntz,  
 Annastraße 17, 40477 Düsseldorf,  
 Tel.: +49(0)172-6846612; Fax: +49(0)211-5560566,  
 E-Mail: ranz.muentz@mmcverlag.de; franz.muentz@mmcverlag.de  
 www.who-is-who-ce.de

Seit Ende September 2006 läuft die Ausschreibung zum Who is Who der CE Branche. Viele namhafte Unternehmen haben bereits jetzt ihren Eintrag gebucht.

Das Who is Who der CE Branche richtet sich an Mitarbeiter und Fachkräfte aller Vertriebskanäle und ist als aufwendig gearbeitetes Nachschlagewerk ein wertvoller Begleiter für die tägliche Arbeit.

Das Werk gibt Auskunft über Historie, Unternehmensphilosophie, Sortimentsschwerpunkte und Persönlichkeiten der führenden Liefere-

## Fünf vor weihnachten und Sie haben noch nichts für Ihre Kunden?

Keine Angst - senden Sie uns einfach Ihren Verteiler und wir versorgen Ihre Kunden mit köstlichen Weihnachtsleckereien nach Wahl. Eiskeller - Ihr Experte bei Wein, Sekt und Schokolade.



info@eiskeller-events.de - www.eiskeller-events.de - Tel. 040/7657486



## 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



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner des Plus X Awards

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: Zeit für einen Neustart.

Mit der optimal aufeinander abgestimmten Kombination aus dem Samsung LCD-TV F7 und dem Blu-ray-Disc-Player BD-P1000 erleben auch Ihre Kunden eine neue Dimension des Fernsehens – das faszinierende Full-HD TV. Absolut farbechte, gestochen scharfe Bilder. Höchst beeindruckend, was so alles möglich ist. Auch für Ihr Geschäft. Mit den innovativen Samsung Highlights ist eben alles vorstellbar. [imagine](#)

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

**SAMSUNG**

# EINSCHALTEN. DABEI SEIN.



## VIERA PLASMA-TV.

Natürlicher Klang, kristallklare Bilder in 29 Milliarden Farben mit sensationeller Tiefe und Detailreichtum – selbst bei schnellen Bewegungen. Mit VIERA Plasma-TVs von Panasonic wird Fernsehen zum echten Erlebnis.

Trauen Sie Ihren Augen:  
[www.vieraexperience.com](http://www.vieraexperience.com)  
[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

# VIERA

# Panasonic

ideas for life

