

POS-MAIL

März 2007

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

8. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

Wachstums-Motor High Definition



Full HD auf dem Weg zum neuen Standard

„2007 wird das Jahr der hochauflösenden Bilder“. Mit dieser Feststellung beginnt der aktuelle Bericht der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt, über die Marktentwicklung bei TV-Geräten. In diesem Jahr werden in Deutschland mehr als 3,5 Millionen HD ready Flachbild-TV-Geräte verkauft werden. 2006 waren es rund 2,5 Millionen. Das entspricht einem 40prozentigen Jahreszuwachs. 80 Prozent aller verkauften Flachbild-TVs sind LCD-Fernsehgeräte. LCD-TV ist zur dominierenden Technologie geworden. Der LCD-Pionier Sharp erwartet in diesem Jahr weltweit eine Nachfrage nach 68 Millionen LCD-TV-Geräten. Davon werden 23 Millionen Geräte ihren Käufer in Europa finden. Europa ist der weltweit größte Absatzmarkt für

LCD-TVs und beeinflusst deshalb maßgeblich den allgemeinen Trend. Von den 2,56 Millionen im Jahr 2006 in Deutschland verkauften Flach-TVs trugen 1,84 Mio. bereits das HD ready Siegel. Nur 0,72 Millionen waren noch nicht mit dem HD ready Logo gekennzeichnet. Bis 2010 soll die Anzahl der HDTV-kompatiblen Empfangsgeräte weltweit auf 174 Millionen ansteigen. Damit das Jahr 2007 zum Jahr der hochauflösenden Bilder werden kann und nicht nur das Jahr der hochauflösenden TV-Geräte bleibt, muss sich das Angebot an HDTV-Programmen spürbar ausweiten. Doch schon jetzt strahlen in Europa 19 TV-Kanäle HDTV-Sendungen mit Spielfilmen, Sportereignissen und Konzerten bis hin zu anspruchsvollen Dokumentationen aus.

HD-ready als Wegbereiter für Full HD

Der Wunsch breiter Käuferschichten nach großformatigen und detailreichen High Definition Fernsehbildern übernimmt zunehmend die Funktion des wichtigsten Wachstumsmotors der Unterhaltungs-

elektronik. Im Sog der boomenden Nachfrage nach Flach-TVs prosperieren auch andere Marktbereiche wie Settop-Boxen, Sat-Receiver, Personal-Video-recorder, DVD-Player und Home Cinema-Systeme. Bei Kaufentscheidungen achten europäische Konsumenten auf Zukunftssicher-

heit. Die gfu erwartet in diesem Jahr ein kräftiges Wachstum bei HDTV-tauglichen Fernsehgeräten um 67% auf 3,5 Millionen Stück. Nahezu jedes neue Flachbild-TV-Gerät ab einer Bildschirmgröße von 32 Zoll (81 cm) trägt heute das Logo „HD ready“. Gegen Jahresende 2006 erreichte der

Bestand der HDTV-tauglichen Flach-TV-Geräte in Deutschland die Zahl von 2,5 Millionen. Ende 2007 könnten es schon nahezu 6 Millionen Geräte sein, die für den Empfang von HDTV-Sendungen geeignet sind. Das fördert die Bereitschaft der Fernsehsender zur Ausstrahlung von hochauf-



Für Individualisten gibt es nur eine Lösung.



Individual Compose. Bild. Ton. Komposition. Dieser einzigartige Flat-TV mit integriertem HDTV-Empfänger ist kombinierbar mit über 30 Soundlösungen. Mehr Informationen unter 0180 122 25 63 93 oder www.loewe.de

LOEWE.

Packard Bell
Halle 25 / Stand M104

CeBIT Planet Reseller
Powered by
Computer Reseller News

VIERA

DAEWOO ELECTRONICS
LCD-TV DLP-42C1
www.daewoo-electronics.com

Steve, wo bist du?

Es war schon ein Geniestreich, wie Apple Chef Steve Jobs das iPhone vorstellte: Da hielt die Welt den Atem an! Inzwischen hat sich der Medien-Hype zwar etwas gelegt, nicht aber das Erstaunen, das einen befällt, wenn man sich die überwältigende globale Resonanz auf die Einführung eines einzelnen Produktes ansieht – eines Produktes wohlgemerkt, das noch gar nicht erhältlich ist.



Um dieses Marketing-Genie an der Spitze ist Apple wirklich zu beneiden. Man stelle sich vor, es gäbe mehr von dieser Sorte, möglichst natürlich in der Consumer Electronics Industrie. Dann hätte vielleicht die Einführung des ersten Full HD Fernsehers den Irak-Krieg aus den Schlagzeilen der Nachrichten vertrieben, Osama Bin Laden hätte gegen die erste 10-Megapixel-Digitalkamera keine Chance gehabt, und die ersten DVD-Spieler hätten selbst die Fußball-Nationalmannschaft ins Abseits gestellt.

Leider gibt es Steve Jobs nur einmal, und deshalb haben es die etablierten Hersteller unserer Branche etwas schwerer als die Legende mit dem Apfel, um in der Öffentlichkeit überhaupt wahrgenommen zu werden. Und wenn, dann leider immer öfter über den Preis – der beim iPhone die weltweite Freude nicht trüben konnte, obwohl er gesalzen und geschmalzen ist. Man stelle sich vor, irgendein anderer Hersteller hätte ein Mobiltelefon angekündigt, das – wohlgemerkt mit Zweijahresvertrag – 499,- oder 599,- Euro kosten sollte: Die meisten Fachhändler wären vermutlich in Ohnmacht gefallen.

Deshalb können wir alle von dem Magier aus Cupertino viel lernen: vor allem, dass Emotionen und Design viel wichtiger sind als Technik und Preise.

Gleichzeitig mit der Einführung des iPhone hat Apple übrigens das Wort „Computer“ aus dem Firmennamen gestrichen und heißt nur noch Apple Inc. Experten sehen darin das äußere Zeichen, dass die Erfinder des Mac sich nicht länger als Teil der IT Industrie, sondern als Consumer Electronics Unternehmen verstehen. Das ist eine gute Nachricht, denn Genies vom Schlage eines Steve Jobs kann diese Branche wirklich gut gebrauchen.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

lösenden Programminhalten, vor allem bei den rein werbefinanzierten Sendern des Free-TV's. HD ready TV-Geräte sind deshalb ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Marktdurchdringung mit Full HD Flach-TVs, die High Definition Fernsehbilder mit voller 1.080p-Auflösung darstellen.

Das HDTV-Logo für HDTV-Empfangsgeräte

Im vergangenen Jahr hat die europäische Handelsorganisation der digitalen Technologie-Industrie, EICTA, das neue HDTV-Siegel eingeführt. Parallel zu dem herstellerübergreifend eingesetzten „HD ready“-Logo für HDTV-taugliche Displays dient das HDTV-Siegel zur Kennzeichnung von Geräten, die hochauflösende Fernsehsignale empfangen und decodieren können. Das HDTV-Siegel erhalten Receiver, Settop-Boxen, Video-TV-Recorder, DVD-Player und Fernsehgeräte, die mit einem Digital-Tuner für den Empfang der von europäischen TV-Stationen digital ausgestrahlten Fernsehsendungen ausgestattet sind. HDTV-taugliche Geräte müssen mit einem HD ready-Display kommunizieren und HD-Video-signale zu diesem übertragen können. Sie müssen dazu über YUV, DVI oder HDMI-Ausgänge verfügen. In der Spezifikation vorgeschrieben ist auch ein digitaler Audio-Ausgang über Toslink oder die Digital-Audio-Verbindung von HDMI. Bei Fernsehgeräten mit einem oder mehreren integrierten digitalen Tunern bestehen diese Verbindungen innerhalb des Gerätes. Mit dem HDTV-Logo will die EICTA dem Endkunden die zuverlässige Identifizierung von Geräten ermöglichen, die echte HDTV-Signale empfangen und verarbeiten können. Tony Graziano, Technischer Direktor der EICTA, räumt ein, dass zwei ähnliche Logos die Konsumenten in einigen Fällen verwirren könnten, obwohl die EICTA eigentlich das Gegenteil bewirken wolle. Die zunehmende Verfügbarkeit von HDTV-Sendungen mache jedoch die zuverlässige Kennzeichnung solcher Geräte erforderlich, die HDTV-Inhalte nicht nur darstellen,



Praktisch jeder neue Flachbild-TV ab einer Bildschirmgröße von 32 Zoll (81 Zentimeter) trägt das Logo HD ready oder das HDTV-Siegel, die ihn als HDTV-taugliches Modell ausweisen.

sondern auch empfangen können, so Graziano.

2007: Durchbruch für High Definition Inhalte

Im laufenden Jahr erwartet die gfu eine starke Zunahme der verfügbaren High Definition Video-programm-Inhalte: Mit der Markteinführung zahlreicher Camcorder für Videoaufnahmen in echter High Definition-Qualität hat die High Definition-Zukunft für Hobby-Filmer schon im vergangenen Jahr begonnen. Einige Modelle können den Ton zum Bild mit integrierten Mehrkanal-Mikrofonen sogar als räumlichem Surround-Sound in Kino-Qualität aufnehmen. Wenn man sich die aufgenommene Szene später auf einem großen Bildschirm und mit Mehrkanalton anschaut, glaubt man, sie noch einmal zu erleben. Für 2007 rechnet die gfu mit einem breiten Angebot neuer HD-Camcorder, von winzigen Modellen mit Chip-Speicherkarten über kompakte Geräte mit integrierten Festplatten bis hin zu Geräten, die auf DVD-Medien oder digital auf Cassetten aufzeichnen. Einen entscheidenden Impuls für die Akzeptanz von HDTV-Geräten

werden die nun erstmalig verfügbaren Abspielgeräte für Next-Generation Optical Disk Formate geben: Die gfu rechnet allein in diesem Jahr mit der Veröffentlichung von mehreren 100 Filmtiteln auf den neuen High Definition-Medien Blu-ray Disc und HD-DVD.

All das trägt dazu bei, dass die Prognose zahlreicher Branchenbeobachter zur Realität werden könnte: Der Übergang vom bis-



Der Anteil der „Full HD“ LCD-TV-Geräte an den insgesamt verkauften LCD-TVs wächst auch in diesem Jahr mit einem Plus von 569 Prozent.

herigen Fernsehstandard zum High Definition TV wird sich demnach wesentlich schneller vollziehen als die Ablösung des Schwarzweißfernsehens durch farbige Bilder. Den ganz großen Durchbruch für High Definition-Fernsehen erwartet die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik für 2008: Dann werden die Olympischen Spiele in Peking weltweit in HDTV übertragen, und auch die deutschen öffentlich-rechtlichen Programmanbieter planen für diesen Zeitpunkt den Beginn regelmäßiger HDTV-Ausstrahlungen.

Zunehmend Full HD im gehobenen Segment

Der japanische Hersteller Sharp sieht ein nachhaltiges Potential für Umsatz und Marge im Bereich des „gehobenen Home Entertainments“. Dazu zählen vor allem großformatige Flachbild-Fernsehergeräte, hochwertige Home Cinema Systeme und anspruchsvolle



(2007 Arbeitskreis ZVEI / GfU) (2005/2006 Quelle GfU)

Der Anteil der LCD-TV-Geräte mit 37-Zoll Bild diagonale und größer an den insgesamt verkauften LCD-TVs wächst überproportional.

computerbasierten Bildschirmspielen und Simulationen. Nach der Meinung von Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Deutschland/Österreich, wird sich der LCD-TV-Markt der Zukunft vor allem im großformatigen Segment entscheiden: „Sharp sieht eine besonders stark wachsende Nachfrage vor allem im Segment der großformatigen HD ready- und Full HD-Geräte. Full HD bezeichnet eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und ist derzeit die Speerspitze im Flachbildfernsehen. In 2007 werden Sharp Aquos LCD-TVs im Segment Full HD die stärkste Marktposition einnehmen. Das ist unser klares Ziel“, bringt es Bolten auf den Punkt. „2007 werden 40 Prozent aller weltweit verkauften LCD-Fernseher 40 Zoll und größer sein. Von 2005 auf 2006 haben die Diagonalen ab 37 Zoll um 588 Prozent zugelegt. Für 2007 rechnen wir in Deutschland mit knapp 3,5 Millionen verkauften LCD-Fernsehern insgesamt. Davon werden schon rund 645.000 eine Bildschirmdiagonale von 37 Zoll oder mehr haben.“

**Aquos HD1E:
Die Full HD-Zukunft hat
schon begonnen**

Für all das, was ein großformatiger LCD-TV der Premiumklasse seinem anspruchsvollen Anwender in einem einzigen Gerät bieten kann, setzt Sharp mit der auf der CeBIT 2007 vorgestellten Aquos HD1E-Serie einen neuen Maßstab: Full HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, volle 1.080p Qualität, verbunden mit 100-Hz-Bildtechnologie, vier integrierte Tuner zum Empfang von DVB-C, DVB-S, DVB-T und analog abgestrahlten TV-Programmen, integrierter 160-GB-Festplattenrekorder, dynamisches Kontrastverhältnis von 15.000:1, Multi-Wave-Hintergrundbeleuchtung mit 95 Prozent des darstellbaren NTSC-Farbspektrums, optische Bildkontrolle (OPC) zur automatischen Anpassung der Bildschirmhelligkeit an die Lichtverhältnisse der Umgebung, 4 ms Reaktionszeit, USB 2.0-Port und zwei HDMI-Schnittstellen, Virtual-Dolby-Surround Qualität und Clear-Voice-Funktion mit automatischer Lautstärken-Anpassung (AVC). Die beiden Flaggschiffe des Sharp LCD-TV-Angebots kommen im Mai zum UVP von 5.199 Euro (LC-52HD1E) und 4.199 Euro (LC-46HD1E) auf den Markt.

**Full HD mit Samsung
M8 LCD-TV Serie**

Als „Mehr als nur ein Fernseher“ möchte der koreanische Hersteller Samsung die Designerstücke



Samsung LE40M86: Mit High-Definition-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, dynamischem Kontrast von 15.000:1 und 1.080p Signalausgabe garantieren Full HD-Modelle der M8-Serie vollen HDTV-Genuss.

seiner neuen LCD-TV R8-Serie verstanden wissen: Mit voller High-Definition-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, einem dynamischen Kontrastverhältnis bis zu 15.000:1 und 1.080p Signalausgabe garantieren die Modelle der M8-Serie vollen HDTV-Genuss und eindrucksvolles Heimkino-Vergnügen. Die Helligkeit beträgt 550 cd/m². Die elegant gestylte Modellreihe

(HDMI 1.3), davon eine seitlich am Gerät angebracht, stehen für den Anschluss aller gängigen Audio- und Videogeräte bereit. Die Modelle der Samsung M8 LCD-TV Serie sind voraussichtlich ab April verfügbar. Eine HD ready LCD-TV R8-Serie kommt im April mit 23-, 26-, 32-, 37- und 40-Zoll-Geräten auf den deutschen Markt und spricht vor allem Designliebhaber an. Mit ihren elegant abgerundeten Rückseiten können sich die R8-Modelle auch von hinten sehen lassen. Ein Sondermodell in Perlweiß wird in den Größen 23, 32 und 40 Zoll verfügbar sein.



Samsung LER40R81: Die HD ready LCD-TV R8-Serie von Samsung kommt im April mit 23, 26, 32, 37 und 40 Zoll auf den Markt. Das Modell in Perlweiß wird in den Größen 23, 32 und 40 Zoll verfügbar sein.

umfasst Geräte mit 37, 40, 46 und 52 Zoll Bilddiagonale. Alle Modelle werden wahlweise auch mit einem zusätzlichen integrierten DVB-T-Tuner angeboten. Der optimierte „Movie-Mode“ stellt auf Knopfdruck die maximale Qualität für den jeweiligen Videostandard ein. Das Soundsystem SRS Tru Surround XT und die fünf unterstützenden Tonmodi Standard, Musik, Film, Sprache sowie benutzerdefinierte Einstellungsoptionen sorgen für satten, räumlichen Klang und Live-Atmosphäre. Spielekonsolen oder PCs harmonieren ebenfalls perfekt mit den Modellen der M8-Serie: Durch Knopfdruck lässt sich ein integrierter Spiele-Modus aktivieren, der Schärfe und Schwarzwert erhöht und den Sound optimiert. Drei High-Definition-Multimedia-Interface-Schnittstellen



Sony KDL-32P2520E: Die fünf Modelle der Sony Bravia P2500 Reihe für den LCD-TV-Einstieg sind mit zwei HDMI-Schnittstellen ausgestattet. Bilddiagonalen von 102, 81 und 66 Zentimetern.

P2500-Serie für den Einstieg ist mit zwei HDMI-Schnittstellen ausgestattet und besteht aus den Modellen KDL-40P2530E, KDL-32P2530E, KDL-32P2520E, KDL-26P2530E und KDL-26P2520E mit Bilddiagonalen von 102, 81

und 66 Zentimetern. Die P2500-Serie wird in Silber und in Schwarz erhältlich sein. Die 46- und 40-Zoll-Modelle der S2500-Serie in Anthrazit und Schwarz sind ab sofort mit „Live Colour Creation“-Technik ausgestattet, der Kombination einer neuartigen Hintergrundbeleuchtung, einer neuen Farbfilter-Technologie und Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Lamp (WCG-CCFL), die ein breiteres Farbspektrum als herkömmliche Backlight-Lampen erzeugt und beeindruckende und kraftvolle Farbproduktionen ermöglicht. Mit den neuen Technologien und dem auf 5.000:1 erhöhten dynamischen Kontrastverhältnis gewinnen die auf Bravia TVs dargestellten Bilder noch mehr an Brillanz und Natürlichkeit. Die Top Segment HD ready V2500 Serie der Bravia-Spitzen-



Sony KDL-46V2500: Top-Segment HD ready Serie V2500. Die Bravia-Spitzenmodelle wurden weniger, aber bedeutenden Auffrischungen unterzogen. Mit auf 5.000:1 bis zu 7.000:1 erhöhtem Kontrastverhältnis definieren sie erneut einen hohen Maßstab für Bildqualität.

modelle wurde weniger, aber bedeutenden Auffrischungen unterzogen, denn sie verfügt bereits über die gesamte Spitzentechnologie der früheren V2000-Reihe. Mit dem nun auf 5.000:1 bis zu 7.000:1 erhöhten Kontrastverhältnis definieren diese Geräte einen hohen Maßstab für Bildqualität.

**POs-MAIL
INHALT**

Jedem das Seine: Die neuen Sharp Aquos LCD-TV-Geräte ... 4

Interview mit Klaus Dahl, General Manager Consumer Products, Toshiba Europe GmbH ... 8

Flachdisplays: Markttrends ... 9

Hochauflösendes Home Cinema mit dem JVC DLA-HD1 ... 10

preCeBIT 2007: Neues Konzept für die CeBIT ... 11

Die Tk-Branche traf sich auf dem 3GSM World Congress in Barcelona ... 14

Siemens stellt neue Festnetzprodukte mit Mehrwert vor ... 17



Samsung schnürt Mehrwert-Pakete für den TK-Fachhandel ... 18

Foto- und Musikhandys von Sony Ericsson ... 20



mobilcom sieht gute Chancen für die DSL-Vermarktung im Handel ... 21

Samsung zeigt Kameras auf der CeBIT ... 22

Panasonic mit neuen Lumix-Kameras und Highspeed-Karten ... 23

Sieben neue Coolpix Kameras von Nikon ... 24

18 neue Camcorder von Sony: Filmspaß für jeden Anspruch ... 28

Erfolgreiches Geschäftsjahr für Euronics ... 31

Packard Bell iPower 9099: High Power Computer für den Desktop ... 32

Windows Vista: Großer Wurf oder „Hasta la Vista“? ... 33

Sony PS3 und Xbox 360 als starker Treibsatz für HDTV ... 34

Tk-Nachrichten ... 12, 30, 32

Tk-Neuheiten ... 16

Neuheiten ... 22, 26

Aktuell ... 6, 8, 24, 29

Kleinanzeigen ... 35

Impressum ... 35

Jedem das Seine!

Die neuen Sharp AQUOS LCD-TVs



Der Markt für Flachbildfernseher boomt weiter und wächst mit exponentiellen Zuwachsraten. Laut dem Marktbeobachter iSuppli wurden im Jahr 2006 weltweit LCD-TV-Geräte im Wert von 22,5 Milliarden US-Dollar verkauft. Das entspricht einem Zuwachs von 85 Prozent. Europaweit rechnet der LCD-Pionier Sharp im laufenden Jahr mit dem Absatz von 68 Millionen LCD-TVs. Mit einem ungewöhnlich breit gefächerten und trotzdem dicht gestuften LCD-TV Line-Up sieht sich der japanische Hersteller für die erwartete Nachfrage gut vorbereitet. Wie schon Friedrich der Große die individuellen Ansprüche seiner Untertanen berücksichtigt sehen wollte, als er vor etwa 250 Jahren entschied: „...denn hier muss ein jeder nach seiner Façon selig werden“, ermöglicht es Sharp mit der großen Auswahl seiner differenzierten Modellpalette jedem, das Seine zu finden.

Sharp: Potential bei Full-HD und gehobenem Home Entertainment

Sharp sieht den Digital Lifestyle Boom ungebrochen und das zu entwickelnde Potential vor allem im Bereich der Full-HD TV-Geräte und des gehobenen Home Entertainments. Auf der CeBIT präsentiert das Unternehmen sein hochwertiges LCD-TV Line-Up sowie neue Blu-ray- und Audiosysteme. Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Deutschland/Österreich, ist überzeugt: „Bei Bildschirmdiagonalen ab 37 Zoll trennt sich die Spreu vom Weizen. Insbesondere im gehobenen Segment hat Sharp als Qualitätsmarke im Bereich LCD-TV einen deutlichen Innovationsvorsprung, den wir konsequent nutzen werden.“ LCD-TV-Geräte haben sich innerhalb weniger Jahre zur erfolgreichsten Flachdisplay-Technik entwickelt. Dies ist zum überwiegenden Teil dem frühen Engagement des Herstellers Sharp für die LCD-Technologie und seiner unermüdlichen Entwicklungsarbeit zu verdanken. Inzwischen haben LCD-TV-Geräte auch bei den großen Diagonalen die konkurrierenden Plasma-Displays hinter sich gelassen. Auch im 37-Zoll-Bereich

werden schon mehr LCD-TVs als Plasma-Fernseher verkauft. Im laufenden Jahr werden 40 Prozent aller weltweit verkauften LCD-Fernseher eine Bilddiagonale von 40 Zoll und größer haben. Sharp erwartet vor allem im gehobenen Segment der großformatigen HD ready- und Full-HD-Geräte eine schnell wachsende Nachfrage.

Die Spitze der Entwicklung liegt bei Full-HD-Geräten

Die Spitze der Entwicklung bei Flach-TV-Geräten liegt nun im Bereich der Full-HD TV-Geräte, also bei Displays mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln. Frank Bolten ist sich sicher: „2007 werden Sharp AQUOS LCD-TVs im Segment der Full-HD-TVs die stärkste Marktposition einnehmen, und das ist unser klares Ziel“, so Bolten. Seine Flach-TV-Geräte der Meisterklasse produziert Sharp in der weltweit ersten LCD-Fabrik der achten Generation im japanischen Kameyama. Von dort her kam der Paukenschlag in Gestalt eines 108 Zoll großen LCD-TVs, den Sharp zu Jahresbeginn auf der CES in Las Vegas vorgestellt hat. Neue Maßstäbe setzt Sharp auch bei den LCD-TVs

fürs Wohnzimmer: Die Premiumklasse der HD1E-Modelle mit Bilddiagonalen von 52 und 46 Zoll bietet Full-HD-Auflösung, verbunden mit 100-Hertz-Bildtechnologie, HDTV-Tuner und integriertem 160-GB-Festplattenrekorder. Die umfassende Ausstattung macht diese LCD-TVs zur ultimativen visuellen Schnittstelle für multimediale Anwendungen. Auf der integrierten Festplatte lassen sich Fotos und Filme abspeichern, und über die vorhandene HDMI-Schnittstelle können modernste Spiele-Konsolen mit hochauflösenden Next Generation-Laufwerken angeschlossen werden. Adäquate Audiosysteme liefern perfekten Home Cinema Surround-Sound, und wer dem Hang zur Vollkommenheit nachgeben will, kann seinen Full-HD Sharp AQUOS mit einem Blu-ray-Player von Sharp komplettieren.

CeBIT-Highlights: Die Full-HD TV-Flaggschiffe des LCD-TV Pioniers Sharp

Full-HD-Auflösung, integrierte HDTV-Tuner und eine 160-GB-Festplatte bieten die Modelle der neuen AQUOS HD1E-Serie im Premium-Segment, die Sharp mit zwei LCD-TV-Geräten mit Bilddiagonalen von

46 und 52 Zoll auf der CeBIT präsentiert. Die kurze Reaktionszeit von vier Millisekunden, zwei HDTV-Tuner, das dynamische Kontrastverhältnis von 15.000:1 und 100-Hz-Bildverbesserungstechnologie schaffen optimale Voraussetzungen für die Darstellung kristallklarer Bilder. Mit Bilddiagonalen von 117 und 132 Zentimetern und High-Definition-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Bildpunkten lässt sich mit diesen AQUOS-Modellen HDTV in voller 1.080p-Qualität genießen. Die beiden Flachbildfernseher sind mit

realistischer dargestellt und selbst feinste Farbabstufungen natürlich wiedergegeben. Die optische Bildkontrolle (OPC) passt automatisch die Bildschirmhelligkeit an die Lichtverhältnisse der Umgebung an und reduziert auf diese Weise auch bei idealer Bildqualität den Energieverbrauch.

HD1E TV-Reihe: 160 GB Festplatten-Video-recorder inbegriffen

Die LCD-TVs der neuen HD1E-Reihe verfügen über einen inte-



Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Deutschland/Österreich: „Im laufenden Jahr werden 40 Prozent aller weltweit verkauften LCD-Fernseher eine Bilddiagonale von 40 Zoll und größer haben. Sharp erwartet vor allem im gehobenen Segment der großformatigen HD-ready- und Full-HD-Geräte eine schnell wachsende Nachfrage.“

modernster LCD-Technologie aus der im August 2006 in Betrieb genommenen 8G LCD-Panel-Fertigung in Kameyama II ausgestattet. Bewegungsunschärfen werden durch die verdoppelte horizontale Bildwechselfrequenz von 100 Hz vermieden. Selbst bei schnellen Kameraschwenks oder Sport-szenen bleibt das Bild gestochen scharf. Die Reaktionszeit von nur vier Millisekunden lässt Video-Spiele und Action-Filme zum ungetrübten Vergnügen werden. Mit truD HD hat Sharp neuentwickelte Bildverbesserungs-Technologien in die Full-HD-TVs integriert, um die Bild- und Farbdarstellung der Displays zu optimieren. Mit dem dynamischen Kontrastverhältnis von 15.000:1 (statisch 3.000:1) werden saubere Farbabgrenzungen und eindrucksvolle Kontrastunterschiede darstellbar. Die von Sharp neu entwickelte Multi-Wave-Hintergrundbeleuchtung gibt 95 Prozent des darstellbaren NTSC-Farbspektrums wieder. Dadurch verbessert sich vor allem die Darstellung im roten und grünen Lichtbereich. Hautfarben werden

grierten Festplatten-Videorecorder und können Sendungen in digitaler Qualität aufzeichnen, ohne dass ein zusätzliches Gerät benötigt wird. Die Festplatte mit 160 GB Speicherplatz bietet mehr als ausreichend Platz für Filme, Lieblingsserien und Fotos. Mit gleich vier integrierten Tunern für den Empfang von DVB-C, DVB-S, DVB-T und analogen TV-Signalen ausgestattet, sind die neuen AQUOS LCD-TV Topmodelle für alle TV-Stationen empfangsbereit und gut gerüstet für die Zukunft. Zahlreiche Video- und Audio-Schnittstellen, darunter gleich zwei HDMI-Ports, ermöglichen den Anschluss gängiger Peripherie- und Zuspielderäte. Eine USB-Schnittstelle erlaubt den direkten Anschluss von Kameras und USB-Sticks. Das hochwertige Soundsystem garantiert mit einem digitalen Verstärker und zweimal 15 Watt Musikleistung die Ausgabe von Kinound Sound in Virtual-Dolby-Surround Qualität. Für die besonders klare Wiedergabe von Sprachsequenzen sorgt eine Clear-Voice-Funktion. Während Werbeunterbrechungen



Sharps weltweit erste 8G LCD-Fabrik in Kameyama produziert Flach-TV-Geräte der Meisterklasse, wie den Anfang 2007 vorgestellten 108 Zoll großen LCD-TV.

reduziert die automatische Lautstärken-Anpassung (AVC) den Geräuschpegel selbsttätig auf den Lautstärkepegel des Films. Wird eine externe Audio-Anlage an den HD1E-TV angeschlossen, können die Lautsprecher der HD1E-Serie vollständig abgenommen werden. Die mitgelieferte multifunktionale Fernbedienung liegt mit ihrem schlanken Hochglanzgehäuse angenehm in der Hand. Über die „AQUOS Family Link“-Funktion lassen sich alle mit einem Family-Link ausgestatteten Sharp-Geräte mit der gleichen Fernbedienung steuern. Das außergewöhnliche Design der neuen HD1E-TVs steht den hohen technischen Qualitäten in nichts nach und besitzt unter der Oberfläche eine feine Carbon-Struktur. Die Kanten des Frontpanels sind in einer schmalen Leiste aus satiniertem Aluminium eingelassen. Das abnehmbare Soundsystem befindet sich nahezu unsichtbar an der Unterseite des Gehäuses. Das neue Gehäuse im Empire-Stil und die hochwertigen verarbeiteten Materialien machen die HD1E-TVs zu einem attraktiven Blickfang. Der solide und trotzdem elegant wirkende Standfuß ermöglicht die freie Aufstellung. Eine Wandhalterung ist optional erhältlich. Die beiden TV-Geräte der HD1E-Reihe sollen im Sommer 2007 zum UVP von 5.499 Euro (LC-52HD1E) und 4.499 Euro (LC-46HD1E) auf den Markt kommen.

**Bestes für die Besten:
Sharps erster
Blu-ray-Player**

Die perfekte Ergänzung für einen Sharp-LCD-TV und anspruchsvolle Home Entertainment-Anwender ist der neue, ab April erhältliche Blu-ray-Player BD-HP10S von Sharp, der High-Definition Video-programm-Inhalte mit Auflösungen bis zu 1.080p wiedergeben kann. Mit der Photo System-Funktion lassen sich auch Bilder im JPEG-Format in High Definition Auflösung auf einem großen Sharp LCD-TV betrachten. Der BD-HP10S komplettiert das umfangreiche Angebot der Sharp LCD-TVs und kann neben Blu-ray-Disks auch DVD-Video, DVD-R/RW, DVD+R/

RW, CD-DA, CD-RW/R abspielen und wiedergeben. Der Sharp BD-HP10S kommt im Mai 2007 auf den deutschen Markt.

**Sharp AQUOS RD2E –
HD ready**

Auf der CeBIT 2007 zeigt Sharp erstmals seine AQUOS RD2E-Serie mit 100-Hertz-Technologie für den Einstieg in die Welt des High-Definition-Fernsehens. Die neuen LCD-TVs sind mit modernsten Bildverbesserungs-Technologien für hoch auflösende Videoprogramm-Inhalte ausgestattet, haben eine Reaktionszeit von 6 Millisekunden und besitzen einen integrierten DVB-T-Tuner. Die LCD-TVs der RD2E-Serie werden mit Bildschirmdiagonalen von 32, 37 und 42 Zoll lieferbar sein. Das schmale Frontgehäuse ist in edlem Klavierlack-Design gehalten. Mit ihrem Design orientieren sich die RD2E-Modelle an der kürzlich mit dem „iF produkt design award 2007“ ausgezeichneten XD1E-Serie von Sharp. Der Sharp AQUOS LC-42RD2E kommt ab April 2007 zum UVP von 1.999 Euro in den Handel. Ab März 2007 sollen der Sharp AQUOS LC-37RD2E und der Sharp AQUOS LC-32RD2E zum UVP von 1.699 Euro und 1.399 Euro erhältlich sein.

**Einstieg leicht gemacht:
AQUOS WD1E-Serie**

Mit der neuen AQUOS WD1E-Serie und den Modellen LC-42WD1E, LC-37WD1E und LC-32WD1E stellt Sharp drei neue HD ready-Einstiegsmodelle in schwarzer Klavierlack-Optik und 16:9-Format mit 1.366 mal 768 Bildpunkten vor. Die Modelle sind mit Bildschirmdiagonalen von 42, 37 und 32 Zoll (107, 94 und 80 cm) lieferbar. Das Kontrastverhältnis beträgt 1.200:1 (dynamisch 3.000:1), der Betrachtungswinkel 176 Grad und die Reaktionszeit sechs Millisekunden. Ein DVB-T- und ein Analog-Tuner sorgen für problemlosen Fernsehempfang analoger und digitaler Fernsehsignale. Der Clear Voice Modus unterstützt die besonders klare Wiedergabe von Sprachsequenzen, und zwei 10-Watt-Lautsprecher machen aus

dem Wohnzimmer ein Heimkino und Action-Filme zum Vergnügen. Zwei SCART- und HDMI-Ports, AV/S Video IN, VGA IN, RS-232C und Audio OUT Anschlüsse ermöglichen den Anschluss gängiger DVD- und Video-Rekorder oder Setup-Boxen. Ab März ist das 42-Zoll-Modell AQUOS LC-42WD1E zum UVP von 1.699 Euro verfüg-



Sharp AQUOS 52HD1E: Auf der CeBIT präsentiert Sharp zwei Modelle seiner neuen AQUOS HD1E-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 46 und 52 Zoll (117 cm und 132 cm), Full HD 1.080p, dynamischem Kontrast 15.000:1 und 100-Hz-Technik.



Sharp AQUOS AD5E-Serie: Bildschirmdiagonalen von 26, 32, 37 oder 42 Zoll, 1.366 x 768 Bildpunkte, integrierte DVB-T- und Analog-TV-Tuner für den optimalen Einstieg in HDTV.



Sharp AQUOS LC-S5E-Serie: Drei 20-Zoll- (50 cm) LCD-TVs im 4:3-Format. In schwarzer Klavierlack-Optik, weißem Milchglas-Look oder mattem Silberglanz erhältlich. Ideales Einstiegsgerät für junge Leute oder als Fernsehgerät für Schlaf- und Arbeitszimmer.

bar. Der LC-37WD1E ist zum UVP von 1.299 erhältlich und der LC-32WD1E zum UVP von 999 Euro.

**Sharp AQUOS AD5E:
HD ready und design-
betont**

Ganz gleich ob Spielfilme im 16:9 Kinoformat, TV-Serien, digitale Unterhaltung oder Programminhalte in HD ready-Auflösung, die fünf neuen Modelle der AQUOS AD5E-Serie von Sharp bieten mit

Bildschirmdiagonalen zwischen 20 und 42 Zoll (50 cm bis 107 cm) den optimalen Einstieg in die Welt des HDTV. Mit verfügbaren Bildschirmdiagonalen von 26, 32, 37 oder 42 Zoll findet sich in der AD5E-Serie für jeden Wohnraum ein TV-Gerät der passenden Größe. Mit zwei integrierten TV-Tunern können wahlweise digitale DVB-T- oder analoge TV-Signale empfangen werden. Die Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten, eine Reaktionszeit von sechs Millisekunden und das Kon-

trastverhältnis von 1.200:1 sorgen für Home Cinema-Vergnügen im 16:9-Format. Das WXGA-Panel und ein Betrachtungswinkel von 176 Grad garantieren auch einer größeren Zuschauerrunde hohe Bildqualität. Für voluminösen Klang sorgen die zweimal zehn Watt Musikleistung des digitalen Verstärkers und die Clear Voice-Funktion. Die AD5E-Serie ist mit zwei HDMI-Schnittstellen ausgestattet und lässt sich zum Betrachten von Dia-Shows oder DVD-

Filmen ebenso einfach mit neuen DVD- oder Blu-ray-Playern verbinden wie mit Digitalkameras und Laptops. Die AD5E-Serie ist ab Mitte des Jahres 2007 verfügbar.

**Sharp, Mutter aller
LCD-TVs, präsentiert
Zuwachs**

Als selbstbewusste „Mutter aller LCD-TVs“ präsentiert Sharp auf der CeBIT 2007 seinen jüngsten Zuwachs in Form der LC-S5E-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 20 Zoll (50 cm). Der neue LCD-TV mit dem Seitenformat 4:3 wird in drei attraktiven Designvarianten angeboten und in schwarzer Klavierlack-Optik, weißem Milchglas-Look oder mattem Silberglanz erhältlich sein. Das ansprechende Design und das günstige Preis-/Leistungs-Verhältnis machen die kleinen flachen Sharp TVs zum idealen Einstiegsgerät für junge Leute oder zu einem formschönen Fernsehgerät für das Schlaf- und Arbeitszimmer.

Wer sich ein perfektes, platzsparendes Zweitgerät mit eleganter Optik und moderner LCD-Technologie zulegen möchte, ist mit dem LC-20S5E-BK, dem LC-20S5E-WH oder dem LC-20S5E-GY gut bedient. Geringe Abmessungen und ein attraktiver Preis machen die neuen S5E-LCD-TVs zu perfekten Zweitgeräten für kleinere Räume. Alternativ zu der schwarzen Klavierlack-Optik des 20S5E-BK bietet Sharp mit dem 20S5E-WH erstmals einen weißen LCD-Fernseher im Milchglas-Look an, der sich harmonisch in helle Zimmereinrichtungen einfügt. Die silbergraue Variante 20S5E-GY orientiert sich an klassischem TV-Design. Das Kontrastverhältnis erreicht 500:1, der Helligkeitswert 430 cd/m². Die Betrachtungswinkel liegen vertikal wie horizontal bei 170 Grad und ermöglichen unterschiedlichste Zuschauer-Positionen. Über zwei SCART-Buchsen und eine PC-IN-Schnittstelle lassen sich PC oder Laptop mühelos anschließen, wie auch herkömmliche Video- und DVD-Rekorder. Zu den Komfortmerkmalen gehören integriertes Multi-Text-Menü, ein übersichtlich dargestelltes TV-Programm und aktuelle, per Knopfdruck abrufbare Nachrichten. Die automatische Sendersortierung findet Sender selbsttätig und kann 99 Sender speichern. Die Geräte der LC-S5E-Serie sind zum UVP von 449 Euro lieferbar.



Pos Aktuell

Loewe meldet profitables Wachstum für Geschäftsjahr 2006

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2006 (1.1.–31.12.2006) ist der Umsatz des Loewe Konzerns von 319,1 Mio. Euro um 7 Prozent auf rund 341 Mio. Euro gestiegen. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) konnte von 2,1 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 11,1 Mio. Euro auf 13,2 Mio. Euro deutlich verbessert werden. Allein bei LCD-TV betrug das Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr rund 40 Prozent. Loewe hat damit das Anfang 2006 kommunizierte Umsatzziel gut erreicht und die mit der Ad-hoc-Mitteilung vom 2. November 2006 auf rund 12 Mio. Euro angehobene Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2006 nochmals klar übertroffen. Wesentliche Ursachen für das Umsatzwachstum in Deutschland und den wichtigsten Kernmärkten in Europa seien das anhaltend dynamische Marktwachstum bei Flachdisplay-Fernsehgeräten, die positiven Nachfrageimpulse im ersten Halbjahr 2006 durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland sowie das breite und attraktive Loewe Produktportfolio bei Heimkino-Lösungen. Entsprechend erhöhte sich im Geschäftsjahr 2006 der Umsatzanteil der Flachdisplay-TVs am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten auf nahezu 100 Prozent, nach rund 80 Prozent im Vorjahr. „Loewe hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr positiv entwickelt und wächst weiter profitabel. Mit unseren individuellen Produkten sind wir auf gutem Weg, die führende Pre-

46 und 52 Zoll weiter. In einer Weltpremiere wird Loewe im ersten Quartal 2007 einen in das TV-Gerät integrierten Festplattenrecorder auf den Markt bringen, der auch HDTV-Signale aufzeichnen kann. Zudem wird der Bereich Home Cinema-Lösungen mit neuen Lautsprecher-Systemen kontinuierlich ausgebaut.

Epson Händlerbeirat: Erfolgsgeschichte geht weiter

Der Epson Händlerbeirat, dessen Gremium sich zum ersten Mal auf der CeBIT 2005 konstituierte, ist am 30. Januar zu seiner letzten Sitzung in der laufenden Legislaturperiode (2005–2007) zusammengekommen (s. Foto). Bis Ende Februar werden die Epson Fachhandelspartner einen neuen Händlerbeirat wählen. Das Gremium setzt sich zusammen aus Delegierten aus sechs Regionen Deutschlands sowie erstmals aus je einem Österreicher und einem Schweizer. Rund 30 Kandidaten bewerben sich um eine Vertretung ihrer Region im Epson Händlerbeirat. „Dieses rege Interesse sehen wir als Bestätigung für die bisherige gute Arbeit des Händlerbeirats“, so Paul Schmidt, Epson Vertriebsdirektor.



Damit sich Anwender und Entscheider in Unternehmen von Qualität, Leistung und Komfort der Business-Class-Produkte überzeugen können, hat Samsung eine Try&Buy-Aktion gestartet. Vier Wochen lang können die Anwender und IT-Mitarbeiter ausgesuchte Geräte der Highend-Leistungsklasse auf Bit und Byte testen. Dies sind die monochromen Laserdrucker ML-3051N/ND, ML-3561N /ND und ML-4551N/ND mit Seitenleistungen von bis zu 28, 33 beziehungsweise 43 Seiten pro Minute.

Über einen Testreport möchte Samsung in Erfahrung bringen, was ankommt und wo Schwächen gesehen werden, um hier gezielt Verbesserungen vor-

Philips ist 2007 wieder auf der IFA vertreten

Philips wird auch 2007 wieder als ein großer Aussteller auf der IFA in Berlin, der weltweit größten Consumer Electronics Messe, vertreten sein. Die IFA findet in diesem Jahr vom 31. August bis 5. September statt. Das Unternehmen wird dort seine globale Führungsposition bei Produkten und Technologien aus dem Bereich Lifestyle der Öffentlichkeit präsentieren, so zum Beispiel die neuesten Ambilight Flat TVs, Blu-ray Player sowie Multimedia Peripherie und Audio/Video-Zubehör – ganz im Zeichen des Philips Markenversprechens „Sense and Simplicity“. „Es freut mich sehr, unsere erneute Teilnahme an der IFA heute bestätigen zu können. Sie ist eine der wichtigsten Kommunikationsplattformen für die Marke Philips und gleichzeitig eine bedeutende Ordermesse. Die Berliner

Funkausstellung gibt uns die einmalige Möglichkeit, unsere neuesten Produkt- und Technologie-Innovationen aus dem Bereich Consumer Electronics gleichzeitig einem breiten Publikum, den Medien und unseren Handelspartnern vorzustellen“, erklärt Ronald de Jong, Geschäftsführer der Philips GmbH und Leiter des Unternehmensbereiches Consumer Electronics.

Uk Jung übernimmt Geschäftsleitung bei LG Electronics Deutschland

Uk Jung (47) übernimmt bei LG Electronics Deutschland als neuer Geschäftsführer das Steuer. Er löst seinen Vorgänger Weon-Dae Kim ab, der ab sofort neue



internationale Verantwortlichkeiten in der LG Konzernzentrale in Seoul übernimmt. Der Diplom-Kaufmann Jung ist seit 1987 bei LG. Unter anderem war er in verant-

wortlicher Funktion für den Bereich Audio/Video in den USA tätig. Seit 2004 war er als Vice President Digital Media Overseas Marketing unter anderem auch für das weltweite OEM Business verantwortlich. In Deutschland will der neue Geschäftsführer den eingeschlagenen Erfolgsweg konsequent fortsetzen. So legt Jung künftig den Schwerpunkt auf die wachstumsstärksten Zukunftsmärkte Digital Display und Mobile Communication. Darüber hinaus werden die großen Potentiale in den Bereichen Information System Products, Hausgeräte und Klimatechnik weiter angegangen.

Kodak steigt ins Geschäft mit Inkjet-Druckern ein

Kodak hat weltweit den Einstieg in das Geschäft mit Inkjet-Druckern bekanntgegeben. In den zunächst vorgestellten zwei Multifunktionsgeräten Kodak EasyShare 5300 und EasyShare 5500 steckt eigene Technologie. Zudem hat das Fotounternehmen spezielle Tinten für den Fotodruck entwickelt, die nach Angaben von Kodak um bis zu 50 Prozent preiswerter sind als vergleichbare Produkte anderer Hersteller. Beide Drucker sind mit einer schwarzen Tintenpatrone für den Dokumentendruck und einer weiteren für den Fotodruck ausgestattet. Die letztere enthält fünf Tinten: fotoschwarz, cyan, magenta und gelb sowie eine farblose Tinte, die besonders gleichmäßigen Glanz sicherstellen sollen. Die schwarze Tintenpatrone soll 9,99 Euro, die Farbkartusche 14,99 Euro kosten. Im Kombipack werden beide zusammen für 21,99 Euro erhältlich sein. Zusätzlich wird Kodak komplette Packungen mit Tinte und Fotopapier anbieten, mit denen ein ausgedrucktes Foto im Format 10 x 15 cm nur 0,10 Euro kosten soll. Die beiden neuen Drucker zeichnen sich durch besonders einfache Bedienung aus. Mit Hilfe eines Barcodes auf der Rückseite von Kodak Inkjet-Papieren erkennen sie selbständig das eingesetzte Material und stellen alle Druckparameter automatisch ein. Mit zwei USB-Slots und Laufwerken für SD- und CompactFlash-Karten sowie einem eingebauten Farbdisplay (3“ beim EasyShare 5300 und 2,4“ beim EasyShare 5500) sind die Übertragung der Bilddaten und die Auswahl zu druckender Fotos besonders einfach. Der EasyShare 5300 bietet die Funktionen Drucken, Kopieren und Scannen, der EasyShare 5500 zusätzlich eine Faxfunktion und eine Duplex-Einheit. Die Geräte kommen im Mai (5300) bzw. im Juni (5500) auf den Markt. Zu den Verkaufspreisen in Deutschland gibt es noch keine Angaben.

Hansecontrol unterstützt die Jury des Plus X Awards

Hansecontrol, eines der modernsten unabhängigen Prüfinstitute Europas, wird künftig als offizieller Partner die Jury des Plus X Awards beraten. Großes Augenmerk wird dabei auf Umweltverträglichkeit, Energie- und Rohstoffeffizienz der eingereichten Produkte gelegt. Ausschließlich Markenprodukte, deren Hersteller einen sinnvollen Beitrag unter ökologischen Aspekten leisten, haben die Chance auf Auszeichnung mit dem Plus X-Siegel für Ökologie.

Hansecontrol bietet Herstellern, Handel und Endverbrauchern ein umfassendes Spektrum an akkreditierten Prüfdienstleistungen für Ge- und Verbrauchsgüter sowie langjährige Erfahrung für die schnelle und zuverlässige Sicherheits- und Qualitätsprüfung. Das Leistungsspektrum umfasst die Prüfung und Absicherung von Gebrauchsgütern, Textilien und Verpackungen. Außerdem berät Hansecontrol über die gesamte Prozesskette von der Produktentwicklung über die Absicherung der Serienproduktion bis hin zum Risikomanagement im Falle eines Rückrufs.

Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, erklärt aus Sicht des Handels: „Für den Endkunden wird Ökologie immer wichtiger. Und das nicht nur in den diesbezüglich klassischen Segmenten wie etwa Kühlschränke oder Waschmaschinen. Gerade auch bei Flachbildschirmen und selbst DVD-Recordern ist es uns als Handelsgruppe im Einklang mit unseren Händlern wichtig, auf vernünftigen Umgang mit der Umwelt hinzuweisen. Produkte, deren Bauart und Energie-Effizienz Verantwortung für die Zukunft aufzeigen, sind starke Argumente für den Facheinzelhandel.“ Die neue Jurypartnerschaft mit dem Plus X Award greift bereits zur laufenden Nominierungsphase. Hersteller herausragender Technologien haben noch bis Ende Februar Zeit, an Europas größtem Technologie-Contest teilzunehmen und ihre Produkte ins Rennen um die Plus X-Siegel für Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie zu schicken.

miummarke für Home Cinema in Europa zu werden“, betont Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG. Das EBIT konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2006 um 11,1 Mio. Euro auf 13,2 Mio. Euro deutlich verbessert werden, nach 2,1 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Gründe dafür sind in erster Linie das gestiegene Umsatz- und Produktionsvolumen, die wert- und margenorientierte Vermarktung der innovativen Loewe Produkte sowie die im Vergleich zum Gesamtmarkt moderaten Preisreduzierungen bei Loewe Flachdisplaygeräten. Für das laufende Geschäftsjahr konzentriert sich Loewe neben dem qualitativen und quantitativen Ausbau der Distribution im In- und Ausland verstärkt auf die premiumgerechte Vermarktung seiner hochwertigen Heimkino-Lösungen. „Unser Ziel ist es, das Profil der Marke weiter zu schärfen. Dabei steht eine positive Margenentwicklung gegenüber der reinen Umsatzausweitung im Vordergrund“, so Dr. Hecker. Darüber hinaus geht auch in 2007 die Produkt-offensive von Loewe mit der Einführung von großformatigen, hochauflösenden TVs in den neuen Bildschirmgrößen 42,

Mit Samsung Printing Division zum Erfolg

Zwei besondere Aktionen und ein attraktives Incentive sollen es dem Fachhandel weiter erleichtern, zusammen mit Samsung-Laserprodukten noch erfolgreicher zu sein.

Das neue Jahr hat Samsung mit einem besonderen Angebot für alle Samsung-PowerPartner begonnen. „Wir haben in den letzten Monaten eine ganze Reihe attraktiver Laser-Drucker und Multifunktionsgeräte für den professionellen Einsatz auf den Markt gebracht und wollen unsere Fachhandelspartner motivieren, sich mit diesen Produkten zu beschäftigen“, so Dr. Thomas Schäfers, Chef der Printing Division bei Samsung Electronics in Deutschland. Daher erhalten die Fachhändler, die an dem Samsung-PowerPartner-Programm teilnehmen, für jeden verkauften Drucker oder MFP der Business-Klasse einen Bonus in Form einer Rückvergütung. „Wir laden den qualifizierten Fachhandel in Deutschland ein, uns auf dem vorgezeichneten Weg in das B2B-Geschäft zu begleiten.“

nehmen zu können. Falls das Gerät wider Erwarten nicht zusagt, kann es vom Kunden kostenfrei zurückgegeben werden. Samsung bietet diese Testmöglichkeit ausgewählten Unternehmen an, und auch die Samsung-PowerPartner können sich daran beteiligen und eigenen Kunden dieses Angebot unterbreiten. Dazu meldet der Fachhändler den Interessenten und das gewünschte Modell an Samsung und kann anschließend dieses Produkt zu attraktiven Konditionen beziehen und dem Kunden für maximal vier Wochen zum Testen zur Verfügung stellen.

Zur Unterstützung der Vermarktung bietet Samsung dem Handel seit Anfang des Jahres einen neuen Service an. Mit der Web-basierten Flyer-Factory können Samsung-PowerPartner aus Vorlagen eigene Broschüren, Mailings und Flyer erzeugen. Samsung liefert zudem „Hot Leads“ aus der Samsung Lead Factory. Die Samsung-Try&Buy-Aktion läuft noch bis Ende März.

Alle Informationen zu der Aktion finden registrierte Fachhändler in der Partner-Lounge auf der Samsung-Webseite.

Herzlichen Glückwunsch und vielen Dank



Rolf Heinrich, Radio Heinrichs, Heinsberg, freute sich über den Sony Bravia KDS-55A200.

An dieser Stelle möchte sich die PoS-MAIL-Redaktion noch einmal herzlich für die rege Teilnahme bedanken – auch bei den Lesern, die in diesem Jahr keinen Preis gewonnen haben.

Manfred Adolph und Ludwig Koch von HiFi Adolph in Reinbach nahmen den Sharp Aquos LCD-Fernseher 37GAE8 entgegen.



Fast schon traditionell fand in unserer Dezember-Ausgabe 2006 die große PoS-MAIL Leserbefragung statt. Bei der Gewinnermittlung der Teilnehmer hat das Los entschieden. Die Gewinner wurden in der Februar-Ausgabe veröffentlicht. PoS-MAIL Objektmanager Franz Wagner ließ es sich nicht nehmen, einige der hochwertigen Preise persönlich zu überreichen.

Get closer to success.



Der **7fach optische** Zoom. Großer Zoom. Kleine Kamera. Unsichtbar in der neuen **EXILIM EX-V7**.

- > 7fach optischer Zoom
- > Mechanischer Bildstabilisator
- > 7,2 Megapixel
- > Elektronischer Filmstabilisator
- > Anti Shake DSP*
- > Manuelle Einstellungen
- > High Quality Movie** mit Stereo-Ton (auch im Format 16:9)
- > Extrahelles 6,4 cm TFT-Farbdisplay

Die neue EXILIM EX-V7 – ganz nah dran am Kunden: Im edlen Design bietet sie einen 7fach optischen Zoom. Neu ist auch der kombinierte Verwackelungsschutz, mechanisch und elektronisch. Die EX-V7 setzt völlig neue Maßstäbe im Digitalkamera-Segment.

7X OPTICAL HI-ZOOM

* Elektronischer Bildstabilisator.

** Maximale Aufnahmedauer: 10 Minuten pro Movie, H.264 Format.

Interview mit Klaus Dieter Dahl, General Manager Consumer Products, Toshiba Europe GmbH

„Wir wollen in allen Bereichen wachsen“

2006 war mit der Fußball-WM und dem Start für die nun jährlich stattfindende IFA ein ereignisreiches Jahr für die CE-Branche.

PoS-MAIL sprach mit Klaus Dieter Dahl, General Manager Consumer Products, Toshiba Europe GmbH, über das vergangene Geschäftsjahr und die Pläne für 2007.

PoS-MAIL: Herr Dahl, vor kurzem ist ein ereignisreiches Jahr zu Ende gegangen! Wie fällt Ihr persönliches Resümee für 2006 aus?

Klaus Dieter Dahl: 2006 war für Toshiba ein sehr starkes und außerordentlich erfolgreiches Jahr. Insgesamt zeichnet sich mit dem Festschreiben der Zahlen eine deutlich positive Entwicklung für Toshiba ab, wobei die Gründe für diesen Erfolg in den unterschiedlichsten Bereichen zu finden sind. So konnten wir mit Unterstützung des Headquarters in Tokio und der Europa-Zentrale in England unter der Headline „image is everything“ zwei große Kampagnen durchführen, um unser neues Branding REGZA in Deutschland weiter zu penetrieren. Wie entsprechende Umfragen ergaben, konnten wir auf diese Weise den Bekanntheitsgrad von Toshiba als LCD-TV-Hersteller auf knapp 90 Prozent steigern. Die Aktivitäten von Toshiba als Hauptsponsor der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland haben dieses Spitzenergebnis mit unterstützt.

Weitere Erfolgsfaktoren sind die

hervorragende Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, der unsere beratungsintensiven Produkte sehr gut aufgenommen und verkauft hat, dazu ein überaus motiviertes Team im Innen- und Außendienst und die enge Kooperation mit der Abteilung Forschung & Entwicklung. Diese macht es uns möglich, Produkte entsprechend der Kundenbedürfnisse zu entwickeln. Das Feedback, das uns erreicht, fließt dann direkt mit ein in die Innovation der neuen Geräte.

Ein weiteres, sehr wichtiges Argument ist in der Spitzenqualität unserer Produkte zu finden. So beträgt die Ausfallquote nur unter ein Prozent – ein ausgezeichnete Wert. Dies zeigt sich auch nicht nur anhand der Verkaufszahlen, sondern wird uns auch immer wieder durch die überaus positiven Tests von unabhängigen Fachzeitschriften bestätigt. Das Preis-/Leistungsverhältnis wird dabei besonders oft mit „Hervorragend“ bewertet.

PoS-MAIL: Waren Sie denn auch mit den Umsätzen zufrieden?



Klaus Dieter Dahl: Insgesamt freuen wir uns über ein kumuliertes Umsatzplus in 2006 von 50 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Außerdem konnten wir uns laut den vorliegenden aktuellen GfK-Zahlen im letzten Jahr auf Platz 4 festsetzen und damit eine wichtige Position im Markt erobern.

PoS-MAIL: Wie wichtig ist die IFA für Toshiba?

Klaus Dieter Dahl: Unser Auftritt auf der inzwischen jährlich stattfindenden IFA hat auch zu dem insgesamt positiven Ergebnis beigetragen. Im nachhinein lässt sich feststellen, dass die IFA eine für Toshiba sehr erfolgreiche Veranstaltung ist, wenn wir auch zu Beginn etwas skeptisch waren. Rundum sind wir äußerst zufrieden mit 2006 und erwarten für 2007 eine weitere Fortsetzung des anhaltenden Aufwärtstrends.

PoS-MAIL: Welche Ziele hat sich Toshiba für das laufende Jahr gesetzt?

Klaus Dieter Dahl: Wir wollen wachsen! Und zwar in allen Bereichen! Bei Toshiba stehen im Moment alle Zeichen auf Wachstum. Das bedeutet auch, dass wir unser Team entsprechend weiter aufstocken und verstärken werden, um den Anforderungen auch im neuen Jahr weiterhin gerecht zu werden. Zur Zeit baut Toshiba gerade eine neue LCD-Fabrik in Polen, die bis August 2007 fertiggestellt wird. Mit einer geplanten Kapazität von bis zu 2,5 Mio. TV-Geräten pro Jahr kann damit die sprunghaft gestiegene Nachfrage nach unseren LCD-TVs in West- und vor allem auch in Osteuropa erfüllt werden. Die neue Fabrik ist übrigens ein klares Bekenntnis zum Standort Europa und eine Investition in die Zukunft.

PoS-MAIL: Was können wir dieses Jahr von Toshiba an neuen Produkten erwarten?

Klaus Dieter Dahl: Zunächst einmal freuen wir uns besonders über die äußerst erfolgreiche Einführung der HD DVD Player im Dezember 2006, von denen bereits bis heute ca. 4.000 Stück verkauft werden konnten. Es wurden in nur drei Verkaufstagen ungefähr viermal mehr HD DVD Player von Toshiba als BD Player aller Wettbewerber im gesamten Monat verkauft (lt. GfK). Wir sind daher mit HD DVD auf einem sehr guten Weg. Nach

dem Start unseres ersten HD DVD Players HD-E1 werden wir nun auch unser erstes Flaggschiffmodell HD-XE-1 für alle High-Endler in den Markt einführen. Auch dieses Modell können wir Endkunden preislich attraktiv unter 1.000 Euro anbieten.

Toshiba Player verfügen über eine hervorragende Qualität, was uns gerade wieder in aktuellen Tests bestätigt wird, und dazu sind sie noch preislich sehr günstig positioniert. Selbstverständlich sind sie abwärtskompatibel, d. h. sie können auch normale DVDs abspielen. Ein weiterer hervorragender Vorteil sind die Medien selber: Da in den Fabriken keine großen Umrüstungen erforderlich sind, kann ausgesprochen wirtschaftlich produziert werden.

HD DVD Player ergänzen sich außerdem fantastisch mit unseren LCD-TV-Modellen.

Auch im Full HD-Bereich positionieren wir uns mit neuen Produkten und werden unsere REGZA LCD-TV Range kontinuierlich mit weiteren Full HD-Modellen ausbauen. REGZA steht übrigens für „Real Expression Guaranteed by amaZing Architecture“.

Zum Abschluss möchte ich gerne einmal vorgreifen und jetzt schon erwähnen, dass Toshiba dieses Jahr auf der IFA in Berlin LCD-TVs in Full HD 52 und 57 Zoll vorstellen wird.

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

PoS Aktuell

Bose Tauschzeit wird verlängert

Die erfolgreiche Bose Verkaufsaktion „Tauschzeit“ wird bis zum 15.3.2007 verlängert. Endkunden, die sich bis zu diesem Datum für ein 3 2 1-System von Bose entscheiden, können beim Bose 2000 Partner ihrer Wahl ihre alte Stereoanlage in Zahlung geben und erhalten dafür 100 Euro.

Bekanntgabe der Plus X Award Jury

14 Tage vor Ablauf der Nominierungsfrist hat der Plus X Award seine durch Neuzugänge und Beiräte erweiterte Jury bekanntgegeben.

Olaf Sturm und Stefan Witzel, die als leitende Redakteure im Michael E. Brieden-Verlag tätig waren, gehören zu den Neuzugängen. Neu im Kompetenzteam ist auch Bernd Franzen, TV-Moderator (RTL). Im neu geschaffenen Teilnahmbereich der Gartengeräte und Power Tools stimmt er über die herausragenden Produkt-Features ab. Zudem

verstärkt Jens Hilgers, CEO von GIGA, die Jury.

Die Jury des Plus X Awards 2007 im Überblick:

Thomas Blömer, Geschäftsführer C.A.T.-Verlag, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Markus Diehl, Geschäftsführer heimkino-markt.de, Kompetenzpanel: Unterhaltungselektronik

Alexander Druckemüller, Herausgeber ElektroMarkt, MediaSeller und Meine Küche, Kompetenzpanel: Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Bernd Franzen, Geschäftsführer gartenplus, Kompetenzpanel: Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, Kompetenzpanel: Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Jens Hilgers, Geschäftsführer von GIGA Digital, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Marion Kamp, Fachjournalistin für Telekommunikation, IT und Unterhaltungselektronik, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Thomas Krause, Inhaber der Kochschulen Köln und Hamburg, Kompe-

tenzpanel: Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Frank Kreif, Geschäftsführer der Plugged Media-Verlagsgruppe, als Jury-Vorsitzender in allen Kompetenzpanels

Harald Platz, Redakteur ZDF/3sat-Sendung „Neues“, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Andreas Rockenbauer, Herausgeber E & W (Österreich), Kompetenzpanel: Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Frank Rößler, Fachredakteur für IT, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Ulf Schneider, Chefredakteur Mobile Zeit, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Dr. Sonja Steves, Pressesprecherin ElectronicPartner, Kompetenzpanel: Unterhaltungselektronik

Olaf Sturm, Geschäftsführer OSW-Medien, Kompetenzpanels: Unterhaltungselektronik, Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Christian Thielmann, Redakteur ZDF/3sat-Sendung „Neues“, Kompetenzpanel: Unterhaltungselektronik

Franz Wagner, Objektmanager PoS-MAIL, Kompetenzpanel: Car Entertainment, Foto, IT, Telekommunikation

Stefan Witzel, Geschäftsführer OSW-Medien, Kompetenzpanel: Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte, Power- und Garten-Tools, Wohntechnologie

Dirk Zimmermann, Inhaber der Agentur Markt & Design, als Designexperte in allen Kompetenzpanels

Jury Beiräte:

Dr. Martin Büscher, stellvertretender Leiter von Hansecontrol, Prüfbereich: Kategorie Ökologie

Herbert Herzke, stellvertretender Vorsitzender des Fachverbandes tekom, Prüfbereich: Kategorie Bedienkomfort.

Personelle Veränderungen bei Hitachi

Yutaka Okuda wird fortan als neuer Deputy Chief Executive bei Hitachi Europe tätig sein. Neuer Vertriebsleiter des Konzerns für den europäischen Markt wird Frederic Agar. Yutaka Okuda ist seit 1981 bei Hitachi beschäftigt. Er leitete zuletzt von Japan aus als General Manager Europe das Europa-Geschäft des Konzerns. Von dort aus verantwortete er den Vertrieb und das Marketing des gesamten Spektrums an digitalen Endkundenprodukten. Davor war er als Merchandising Manager für Hitachi in Kanada tätig. Yutaka Okuda wird mit sofortiger Wirkung von Maidenhead, U.K.,

aus für Hitachi Europe arbeiten. Frederic Agar, seit 1989 bei Hitachi, war zuletzt für das Marketing und den Vertrieb in Zentraleuropa verantwortlich. Er wird als Head of Sales Europe die Verantwortung für das gesamte Vertriebspersonal sowie den Vertrieb des kompletten Produktfolios der Hitachi Digital Media Group übernehmen.

Grundig baut Produktion weiter aus

Vor drei Monaten hat Grundig die eigene Produktion wieder aufgenommen, inzwischen ist die Fertigungslinie in Istanbul bereits vollkommen ausgelastet. Grundig hat nun eine zweite Linie in Betrieb genommen, die nach den selben strengen Qualitätskriterien aufgebaut ist wie die erste. „Wir freuen uns natürlich sehr darüber, dass wir schon nach so kurzer Zeit an die Kapazitätsgrenzen unserer ersten Produktionslinie gestoßen sind“, sagt Grundig Geschäftsführer Hans-Peter Haase. Derzeit werden auf den beiden Produktionsstraßen Grundig LCD-TVs mit 32 Zoll Bildschirmdiagonale und größer gefertigt. Grundig plant, das Konzept kurzfristig auch auf kleinere LCD- und auf Plasma-Geräte auszuweiten. Eine dritte Fertigungslinie ist bereits in Planung.

Flachdisplays: Markttrends

Panasonic erneut Marktführer bei Plasma-Displays

Der koreanische Marktbeobachter Displaybank hat die für Juli bis Dezember 2006 ermittelten Zahlen für den Absatz von Plasma-Displays bekanntgegeben: Matsushita Electric Industrial Co., Ltd., allgemein bekannt unter seinem Main Brand Panasonic, hat sich im Wettbewerb um die Marktführerschaft gegen LG Electronics Inc. of Korea durchgesetzt und mit einem kräftigen Umsatzzuwachs im Oktober wieder die Spitzenposition übernommen. Auch im November setzte Panasonic 150.000 mehr Plasma-Panels ab, als LG Electronics verkaufen konnte. Andere japanische Mitbewerber wie Fujitsu Hitachi Plasma Display Ltd. und Pioneer Corp. konnten bei den verkauften Stückzahlen einen moderaten Anstieg verbuchen. Laut den von Displaybank ermittelten Zahlen reduzierte sich der Marktanteil aller koreanischen Hersteller am weltweiten Plasma-Display-Markt auf 45 Prozent. Displaybank prognostiziert, dass es auch im ersten Quartal 2007 für die koreanischen Hersteller schwierig werden wird, den Spitzenplatz zurückzuerobieren. Die beobachteten Veränderungen führt Displaybank auf eine leichte Abschwächung der Nachfrage nach Flach-TVs und ein Absinken der erzielbaren Verkaufspreise zurück. Auf dem US-Markt wurden Panasonics 42-Zoll Plasma-TVs kurz vor Weihnachten zu 999,- US-Dollar angeboten. Panasonic erhöhte seine Umsätze vor allem bei 37-Zoll- und 42-Zoll-Bildschirmen, was bei den koreanischen Mitbewerbern zu Verlusten von Marktanteilen führte. Plasma-Displays mit Bild diagonalen von 50 Zoll (127 cm) und größer erzielten seit Oktober 2006 beachtliche Zuwächse. Im November wurden weltweit rund 270.000 der großen Bildschirme verkauft. Das entspricht einem Anteil von 30% am Plasma-Markt. 90 Prozent der im beobachteten Zeitraum verkauften Plasma-TVs waren HD-kompatibel. Laut Displaybank planen alle japanischen Hersteller, z. B. Panasonic, Pioneer and Fujitsu Hitachi Plasma Display, aber auch die koreanischen Hersteller, für 2007 die Markteinführung von Full HD PDP-TV-Geräten.

Samsung: 15.4", 30" und 40" LCDs mit LED-backlit

Auf der ICDL 2007 (International Conference and Exhibition on Display LEDs) zeigte Samsung erstmals sein 30-Zoll WQXGA LCD-Panel mit der Auflösung von 2.560 x 1.600 Bildpunkten, 16,7 Millionen Farben, 300 cd/m² Helligkeit, 6 ms Reaktionszeit, 180 Grad Betrachtungswinkel horizontal wie vertikal und einem Kontrastverhältnis von 900:1. Der NTSC-Farbraum wird bei diesem LCD-Panel mit Hintergrundbeleuchtung durch LEDs zu 111% abgedeckt. Das neue Panel soll in Modellen der Samsung SyncMaster Monitor-Reihe, aber auch in Monitoren von Dell, Apple, HP und anderen Anbietern verbaut werden. Vorgestellt wurde auch ein für den Einsatz in Notebooks entwickeltes 15.4-Zoll „sporting“-Display mit LED-backlit, 1.440 x 900 Bildpunkten, 5,8 mm Dicke und 3,1 W Energieverbrauch. Das neue Display stellt 262.000 Farben dar, erreicht 330 cd/m² Helligkeit und deckt 45% des NTSC-Farbraums ab.

Ein Highlight unter den aktuellen Samsung LCD-Panels ist das mit einem LED-backlit ausgestattete 40 Zoll große LE40M91 mit 500 cd/m² Helligkeit, 180 Grad Betrachtungswinkel und einer angesichts der Bildschirmgröße geringeren Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten mit dem sensationell dynamischen Kontrastverhältnis von 100.000:1. Das LCD-Panel besitzt eine LED-Hintergrundbeleuchtung mit „local dimming“ Technologie, bei der Teilbereiche der Hinter-

grundbeleuchtung zur realistischen Darstellung dunkler Bildpartien temporär abgeschaltet werden. Das Resultat ist ein gesättigtes, naturgetreues Schwarz bei den entsprechenden Szenen. Laut eigener Aussage plant Samsung noch im Laufe dieses Jahres, LCD-TV-Geräte mit dimmbaren LED-Backlights auf den Markt zu bringen. Das sogenannte „Local Dimming Scanning Backlight“ dunkelt das Bild partiell ab und lässt dadurch auch kontrastreiche Szenen mit hohen Dunkelanteilen von dem hohen dynamischen Kontrastverhältnis profitieren. Bisher lässt sich die Gesamthelligkeit nur szenenabhängig nachführen. Bei dunklen Szenen kann nur die Gesamthelligkeit verändert werden. Verkaufspreise für die neuen Modelle wurden bisher nicht genannt.

Europa-Premiere: Sharps 108-Zoll LCD-TV auf der „CeBIT-PreView“

Mit dem neuen 108-Zoll Full-HD LCD-Fernseher hat der LCD-Pionier Sharp erneut Maßstäbe für Flach-Fernsehgeräte gesetzt. Der bisher nur auf der CES in Las Vegas gezeigte LCD-Gigant mit der beeindruckenden Bildschirmdiagonale von 2,73 Metern feierte in Hamburg auf der „CeBIT-PreView 2007“, der größten Presse-Veranstaltung vor der CeBIT, seine Europa-Premiere. Das 2.386 mm x 1.344 mm große, hochauflösende LCD-Panel des 108-Zoll TV-Geräts wurde in der neuen Sharp-Fabrik Kameyama II hergestellt, der zur Zeit weltweit ersten und einzigen LCD-Panel-Fabrik der 8. Generation. Nur Kameyama II kann die für Full-HD Fernseher dieser Größe benötigten Muttergläser herstellen. „2007 erwartet Sharp eine weltweite Nachfrage nach LCD-TVs in Höhe von 64 Millionen Geräten, davon 23 Millionen allein in Europa“, erklärt Hans Kleis, CEO Sharp Electronics Europe. „Vor allem im großformatigen Segment wird sich der Fernsehermarkt der Zukunft entscheiden, dominiert durch LCD-TVs.“ Die technischen Daten des neuen Sharp 108 Zoll



LCD-TV: Bildschirmgröße: 108 Zoll, Abmessungen der Bildfläche: Breite: 2.386 mm, Höhe: 1.344 mm, Diagonale 2738 mm. Bildschirmtreibersystem: TFT Aktive Matrix Treiber. Pixelanzahl: 2,07 Millionen Pixel (4.096 x 2.160 Bildpunkte).

2006: 40-Zoll LCD- und Plasma-Displays auf Gleichstand

Wie der Marktbeobachter Displaybank mitteilt, wurden 2006 weltweit 7,8 Millionen LCD-Panels verkauft. Das sind 400.000 mehr als die 7,4 Millionen im gleichen Zeitraum verkauften Plasma Display Panels. Etwa ab August 2006 überstieg der Verkauf von 40 Zoll großen LCD-Panels die Anzahl der verkauften Plasma-Displays. Lange Zeit dominierten Plasma-Displays den Markt für großformatige Flachdisplays ab 40 Zoll. In 2004 erreichte der Absatz von 40 Zoll-LCDs die Stückzahl von 90.000. Im Jahr 2005 waren es schon 1,2 Millionen 40-Zoll LCD-Bildschirme. 2006 sechsfachte sich die Anzahl der verkauften 40-Zoll LCD-Bildschirme und wird laut Displaybank in 2007 die Anzahl von 16,4 Millionen Stück erreichen. Plasma-Displays mit 40 Zoll Bild diagonalen werden der Prognose nach in 2007 etwa 8,1 Millionen mal verkauft werden, was einer jährlichen Zuwachsrate von 10 Prozent entspricht.

Toshiba engagiert sich weiter bei SED-TVs

Nicht wegen der noch zu lösenden technischen Probleme, sondern wegen gerichtlicher Querelen und einem Rechtsstreit mit dem Technologie-Entwicklungsunternehmen Nano-Proprietary (NNPP) hatte Toshiba Anfang Januar beschlossen, aus dem Gemeinschaftsunternehmen mit Canon zur Produktion und Vermarktung von SED-TVs (Surface-conduction Electron-emitter Display) auszuscheiden. An der SED-Technologie will Toshiba laut eigenen Aussagen trotzdem festhalten. 1999 hatten Canon und NNPP ein nicht-exklusives Patentabkommen unterzeichnet. Seit 2005 macht NNPP Canon den Vorwurf, das SED-Joint-venture mit Toshiba entspreche nicht dem Status eines Tochterunternehmens von

Canon und verletze das Patentabkommen von 1999. Laut Toshiba sei man aus dem SED-Joint-venture ausgetreten, um den Weg für die 2007 geplante Aufnahme der Serienproduktion freizumachen. Während Canon die Technologie im Consumer-Bereich vermarkten will, möchte Toshiba damit professionelle, hochpreisige Nischenmärkte wie Fernsehstudios bedienen. NNPP-Chef Tom Bijou erklärte, sein Unternehmen sei trotz aller Vorwürfe weiterhin dazu bereit, mit Canon ein neues Lizenzabkommen abzuschließen.

Panasonic profitiert von Plasma-Displays

Obwohl Matsushita, die Konzernmutter hinter Panasonic, ebenfalls über fallende LCD-Panel-Preise und offensive Verkaufspreise von LCD-Anbietern besorgt sein dürfte, gab der weltgrößte Hersteller von Consumer Electronics Anfang Februar mit berechtigter Genugtuung sein bestes Quartalsergebnis in mehr als 10 Jahren geradliniger Aufwärtsentwicklung bekannt. Die überdurchschnittlich guten Gewinne wurden nach Angaben von Firmensprechern durch hervorragende Umsätze mit Flachbild-TV-Geräten und Digitalkameras erwirtschaftet und bestätigten Panasonics bei Mitbewerbern umstrittene Strategie, im Marktsegment der Flachbild-TVs überwiegend auf Plasma-Display-Technologie zu setzen. Panasonic hat bei Plasma-Displays einen Weltmarktanteil von 30 Prozent. In einer Phase weltweit fallender Verkaufspreise für Flach-TV-Geräte und andere Consumer-Electronics-Produkte verkündet Panasonic einen Gewinn-Anstieg um 5% auf 1.12 Milliarden US Dollar bei 2%



Toshiba: Neue LCD-TVs mit Pixel Processing III Pro + „Active Backlight Control“

Mit den Modellreihen C3000P, C3001P und C3000D präsentiert Toshiba auf der CeBIT drei neue LCD-TV-Serien, die sich durch hervorragende Ausstattung und faire Preispositionierung vorteilhaft vom allgemeinen Marktangebot abheben. Der Anwender kann sich zwischen Bildgrößen von 82 cm, 94 cm und 107 cm Bild diagonalen entscheiden. Die Wahlmöglichkeit zwischen zusätzlich integriertem DVB-T-Tuner und farblicher Gestaltung in Titan/Silber- oder Schwarz/Silber-Lackierung macht es potentiellen Käufern leicht, das ihren Anforderungen optimal entsprechende Gerät zu finden. Alle Modelle sind mit der von Toshiba nochmals weiterentwickelten Bildverbesserungstechnologie Pixel Processing III Pro ausgestattet und zeichnen sich durch überragende Bildqualität aus. Pixel Processing III Pro umfasst neben den diversen Bildverbesserungssystemen von Pixel Processing III+ erstmals auch „Active Backlight Control“, eine Technologie, die bisher oberen Preisklassen vorbehalten war. Das Resultat sind hohe Bildschärfe, beste Farb- und Helligkeitstrennung und lebhaftere Farben. Mit der neuen technischen Konzeption werden hoch gesättigte Schwarzwerte und ein Kontrastverhältnis von bis zu 5.000:1 erzielt, wodurch die Darstellung dunkler Bildpartien gravierend verbessert wird. Der Betrachtungswinkel der neuen Toshiba LCD-Fernseher erreicht vertikal wie horizontal 178 Grad. Zwei HDMI-Eingänge mit voller Kompatibilität zu Full HD 1.080p Videosignalen bieten höchste Zukunftssicherheit. Von einem HD DVD-Player überspielte hochauflösende Vollbildsignale werden ohne qualitäts-

mindernde Umrechnung direkt als Vollbild verarbeitet und auf dem Bildschirm dargestellt. Der für die Vollbildwandlung eingesetzte DCi Faroudja-Chip sorgt für optimale Bewegungsabläufe. Bei den neuen LCD-TV-Serien bietet Toshiba erstmals einen 1.080p-Eingang. Dem hohen Standard der Bildqualität entspricht auch die Audio-Ausstattung. Bei den neuen Modellen setzt Toshiba erstmals im preisgünstigen Segment die vom HiFi-Spezialisten Onkyo entwickelten Slim-Speaker ein, mit denen sich trotz geringer Gehäuseabmessungen voluminöser, satter Sound abstrahlen lässt. Die Modellreihen C3000P/C3001P sind mit 82 cm, 94 cm oder 107 cm Bildschirm diagonalen lieferbar, verfügen über die Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten und tragen das HD ready Logo. „C3000“ steht für das Gehäuse-Design Schwarz/Silber und „C3001“ für Titan/Silber. Die C3000D/C3001D-Modelle besitzen die gleichen technischen Daten, sind aber zusätzlich mit einem integrierten DVB-T-Tuner und einem Subwoofer-Ausgang ausgestattet, an den sich der von Toshiba entwickelte optionale Subwoofer anschließen lässt. Das Modell 32C3000P (82 cm) ist ab Februar und das Modell 32C3001P (82 cm) ab März jeweils zum UVP von 999,- Euro lieferbar. Die 94-cm-Modelle 37C3000P (ab März) und 37C3001P (ab April) werden zum UVP von 1.299 Euro angeboten. Die 107 cm-Modelle 42C3000P und 42C3001P sind ab März zum UVP von 1.599 Euro zu haben.

Umsatzzuwachs auf 20 Milliarden US Dollar. Die guten Geschäftsergebnisse werden das Unternehmen mit Sicherheit nicht zum Ausruhen verleiten: Nur eine Woche vorher musste die koreanische LG Electronics, der weltweit zweitgrößte Plasma-Display-Hersteller, einen niederschmetternden operativen Verlust von 1.58 Millionen US Dollar für das vierte Quartal 2006 hinnehmen. Als Folge wird LG entgegen früheren Plänen seine aktuelle monatliche Plasma-Panel-Kapazität von 550.000 Panels nicht weiter erhöhen. Verluste im vierten Quartal musste auch Samsung SDI eingestehen, ein ebenfalls bei Plasma-Displays engagiertes Tochterunternehmen von Samsung Electronics.

Hitachi: Entscheidung über Plasma-Display-Fabrik verschoben

Der japanische Electronic-Hersteller Hitachi teilte mit, er habe die Entscheidung für die Errichtung der neuen Fabrik für Plasma-Displays angesichts fallender Preise und einer Abschwächung der Nachfrage für Plasma-TV-Geräte vorerst aufgeschoben. Hitachi wollte mit dem Bau einer Plasma-Fertigungslinie den Abstand zum Marktführer Panasonic verkürzen und versuchen, zu diesem aufzuschließen. Zur Zeit ist Hitachi die Nummer fünf unter den weltweit größten Plasma-Display-Herstellern. Mit der Inbetriebnahme der geplanten neuen Fertigungslinie könnte Hitachi seine derzeitige Kapazität auf jährlich 4 Millionen Plasma-Panels verdoppeln, erklärte Hitachis Firmensprecher Masayuki Takeuchi. Das würde eine spürbare Erhöhung des weltweiten Angebots zur Folge haben. Statt die Entscheidung über den Neubau wie angekündigt im März dieses Jahres zu treffen, werde man sich nun bis zum Jahresende Zeit für diese Entscheidung lassen, sagte der Hitachi-Sprecher.

LG: Fünf Full HD 1080p „Time Machines“ in Plasma und LCD

Der koreanische Hersteller LG Electronics hat in seinem Mutterland die Markteinführung von fünf Full HD 1080 Flach-TV-Geräten mit integriertem Dual-HD-Empfangstuner und eingebautem Festplatten-PVR bekanntgegeben: Alle Modelle des neuen LG „Time Machine“ Line-up ermöglichen es dem Anwender zur gleichen Zeit ein beliebiges TV-Programm aufzuzeichnen und sich währenddessen ein anderes TV-Programm oder auch zeitversetzt die gerade aufgezeichnete



Sendung anzuschauen. Die Geräte mit LG's Wide Color Gamut und 120 Hz TrueMotion Drive bei den LCDs werden in verschiedenen Bildgrößen sowohl als PDP- wie auch als LCD-TV auf den Markt kommen und verfügen über 3-HDMI-Eingänge und einen analogen Komponenten-Eingang.

Ein zusätzlicher USB 2.0 Port erweitert die Anschlussmöglichkeiten von Peripherie-Geräten. Die erhältlichen Bildgrößen liegen bei 60, 50, 42 und 37 Zoll.

Die Festplattenkapazität beträgt je nach Modell 160 oder 250 GB. Verkaufspreise wurden noch nicht genannt. evo

Full HD-Traumfabrik

Hochauflösendes Home Cinema mit dem JVC DLA-HD1

1.920 x 1.080 Pixel. Das optische System bildet ein 2-fach optisches Zoom-Objektiv mit manueller Zoom-/Fokuseinstellung in den Brennweiten $f = 21,3 - 42,6$ mm und der Blende $F = 3,2 - 4,3$. Die Projektionsgröße (Bilddiago-

Mit dem HD-ILA Projektor DLA-HD1 bringt JVC ein wegweisendes Next-Generation-Modell auf den Markt und eröffnet die Ära der voll hochauflösenden Heimkino-Projektoren. Bei dem neuen, in jeder Hinsicht einzigartigen High End-Modell kommt die bisher vorwiegend im professionellen Bereich genutzte D-ILA Projektionstechnik von JVC zum Einsatz. Full HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, ein extrem hohes Kontrastverhältnis von 15.000:1, natürliche Farben und die Vermeidung sichtbarer Gitterstrukturen lassen auf der Projektionsfläche makellose Bilder in Kinoqualität entstehen.

Starkes Team: drei 0,7“ HD-ILA Chips

Für die überragende Bildqualität sind drei 0,7 Zoll 16:9 Full HD D-ILA Chips mit nativer Auflösung von 2,1 Megapixeln (1.920x1.080) verantwortlich. Durch den Einsatz von Bildwandlern mit neuesten Technologien und nochmals verbesserten Flüssigkristallen, der Reduzierung der Abstände zwischen den Pixelzellen und optimierte Ausrichtungsmethoden der Pixelzellen entsteht wesentlich weniger Streulicht. Das steigert das Kontrastverhältnis der Chips bis auf 20.000:1. Die neu entwickelte Gitter-Polarisations-Technologie der optischen Einheit verhindert das Eindringen von Streulicht in die Linsen des Objektivs und ermöglicht die Darstellung von nahezu vollständig gesättigtem Schwarz. Das ohne Blendenmechanismus erzeugte Kontrastverhältnis von 15.000:1 wird ohne Helligkeitsverzicht realisiert. Der DLA-HD1 macht selbst feinste Nuancen der Schwarz-Weiß-Abstufung deutlich sichtbar. Verbunden mit dem überragenden Kontrastverhältnis und der hochpräzisen Kalibrierungstechnologie für optimalen Bildabgleich wird selbst bei extrem dunklen Filmszenen mit Helligkeitswerten unter 10 Prozent noch eine realistische Bildwiedergabe erreicht. Auch

Mit Full HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, einem Kontrastverhältnis von 15.000:1, natürlichen Farben und ohne sichtbare Gitterstruktur setzt sich der DLA-HD1 von JVC an die Spitze des Heimkino-Projektor-Angebots.

bei projektionstechnisch extrem schwierigen Bildmotiven kann der DLA-HD1 Schwarzöne naturgetreu und differenziert darstellen. Das ermöglicht sogar bei Filmszenen in dunklen Räumen die Darstellung deutlich erkennbarer Konturen.

Hochwertiges Fujinon-Objektiv

Das ausschließlich aus Glaslinsen bestehende Fujinon-Projektions-Objektiv hat einen großen Durchmesser und reduziert Farbverfälschungen auf ein Minimum. Die Einheit projiziert hochauflösende Bildinhalte in jedem Bildbereich mit optimaler Schärfe.

Variable Projektor-Positionen durch Trapezkorrektur

Der DLA-HD1 kann wahlweise unter der Decke montiert, auf einem Tisch positioniert oder auf den Boden gestellt werden. Die leistungsfähige Trapezkorrektur kompensiert zuverlässig bis vertikal $\pm 80\%$ die bei unterschiedlichen Projektionswinkeln entstehenden Verzerrungen. Auch horizontale Abweichungen von der idealen Projektionsachse bis $\pm 34\%$ werden durch Lens Shift Korrektur korrigiert. Es ist allerdings nicht möglich, gleichzeitig



Die bisher fast ausschließlich im professionellen Bereich genutzte D-ILA Technologie von JVC zaubert makellose Bilder in Kinoqualität auf die Projektionsfläche.



Videoeingänge auf der Rückseite: 2 x HDMI, 1 x Komponenten (YPbPr), auch als RGB-Eingang nutzbar (3 x Cinch), 1 x S-Video (Hosiden), 1 x FBAS (Cinch), Steuersignale: RS-232 (9-polig D-Sub).

vertikal wie horizontal die maximal möglichen Positionsabweichungen zu kompensieren. Die Belüftung des Geräte-Innenen erfolgt ausschließlich über zwei Öffnungen auf der Frontseite des Gerätes rechts und links vom Objektiv.

Durch diese konstruktive Finesse ist bei allen denkbaren Aufstellungspositionen immer die optimale Belüftung garantiert, selbst bei Aufstellung unmittelbar an einer Wand oder Anbringung an der Zimmerdecke des Heimkino-Raumes.

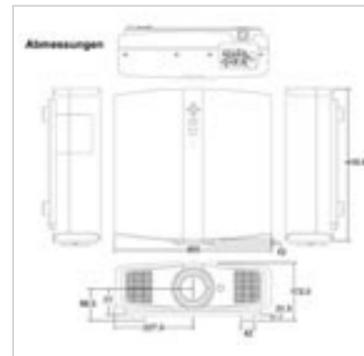
Großbildprojektion in kleinen Räumen

Die Auslegung des Objektivs als 2-fach Zoom-Objektiv mit manueller Einstellung von Zoom und

gonalen liegen im Bereich zwischen 1,52 bis 5,08 Meter.

Lichtquelle leicht auszuwechseln

Die Projektionslampe, eine 200 Watt starke Hochdruck-Quecksilberlampe mit einem Lichtstrom (Helligkeit) von 700 Lumen, lässt sich vom Anwender selbst auswechseln. Die Lampenhalterung



nale) kann zwischen 1,5 bis 5,1 Meter betragen. Der Lens Shift Einstellbereich umfasst $\pm 80\%$ vertikal oder $\pm 34\%$ horizontal. Die Projektionslampe ist eine 200 Watt starke Hochdruck-Queck-



Die Projektionslampe kann problemlos vom Anwender gewechselt werden.

silberlampe mit 700 Lumen. Das Kontrastverhältnis erreicht 15.000:1. Als Videoeingänge stehen auf der Rückseite zur Verfügung: 2 x HDMI, 1 x Komponenten (YPbPr), auch als RGB-Eingang nutzbar (3 x Cinch), 1 x S-Video (Hosiden), 1 x FBAS (Cinch). Als Anschluss für Steuersignale steht ein RS-232 (9-polig D-Sub) bereit. Unterstützt werden folgende Videoauflösungen und Standards: 480i/p, 576i/p, 720p (50/60 Hz), 1080i (50/60 Hz), 1080p (50/60/24 Hz), NTSC/NTSC4.43/PAL/PAL-M/PAL-N/SECAM. Das Betriebsgeräusch beträgt nur 25 dB (im Normal-Modus), die Leistungsaufnahme 280 Watt (2,7 Watt im Standby-Modus). Die Abmessungen betragen (B x H x T) 455 x 172 x 418 mm (nur Gehäuse), das Gewicht 11,6 kg. Mitgeliefertes Zubehör: 1 x Netzkabel, 1 x Fernbedienung mit Leuchtfunktion, Batterien (Typ: AAA) und Objektivdeckel. Der DLA-HD1 ist zum UVP von 6.499,- Euro lieferbar. *evo*

Projektions-Entfernungs-Tabelle

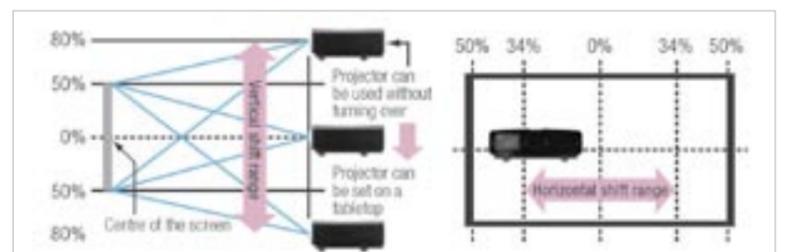
Bild-Diagonale Zoll	Bild-Größe 16:9		Projektions-Entfernung	
	W (mm)	H (mm)	Wals (m)	Hals (m)
60	1.329	747	1,70	3,63
70	1.549	872	2,00	4,24
80	1.771	996	2,40	4,85
90	1.992	1.121	2,71	5,47
100	2.214	1.245	3,01	6,08
110	2.435	1.370	3,32	6,70
120	2.656	1.494	3,63	7,31
130	2.878	1.619	3,93	7,93
140	3.099	1.743	4,24	8,54
150	3.320	1.868	4,55	9,16
160	3.542	1.992	4,86	9,77
170	3.763	2.117	5,16	10,38
180	3.984	2.241	5,47	11,00
190	4.206	2.366	5,78	11,61
200	4.427	2.490	6,08	12,23

Fokus ermöglicht auch in kleinen Räumen bei geringer Entfernung des Projektors zur Projektionsfläche eindrucksvolle Großprojektionen. Die einstellbaren Bilddia-

ist so konstruiert, dass die Lampe von der Frontseite ausgewechselt wird und der Projektor auch bei der Aufstellung an einer Wand oder Anbringung an der Decke nicht abmontiert werden muss.

Technische Daten

Der Bildwandler des DLA-HD1 besteht aus einem 3-Chip D-ILA System mit Full HD-Auflösung und der Chipgröße 3 x 1,8 cm (0,7 Zoll) im Seitenformat 16:9. Die native Auflösung beträgt



Die vertikale und horizontale Lens-Shift-Funktion ermöglicht fast jede Aufstellungsposition.

preCeBIT 2007

Neues Konzept für die CeBIT

Die Wochen vor der CeBIT waren für die ausstellenden Unternehmen auch diesmal mit geschäftigen Vorbereitungen und zahlreichen preCeBIT-Veranstaltungen für Medien und Presse ausgefüllt. Doch im Gegensatz zu den Messen der Vorjahre lassen sich dominierende Leit-Themen im IT-Bereich kaum ausmachen. Neue und aufregende Neuheiten gibt es unter den Exponaten genug. Doch es ist einfach so, dass sich der Fortschritt zur Zeit in allen Fachbereichen in voller Breite vollzieht und die fernöstliche Weisheit „Alles fließt“ einer aktuellen Zustandsbeschreibung gleichkommt, die auch das neue Betriebssystem Vista von Microsoft mit einschließt.

Neues Konzept für die CeBIT

Die CeBIT 2007 beginnt am 15. März und endet am 21. März 2007. Wie üblich wird der erste Messetag ein Donnerstag und der letzte Messetag ein Mittwoch sein. Ab 2008 soll die CeBIT jedoch an einem Dienstag beginnen und um einen Tag verkürzt an dem darauffolgenden Sonntag enden. Dadurch und mit Hilfe einer Reihe weiterer Veränderungen soll der Business-Charakter der CeBIT wieder stärker betont und eine Neuausrichtung eingeleitet werden. Das von der Messeleitung genannte Ziel ist: weniger Messe, mehr Kongress und statt Computermesse zunehmend ein Business-Event für die digitale Wirtschaft. Der neue Leitpruch der CeBIT lautet deshalb schon ab 2007 zum Eingewöhnen und ab 2008 mit Nachdruck: „The leading business event for the digital world“.

NEC: Qualität und Innovation

Umfangreiches Technologie-Know-how will NEC auf der CeBIT 2007 präsentieren: Für jede Anforderung die perfekte Lösung – „That's why NEC innovates“ – lautet das NEC Motto zur diesjährigen CeBIT. NEC zeigt vor allem Zukunftsdesigns aus dem Bereich Forschung & Entwicklung. Highlight wird in diesem Jahr ein 3D-Display sein, vor dem sich CeBIT-Besucher selbst davon überzeugen können, dass das dreidimensionale Abbild des Partner-Type Personal Roboters „PaPeRo“ fast genauso real aussieht wie das danebenstehende Original. Kaum größer als ein Füller, aber extrem vielseitig ist das P-ISM Pen-Style Personal Networking Gadget Package, das man als Mobiltelefon und Projektor benutzen kann. Es hat einen Camera Scanner und ermöglicht den Zugang zum Internet. Einer der Schwerpunkte beim diesjährigen NEC

Auftritt ist der Bereich Display Solutions. Dazu zählen Plasma- und LCD-Displays, Projektoren für Business-Anwendungen, Spiele und Heimkino. Auf der CeBIT zeigt NEC Displays mit Bildschirmdiagonalen von 40 bis 65 Zoll. Ein besonderes Highlight ist das mit 65 Zoll zur Zeit größte LCD Public Display NEC MultiSync LCD6520 mit Full HD-Auflösung (1.080p). Das Produktportfolio des Marktführers bei Projektoren deckt nahezu jede Anforderung ab, vom portablen Minibeamer bis zum NC800C, dem kleinsten und leichtesten digitalen Kino-DLPTM Projektor der Welt. Im Vergleich dazu winzig ist der Prototyp eines erstmals auf der CeBIT gezeigten LCD-LED-Projektors. Er ist etwa doppelt so groß wie eine Packung Zigaretten und zaubert auf einem NEC Handy gespeicherte Schnappschüsse als Bilder an die nächste Wand.

Sony VGN-AR31S: Highend 17" Vaio Notebook mit Blu-ray Disc

Das elegante, hochwertige Magnesium-Gehäuse mit schwarzer Klavierlack-Optik umschließt ein 17" Display mit X-black LCD-Technologie der 2. Generation mit Full HD Auflösung, 1.920 x 1.200 Bildpunkten und beeindruckender High Definition, Darstellung sowie ein integriertes Blu-ray Disc-Laufwerk zur Aufzeichnung und Wiedergabe von Videoinhalten in brillanter High Definition-Qualität. Zusammen mit



Sony Vaio VGN-AR31S: Highend 17" Vaio Notebook mit Blu-ray Disc und Hybrid-TV-Tuner.

dem integrierten Hybrid TV-Tuner für DVB-T- und Analog-TV sind das die Komponenten, die das Vaio VGN-AR31S neben seinen Office- und Business-Funktionen zur leistungsstarken Entertainment-Maschine machen. Die Hardware-Konfiguration enthält alle bei einem Notebook sinnvollen Komponenten in höchster Qualität: Highend Grafiklösung NVIDIA GeForce Go 7600 GT mit 256 MB RAM, Intel Centrino Duo Mobiltechnologie mit Intel Core 2 Duo Prozessor T7200 2 GHz für höchste Performance, 2 GB DDR2-SDRAM, sämtliche Schnittstellen von USB 2.0 über Bluetooth, WLAN bis i.LINK, VGA, AV-in, Kopfhörer, SPDIF, Mikrofon, S-Video-in, S-Video-Out und HDMI. Als Betriebssystem und Software installiert sind, um nur die wichtigsten zu nennen: Microsoft Windows Vista Home, Premium Office, Adobe Acrobat Standard 8.0, Adobe Reader 8.0, Microsoft Works 8.5, Norton Internet Security 2007, Skype 2.5, Easy Media Creator 9, Click to DVD 2.6, BD DiscRecorder für Vaio und Adobe Photoshop Elements 5.0. Das 3,8 kg wiegende Vaio VGN-AR31S, das so gut wie keine Wünsche an einen Computer mehr offenlässt, ist zum UVP von 2999,- € zu haben.

Samsung SCX-6345N: erster echter Highspeed-Kopierer

Das Multifunktionsgerät SCX-6345N verfügt über ein Druckwerk der



Das Samsung Multifunktionsgerät SCX-6345N mit Drucker, Scanner, Kopierer und Laserfax verfügt über ein Druckwerk der 1.200-dpi-Klasse.

1.200-dpi-Klasse mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 43 DIN-A4-Seiten pro Minute. Die integrierte Duplex-Einheit arbeitet mit nahezu gleichbleibender Ausgabegeschwindigkeit. Infolge der niedrigen Aufwärmzeit aus dem Stand-by-Modus liegt das erste Blatt bereits nach zirka acht Sekunden im Ausgabe-fach. Als Kopierer schafft der SCX-6345N bei 600 x 600 dpi Auflösung bis zu 43 A4-Kopien pro Minute. Der



see more.

NEC MultiSync LCD2690WUXi: 26-Zoll 16:9 Wide-format-Monitor

Farbscanner arbeitet mit einer physikalischen Auflösung von 600 x 600 dpi und interpoliert bis auf maximal 4.800 x 4.800 dpi. Die Farbtiefe beträgt 36 Bit intern und 24 Bit extern. Scans können mit der Funktion „Scan-to-Mail“ nach Adress-eingabe direkt über das Bedienfeld als E-Mail verschickt werden. Mit der Fax-Option wird eine DIN A4-Seite in zirka 1,5 Sekunden eingelesen und mit dem 33,6-kbps-Modem in ungefähr drei Sekunden verschickt. 16 MByte Fax-Speicher bieten Platz für 1.200 A4-Seiten. Für die Wahl häufig benötigter Faxnummern und Rundsendungen stehen 200 Kurzwahlnummern und 100 Gruppen zur Verfügung.

Highlights und Neuheiten von Fujitsu Siemens Computers

Als Marktführer auf dem deutschen Computer-Markt zeigt Fujitsu Siemens Computers eine Fülle eigener neuer Produkte sowie Produkte von Partnern, die auf dem CeBIT-Stand von Fujitsu Siemens Computers vertreten sind. Stellvertretend für das Gesamtangebot erwähnt seien hier zwei Innovationen: Als Messe-neuheit zeigt Fujitsu Siemens Computers sein erstes Lifebook mit eingebauter Kamera und integriertem UMTS für Videotelefonie. Die UMTS-Antenne ist in den Deckel integriert, damit sich mobile Verbindungen mit hohen Datenübertragungsraten aufbauen lassen. Das ultraleichte Notebook erleichtert mobiles Arbeiten, das neben dem Bearbeiten von E-Mails und dem Zugriff auf Unternehmensanwendungen immer häufiger aus der Teilnahme an Video-Konferenzen besteht. In einen modularen Schacht lassen sich wahlweise ein DVD-Brenner oder eine zweite Batterie einlegen. Details zu dem neuen Lifebook will Fujitsu Siemens Computers eine Woche vor Beginn der CeBIT bekanntgeben. Mit einem Gewicht von nur 110 g ist der Pocket LOOX N100 laut Fujitsu Siemens das kleinste und leichteste Navigationssystem am Markt. Er arbeitet mit der neuen Navigon Software MobileNavigator 6. Die neun Karten decken 37 europäische Länder ab. Ein TMC-Modul ist optional

lieferbar. Beim Kauf eines Pocket LOOX N100 erhält der Kunde die Adress-Software POI Finder SE gratis. Der Pocket LOOX N100 ist zum UVP von 299,- € erhältlich.



Mit einem Gewicht von nur 110 g ist der Fujitsu Siemens Pocket LOOX N100 das kleinste und leichteste Navigationssystem. Er arbeitet mit Navigon Software MobileNavigator 6. Neun Karten decken 37 europäische Länder ab. Ein TCM-Modul ist optional erhältlich.

Fünf neue mobile DVD-Player von Toshiba

Neben zahlreichen neuen Flach-TV-Geräten stellt Toshiba auf der CeBIT fünf neue mobile DVD-Player vor, die in Ausstattung, Bedienung und Bildqualität Maßstäbe für diesen Produktbereich setzen. Die in edlem Design gehaltenen Player bieten auf Reisen komfortable Unterhaltung und lassen sich zu Hause an ein beliebiges Fernsehgerät anschließen. Die Bilddiagonalen der Player-Displays reichen von 18 cm (SD-P70DT) über 23 cm (SD-P90DT, SD-P1900) bis zum Top-Modell SD-P100DT mit 26 cm. Drei der DVD-Portables besitzen einen integrierten Empfänger für DVB-T. Das hochauflösende IPS-Display des SD-P100DT sorgt für kontrastreiche und natürliche Bilder und weite Betrachtungswinkel. Maximale Mobilität garantieren hochwertige Lithium-Ionen-Akkus mit einer Laufzeit von bis zu fünf Stunden. Die DVB-T-Modelle SD-P100DT, SD-P90DT und SD-P70DT liefert Toshiba zusammen mit einer kleinen Fernsehantenne aus.



Auf der CeBIT stellt Toshiba fünf neue mobile DVD-Player mit Displays in den Bilddiagonalen von 18, 23 und 26 cm vor. Die Player mit edlem Design bieten auf Reisen komfortable Unterhaltung und lassen sich zu Hause an ein beliebiges Fernsehgerät anschließen.

POS-Aktuell

Olaf May ist neuer Geschäftsbereichsleiter Motorola Mobile Devices

Olaf May hat mit sofortiger Wirkung die Leitung des Geschäftsbereichs Mobile Devices bei der Motorola GmbH übernommen. Die Aufgaben des Diplom-Betriebswirtes umfassen den weiteren Geschäftsaufbau und die Pflege der Kundenbeziehungen in Deutschland. May arbeitet seit 1999 in unterschiedlichen Positionen für Motorola. Zuletzt war er auf europäischer Ebene für die Länderkoordination im Geschäftsbereich Mobile Devices zuständig. „Mein Ziel ist es, den Marktanteil in Deutschland weiter zu festigen und die Position im Markt weiter auszubauen sowie das Geschäft weiterhin profitabel zu führen“, definiert May die Ziele für seine Rolle als Geschäftsbereichsleiter Mobile Devices.

Marc Kettenmann ist neuer Produktmanager bei Herweck

Der gebürtige Trierer Marc Kettenmann ist seit kurzem im Produktmanagement für Herweck tätig. Der gelernte Kaufmann betreut als zusätzlicher Produktmanager den Verkauf von Posten im Bereich Mobiltelefone und mobile Navigation. Vor gut zehn Jahren war Kettenmann der jüngste Abteilungsleiter bei Mediamarkt. Nach späteren Stationen bei BMW und Mercedes in Hamburg und Luxemburg konnte Herweck den technikbegeisterten 34-jährigen jetzt für sich gewinnen. Das schnelle Handy-Geschäft und die Möglichkeit das Sortiment aktiv mitzugestalten sind nur zwei Argumente, warum Kettenmann sich für Herweck entschieden und andere Lager abgebrochen hat.

Dangaard und Nokia starten „Desert Fun“ – Aktion für Handelspartner

Ab sofort haben Händler der Dangaard Telecom die Chance, die Faszination des Orients auf eine ganz besondere Art kennenzulernen. Denn Dangaard Telecom und Nokia begleiten zehn Handelspartner auf eine traumhafte, abenteuerliche Reise in den Oman. In den Genuss der Erlebnisreise können alle Händler gelangen, die sich an der „Desert Fun“-Aktion von Nokia und Dangaard beteiligen. Im Fokus dieser Abverkaufsaktion stehen ausgewählte Nokia Produkte wie das Nokia 7373 und Nokia 7390 in Pink sowie das Nokia 7360

in Pink oder Warm Amber. Jeder Händler, der im Aktionszeitraum eines dieser Produkte über Dangaard Telecom bezieht, nimmt automatisch an der Aktion teil. Einer gesonderten Anmeldung bedarf es zur Teilnahme nicht. Die verkaufstärksten Händler werden doppelt belohnt: Neben gesteigerten Umsätzen dürfen sich die Sieger der „Desert Fun“-Aktion auf jede Menge Spaß freuen. Höhepunkte der Reise bilden eine Wüstenübernachtung in einem Beduincamp, Delphine Watching vom Speedboot und eine Jeep-Safari. Die Aktion läuft bis zum 31. März. Nähere Informationen erhalten interessierte Partner der Dangaard Telecom unter www.dangaard.de oder über die Dangaard Hotline unter 0651/8245-333.

Epsilon Telecom startet Vertriebspartnerschaft mit „more...“

Der Hofer Business-Distributor Epsilon Telecom hat eine neue Vertriebskooperation mit dem Troisdorfer Mobilfunkzubehör-Großhändler „more...“ gestartet. Ab sofort haben Epsilon-Partner die Möglichkeit, von ihrem Distributor eine reiche Auswahl an Mobilfunkzubehör zu beziehen. Gemeinsam haben Epsilon Telecom und die „more... Mobilfunkzubehör GmbH“ ein Internet-Portal gestartet, über das Vertriebspartner einfach Mobilfunk-Zubehör zu Top-Konditionen bestellen können. Das Portal ist in die Homepage der Epsilon Telecom GmbH integriert. „Neben vielen anderen neuen Produkten, die wir 2007 starten werden, war uns der Bereich Mobilfunkzubehör einer der wichtigsten“, so Epsilon-Geschäftsführer Wolfgang Hüttner. Neben Originalzubehör für alle Mobilfunk-Hersteller wird Epsilon ebenso die sogenannten „Fun-Fashion“-Produkte auf seiner Online-Plattform für Händler anbieten. Ein besonderer Service dabei: Bestelleingänge können manuell oder auch in digitaler Form bis 17:30 Uhr noch am selben Tage versendet werden. Die neue Kooperation im Bereich Mobilfunkzubehör steht in einer Linie mit einer generellen Ausweitung der Vertriebsoptionen über Epsilon Telecom: Erst vor einigen Wochen hatte das Unternehmen seine Zusammenarbeit mit „HiProCall“ aus Unterföhring bekanntgegeben, mit dem Epsilon zukünftig professionelle Mailbox-Ansagen vermarkten wird.

ENO und Aiptek schließen Vertriebspartnerschaft

Der Tk-Distributor ENO und der Digital-kamerahersteller Aiptek haben eine Vertriebspartnerschaft geschlossen. Das Produktportfolio im Bereich Multimedia hat der Nordhorner Distributor durch die Aufnahme der Aiptek-Produkte deutlich

O₂ präsentiert integriertes Kommunikationsportfolio für Geschäftskunden

Rund sechs Monate nach dem offiziellen Start der Geschäftskundeneinheit von O₂ mit einem integrierten Kommunikationsangebot, präsentiert diese auf der CeBIT verschiedenste Mobilfunk- und Festnetzlösungen mit den Schwerpunkten auf Internetzugang, Standortvernetzung, Hosting, Voice- und Datendienste. Als eines der CeBIT-Highlights kündigte der Münchner Netzbetreiber eine integrierte, mobile Zugriffsmöglichkeit an, mit der Geschäftskunden einfach und bequem von unterwegs auf das Firmennetz zugreifen können. Mit dem neuen Angebot präsentiert die Geschäftskundeneinheit von O₂ ihre erste konvergente Lösung zwischen Mobilfunk und Festnetz. Voraussetzung ist die Standortvernetzung mittels eines O₂ VPN. Die Lösung ermöglicht dem Nutzer von unterwegs den Zugang via UMTS oder GPRS auf das O₂ VPN. Mit der entsprechenden Zugangssoftware von O₂ VPN Flex SSL und der O₂ Laptop Card kann sich der mobile Mitarbeiter somit von unterwegs – national oder auch international – einfach, bequem und vor allem sicher in das O₂ VPN einwählen. Die Sicherheit gewährleistet dabei die SSL-Technologie, die beispielsweise auch beim Online-Banking eingesetzt wird. Zudem übernimmt O₂ die Einrichtung aller notwendigen Parameter der SSL-Einwahlösung sowie das Management bis hin zu einem 24-Stunden Service. Geplanter Starttermin der integrierten Lösung ist die CeBIT. Im zweiten Quartal wird die Geschäftskundeneinheit von O₂

ihre Zugangsvarianten im Bereich Standortvernetzung um Anbindungsmöglichkeiten auf Basis von ADSL2+ und SHDSL erweitern. Unternehmen haben dann die Wahl zwischen mehreren Bandbreitenvarianten und können so ihre Standorte entsprechend ihren Anforderungen kosteneffizienter anbinden. O₂ bietet seinen Kunden außerdem optimale Investitionssicherheit, denn sie können beispielsweise jederzeit IP Telefonie-Lösungen integrieren, da ADSL2+ und SHDSL IP Telefonie in businessgerechter Qualität ermöglicht. Des Weiteren können mit SHDSL kostenintensive Anbindungen per Standleitung abgelöst werden. Neben den Neuankündigungen können sich Geschäftskunden auf dem Messestand von O₂ auch über aktuelle Mobilfunk- und Festnetzprodukte rund um das Telefonieren oder den Datenverkehr informieren. Egal ob für das Büro oder für unterwegs. So zeigt O₂ seine verschiedenen BlackBerry-, XDA- und O₂ Laptop Card-Lösungen für das optimale mobile Arbeiten. Mit dem O₂ Business Flat-Tarif können Telefonate ins deutsche Festnetz sowie ins Mobilfunknetz von O₂ Germany kostengünstig und ohne Mehrkosten geführt werden. Einen leistungsstarken Internetzugang bei voller Kostenkontrolle erhalten kleinere und mittelständische Unternehmen mit O₂ Business DSL. Zur Auswahl stehen vier Pakete sowie ein Bundle-Angebot aus Mobilfunk und Festnetz.

erweitert. ENO folgt so dem deutlichen Trend zu Multifunktionsprodukten gerade in diesem Bereich und bietet seinen Händlern die verschiedensten Varianten von Digitalkameras. Sowohl Pen- und Pocket-Cams als auch insbesondere die große Auswahl der DV-Serie von Aiptek führten zur Neuaufnahme des Herstellers. Die digitalen Camcorder zeichnen sich besonders durch die handliche Form, die einfache Bedienbarkeit sowie eine hohe Speicherkapazität aus. Sowohl als Digitalkamera zum Fotografieren als auch als Webcam können die Modelle eingesetzt werden. „Wir sind überzeugt, dass wir mit der Erweiterung unseres Produktportfolios um die Geräte von Aiptek unseren Kunden sehr interessante Produkte mit attraktiven Margen bieten“, so Brigitte Berning, Produktmanager Multimedia bei ENO.

Degen hat das Pluy & Play-Navi Nokia 330 ins Sortiment genommen

Intuitive länderübergreifende Navigation in Europa mit gut verständlichen Sprach- und visuellen Richtungsanweisungen auf dem breiten Farb-Touchscreen mit 8,9 cm Displaydiagonale – das ist die Kurzbeschreibung des neuen Nokia 330 Navigationssystems. Seit Dezember 2006 ist dieses bei der Degen GmbH communication in Heilbronn verfügbar. Das Plug & Play-System von Nokia erweitert das Angebot der GPS- und Navigationslösungen bei Degen ebenso wie das Zubehör im Multimediabereich. Neben der Naviga-

tionsfunktion sorgen Funktionen wie Musik-Player, Foto-Betrachter und Video-Player dafür, dass auch die Unterhaltung unterwegs nicht zu kurz kommt. Der integrierte GPS-Empfänger im Nokia 330 gewährleistet jederzeit einen optimalen Satellitenempfang, die Navigation erfolgt über die im Lieferumfang enthaltene Anwendung Route 66 Navigate 7 und Kartendaten von Navteq. Zudem im Lieferumfang enthalten sind der Nokia Schwanenhals mit Saugfuß HH-14, der Nokia Gerätehalter CR-79, das Nokia Zigarettanzünder-Ladekabel DC-3, die Nokia Speicherkarte MU-39, das Nokia USB-Datenkabel CA-108D und die Bedienungsanleitung.

Degen vermarktet das Navigationssystem Nokia 330 als Peripherieprodukt zum Mobilfunksortiment. Mobilfunkgeräte und Zubehör (Nokia, Samsung, Sony Ericsson, Motorola und LG), Aktionsgeräte der Netzbetreiber und Kartenaktivierungen (T-Mobile, Vodafone, E-Plus, BASE, O₂, The Phone House und blau.de) stehen im Zentrum der Vertriebsaktivitäten. Zudem ist das Heilbronner Unternehmen Lieferant von Multimediaprodukten (Harman Kardon, AKG und JBL), digitalen Speichermedien (SanDisk, Kingston und Pretec) und Festnetzgeräten (Siemens Gigaset). Kompetenz in Sachen RFID, M2M, Tetra und Telematik ist seit Jahren ebenfalls im Haus angesiedelt.

Neben der Distribution der Waren führt Degen im hauseigenen Repaircenter Reparaturen der Marken Nokia, Samsung, Sony Ericsson, Motorola und LG durch und übernimmt die Reparaturabwicklung für weitere Hersteller, wie zum Beispiel Panasonic. Hierbei und auch für alle weiteren Unternehmensbereiche gilt es, vor allem durch das zertifizierte Qualitätsmanagementsystem nach EN ISO 9001:2000, die Qualität aufrecht zu erhalten und kontinuierlich zu steigern. Die Degen GmbH communication versteht sich als Mobilfunkdienstleister und bietet ihren Kunden über ihre Internetplattformen ein Rundum-Sorglos-Paket: die Partnerinfo mit allen wichtigen Informationen zu Aktionen, Neuigkeiten, Preisen und Incentives, den Onlineshop mit Bestellmöglichkeit rund um die Uhr sowie allen wichtigen Informationen zu den Bestellungen sowie das Kartenmanagementsystem beApart Cards, das die Aktivierung und Abrechnung der Aufträge mit direkter Darstellung der Gutschriftsansprüche ermöglicht. Das Partnerprogramm beApart und die zugehörige Marketingplattform unterstützen Fachhändler bei der werblichen Gestaltung und Durchführung von Aktionen. Service Online ist die Plattform zur professionellen Verwaltung und Abwicklung von Reparaturaufträgen. Der per-

sönliche Kontakt zum Kunden ist die Basis einer guten Zusammenarbeit. Die Partner werden von einem zehnköpfigen Außendienstteam bundesweit betreut, und die Ansprechpartner in der Zentrale stehen montags bis freitags von 8 bis 20 Uhr und samstags von 8 bis 14 Uhr zur Verfügung.

Epsilon Telecom Partner können exklusive Reise nach Schottland gewinnen

Einen besonders exklusiven Vertriebswettbewerb hat der Distributor Epsilon Telecom aus Hof gestartet: Mit dem „Take-off-2007“-Incentive haben erfolgreiche Epsilon-Partner die Chance auf einen luxuriösen Vier-Tage-Urlaub inklusive Lunch und Dinner in der schottischen Metropole Edinburgh. Die An- und Abreise erfolgt dabei ganz entspannt in einem Privatjet. Ihr Flugticket sichern sich die schnellsten 16 Epsilon-Partner schon mit der Vermittlung von 25 O₂-Mobilfunkverträgen im Aktionszeitraum bis zum 31. März. In Edinburgh erwarten die Teilnehmer dann ausgiebiges Shopping und eine geführte City-Tour zu den größten Sehenswürdigkeiten wie Edinburgh Castle, „The Royal Mile“ oder Holyrood Palace. „Mit diesem sehr exklusiven Reise-Incentive möchten wir neue Partner motivieren, ihre Mobilfunkverträge bei Epsilon zu schalten“, so Epsilon-Geschäftsführer Wolfgang Hüttner.

Vodafone bietet mobilen eBay-Service an

Vodafone bietet zukünftig einen neuen mobilen eBay-Service an, der es dem Kunden zu jeder Zeit und an jedem Ort ermöglichen soll, Versteigerungen auf eBay mitzuerleben. Die eBay-Applikation wird auf ausgewählten Vodafone-Handys vorinstalliert sein. Für alle anderen Geräte kann sie im Vodafone live!-Portal heruntergeladen werden. Der neue Service startet zunächst in Italien und wird im Laufe des Jahres in weiteren europäischen Ländern, einschließlich Deutschland, verfügbar sein. Die mobile eBay-Applikation bietet die Möglichkeit, Produkte zu suchen und ganze Kategorien zu durchstöbern, Abschlüsse zu tätigen, Gebote abzugeben und Produkte zu Festpreisen zu kaufen. Egal, ob der Kunde auf dem Handy oder per PC mitsteigert, alle Infos sind live und zwischen Internet und der Java Applikation synchronisiert. Der führende e-commerce-Marktplatz eBay wird für Vodafone-Kunden damit ganz leicht verfügbar sein. Die neue mobile Applikation garantiert ein interaktives Handyvergnügen.

Nokia stellt Karten von smart2go zum kostenlosen Download bereit

Nokia hat angekündigt, dass das Unternehmen die Karten- und Navigations-Software smart2go zum kostenlosen Download (www.smart2go.com) zur Verfügung stellen wird. Mit der Anwendung können Millionen von Menschen auf das umfangreichste Kartenmaterial zurückgreifen, das für mobile Geräte angeboten wird. Die Software bietet Kartendarstellung und Routenplanung für über 150 Länder und unterstützt Satellitennavigation in mehr als 30 Ländern. Mit der Anwendung können Nutzer kostenlos auf einer Karte verfolgen, wo sie sich gerade befinden, nach POIs (Points-of-Interest) in der Nähe suchen und Routen planen. Nokia wird ab Samstag, 10. Februar, smart2go gebührenfrei zunächst für ausgewählte, auf Nokia S60 und Windows Mobile 5.0 basierende Geräte anbieten und plant, die Unterstützung zukünftig auf weitere gängige mobile Betriebssysteme und Softwareplattformen wie Series 40, Pocket PC, Linux sowie weitere Windows Mobile-Geräte auszuweiten. Die Karten- und Navigationsanwendung smart2go soll unter dem Namen „Nokia Maps“ auf allen künftigen Multimedia-Computern der Nokia Nseries vorinstalliert sein. Derzeitige Besitzer von Nokia Geräten können Nokia Maps außerdem nachträglich auf unterstützte Geräte herunterladen. In Verbindung mit dem Nokia Funk-GPS-Modul LD-3W oder einem

anderen kompatiblen GPS-Modul bietet Nokia Maps dieselben Navigationsfunktionen auch mit einer Reihe von Nokia Geräten ohne eingebaute GPS-Funktion. Die Software-Plattform verfügt über 15 Millionen POIs, anhand derer die Nutzer interessante Sehenswürdigkeiten, Restaurants oder Unterkünfte in der Nähe ausfindig machen können. Die eigenen Lieblingsorte können ausgewählt und per Multimedia-Mitteilung, Bluetooth, Infrarot oder E-Mail an Freunde gesendet werden. Darüber hinaus können die Nutzer Kartenauszüge und Routen-Informationen versenden oder in einer Galerie auf dem Gerät speichern. Bekannte Unternehmen werden die Möglichkeit haben, ihre Markensymbole auf digitalen Karten zu platzieren, die weltweit auf Millionen von mobilen Geräten heruntergeladen werden. smart2go ist eine hybride Kartenlösung: Kartendaten von Tele-Atlas und Navteq können über ein Funknetz (zum Beispiel GPRS/UMTS/WLAN) direkt heruntergeladen und nach Bedarf auf der Speicherkarte des Gerätes gespeichert werden. Sobald alle gewünschten Kartendaten gespeichert sind, ist für Kartendarstellung, Routenplanung und Navigation keine weitere Netzverbindung erforderlich. Für Downloads in größerem Umfang steht eine zusätzliche PC-Software zur Verfügung.



T-Home

Leben ist Leidenschaft. Bundesliga live bei T-Home.



**BUNDESLIGA auf
PREMIERE**
powered by T-Com

Bis 12.03.07

Die komplette Rückrunde
für 0,-€*

Zusätzlich zum T-Home Complete-Paket

Jetzt geht's los! Mit der Bundesliga auf PREMIERE powered by T-Com. Erleben Sie alle Spiele und alle Tore live auf Ihrem Fernseher. Die komplette Rückrunde für 0,-€* und danach für nur 9,99 €/Monat* zusätzlich zum T-Home Complete-Paket**.

- Alle Spiele der 1. und 2. Bundesliga live
- 3 Spiele pro Spieltag in brillanter HD-Qualität
- Jedes Spiel der 1. Bundesliga eine Stunde nach Schlusspfeiff in voller Länge oder in der Zusammenfassung abrufbar

T-Home. Eine Verbindung fürs Leben.

T-Home X 300T, Abbildung ähnlich. Im T-Home-Paket** enthalten.



T-Com
Erleben Sie's einfach!

Infos: Im T-Punkt und Fachhandel
oder www.t-home.de/bundesliga

*Bundesliga auf PREMIERE powered by T-Com für 9,99 €/Monat. Bei Buchung bis zum 12.03.2007 erfolgt für den Zeitraum der Rückrunde 2007 eine Gutschrift von 9,99 €/Monat auf Ihrer Telefonrechnung. Mindestvertragslaufzeit 12 Monate; Voraussetzung für die Nutzung sind ein VDSL 25 Anschluss für 34,99 €/Monat, der Tarif T-Home Complete Basic für 19,95 €/Monat und Hardware für einmalig 99,99 €. Bei Versand des Paketes zzgl. 9,99 €. Angebot gilt für T-Home Neukunden und setzt einen separat zu beauftragenden Telefonanschluss der Deutschen Telekom AG ab 16,37 €/Monat voraus. VDSL ist in einigen Anschlussbereichen verfügbar.
**T-Home Complete ist in einigen Anschlussbereichen verfügbar.

Die Tk-Branche traf sich auf dem 3GSM World Congress Neuigkeiten aus Barcelona

Seit 1987 ist der 3GSM World Congress, der in Barcelona stattfindet, zu einem der Pflichttermine der Telekommunikationsbranche geworden. Auch Mitte Februar 2007 trafen sich wieder Geräte- und Systemhersteller, Dienstleistungsanbieter und Netzbetreiber auf dieser inzwischen weltweit wichtigsten Mobilfunkmesse. Und wie immer gab es eine Menge von Neuheiten und Neuigkeiten.

So stellte beispielsweise Sagem Communication das EDGE- und UMTS-Handy Sagem my800C vor, das laut Hersteller moderne Technologien in einem kompakten

einen 16-MB-Speicher, der durch eine microSD-Karte erweitert werden kann. Das Handy ist mit einer Vielzahl an Zubehörprodukten kompatibel, beispielsweise mit einem Bluetooth-Stereoheadset. Das Sagem my800C ist ab dem zweiten Quartal erhältlich.

Ebenfalls neu ist das Sagem myMobileTV. Das Top-Gerät bietet nicht nur TV-Empfang über DVB-H, sondern auch Zugriff auf zahlreiche Multimedia-Anwendungen. Das Gerät wurde in der zweiten Generation für Benutzer entwickelt, die hohe Ansprüche an



und flachen Klappengehäuse (96 x 49 x 16 mm) vereint. Ein vertikaler Streifen mit Spiegelwirkung, der außen längs über das Handy läuft, unterstreicht das klare und elegante Design.

Das „versteckte QVGA-Display“ stellt 262.000 Farben dar und meldet wichtige Informationen wie den Namen des Anrufers, das laufende Musikstück und eingegangene Nachrichten. Das Gerät vereint UMTS und EDGE, Tri-Band, SyncML sowie Bluetooth-Technologie und verfügt über

die Video- und Kameraqualitäten eines Handys stellen. Auch ge-



schlossen sind auf dem hochwertigen TFT-Display (72 x 96 Pixel, 65.000 Farben) die wichtigsten

Vodafone erweitert Instant-Messaging-Angebote

Vodafone hat in Barcelona Partnerschaften für Instant Messaging-Services mit Microsoft und Yahoo bekanntgegeben. Durch die Kooperation haben Vodafone-Kunden sowohl über ihren PC als auch über das Handy künftig die Möglichkeit, mit Freunden und anderen Community-Mitgliedern immer und überall in Kontakt zu bleiben. Der neue Microsoft Instant Messaging-Dienst, der in ausgewählten europäischen Ländern im Laufe des Jahres startet, wird Vodafone-Kunden verbesserte Kommunikations-Möglichkeiten bieten. So werden Kunden die Adressbuch-Funktionalitäten nutzen können. Außerdem haben sie die Möglichkeit zu sehen, wer von ihren Kontakten gerade am PC oder auf dem Handy „online“ ist und können Nachrichten austauschen. Der neue Microsoft Instant Messenger für Vodafone wird auf einer großen Zahl von Geräten verfügbar sein, unter anderem auf Handys mit Windows Mobile. Vodafone-Kunden können auch mit Kunden anderer mobiler Instant Messaging-Anbieter kommunizieren. Die Instant Messaging-Lösung von Yahoo ist ebenfalls für Vodafone-Kunden auf PC und Handy nutzbar. Sie können damit Nachrichten von ihrem PC auf das Handy schicken und umgekehrt. Sie haben zudem die Möglichkeit, die Adressbuch-Funktionalitäten zu nutzen und zu schauen, welche anderen Yahoo-Nutzer gerade aktiv sind, um mit ihnen Mails auszutauschen – egal, ob auf dem Computer oder dem Mobiltelefon.

Videoplayer auf dem kompletten Display sowie einem integrierten Radio mit einer eigenen Taste für direkten Zugriff ausgestattet.



Weiterhin hat Motorola die Bluetooth-Technologie mit seinem auf Handys basierenden Navigationssystem T805 und T815 und der MotoNAV Software auf die

Informationen auf einen Blick erkennbar – dank einer drehbaren Gehäuseklappe. Im „Inneren“ befindet sich ein QVGA-Farbdisplay (240 x 320 Pixel, 262.000 Farben) mit IPS-Technologie (IPS steht für „In Plane Switching“ und stellt eine weitere Technologie zur Verbesserung des Kontrastes und Blickwinkels dar), das unabhängig vom Blickwinkel immer dieselbe Helligkeit und Kontrastqualität wiedergibt. Eine Kurzwahltaste bietet direkten Zugriff auf den TV-Modus. Den Rest übernimmt das Sagem myMobileTV: Ein Tippen auf den Schirm genügt und der eingebaute Beschleunigungsmesser wechselt automatisch vom Porträt- zum Landschaftsmodus. Wird das umgebende Licht schwächer oder stärker, passt sich die Helligkeit des Bildschirms automatisch an. Das Gerät ist mit einer Zwei-Megapixel-Kamera mit achtfacher Digitalzoom-Funktion ausgestattet. Außerdem ist ein MP3-Player an Bord. Das Multitasking-Gerät kann gleichzeitig Anrufe entgegennehmen, SMS verschicken und TV-Sendungen empfangen. Das Handy kommt im zweiten Quartal auf den Markt.

Motorola hat mit zahlreichen neuen Geräten und Lösungen eine Vielzahl ungewöhnlicher, mobiler Anwendungsmöglichkeiten vorgestellt. So erweitert das Unternehmen beispielsweise seine preisgekrönte Moto Q Plattform mit dem neuen Moto Q q9, einem Qwerty-Handy mit HSDPA. Durch die hohe Leistungsfähigkeit, das außergewöhnliche Design und

seine unkomplizierte Bedienbarkeit, mit Anwendungen und Funktionen, die nur dieses Smartphone besitzt, verschafft das Moto Q q9 Nutzern weltweit ein mobiles Büro mit großer, persönlicher Unabhängigkeit. Als Basis für Verbraucher und professionelle Anwender setzt es mit seiner leistungsstarken Batterie sowie den umfangreichen Messaging- und Multimediaanwendungen neue Maßstäbe bei Smartphones. Es nutzt die neueste Generation der Microsoft Windows Mobile 6 Plattform, die



in Verbindung mit Motorolas Good Mobile Messaging Technologie den einfachen Zugang zu E-Mails, Kalenderfunktionen und den Zugriff auf Inhalte überall und zu jeder Zeit ermöglicht. Dank der Windows Mobile „PlaysForSure“ Plattform ist eine weltweite Kompatibilität gegeben.

Motorola präsentierte zudem das MotoSLVR L9, das die Moto SLVR-Designfamilie um Multimediaanwendungen erweitert. So ist das Gerät unter anderem mit einer Zwei-Megapixel-Kamera,

O2 Xda mit neuem Windows Mobile 6 Betriebssystem

O2 Germany hat für Juni sein erstes Smartphone mit dem neuen Betriebssystem Windows Mobile 6 angekündigt. Das Unternehmen will ein Gerät anbieten, das ähnliche Funktionen wie der Xda neo besitzt. Der neo ist neben dem Xda orbit das bisher erfolgreichste Gerät der Xda Serie. Das neue Smartphone baut auf diesem Erfolg auf. „Wir haben 2002 mit dem Xda I als erstes Unternehmen in Deutschland einen Telefon-PDA mit dem Windows Mobile Betriebssystem auf den Markt gebracht. Das Interesse unserer Kunden an den Xdas ist seitdem stark gewachsen“, meinte Helge Alter, Vice President Hardware Management von O2. „Deshalb bieten wir ein breites Portfolio an unterschiedlichen Xdas an und arbeiten bereits intensiv an dem Launch des neuen Geräts mit dem Betriebssystem Windows Mobile 6.“ Andreas Krieg, Geschäftsbereichsleiter Mobility der Microsoft Deutschland GmbH, ergänzte: „Windows Mobile 6 überträgt die PC-Erfahrung auf das Smartphone. Unternehmen und Mitarbeiter profitieren davon, dass Ihnen jederzeit unterwegs aktuellste Informationen zur Verfügung stehen. Windows Mobile 6 ist einfach zu bedienen, und zudem kosteneffizient aufgrund der einfachen Integration in bestehende IT-Umgebungen.“

Neue O2-Tarifoption für das europäische Ausland

O2 Germany hat auf dem 3GSM World Congress die neue Tarifooption My Europe Top vorgestellt, die ab sofort besonders günstige Telefongespräche im europäischen Ausland ermöglicht. My Europe Top richtet sich an Kunden mit Laufzeitvertrag, die das Handy intensiv im europäischen Ausland einsetzen. Es ist die erste Option, die bereits 100 kostenlose Gesprächsminuten pro Monat für ankommende Telefonate enthält. Ausgehende Gespräche aus einem My Europe Top-Land in alle deutschen Fest- und Mobilfunknetze sowie in die Netze des besuchten Landes kosten einheitlich 39 Cent pro Minute. Kunden können die Tarifooption zunächst für einen Monat buchen und zahlen einen monatlichen Optionspreis von acht Euro. Danach ist die Option auch länger buchbar. Die 100 enthaltenen Gesprächsminuten für ankommende Gespräche bedeuten für den Kunden eine Ersparnis von bis zu 61 Prozent pro Monat gegenüber dem Weltzonen-Standardtarif. Die wichtigsten europäischen Reise Länder sind in den 19 My Europe Top-Ländern enthalten. Kunden können die Option im Internetportal von O2 unter www.o2online.de oder beim Customer Service (0179 O2help) buchen. Nach Ablauf der Buchungsdauer erhält der Kunde automatisch die EU-Option, bei der er für 59 Cent pro Minute im europäischen Ausland telefoniert und erreichbar ist.

Straße gebracht. MotoNAV steht für punktgenaue GPS Navigation mit bluetooth-kompatiblen Geräten und bietet eine exakte Lokalisierung, digitale Karten und detaillierte Sprach- und Bildan-



weisungen. Die kompakten T805 und T815 GPS Empfänger passen in jede Tasche und beinhalten ein Auto-Ladegerät, Telefonhalter und flexible Installationsoptionen. Das T805 ermöglicht den Zugriff auf nationale MotoNAV Karten für zwölf Monate. Beim T815 Moto NAV ist dagegen eine Speicherkarte installiert.

Nokia hat auf dem 3GSM World Congress unter anderem angekündigt, dass zukünftig YouTube Videos über die Multimedia-Computer der Nokia Nseries abgerufen werden können. Die YouTube Videos können dank der in Kürze verfügbaren neuen mobilen Internetseite von YouTube über den Nokia Internet-Browser mit Mini-Map-Funktion auf ähnliche Weise wie mit dem Internet-Browser eines Computers genutzt werden. Zusätzlich können über die neue „Nokia Video Center“-Anwendung auch YouTube Video-Newsfeeds genutzt werden. YouTube Mobile ist jetzt außerdem auch mit dem Videoformat AVC kompatibel, dem von mobilen Geräten am häufigsten unterstützten Format. So lassen sich die Videos auf die vom PC gewohnte Weise mit nur einem Klick aktivieren. Die Benutzerführung des neuen Angebots ermöglicht müheloses Betrachten und Speichern der Inhalte auf seinem Nokia Nseries Multimedia-Computer.

Nokia hat außerdem den Nokia N77 Multimedia-Computer präsentiert, ein speziell für die Nutzung mobiler TV-Dienste und -Sendungen optimiertes kompaktes Gerät mit den umfassenden Funktionen der Nokia Nseries. Die spezielle TV-Taste des Nokia N77 Multimedia-Computers ermöglicht direkten Zugang zu den verschiedenen Möglichkeiten, die DVB-H bietet. Das Gerät merkt sich beim Ausschalten der TV-Funktion sogar den zuletzt gewählten Sender. Ebenso kann sich der Nutzer erinnern lassen, wenn sein Lieblingsprogramm beginnt und dieses dann mit einem Tastendruck starten. Über den in die TV-Anwendung integrierten elektronischen Programmführer können Programminformationen bis zu sieben Tage im voraus angezeigt, Senderlisten durchsucht, bei

Bedarf neue Programme abonniert und das gewünschte TV-Programm ausgewählt werden. Die integrierte Funktion zur Nutzung interaktiver Dienste, beispielsweise SMS-basierte Abstimmungen zur Auswahl des nächsten Musikvideos, ermöglicht dem Nutzer, direkt dabei zu sein. Aufzeichnungen von bis zu 30 Sekunden können jederzeit gemacht, Live-TV-Sendungen unterbrochen und nach Abspielen einer Aufzeichnung fortgesetzt werden. Mit bis zu 2 GB Speicherplatz für bis zu 1.500 Musiktitel und integrierten Stereo-Lautsprechern ermöglicht das Nokia N77 auch außergewöhnliche Musikerlebnisse.



Dabei werden die Musikformate MP3, AAC, AAC+, eAAC+ und WMA unterstützt. Für hohe Klangqualität sorgen die im Lieferumfang enthaltenen Kopfhörer. Alternativ lassen sich über den Nokia Audio Adapter auch Standard-Kopfhörer mit -3,5-mm-Klinkenstecker nutzen.

Nokia stellte weiterhin das Nokia Bluetooth Display Car Kit CK-15W vor, eine neuartige Lösung für komfortables Freisprechen im Fahrzeug. Das helle Farbdisplay



mit 5,6-cm-Displaydiagonale (2,2 Zoll) ermöglicht leichtes Ablesen von Informationen und einfache Kontrolle der Anruhfunktionen.

Über ein separates Bedienelement lassen sich Anrufe annehmen und beenden und die Lautstärke regeln. Sobald das Nokia CK-15W mit einem kompatiblen Handy gekoppelt wurde, können mühelos Einträge im Adressbuch ausgewählt und die entsprechende Person angerufen werden. Das Mobiltelefon kann dabei in der Jackentasche bleiben. Die Hintergrundfarben des Displays sind vom Nutzer einstellbar. Themenbezogene Motive ermöglichen die Anpassung des Displays an die Beleuchtung des Armaturenbretts im Fahrzeug.

Neu im Programm des finnischen Herstellers ist auch der Nokia 6110 Navigator, ein speziell für Navigationsfunktionen optimiertes Mobiltelefon für den Massenmarkt. Das Nokia 6110 Navigator verbindet GPS- und AGPS-Funktionen (Global Positioning System

bzw. Assisted Global Positioning System) mit einem kompakten Mobiltelefon, das über umfassende Funktionen verfügt. Das Nokia 6110 Navigator bietet mit integrierten Karten-, Routing- und Navigationsfunktionen, die mit einem Tastendruck auf die spezielle Navigationstaste zur Verfügung stehen, ein umfassendes Navigationserlebnis. So können Nutzer schnell und mühelos ihren aktuellen Standort auf der Karte ermitteln, nach einem bestimmten Ziel suchen, Routen berechnen oder nach interessanten Orten (Points of Interest) wie Restaurants, Hotels oder Geschäften in der Nähe suchen. Über 3D-Karten mit Richtungspfeilen und Routenführung mit klaren Richtungsanweisungen führt das Nokia 6110 Navigator auf dem kürzesten oder schnellsten Weg zu einem gewünschten Ziel – wahlweise zu Fuß oder im Auto. Im Lieferumfang des Nokia 6110 Navigator ist eine auf der Speicherkarte vorinstallierte digitale Karte der betref-

SanDisk stellt microSD High Capacity Karte mit 4 Gigabyte Kapazität vor

SanDisk hat in Barcelona eine 4 Gigabyte microSD High Capacity (SDHC) Karte vorgestellt. Nach Unternehmensangaben handelt es sich dabei um die kleinste austauschbare Flashspeicherkarte mit der zur Zeit größten Speicherkapazität auf dem Markt. Mit der 4 GB microSDHC-Karte können über 1.000 digitale Musiktitel, mehr als 2.000 hochauflösende Bilder oder bis zu acht Stunden MPEG 4 Video gespeichert werden. „Die Inhalte steigern die Nachfrage nach Flashspeicherkarten für Mobiltelefone mit höherer Speicherkapazität“, so Jeff Kost, Vice President und General Manager für den Bereich Mobile Consumer Solutions bei SanDisk. „Mit der neuen 4 GB microSDHC-Karte von SanDisk können Handset-Hersteller und Mobilfunkbetreiber ihren Kunden, die ihr Mobiltelefon auch als Kamera, Videoplayer, Gamingsystem und Musikplayer nutzen, innovative Mediendienstleistungen anbieten.“ Muster der neuen 4 GB microSDHC-Karte werden derzeit von SanDisk an OEMs wie Mobiltelefon-Hersteller und

Mobilfunkbetreiber (MNOs) ausgeliefert. Insbesondere Handset-Herstellern werden Karten für Analysen zur Verfügung gestellt, damit diese ihre Geräte durch Firmware-Update und entsprechend die Speichersteckplätze an die neue Karte anpassen können. Die Karten werden voraussichtlich Ende 2007 für Endkunden erhältlich sein.

Im Rahmen der Präsentation der 4 GB microSDHC-Karte stellte SanDisk auch ein Mobile-Speicherset aus microSD-Karten mit unterschiedlichen Speicherkapazitäten vor. Jedes Paket beinhaltet neben der microSD zwei Adapter: einen miniSD- und einen SD-Adapter. Damit können die Nutzer eine ihren Anforderungen entsprechende Karte wählen, ohne auf die Kartengröße achten zu müssen. Die microSDHC-Karten können nicht nur für Mobiltelefone, sondern auch für verschiedene digitale Audioplayer, wie z. B. die MP3-Player der Sansa c200 und e200 Serien von SanDisk, eingesetzt werden.

LG Mobile stellt das innovative Prada Handy vor

LG Mobile und Prada, eine der weltweit führenden Luxusmarken, haben das Prada-Handy von LG Mobile präsentiert, das nach Angaben der beiden Unternehmen „ein wahrer Durchbruch am Markt ist, da es sich bei dem Gerät um ein einzigartiges, hochentwickeltes und elegantes Mobiltelefon handelt, in das der erste technisch ausgereifte Touchscreen integriert wurde.“ Von der Entwicklung bis hin zum Marketing haben Prada und LG eng zusammengearbeitet. Pradas Einfluss geht dabei weit über die äußeren ästhetischen Merkmale hinaus und zeigt sich bis zu den Bedienelementen, wie dem hochentwickelten Touchscreen, den Klingeltönen und den Accessoires, die der klassischen italienischen, traditionellen Handwerkskunst entsprechen. Das Touchscreen ersetzt das herkömmliche Tastenfeld gänzlich – seine Bedienung führt zu einem vollkommen neuen Erlebnis. Auf dem extragroßen Display kommen die Multimedia-Features des Phones zur Geltung: Hier zeigen die integrierte Zwei-Megapixel- und die Videokamera (Schneider-Kreuznach-Linse) ihre Bilder leuchtend-scharf. Sobald das Mobiltelefon nicht benutzt wird, verschwinden die leuchtenden Icons, um den unverfälschten schwarzen Look zu unterstützen. Das Gerät ist 12 mm flach, bietet aber trotzdem Platz für eine Fülle von zusätzlichen Multimedia-Anwendungen, wie einen MP3 Player und eine Music-Multitasking-Anwendung für Text-Nachrichten. Zusätzlich kann der Speicher über einen externen Memory Slot erweitert werden, um die Speicherkapazität für Bilder, Musik und Videoclips zu vergrößern.



fenden Region enthalten, die sofort genutzt werden kann. Weitere Karten und Inhalte, beispielsweise Verkehrsinformationen, Wetterdienste und Reiseführer,

HSDPA-Technik mit bis zu 3,6 MBit/s außerdem den schnellen und nahtlosen Zugriff auf Online-Informationen. Die Unterstützung für Push-E-Mail-Lösungen ermöglicht das Empfangen und Senden von E-Mails in Echtzeit, mit und ohne Anhänge. Eine Vorlesefunktion für E-Mail-Texte ist ebenfalls integriert.



können zusätzlich über das Internet erworben werden. Zusatzkarten lassen sich mühelos über die im Lieferumfang enthaltene Anwendung Nokia Map Manager auf das Mobiltelefon übertragen. Das Nokia 6110 Navigator unterstützt über UMTS-Netze mit

Plantronics präsentierte in Barcelona das neue Discovery 665 Bluetooth Headset mit AudioIQ – der ersten Soundtechnik, die das Audiolevel für die Gesprächspartner an beiden Enden der Leitung optimiert. Dank dieser Technik passt das Discovery 665 die Lautstärke eingehender Anrufe gemäß dem Umgebungslärm an. Der Ton wird zum Beispiel automatisch lauter, wenn der Anrufer an einer belebten Straße steht und leiser, wenn er in seinem Auto sitzt. Bei ausgehenden Anrufen reduziert AudioIQ die Hintergrundgeräusche, die der Angerufene sonst hören würde, um etwa die Hälfte. Plantronics hat für das Discovery 665 ein einzigartiges Lade- und Aufbewahrungssystem entwickelt, das die Headset-Verwendung auf Reisen und vor allem im Auto besonders angenehm macht. Es ist mit einem speziellen Lade-Adapter für den Zigarettenanzünder im Auto und ein Laptop-USB-Ladegerät ausgestattet. Durch die Quick-Pair-Funktion geht das Gerät beim ersten Anschalten automatisch in den Suchmodus und lässt sich dann einfach mit dem Mobiltelefon paaren. Seine Deutschland-Premiere feiert das Discovery 665 auf der CeBIT.

Pos **Neuheiten**

Jajah macht Telefonate mit Smartphones billiger

Mobil Internationale Telefonate von unterwegs sind mit dem neuen Jajah Mobile Web einfacher und billiger als je zuvor. Jajah Mobile Web funktioniert ohne Download, ohne Softwareinstallation und ohne neues Gerät oder irgendein Zubehör. Es wird auch kein neuer oder zusätzlicher Vertrag benötigt. Beim ersten Mal ist lediglich eine kostenlose Registrierung unter www.jajah.com erforderlich. Um mobil zu telefonieren, geht man dann einfach am Smartphone auf die Webseite <http://mobile.jajah.com>. Dort gibt man zwei Telefonnummern an: die eigene, von der aus man anrufen will, und die des anderen Teilnehmers, mit dem man sprechen möchte. Bei der eigenen Nummer kann es sich um den Büroanschluss, den Apparat zu Hause oder auch beispielsweise das Telefon im Hotelzimmer handeln. Sekunden später klingelt das eigene Telefon (Büro, zu Hause, Hotel), man hebt ab und ist mit dem gewünschten Teilnehmer verbunden. Die Telefonkosten betragen nur einen Bruchteil der herkömmlichen Gebühren, die bei einem Auslandsgespräch mit dem Handy entstehen. Der Voice-over-Internet-Spezialist Jajah stellt seinen innovativen Telefonservice bereits über Plug-ins für mehr als 70 verschiedene traditionelle Handymodelle bereit. Mit Jajah Mobile Web wird das Angebot jetzt auf alle Smartphones mit Webzugang ausgeweitet.

activepilot sagt jetzt auch die Straßennamen

Mobil Was bisher nur teuren High-End-Navigations vorbehalten war, steht jetzt auch im preislichen Einstiegsbereich zur Verfügung: Die Handy-Navigation activepilot sagt ab sofort Straßen-, Autobahn- und Ortsnamen bei Fahrmanövern an. Anstatt eines „jetzt rechts abbiegen“ hört der Fahrer nun beispielsweise ein „jetzt rechts abbiegen in die Rosenheimer Straße“ oder ein „in 1.500 Metern rechts halten auf die A3 in Richtung Frankfurt“. Damit will Jentro Technologies, der Hersteller von activepilot, die Sicherheit und Einfachheit beim Navigieren deutlich erhöhen. Die Version 6.9 mit detaillierten



Sprachansagen steht ab sofort für die meisten von activepilot unterstützten Handys zur Verfügung: Bestandskunden können direkt über das Handy kostenlos updates, allen Neukunden wird die neue Software direkt ausgeliefert. Derzeit stehen eine deutsche Frauen- und eine Männerstimme zur Auswahl – in Kürze werden elf Sprachen verfügbar sein. Die Integration der erweiterten Sprachanweisungen ist eine konsequente Weiterentwicklung der Strategie von Jentro, durch „Einfachheit“ die Sicherheit beim Navigieren zu optimieren. activepilot ist die meistverkaufte Handy-Navigation in Europa und mehrfacher Test- und Preis-/Leistungssieger. Das System bietet neben einer modernen Auto-Navigation einen Fußgänger- und Fahrradfahrermodus, einen „Gefahrenstellenwarner“ sowie eine ganze Reihe interaktiver Services: So

DVB-T Receiver mit Twin Tuner und 80 GB Speicher

Siemens Home and Office Communication Devices hat mit dem Gigaset M475 T einen neuen DVB-T Receiver mit Twin Tuner und integrierter Festplatte vorgestellt. Time Shift ermöglicht zeitversetztes Fernsehen, und der elektronische Programmführer informiert über laufende und kommende Sendungen. Das Gigaset M475 T ist dank seines intuitiven On-Screen Displays einfach zu handhaben und ermöglicht den Empfang digitaler TV- und Radioprogramme. Der DVB-T Receiver besitzt zwei Empfänger (Twin Tuner) und ermöglicht damit die Aufzeichnung einer Sendung, während eine zweite zeitgleich gesehen werden kann. Bis zu 40 Stunden Programm in digitaler Qualität passen auf die 80 GB große Festplatte. Neben den TV- und Radiosendungen liefert das Gigaset M475 T auch die Programminformationen digital. Der elektronische Programmführer (EPG) ergänzt die Fernsehzeitung und informiert



den Nutzer über das laufende und kommende TV- bzw. Radioprogramm. Die Übersicht beinhaltet meistens eine Inhaltsangabe, mindestens den Titel, die Uhrzeit und die Dauer jeder Sendung. Auch das Programmieren von Aufnahmen geht mittels EPG leicht. Einen Mehrwert bietet die sogenannte Time-Shift-Funktion: Sie zeichnet das laufende Programm auf, das man bei Bedarf, zum Beispiel nach einer Unterbrechung durch ein Telefonat, zeitversetzt lückenlos weiterverfolgen kann. Trotz der enormen Funktionsvielfalt gibt es bei der Installation und Einstellung der Set-Top-Box keine Schwierigkeiten. Das intuitive On-Screen Display führt auch Techniklaien sicher durch das übersichtliche Menü. Ob über die beiden SCART-Buchsen, den S/PDIF Anschluss oder die S-Video-Verbindung – durch Plug and Play lassen sich Geräte wie TV, Surround-Anlage oder DVD-Player problemlos an das Gigaset M475 T anschließen. Das Gigaset M475 T ist ab Mai 2007 erhältlich.

kann beispielsweise ein Notruf vom Handy abgesetzt werden, bei dem automatisch die Position an die Rettungsleitstelle gesendet wird. Oder es lässt sich über die Funktion „clever-tanken“ die günstigste Tankstelle im Umkreis finden. activepilot ist mit fast jedem aktuellen Handy kompatibel; derzeit werden rund 120 Handy-Modelle unterstützt.



Ameo steht bei T-Mobile für neue Gerätekategorie

Mobil T-Mobile hat mit dem neuen Ameo eine neue Geräte-Kategorie eingeführt: der PDA kombiniert moderne Computerfunktionen, mobile Breitbandübertragungstechniken und Telefon mit einem attraktiven Design. Das innovative Konzept ermöglicht es, den Ameo wahlweise mit oder ohne Qwertz-Komplett-Tastatur zu nutzen. Mit Hilfe von Magneten ist diese schnell ansteckbar. Für hohen Nutzwert sorgen das große Farbdisplay, der schnelle Prozessor, die große Festplatte, verschiedene Schnittstellen, hohe Akkuleistung und weitere Ausstattungsdetails. Beinahe alle benötigten Anwendungen, Informationen und Verbindungen stellt der Ameo mobil zur Verfügung. Dank der Ausstattung sowohl mit HSDPA/UMTS und EDGE/GPRS als auch W-LAN steht den Nutzern über das T-Mobile Mobilfunknetz die jeweils schnellste verfügbare mobile Übertragungstechnik zur Verfügung. Mit der Einführung des Ameo setzt T-Mobile die erfolgreiche Partnerschaft mit dem Partner HTC, einem weltweit führenden Hersteller von Geräten mit Microsoft Windows Mobile Software, fort. Das neue Multitalent von T-Mobile empfiehlt sich Business-Anwendern wie beispielsweise Managern, Vertriebs- und Servicekräften, Architekten und Sachver-

ständigen als komfortable Alternative zu einem Mini-Notebook. So gewährleistet der Ameo immer und überall beste mobile Verbindungen zum Firmennetz oder ins Internet. Für eine besonders schnelle und einfache E-Mail Kommunikation stehen beim Ameo sowohl der Blackberry E-Mail Push-Service als auch die Microsoft E-Mail Push Solution direkt zur Verfügung. Web'n'Walk ermöglicht auf dem Ameo zudem ein komfortables Aufrufen von Internetseiten. Der Ameo ist wesentlich kleiner und leichter als ein Mini-Notebook, jedoch kaum größer als ein herkömmlicher PDA wie beispielsweise der MDA Vario II. Ausgestattet mit der neuesten Version des Betriebssystems Windows Mobile 5.0 und Office-Anwendungen, dem Intel Bulverde 624 MHz-Prozessor und einem großen Arbeitsspeicher für Anwendungen und Daten ermöglicht der Ameo die schnelle, parallele Nutzung mehrerer Programme. Auf der 8 GB-Festplatte lassen sich jede Menge Informationen hinterlegen; der eingebaute, sogenannte G-Sensor „rettet“ die Daten, falls das Gerät zu Boden fällt. Darüber hinaus erleichtert der G-Sensor das Navigieren im Internet. Präsentationen können direkt über Beamer oder Bildschirm angezeigt werden. Für hochwertige Foto- und Filmaufnahmen ist eine Drei-Megapixel-Kamera mit Autofokus und Kameralicht vorhanden. Mit Hilfe des integrierten GPS-Moduls für die Satellitenortung lässt sich der Ameo mit entsprechender Software wie T-Mobile NaviGate als Navigationsgerät einsetzen. In Verbindung mit einem 24 Monate-Laufzeitvertrag im Tarif Relax 100 kostet das Gerät 499,95 Euro.

AVM zeigt auf der CeBIT neue Produkte

Auf seinem CeBIT-Messestand stellt AVM erstmals das neue Spitzenmodell Fritz!Box Fon WLAN 7270 vor. Mit seiner umfangreichen Ausstattung ist die neue Fritz!Box nach Herstellerangaben optimal für die kommenden Breitbandtrends vorbereitet. Die neue Fritz!Box integriert erstmals ein ADSL2+- und VDSL-Modem für Internet-Verbindungen mit bis zu 50 Megabit pro Sekunde Übertragungsgeschwindigkeit. Die optimale Verteilung per WLAN bietet der neue zum Einsatz kommende Funkstandard IEEE 802.11n (Draft 2.0), der zur gleichzeitigen Übertragung von Daten, Sprache und

Multimedia geeignet ist. Über die bereits integrierte Fritz!Musikbox ist Musik auch bei ausgeschaltetem Computer im gesamten Netzwerk hörbar. Dazu werden beispielsweise ein Speicherstick oder ein MP3-Player an die Fritz!Box per USB angeschlossen, Musikdaten werden dann an einen im Netzwerk befindlichen Audio-Receiver nach dem UPnP AV-Standard übertragen. Die Fritz!Box Fon WLAN 7270 bietet mit der integrierten Telefonanlage einfaches und komfortables Telefonieren über Internet und Festnetz (analog und ISDN). Über TAE-Stecker lassen sich vorhandene Telefone einsetzen. Schnurlos telefonieren ist mit der ebenfalls integrierten DECT-Basisstation möglich. Hier lassen sich bis zu sechs Mobilteile anschließen. Mit allen Telefonen können Nutzer in hervorragender Qualität über das Internet und das Festnetz telefonieren. Die Fritz!Box Fon WLAN 7270 kann mit ihrem Gehäuse sowohl an der Wand befestigt als auch freistehend eingesetzt werden. Telefonieren über das Internet ist so einfach wie surfen und bietet inzwischen mehr Möglichkeiten und mehr Leistung als Telefonieren über das Festnetz. Das gilt für die Anzahl gleichzeitiger Gespräche ebenso wie für die Vielfalt an Komfortmerkmalen. Mit Neuheiten in diesem



Bereich treibt auch AVM auf der CeBIT das Thema voran. So werden sich beispielsweise künftig Telefonnummern direkt aus Webseiten heraus oder Rufnummern direkt aus Online-Adressbüchern anwählen lassen (Click2Dial). Einen weiteren Sprung macht AVM bei

der Internettelefonie in Breitband-Audioqualität. Künftig bietet Fritz!Box per kostenlosem Firmware-Update die Möglichkeit, Gespräche in Breitband-Audioqualität (RFC 3551, Linear-PCM 16, PCMA 16) zu führen. Dazu startet AVM noch vor der CeBIT mit einem ersten Update für dieses neue Klanggefühl beim Telefonieren.

Premium-Navigation von Falk Marco Polo

Falk Marco Polo Interactive stellt zur CeBIT mit dem Falk P300 ein neues Navigationssystem im Premium-Segment vor. Es kann über ein als Zubehör erhältliches Einbausystem an der Mittelkonsole



des Autos stabil befestigt und direkt mit der Autoelektronik verbunden werden. So will Falk die Vorteile der mobilen Navigation mit denen eines Festeinbaus verbinden. Das System ist voll portabel, vermeidet aber offenliegende Kabel, ermöglicht eine freie Sicht durch die Frontscheibe, und die Navigationsansagen sowie die Musik-Wiedergabe des integrierten MP3-Players erfolgen über die Autolautsprecher in hoher Qualität. Zu den technischen Neuerungen des Falk P300 gehören zudem „Premium-GPS“, eine GPS-Schnellortung, die den Standort des Anwenders in wenigen Sekunden ermitteln kann, sowie TMCpro, das schnellere und präzisere Staumeldungen liefert. Durch den Anschluss des TMCpro-Empfängers an die Autoantenne ist er leistungsfähiger als bei herkömmlichen mobilen Geräten.

Internet- und Festnetztelefon Gigaset C455 IP

Mit dem neuen Gigaset C455 IP wendet sich Siemens Home and Office Communication Devices an Nutzer, die auf einfache Weise in die Internettelefonie einsteigen wollen. Es ermöglicht die Nutzung neuer VoIP-Dienste, wie beispielsweise ein Online-Telefonbuch oder das Gigaset.net (siehe dazu „Chillen und chatten“ an anderer Stelle dieser Ausgabe). Das Hybridtelefon mit integriertem Anrufbeantworter ist mit einem Festnetz- und einem LAN-Anschluss ausgestattet. Per Tastendruck wird die Verbindungsart ausgewählt – ein Computer wird dabei nicht benötigt. Drei Leitungen, eine Festnetzleitung und zwei IP-Leitungen, können zeitgleich zum Telefonieren verwendet werden. Dazu lassen sich bis zu sechs Nutzerprofile verschiedener Provider einrichten. Mit dem Gigaset C455 IP hat nach Meinung des Herstellers selbst ein Technikleie die Möglichkeit, sämtliche Vorteile der kostengünstigen Internet-Telefonie zu nutzen. Über die integrierte LAN-Schnittstelle wird das Telefon direkt mit dem Router verbunden. Da das Gerät zusätzlich auch konventionellen Festnetzanschluss bietet, steht es dem Nutzer



frei, über welche Verbindung er seine Telefonate führen möchte. Besonders familientauglich zeigt sich das C455 IP, wenn weitere (bis zu sechs) Mobilteile angemeldet werden. Man kann nicht nur bis zu sechs verschiedene VoIP-Accounts einrichten, auch bei verschiedenen Providern, und drei Gespräche parallel führen – zwei via Internet, eines via Festnetz. Die Konfiguration ist dank des Installations-Assistenten am Mobilteil sehr einfach: Nach Auswahl von Land und Provider werden die Einstellungen automatisch online abgerufen und geladen. Zuletzt müssen die Zugangsdaten über die Tastatur des Mobilteils eingegeben werden, danach ist der Aufwand für ein Internetgespräch genauso gering wie für ein Festnetztelefonat. Der integrierte Anrufbeantworter zeichnet jedes eingehende Gespräch auf, das der Nutzer selbst nicht annehmen kann. Dazu bietet das Gigaset C455 IP über bis zu 30 Minuten Aufnahmezeit. Die hinterlassenen Nachrichten können, durch eine vierstellige PIN geschützt, auch von unterwegs abgehört werden. Neben der Aufzeichnung von Sprachnachrichten ist es zusätzlich möglich, Telefonate mitzuschneiden. Zur weiteren Ausstattung gehören ein großzügiges beleuchtetes Farbdisplay, SMS mit bis zu 160 Zeichen, ein integriertes Telefonbuch für bis zu 100 Kontakte und die Freisprecheinrichtung. Das Gigaset C455 IP ist ab März in der Farbe Schwarz erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 109,99 Euro.

Siemens stellt neue Produkte mit Mehrwert vor Chillen und chatten

Siemens Home and Office Communication Devices hat eine Reihe neuer Produkte und Services vorgestellt, die den Mehrwert der Produkte für den Nutzer erhöhen und dem Handel damit die Chance bieten, Geräte der Marke Gigaset weiterhin mit attraktiven Spannen zu verkaufen.

Einen vollkommen neuen Gerätetyp im Gigaset-Sortiment stellt der Gigaset ZX1 Bluetooth-Communicator dar. Das kleine Gerät gibt dem Nutzer die Freiheit, in einer Distanz von bis zu 100 Metern von der Gerätequelle entfernt zu telefonieren und Audioinhalte von Radio, TV, Stereoanlage oder PC anhören zu können. Dabei sorgt die neue Technik DSP² für exzellenten Klang und das Herausfiltern von Störgeräuschen. Das Gigaset ZX1 ist mit einem kabelgebundenen Kopfhörer ausgestattet und wird einfach um den Hals getragen. Damit erleben Nutzer des ZX1 eine völlig neue Freiheit in den eigenen vier Wänden: Sie sind nicht mehr an den Standort von Radio, Stereoanlage, Fernseher oder Telefon gebunden. Über einen zusätzlichen Steckplatz für Standard-Kopfhörer lassen sich auch andere Headsets in Verbindung mit dem Gigaset ZX1 nut-

zen. Das Gigaset ZX1 ist wahlweise zusammen mit dem Gigaset ZX2 erhältlich, einem Bluetooth-Adapter, der den PC, den Fernseher oder die Stereoanlage (mit Kopfhöreranschluss) zu Verbindungen über Klasse-1-Bluetooth befähigt. Dadurch hat der Nutzer die Option, Anrufe von jedem Bluetooth-fähigen Telefon, beispielsweise dem Gigaset SL560, oder Mobiltelefon anzunehmen, während er Musik aus seiner Stereoanlage, seinem Fernseher oder seinem PC hört. Dazu wird das Gigaset ZX2 in den Audio/Stereo-Ausgang (3,5 mm) der Musikquelle gesteckt. Bluetooth-fähige PCs und Mobiltelefone werden direkt mit dem Gigaset ZX1 gekoppelt. Geht während des Musikhörens ein Anruf ein, wird er über ein akustisches Signal angekündigt. Ein Knopfdruck beim Gigaset ZX1 genügt, um das Gespräch anzunehmen oder abzulehnen. Nach dem Motto „Chillen



Das kleine Bluetooth-Gerät Gigaset ZX1 gibt dem Nutzer die Freiheit, in einer Distanz von bis zu 100 Metern von der Gerätequelle entfernt zu telefonieren und Audioinhalte von Radio, TV, Stereoanlage oder PC anhören zu können.

und chatten“ wird die Musik nach dem Auflegen automatisch wieder eingespielt. Von dem verbesserten Bluetooth-Standard des Gigaset ZX1 profitieren auch Geräte, die über Bluetooth-Technik der Klasse 2 verfügen – dann reduziert sich die Reichweite allerdings auf zehn Meter.

Schnurlostelefone mit Bluetooth

Mit den Maßen 114 x 46,5 x 22,6 mm ist das neue Siemens Gigaset SL370 (das als Gigaset SL375 auch mit Anrufbeantworter angeboten wird) das kleinste Schnurlostelefon im Gigaset-Portfolio. In dem modern gestalteten Gehäuse verbirgt sich eine Vielzahl von Funktionen: Freihän-

diges schnurloses Telefonieren über ein Headset via Bluetooth ist nicht mehr länger Handynutzern vorbehalten. Zudem können über



die Funkverbindung Adressdaten als vCard vom Handy problemlos auf das Schnurlostelefon geladen werden.

250 komplette Adressen mit drei Rufnummern, E-Mail-Adresse und Geburtstagseintrag finden im Adressbuch Platz. Sie können auch per PC im Outlook-Format eingegeben werden. Mit „Picture CLIP“ lassen sich den Kontakten zudem Bilder zuordnen, so dass sie bei einem Anruf im großen, hochauflösenden Farbdisplay zu sehen sind. Mit Hilfe der komfortablen Fünf-Wege-Navigations-taste ist das kombinierte Icon/Text-Menü leicht und intuitiv zu bedienen.

Zur umfangreichen Ausstattung gehören außerdem Komfort-Freisprechen, Vibrationsalarm, SMS-Funktionalität, Babyalarm, polyphone Klingeltöne sowie Organizerfunktionen mit Kalender. Wer gerne mehrere Telefone in der Wohnung verteilen möchte, kann bis zu sechs Mobilteile an der Basis anmelden. Darüber hinaus verfügt das Gigaset SL375 über einen Anrufbeantworter für bis zu 35 Minuten Aufnahmezeit.

Der Kontrast zwischen dem glänzenden Rahmen in Chrom-Optik und der matt-schwarzen Oberfläche des Mobilteils verleiht dem Telefon seinen besonders eleganten und hochwertigen Charakter. Unterstrichen wird dieser auch durch die chromfarbene, separate Ladeschale, mit der sich die Gigaset SL370/375 nach Belieben in der Wohnung platzieren lassen. Die Optik der neuen Schnurlostelefone wurde bereits im Vorfeld durch die Auszeichnung mit dem if-Designpreis bestätigt.

Verfügbarkeit und Preise: * Gigaset ZX1: voraussichtlich ab April, 139 Euro; als Bundle mit dem Gigaset ZX2 159 Euro. Gigaset SL370: ab Juni, 119,99 Euro; Gigaset SL375: ab Juli, 139,99 Euro; zusätzliche Mobilteile SL37H: ab Juni, 119,99 Euro (inklusive Ladeschale).

* unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen.

Kostenlose Telefonate über Gigaset.net

Mit Gigaset.net, einem neuen VoIP-Service für alle Nutzer von aktuellen Gigaset-IP-Telefonen, eröffnet Siemens einen Weg, um weltweit mit Freunden und Bekannten kostenfrei in Kontakt zu treten. Für die Teilnahme an Gigaset.net ist keine zusätzliche Anmeldung erforderlich. Der Nutzer kann sofort nach Inbetriebnahme des Gigaset mit Mitgliedern der Gigaset.net-Gemeinschaft telefonieren und auf ein Online-Telefonbuch zugreifen, in dem alle registrierten Teilnehmer zu finden sind. Der neue Service funktioniert über einen eigens eingerichteten SIP-Server. Einzige Voraussetzung für kostenfreie Telefonate ist ein DSL-Anschluss mit Flatrate. Alle Gigaset.net-Nummern spezifizieren sich gleichermaßen durch die Endung -#9. Daran ist sofort erkennbar, wer Mitglied der Gigaset.net-Community ist. Die Suche nach Kontakten erfolgt entweder nach Nummer oder nach dem speziellen „nickname“, den sich jeder Teilnehmer selbst aussucht und im Online-Telefonbuch einträgt. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, persönliche Gigaset.net-Kontakte im lokalen Telefonbuch zu speichern. Gigaset.net kann mit den Geräten Siemens Gigaset C450 IP, C455 IP oder S450 IP genutzt werden. Kunden, die bereits ein Gigaset C450 IP (Modelle ab Juli 2006) oder S450 IP besitzen, erhalten durch ein Software-Update Zugang zum Gigaset.net.

Mit Gigaset-IP-Telefonen online auf das klickTel-Telefonbuch zugreifen

Durch die Kooperation mit dem Auskunfts-Spezialisten klickTel AG erweitert Siemens den Mehrwert der Internet-Telefonie: Mit den VoIP-fähigen Gigaset-Modellen ist ab sofort der kostenfreie Online-Zugriff auf mehr als 30 Millionen Rufnummern und Branchenbucheinträge von klickTel direkt über das Gigaset-Mobilteil möglich. Die Suche auf www.klicktel.de nach Telefonnummern und Brancheninformationen ist ohne Mehrkosten möglich. Sie erfolgt direkt über das Mobilteil der Gigaset-Modelle C450 IP, C455 IP und S450 IP. „Durch die Zusammenarbeit mit klickTel können unsere Kunden jetzt mehr als 30 Millionen Telefonnummern sowie Branchenbucheinträge sekundenschnell online abrufen“, meinte Godehard Gerling, Vice President Product Management Siemens Home and Office Communication Devices, bei der Vorstellung des neuen Angebots. Die Suche nach Telefonnummern erfolgt in drei



Schritten: Ähnlich wie bei der Suche nach manuell gespeicherten Nummern wird die Online-Telefonanruf am Gigaset-Mobilteil mit einem Tastendruck aufgerufen. Daraufhin stehen das Telefon- und Branchenbuch zur Auswahl. Nach Eingabe der Suchkriterien wie Name oder Branche und Ort wird die Online-Suche nach den verzeichneten Rufnummern gestartet. Anschließend kann der gewünschte Kontakt aus dem Suchergebnis heraus angerufen oder im lokalen Telefonbuch hinterlegt werden. Ergänzend zu der Rufnummernauskunft besteht die Möglichkeit, weitere Zusatzinformationen zum Leistungsspektrum und zu den Services von Unternehmen einzusehen. Wer bereits ein Gigaset-IP-Telefon S450 IP oder C450 IP besitzt, kann durch ein Software-Update ebenfalls das klickTel Telefon- und Branchenbuch nutzen. Das Update wird per Tastendruck am Mobilteil durchgeführt.

Fashion-Aktionen mit Handys in ungewöhnlichen Farben

Samsung schnürt Mehrwert-

Der Wunsch vieler Menschen, sich aus der breiten Masse hervorzuhoben, ist einer der aktuellen Megatrends. Es gibt viele Möglichkeiten, sich diesen Wunsch zu erfüllen. Einer davon ist die Nutzung von Technologien, Techniken und Produkten, die nicht jedermann hat. Beim Mobilfunk hat dieses Verhalten schon immer eine große Rolle gespielt: Persönliche Klingeltöne, selbstgeschossene Fotos als Bildschirmhintergrund und, sofern diese angeboten wurden, wechselbare Gehäuseschalen wurden schon immer als Möglichkeit betrachtet, seine Individualität zu unterstreichen. Und exklusive Handys waren stets ebenso begehrt. „Wir greifen dieses Streben nach Individualität auf und schnüren besondere Handy-Pakete, die sowohl für den Verbraucher als auch für den Handel einen hohen Mehrwertfaktor haben“, meinte Norbert Strixner, Marketingleiter Samsung Electronics, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Denn natürlich geht es dem Händler nicht anders als dem Nutzer: Mit Angeboten, die nicht überall zu finden sind, wird er begehrt, kann er sich besser aus der Masse der Wettbewerber hervorheben. Um trotz dieses Zielens auf Exklusivität und Individualität eine möglichst breite Kundschaft anzusprechen, ordnet Samsung den Paketen und einzelnen Produkten ganz bestimmte Interessenschwerpunkte zu. Dies sind Musik, Fashion und Lifestyle, Themen, die derzeit vor allem bei einer jüngeren, kaufkräftigen Zielgruppe angesagt sind.

Das Musik-Paket

Als Zielgruppe für das neue Musik-Paket sieht Samsung vor allem Nutzer, für die ihre Freizeit ein wichtiger Bestandteil ihres Lebens ist und die in dieser Zeit gern Musik hören. Das Paket besteht aus einem Samsung SGH-X830 und einem 15 Euro-Gutschein für das Herunterladen von Musik vom Onlineportal Musicload.de. Das Handy bietet einen



1 GB großen Speicher für rund 750 Musikstücke, eine 1,3-Megapixel-Kamera, MMS- und Internetfunktionalität sowie Bluetooth und fällt optisch durch sein modernes Design auf. Das Gerät steht in den Farbvarianten Orange, Pink, Weiß und Schwarz zur Verfügung und dürfte damit jedermanns



Mit dem Gold-Paket spricht Samsung eine Käufergruppe an, die Wert darauf legt, aktuelle Modetrends nicht zu verpassen.

Geschmack treffen. Der 15 Euro-Gutschein entspricht in etwa einem kompletten Album, das von Musicload.de heruntergeladen werden kann. In dem Online-Portal sind Tausende von Interpreten zu finden, von A wie Anastacia bis Z wie ZZ Top.

Das Gold-Paket

Bundle Nummer zwei mit dem Samsung SGH-E900 und dem passenden Bluetooth-Headset in der Gold Edition spricht eine Zielgruppe an, die Wert darauf legt, bei aktuellen Trends dabei zu sein. Gold erlebt derzeit eine Wiedergeburt, wie ein Blick in die aktuellen Modezeitschriften und auf die Kleidung modebewusster Kunden zeigt. Das ungewöhnlich edle Mobiltelefon SGH-E900 in der matt schimmernden Goldfarbe ist ein kaum zu übertreffender Eyecatcher. Passend dazu und im Paket mit dabei ist das ebenso goldene

Samsung Partner finden alle Details zu den verschiedenen Paketen im Salesguide, der in der Partner Lounge im Internet zum Download bereitsteht.

Bluetooth Headset WEP 185. Abgerundet wird das Angebot durch eine hochwertig gefertigte Tasche in edler Optik für die beiden Geräte.

Das Samsung SGH-E900 ist ein Slider-Handy, das mit einer einzigartigen innovativen Benutzeroberfläche ausgestattet ist, die sowohl auf leichte Bedienbarkeit als auch auf Schlichtheit ausgerichtet ist. So leuchten beispielsweise nur die Tasten, die für die jeweilige Anwendung – Musik oder Telefon – erforderlich sind. Weitere Kennzeichen dieses Samsung-Modells sind die Zwei-Megapixel-Kamera mit Fotolicht, Video und der MP3-Player. Dieser spielt alle gängigen Formate ab und liefert im Offline-Modus bis zu 14 Stunden Musik nonstop.

Das „Der Teufel trägt Prada“-Paket

Überwiegend weibliche Kunden und Fans des erfolgreichen Films „Der Teufel trägt Prada“ dürfte Paket Nummer drei ansprechen. Das Bundle umfasst ein Samsung SGH-E570, die DVD mit dem Film „Der Teufel trägt Prada“, eine hochwertige Kosmetiktasche, eine Schlafmaske und einen Handyanhänger mit dem High-Heels-



Neben der DVD „Der Teufel trägt Prada“ finden sich viele nützliche Accessoires für eine vorwiegend weibliche Zielgruppe im „Der Teufel trägt Prada“-Paket.

Logo des Films sowie bereits aufgespielte Klingeltöne, Wallpaper und Screensaver mit Melodien und Bildern aus dem Film. Geliefert wird das komplette Sortiment in einer exklusiven Box.

Das darin enthaltene Handy Samsung SGH-E570 fällt nicht nur durch eine coole Zweifarbenoptik in Pink und Silber auf, sondern kann technisch ebenfalls beeindrucken, zum Beispiel mit seiner 1,3-Megapixel-Kamera mit Videofunktion, MP3-Player für alle gängigen Musikformate, Bluetooth, WAP für einen schnellen Internetzugang und einen internen 23 MB-Speicher, der durch den microSD-Steckplatz ergänzt wird.

Fashion-Edition mit ungewöhnlichen Farben

Doch nicht nur diese drei Mehrwertpakete sollen dem Handel in den kommenden Wochen den Verkauf von Handys vereinfachen, Samsung startet auch unter dem Motto „Frische Farben, die den Lifestyle treffen!“ eine Fashion-Offensive.

„Hier stehen das SGH-E500 in Weiß und das SGH-E570 in Dunkelviolett für die ‚High-Fashion‘-Zielgruppe, das SGH-D900 in Weinrot für die ‚Premium-Pro‘-Zielgruppe und das SGH-E900 für die ‚Leisure & Entertainment‘-Zielgruppe im Mittelpunkt“, erläuterte Strixner. „Fashion“ heißt hier die Devise, mit der wir vor allem Kunden aus

zahlungskräftigen Zielgruppen erreichen wollen.“

Das SGH-E500 kommt mit einer fein genarbten Lederoptik in strahlendem Weiß und goldfarbenen Mustern rund um das Display auf der Oberseite auf den Markt. Zu den technischen Details des Gerätes, das ebenfalls vor allem Fans in der weiblichen Kundschaft finden dürfte, zählen die 1,3-Megapixel-Kamera, ein integrierter MP3-Player, umfangreiche Kalenderfunktionen, eine Bluetooth-Schnittstelle sowie sogenannte Beauty-Tools und Woman's Life Features, die von der Biorhythmus-Berechnung über einen Parfüm-Typ-Berater bis zum Kalorienzähler reichen.

Das SGH-D900 oder Ultra Edition 12.9 ist eines der schlanksten Slider-Handys der Welt. Es ist

unter anderem mit einer Drei-Megapixel-Kamera mit Autofokus, 60 MB internem Speicher, microSD-Steckplatz, MP3-Player, USB-Anschluss und Bluetooth mit Audio Streaming ausgestattet.

Dazu kommt eine innovative Menüführung, die die Bedienung zu einer schnellen und intuitiven Angelegenheit macht. Die neue weinrote Farbe verleiht dem Gerät ein emotionales Aussehen.

Zur Fashion-Offensive gehört auch eine dunkelviolette Farbvariante des SGH-E570, die dem Nutzer des Klapphandys ein



sollen die modebewussten Mobilfunknutzer ansprechen

Pakete für den Tk-Fachhandel

haptisches Erlebnis besonderer Art bietet. In Kombination mit der schwarzen Benutzeroberfläche ergibt sich eine elegante und einzigartige Optik. Neben den technischen Merkmalen 1,3-Megapixel-Kamera, Bluetooth, WAP, 23 MB interner Speicher und microSD-Steckplatz bietet auch dieses Modell verschiedene Sonderfunktionen, zum Beispiel die Bio-rhythmus-Berechnung und einen Schrittzähler.

Handy Nummer vier innerhalb der „Fashion“-Kampagne ist das SGH-E900, das in der Farbe Pink zu haben ist. Pink, ein etwas satterer Farbton als Rosa, gehört neben Gold zu den derzeit angesagtesten Modifarben und wird vor allem von einer jüngeren Käuferschicht bevorzugt. Die technischen Kennzeichen sind identisch mit den anderen SGH-E900-Modellen, zum Beispiel dem oben beschriebenen Handy des „Gold Pakets“.

verstärken. Samsungs designorientierte Premium-Geräte finden Ausdruck in den Modellreihen der Ultra Edition II und Ultra Special, die im ersten Halbjahr 2007 auf den Markt kommen.

Ultra Edition II – es geht noch schlanker

Anknüpfend an den Erfolg der im Juli 2006 eingeführten Ultra Edition vereint die Nachfolgeserie Ultra Edition II eine State-of-the-Art-Technologie, revolutionäres Handy-Design sowie eine Fülle



Ultra Edition 9.6

natrot, Platin-metallfarben und Kupfergold. Zum Samsung Ultra Edition 10.9 (U600) gehören auch ein nutzerfreundliches Interface, 3,2-Megapixelkamera mit Autofokus und ein 2,22-Zoll-Display. Als Ultra Edition 12.1 (U700) bietet das Gerät darüber hinaus HSDPA mit 3,6 Mbps Datenübertragungsgeschwindigkeit und Videotelefonie-Möglichkeit.

Das Ultra Edition 9.6 (U300) ist ein modernes Klapphandy für modebewusste, moderne Kunden. Das Gehäuse des Ultra Edition 9.6 (U300) ist ganz aus Metall und bietet dadurch eine glatte, pure Erscheinung. Es ist mit einer Reihe leistungsfähiger Technologien ausgerüstet, wie einer 3,0-Megapixel-Kamera, TV-Ausgang, Bluetooth und einem 70-Mbyte-Speicher.

Die letzte Neuheit in Samsungs Ultra Edition II-Serie ist das Ultra Edition 5.9, das flachste Telefon

Musikabspieldauer mit einer Akkuladung, Media Transfer Protocol (MTP) und Microsoft DRM.

Ultra Special – die Multimedia-Wunder

Auch die Samsung Ultra-Reihe in ihrem einzigartigen Design wurde weiterentwickelt, um anspruchsvollen

Kunden ein noch umfangreicheres Angebot an Multimedia-Anwendungen zu bieten. Das neue Samsung F700 ist unter anderem mit einem Full Touch Screen, Tastenfeld-Interaction, Qwert-Tastenfeld und einem großen 2,78“ Farbdisplay ausgestattet. Weitere Kennzeichen sind die erstklassige Fünf-Megapixel-Autofokus-Kamera und eine 7,2 Mbps HSDPA-Datenübertragung.

Das Samsung F500 fällt durch sein einzigartiges duales Design auf, mit dem es für ein vollständig personalisiertes Multimedia-Erlebnis sorgt.

Als Version des Samsung Ultra Video F500 verbindet das Samsung F510 das innovative Design des F500 mit DVB-H, um damit den Kundenwunsch nach Mobilfernsehen zu befriedigen.

Das einzigartige Design hat die komplette Funktionalität eines Handsets auf einer Seite, die gedreht werden kann, um ein 2,4 Inch breites Display auf der Rückseite freizugeben. Dadurch können Anwender ihr Handy schnell und einfach in ein Multimedia-Videogerät verwandeln.



SGH-F700

Das Samsung F500 ist das neueste Personal Multimedia-Gerät mit Smart Design und Spitzenfunktionen. Es bietet duale LCD-Seiten – die eine Seite ist für die Telefonie vorgesehen, die andere hat ein großes Display und Multimedia Bedienelemente.

Das F500 ermöglicht dem Nutzer das Betrachten einer großen Bandbreite von Video-Content. Es hat außerdem eine Personal-Multimedia-Player-Funktion mit einem 2,4“ breiten Display sowie eine Zwei-Megapixel-Kamera.



SGH-F500

Das Samsung F300 ist mit einem digitalen Endverstärker ausgestattet, der auf der einen Seite ein dezidiertes

Music-User-Interface bietet, das es erleichtert, zwischen den Songlisten zu navigieren und Funktionen wie Media Transfer Protocol (MTP) und Microsoft DRM unterstützt. Auf der Rückseite hat es all die Funktionen, die Nutzer mittlerweile erwarten können.

Mit einer Fülle neuer Produkte auf der CeBIT

Zu sehen gibt es die verschiedenen Pakete und die Modelle der Fashion-Offensive auf dem CeBIT-Stand von Samsung Electronics in Halle 26, Stand E60. Doch nicht nur deshalb lohnt sich nach Ansicht von Norbert Strixner ein Besuch, sondern auch wegen der zahlreichen Handy- und Mobilfunk-Neuheiten, die Samsung in den vergangenen Wochen vorgestellt hat und von denen einige in Hannover zum ersten Mal in Deutschland zu sehen sind.

Auf der CeBIT zeigt Samsung Electronics ein umfangreiches Portfolio an neuen Mobiltelefonen mit bahnbrechenden Technologien. Mit seinen facettenreichen, trendsetzenden Handys und technischen Errungenschaften – darunter die brandneue Ultra Edition II – will das koreanische Unternehmen den Tk-Markt weiter vorantreiben und die Nachfrage nach neuesten Technologien

von Multimedia-Funktionalitäten. Das Ergebnis sind vier extra schlanke, hochwertige und formschöne Mobiltelefone für jeden Anspruch. Dazu gehören die beiden eleganten Slider Ultra Edition 10.9 (U600) und Ultra Edition 12.1 (U700), ein Klapphandy im Metallic-Look – (Ultra Edition 9.6, U300) und ein Candy-Bar-Mobiltelefon, das Ultra Edition 5.9 (U100). Die Modelle im einzelnen:



Ultra Edition 10.9 (ganz oben) und Ultra Edition 5.9

Das Samsung Ultra Edition 10.9 (U600) strahlt Eleganz und Stil aus. Es ist in einer Auswahl verschiedener Gehäusefarben erhältlich, darunter Saphirblau, Gra-

der Welt. Dabei ist es gleichzeitig robust und randvoll angefüllt mit Funktionen. Als Verkörperung des Ausdrucks „klein, aber oho“ bietet das Ultra Edition 5.9 (U100) eine Drei-Megapixel-Kamera und ein 1,93-Zoll-Display mit außergewöhnlicher Qualität. Das Gerät bietet vielfältige Musikfunktionen, so zum Beispiel bis zu elf Stunden

Hochgeschwindigkeits-Datenübertragung mit dem Samsung SGH-i600

Mit dem SGH-i600 hat Samsung Electronics ein neues, außergewöhnliches Smartphone vorgestellt. Das Gerät basiert auf der Windows 5.0-Mobilplattform und verbindet eine Fülle von Multimedia-Funktionen mit ungewöhnlich flachem und modischem Design.

Das SGH-i600 ist das erste Produkt der Ultra-Messaging-Reihe, die Samsung im Laufe des Jahres um leistungsfähigere Modelle erweitern will. Es zeichnet sich durch ein schlankes Gehäuse (113 x 59 x 11,8 mm) und geringes Gewicht (105 g) aus. Das neue Ultra-Messaging-Modell ist eins der weltweit schlankste 3G-Smartphone, das dem Nutzer eine volle Qwertz-Tastatur bietet. Außerdem steht eine Wheel-Key-Funktion zur Verfügung, die speziell entwickelt wurde, um



Nachrichten oder E-Mails schnell und bequem zu verfassen. Das SGH-i600 kombiniert funktionsreiche Desktop-Anwendungen der Windows 5.0-Mobilplattform mit weitreichenden Multimedia-Möglichkeiten. Damit bietet es alle Vorzüge moderner mobiler privater und beruflicher Kommunikation. Das Ultra-Messaging-Smartphone ist ebenfalls mit dem UMTS-Übertragungsverfahren HSDPA ausgestattet und ermöglicht damit höhere Datenübertragungsraten im Mobilfunk. Schnelle Datenübertragung ist darüber hinaus per WiFi und Bluetooth 2.0 möglich. Zudem ist das neue Samsung SGH-i600 das erste Smartphone, das Internetanwendungen wie Podcasting und RSS Reader unterstützt.

Neuheiten von Sony Ericsson Fotos und Musik

Schon fast traditionsgemäß hat Sony Ericsson vor der CeBIT eine ganze Reihe neuer Produkte vorgestellt. Bei den acht neuen Mobiltelefonen liegen die Schwerpunkte auf Musik und Foto. Darüber hinaus stehen dem Handel demnächst drei neue Headsets und verschiedene Zubehörprodukte zur Verfügung.

Das 9,4 mm schlanke **W880i** ist das bislang kompakteste Walkman-Handy von Sony Ericsson. Bis zu 900 Songs lassen sich auf dem mitgelieferten 1 GB Memory



schmalen Metallstiften, die aus der planen Oberfläche herausstehen. Die Disc2Phone-Software sorgt auch bei diesem Handy für den unkomplizierten Abgleich der Musik mit dem Computer. TrackID ermöglicht die Identifikation von Songs und deren Interpreten. Bis zu 18 Stunden Musik, im Flugmodus ohne Telefonfunktionen sogar 20 Stunden, können über den Walkman-Player gehört werden. Das UMTS Walkman-Handy Sony Ericsson W880i kommt im ersten Quartal auf den Markt.

Das Sony Ericsson **W610i**, ein weiteres Gerät der Walkman-Familie, bietet neben den Musik-

Stick Micro (M2) speichern. Der überarbeitete Walkman Player 2.0 bietet eine optimierte Navigation. Eine Zwei-Megapixel-Kamera und UMTS sind – neben einem hochwertigen Headset – weitere Ausstattungsmerkmale des Handys. Neben der technischen Ausstattung hebt sich das W880i vor allem durch sein eigenständiges Design mit den Farbvarianten Silber/Schwarz oder Schwarz/Orange-Rot und einer Vorderseite aus gebürstetem Edelstahl von anderen Handys ab. Die gut bedienbare Tastatur besteht aus



funktionen unter anderem eine Zwei-Megapixel-Kamera mit Autofokus, eine im Lieferumfang ent-

haltene 512 MB große Speicherkarte, EDGE-Unterstützung und einen klaren 1,9-Zoll-Monitor. Das ebenfalls mitgelieferte, hochwertige Stereo-Headset sorgt beim Hörer für Musikgenuss. Videoaufzeichnung und Picture Blogging über das Internet zählen zu den Multimediamöglichkeiten des W610i. Es stehen die Farben Plush Orange und Satin Black zur Verfügung. Das Sony Ericsson W610i ist voraussichtlich im zweiten Quartal erhältlich.



Das **Cyber-shot-Handy K810i** soll die Erfolgsgeschichte dieser Reihe fortführen. Das Gerät bietet eine 3,2-Megapixel-Kamera, Autofokus und einen Xenonblitz. Entscheidend für eine gute Bildqualität sind darüber hinaus die überarbeitete Software und bildverbessernde Anwendungen wie Photo fix. Dank USB 2.0 und Bluetooth 2.0 lassen sich die Daten schnell mit kompatiblen Geräten austauschen. Neu bei Sony Ericsson ist die Tastatur aus Metallknöpfen, die sowohl durch ihre Haptik als auch durch die besondere Optik auffallen. Das 2,0-Zoll-Display mit 262.000 Farben überzeugt durch seine Helligkeit und Schärfe. Das K810i ist ab dem zweiten Quartal in Noble Blue (sehr dunkler Blauton) oder Golden Ivory (Cremefarben) erhältlich. Das **K550i** ist das zweite neue Cyber-shot-Handy. Es verbindet eine kompakte Bauweise (14 mm



schmal) mit leichter Bedienbarkeit und richtet sich an Nutzer, die erstmals eine hochwertige Kamera bei einem Handy nutzen wollen. Das K550i ist unter anderem mit einer Zwei-Megapixel-Kamera mit Autofokus und LED-Blitz aus-

Neue Zubehörprodukte

Mit den Miniboxen MPS-70, dem bluetooth-fähigen Autolautsprecher HCB-120, der Musikfernbedienung MRC-60 und dem Desk Stand CDS-65 hat Sony Ericsson auch neue Handy-Accessoires vorgestellt. **Musikfernbedienung MRC-60:** Wer gleichzeitig Musik in HiFi-Qualität anhören und sein Handy aufladen möchte, dockt einfach sein kompatibles Sony Ericsson-Mobiltelefon an die Musikfernbedienung MRC-60 an.



Dann kann man Musiktitel vom Handy auswählen, die Lautstärke regeln und über die Freisprecheinrichtung telefonieren. Die MRC-60 ist ab Ende des ersten Quartals erhältlich. **Portable Lautsprecher MPS-70:** Die leichten und portablen Lautsprecher MPS-70 werden ans Handy angeschlossen und über den Handy-Akku mit Strom versorgt. Trotz ihrer geringen Abmessungen sorgen die Boxen für kraftvollen Sound. Ihr Stromverbrauch ist gering. Für besseren Radioempfang sind die Lautsprecher zudem mit einer FM-Antenne ausgestattet. Die MPS-70 sind ab dem zweiten Quartal verfügbar. **Desk Stand CDS-65:** Mit dem Desk Stand CDS-65 können via USB Fotos zwischen Handy und PC übertragen oder einfach die Daten zwischen beiden Geräten synchronisiert werden, während gleichzeitig das Handy aufgeladen wird. Schließt man noch eine Freisprecheinrichtung an, so kann man bequem telefonieren, während Bilder und Musik übertragen werden. Der Desk Stand CDS-65 ist ab dem zweiten Quartal 2007 zu haben. **Autolautsprecher HCB-120:** Der bluetooth-fähige Autolautsprecher HCB-120 ist eine Lösung für diejenigen, die ihr Cyber-shot-Handy (oder ein anderes kompatibles Bluetooth-Telefon) regelmäßig beim Autofahren verwenden. Einfach an der Sonnenblende des Wagens angebracht, macht er das freihändige Telefonieren am Steuer sicherer. Der HCB-120 verfügt über ein Digitaldisplay mit eingebautem Kippsensor und Anruferkennung. Er zeichnet sich durch lange Gesprächs- und Standbyzeiten (bis zu 24 bzw. 45 Stunden) aus.

Drei neue Headsets

Lange Akkulaufzeiten und eine aktuelle Farbgebung sind die auffälligsten Kennzeichen der drei neuen Bluetooth-Headsets von Sony Ericsson. Die portable **Stereo-Freisprecheinrichtung HPM-75**, der Nachfolger der HPM-70, wird mit auswechselbaren In-Ohr-Stöpseln in verschiedenen Größen geliefert. Für eine optimale Passform konzipiert, sorgen diese bei dem in einem metallischen Aluminiumfinish gehaltenen Headset für guten Sitz des Headsets im Ohr. Dank des integrierten Mikrofons und der Taste zur Entgegennahme von Anrufen ist das Telefonieren mit dem Headset sehr komfortabel. Die HPM-75 ist voraussichtlich ab Mitte des zweiten Quartals 2007 zu haben. Das **Bluetooth-Headset HBH-PV710** wartet mit Sprech- und Standby-Zeiten von bis zu zwölf bzw. 300 Stunden auf und kommt mit einem silbernen Korpus und Frontabdeckungen in glitzerndem Braun oder Rot auf den Markt. Das klassische Sony Ericsson-Design sorgt dafür, dass das Mikrophon nah am Mund sitzt und garantiert so klare Sprachqualität bei hohem Tragekomfort. Das HBH-PV710 ist voraussichtlich ab Ende des



ersten Quartals verfügbar. Geringes Gewicht, kompaktes Design sowie lange Sprech- und Standby-Zeiten machen das ebenfalls neue **HBH-PV702** zu einem hochwertigen Bluetooth-Gerät, das einfach zu bedienen und bequem zu tragen ist. Mit seinem schwarzen oder weißen Finish und dem unauffälligen Design passt es zu jedem Outfit. Das HBH-PV702 ist voraussichtlich ab Anfang des zweiten Quartals lieferbar.

gestattet. Das Quad-Band EDGE-Handy kommt im ersten Quartal in den Farben Jet Black und Pearl White auf den Markt.

Mit dem **K200i** und dem **K220i** nimmt Sony Ericsson auch zwei neue Einsteigerhandys ins Sortiment. Beide Modelle kommen im klassischen Barrendesign auf den Markt. Das K200i ist mit einer VGA-Kamera und einem Fotoalbum ausgestattet, die beide mit nur einem Klick auf die eigens dafür vorgesehene Taste aktiviert werden können. Das K200i speichert bis zu 40 Bilder in einer Diashow-Ansicht. Die aufgenommenen Fotos können dann auf dem Monitor betrachtet werden. Das K200i wird wahlweise in den Farben Metallic Black oder Light Champagne verfügbar sein. Das K220i ist baugleich mit dem K200i, ist aber zusätzlich mit einem FM-Radio mit RDS ausgestattet. Das K220i speichert bis zu zehn Radiostationen, so dass dem Besitzer langes Suchen erspart

bleibt, wenn er den Sender wechseln möchte. Das K220i wird wahlweise in den Farben Frost White oder Ocean Blue verfügbar sein.

Abgerundet wird die Neuheitenpalette von Sony Ericsson durch die Modelle **J110i** und **J120i**, die ebenfalls für Mobilfunk-Einsteiger konzipiert wurden. Beiden gemeinsam ist die einfache Menüführung: Mit nur einem Klick gelangt der Nutzer zu den wichtigsten Funktionen. Das J120i unterscheidet sich von dem kleineren Schwestermodell durch ein integriertes FM-Radio inklusive Kopfhörer. Beide Handys sollen die Kunden mit ihrem modernen, schlanken Design überzeugen. Zugleich bleiben das J110i und das J120i auf eine einfache Handhabung und Benutzerfreundlichkeit ausgerichtet. Beide Modelle kommen im zweiten Quartal auf den Markt, das J110i in den Farben Soft Cream, Smooth Grey und Precious Purple, das J120i in der Farbe Night Black.



mobilcom sieht gute Chancen für die Handelspartner

Der bisherige Einsatz für DSL soll sich bei mobilcom 2007 auf breiter Basis im Handel bemerkbar und für den Händler bezahlt machen. „Wir haben unseren Handelspartnern in den vergangenen Monaten immer wieder erklärt, dass im Thema DSL die Zukunft liegt und ihnen geraten, mit der Vermarktung von Breitband-Festnetz zu beginnen. Im zweiten Halbjahr 2006 haben wir viel Aufklärungsarbeit geleistet und enorm in Schulungen und Beratungen investiert“, erklärte Dr. Jens Gerhardt, mobilcom Bereichsleiter Vertrieb/Handel, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Jetzt beginnt dieses Engagement Früchte zu tragen.“

So spüre man seit Ende 2006 eine deutlich wahrnehmbare Änderung der Fachhandelsstruktur ganz klar in Richtung DSL. „In der Zeit davor haben wir das Thema gepusht, aber seit zwei Monaten merken wir, dass vom Handel ein Pull kommt“, so Gerhardt.



Dr. Jens Gerhardt

Bemerkbar macht sich diese Entwicklung beispielsweise in einer Reihe von Spontanbewerbungen durch Händler, zu denen man bislang keinen Kontakt hatte. „In den ersten beiden Monaten waren das jeweils mehr als 20 Händler, die mit uns ins Gespräch kommen wollten“, sagte Gerhardt. „Das ist sicherlich keine extrem hohe Zahl, aber da es in den Monaten davor so gut wie keine derartigen Bewerbungen im Bereich DSL gegeben hat, werten wir das als positives Signal.“

Mehr grüne Möbel werden nachgefragt

Als weiteren Trend zur steigenden DSL-Vermarktung wertete Gerhardt die Anforderungen von Ladenbauelementen: „mobilcom



Erfolg mit DSL

Geht es nach mobilcom, dann wird die Welt in Zukunft grüner aussehen als bisher.

bietet in seinem Leistungspartner-Programm den Händlern die Möglichkeit, sich möblieren zu lassen, und da stellen wir seit geraumer Zeit ebenfalls eine stark steigende Nachfrage nach grünen Möbeln fest, also nach der Farbe, die bei uns nach dem Zusammenschluss mit Freenet für die DSL-Welt steht.“ Noch vor einem Jahr habe sich dagegen noch fast keiner der mobilcom Händler für Festnetz interessiert.

DSL-Engagement wird belohnt

Gefördert wird das Festnetz-Engagement des Handels auch durch die Integration der DSL-Produkte in das Leistungspartner-Programm. Jeder Leistungspartner kann sich die Unterstützungsleistungen durch mobilcom erarbeiten, indem er bestimmte Produkte verkauft, für die er dann jeweils Punkte erhält. Wieviele Punkte es für welche Leistungen gibt, ist festgelegt. Je nach Höhe der Punktzahl kann der Händler dann unterschiedlichste Leistungen abrufen, von Flyern, die in seinem Umfeld verteilt werden, über erhöhte Zuschüsse zu Ladenausstattung und Marketingmaßnahmen bis zur Erhöhung der Umsatzbeteiligung und der Barauszahlung. Neu ist in diesem Jahr, dass mobilcom dem Händler nicht nur für jeden Mobilfunkvertrag zehn Euro zahlt, sondern auch für DSL-Verträge. Grundsätzlich gilt die einfache Regel: Je engagierter der Händler ist, desto höher fallen die Unterstützungsleistungen aus.

„Durch die Addition von Internet und DSL zum Mobilfunk bieten wir jetzt eine volle Produktpalette, die demnächst noch um Konvergenzprodukte wie E-Mail, Surfen oder Foto erweitert wird, so dass es unseren Leistungspartnern sehr einfach gemacht wird, Punkte zu sammeln“, stellte Gerhardt fest.

„Händler werden immer adäquat bepunktet“

Zudem habe man sich dazu entschlossen, für hochwertige Mobilfunk- und DSL-Verträge die doppelte Punktzahl zu geben, und man habe Preselection und unterschiedlichste Mobilfunk-Optionen zusätzlich in die Punkteliste aufgenommen, und auch für die Kundenbindung, also Vertragsverlängerungen, werden Punkte vergeben. Gerhardt: „Egal, was

der Händler jetzt schaltet, er wird immer adäquat bepunktet.“ Dabei dürfte es für einen halbwegs engagierten Händler kein Problem sein, die unterste Stufe des Leistungsprogramms zu erreichen, die bereits bei 20 Punkten beginnt. Dafür reicht es beispielsweise, zehn Mobilfunkverträge oder fünf DSL- plus fünf Mobilfunkverträge zu verkaufen.

Dass jetzt der richtige Zeitpunkt für den Einstieg in das DSL-Geschäft sowohl für neue Partner als auch für diejenigen ist, die sich bislang nur auf Mobilfunk konzentrieren, steht für Gerhardt außer Frage. „Ich bin davon überzeugt, dass wir über kurz oder lang keinen Haushalt mehr ohne DSL haben werden“, so der mobilcom Bereichsleiter Vertrieb/Handel. „Diese Entwicklung hin zum Breit-

band-Festnetz wirkt sich deshalb auf den Handel positiv aus, da jetzt allmählich eine neue Käuferschicht von DSL-Nutzern heranwächst, die nicht so selbstverständlich mit dem Thema umgeht wie die internet-affinen User der ersten DSL-Generation.“ Während diese hervorragend informiert gewesen sei und DSL in der Regel online bei den entsprechenden Providern gekauft habe, entstehe jetzt Interesse bei Menschen, die dem Thema zwar positiv gegenüberstünden, die aber sehr unsicher seien oder sogar Angst vor technischen Dingen hätten. „Gut für mobilcom Partner ist, dass gerade diese Verbraucher es gewohnt sind, sich beim Fachhandel beraten zu lassen und ihre Produkte dort auch zu kaufen“, führte Gerhardt aus. „Wir werden in den nächsten Monaten alles dafür tun, unsere Erfahrung aus dem Mobilfunk auch bei DSL in die Läden zu bringen, so dass unsere Partner einen guten Anteil der vielen Millionen neuen Breitbandkunden für sich gewinnen können.“



Seit dem vorigen Jahr haben mobilcom Handelspartner die Möglichkeit, Mobilfunk- und freenet-Festnetzprodukte zu verkaufen.

Eine gute Gelegenheit, die gesamte Produktwelt von mobilcom zu erleben und sich über die Möglichkeiten einer Partnerschaft zu informieren, bietet die CeBIT. Dort ist mobilcom wie im vergangenen Jahr, aber mit einem etwa doppelt so großen Stand, in Halle 16, Stand A06, vertreten.

Samsung zeigt Kameras auf der CeBIT

Samsung Opto-Electronics zeigt auf der CeBIT sein komplettes neues Digital-foto-Line-up. Das Unternehmen stellt in Halle 1, Stand B41, auf einer modern gestalteten Fläche alle Kamera-neuheiten zum Start in ein erfolgreiches Jahr 2007 vor.

Das Portfolio reicht von Samsungs digitalem SLR-Topmodell GX-10 über die Neuheiten der NV-Kompaktkamera-Serie bis zum Multimedia-Talent Samsung i70 mit Portable Media Player-Funktion – zum Anfassen und Probehören. Ebenfalls im Rampenlicht stehen die beiden Newcomer S1050 und S850 des Samsung Einstiegssegments mit Fünffach-zoom und die attraktiven Lifestyle-Modelle L73 und L700 der Kompaktkameraklasse.

Im Rahmen einer Mini-Galerie kann sich der CeBIT-Besucher vom Leistungsniveau der GX-10 live überzeugen, und wer genau wissen möchte, wie Samsungs Lösung zur optischen Bildstabilisierung OPS funktioniert, der sollte den Samsung-Stand eben-

falls besuchen. Vor Ort können alle Samsung-Kameramodelle getestet, Probefotos aufgenommen und sofort auf Monitoren begutachtet werden.

Zu einem Hingucker, nicht nur auf der CeBIT, dürfte die kompakte Samsung NV3 in einer Sonderausgabe im extravaganen Ornamentlack-Design werden. Die Kamera, die technisch und preis-



lich identisch mit dem Serienmodell ist, wendet sich vor allem an Kunden, die das Besondere suchen.

Ganz neu im Samsung-Programm ist auch die im Premium-Segment angesiedelte L74w, die mit dem Kürzel „w“ auf ein wichtiges Ausstattungsmerkmal hinweist: das 3,6fach-Weitwinkel-Zoomobjektiv, dessen kleinste Brennweite 28 mm ist. 7,2 Megapixel Auflösung

und ein großer 3-Zoll-Monitor sind weitere Kennzeichen dieser Neuheit.

Die 10,1-Megapixel-Kamera NV11 ist mit einem Fünffach-Zoomobjektiv 38–190 mm und einer Funktion zur automatischen Erkennung von Gesichtern ausgestattet, die mit Hilfe von Multifokus bestmöglich scharfgestellt werden. Als neues Merkmal bietet die NV11 einen Business-Modus: Mit ihm werden Visitenkarten aufgenommen, die anschließend mit dem PC und der neuen Software Visitenkarten-Manager organisiert werden können.

Die neue Samsung i70, das jüngste Mitglied der erfolgreichen Slim-Familie, vereint den Komfort und Stil eines ultraschlanken Bodys mit den ergonomischen Werten einer größeren Kompaktkamera. Dies wird durch das von Samsung entwickelte Slide & Shine-Designkonzept möglich: Das glänzende und hochwiderstandsfähige Metallgehäuse bietet einen Schiebe- und Gleitmechanismus, bei dem die Objektiv- und

Bedieneinheit zum Fotografieren einfach seitlich herausgezogen wird.

Die Oberklasse-Kamera i7 fällt vor allem durch ihr ausgeklügeltes Design- und Handhabungskonzept auf, in dessen Mittelpunkt ein drehbarer, berührungsempfindli-



cher 3,0“-LCD-Monitor im Breitbildformat steht: Je nach Verwendungszweck der i7 wird das hochauflösende Display (230.000 Pixel) vom 16:9-Breitbildformat ins Hochformat rotiert.

Auf der CeBIT zu begutachten sind schließlich auch alle weiteren neuen Kompaktkameras, die Samsung zu Beginn des Jahres vorgestellt hat. Alle zeichnen sich durch attraktive Endverbraucherpreise

und innovative Ausstattungsmerkmale aus. So gehört bei allen Modellen der ASR-Verwacklungsschutz (Advanced Shake Reduction) zum Standard. Diese Samsung-exklusive Technologie soll auch bei längeren Verschlusszeiten für optimale Schärfe sorgen, ohne dass der Blitz zugeschaltet werden muss.

Neu ist die Funktion „Wise-Shot“, die Samsung erstmals in den Modellen L73, S730, S850 und S1050 einsetzt. Sie kann bei geringem Licht genutzt werden und macht zwei Aufnahmen simultan, eine mit ASR und eine

mit Blitz. Der Anwender kann anschließend auswählen, welches Foto ihm besser gefällt.

Zu den Gemeinsamkeiten der neuen Kompaktkameras zählen weiterhin zahlreiche Motivprogramme, Digitalzoom-Funktion, interne Speicher, einfache Handhabung, kompakte Abmessungen und geringes Gewicht. Als Wechselspeicher dienen SD-/SDHC- oder MMC-Karten.

Pos-Neuheiten

SanDisk: 1,8“ Solid State Drive statt Festplatte



Mit einem 32 Gigabyte fassenden 1,8 Zoll Solid State Drive (SSD) hat die SanDisk Corporation eine echte Alternative zur üblichen mechanischen Festplatte entwickelt und vorgestellt. Mit dem Produkt SSD zielt SanDisk vorerst nur auf Unternehmenskunden in dem Bestreben, damit eine möglichst zügige Verbreitung der Technologie im Massenmarkt zu erreichen. Als Bestandteil von Laptops



kann das SanDisk SSD auch unter extremsten Bedingungen höchste Lebensdauer und überragende Leistung bieten. Flashspeicher-basierte Laufwerke mit hoher Speicherkapazität wurden bisher ausschließlich von Militär, Luftfahrt, Raumfahrt und Telekommunikation genutzt. Dort sind höchste Leistung und Zuverlässigkeit auch unter härtesten Umweltbedingungen Grundvoraussetzung. Infolge der sinkenden Kosten für NAND-Flashspeicher haben sich Solid State Drives inzwischen zu einer praktischen und wirtschaftlich attraktiven Alternative zu bestehenden Technologien in unterschiedlichsten Anwendungsbereichen entwickelt. Das schließt mobile PCs für Unternehmen und Privatnutzer ein. „Dies ist ein bedeutender Schritt für SanDisk in seinem beständigen Bestreben, neue Märkte für

Flashspeicherlösungen im PC-Bereich zu schaffen“, so Eli Harari, CEO von SanDisk. „Die 32-Gigabyte-SSD, die wir heute vorstellen, ist die fünfte Generation Flash-basierter Solid State Drives, die von unserer kürzlich erworbenen Tochtergesellschaft msystems entwickelt wurde. Kommerziell wurde die Entwicklung der 32-GB-SSD dank der technologischen Marktführerschaft von SanDisk und der langjährigen Erfahrung von msystems möglich. Diese Erfahrung schlägt sich in den leistungsstarken und kostengünstigen System-Controllern nieder, die das Produkt ausmachen. Sobald die ersten 32-GB-SSDs für Laptops ausgeliefert werden, erwarten wir eine zunehmende Verbreitung im Markt, weil wir im gleichen Zeitraum auch die Kosten für Flash-Speicher reduzieren werden. Wenn SSDs noch günstiger werden, lassen sich durch die im Vergleich zu mechanisch arbeitenden Festplatten überlegenen Eigenschaften der SSD eine neue Kundengruppe für unsere weltweiten Vertriebskanäle erschließen“, so Harari weiter. „Die Integration von SanDisk 32-GB-SSDs in Laptops wird für den Endkunden ab der ersten Hälfte des Jahres 2007 zum Preis von voraussichtlich US-Dollar 600 möglich werden.“ Ein weiterer Vorteil des SanDisk SSD ist der im Vergleich zu einer Festplatte extrem niedrige Stromverbrauch von nur 0,4 Watt bei aktivem Betrieb.

LG präsentiert „Super Multi Blue“ Player BH-100



LG bringt noch im ersten Quartal dieses Jahres den neuen „Super Multi Blue“ Player BH-100 auf den europäischen Markt. Das Gerät ist in der Lage, sowohl Inhalte von Blu-ray Discs als auch von HD DVDs wiederzugeben. „Unser Produkt ist für die Konsumenten eine

große Bereicherung. Sie sind nicht mehr gezwungen, sich für eines der beiden Formate zu entscheiden und können so ihre Zurückhaltung gegenüber der neuen Technologie aufgeben“, so Dr. Hee Gook



Lee, President und Chief Technology Officer von LG Electronics. Der Dual-Format High-Definition Disc Player spielt seine qualitativ hohe Bildwiedergabe in Verbindung mit einem Full HD Flachbildfernseher aus. Nur so

kann man das Fernsehen der Zukunft mit der derzeit höchstmöglichen TV-Auflösung von 1.080p nutzen. Auch die Darstellung von anderen interaktiven Inhalten von Blu-ray Discs stellt für den BH-100 kein Problem dar. Das Gerät ermöglicht außerdem die Wiedergabe von allen regulären Audio-Video-Inhalten.

Darüber hinaus unterstützt der BH-100 zahlreiche A/V-Formate wie beispielsweise MPEG-2, VC-1, H.264 Video, MPEG 1/2 Audio, Dolby Digital, Dolby Digital +, DTS sowie DTS-HD Audio. Außerdem ist er mit einer Vielzahl an Audio- und Video-Schnittstellen ausgestattet, darunter auch der digitale Scartnachsfolger HDMI und ein 5.1- Audio-Ausgang.

Maßgeschneiderter Displayschutz für Digitalkameras und Handys



Einen optimalen Schutz der empfindlichen LC-Displays, die oftmals den größten Teil der Kamerarückseite bzw. einen großen Teil der Frontseite des Handys einnehmen, gewährleisten die Displayschutzfolien digiCOVER Plus, die die S+M Rehberg GmbH, Hamburg, jetzt auf den Markt gebracht hat. Kratzer auf dem Display sind nicht nur ärgerlich und unschön, sondern sie mindern auch den Wert der Geräte. Außerdem stören Kratzer bei Digitalkameras die Bildwiedergabe. digiCOVER Plus zeichnen sich durch erstklassige optische Eigenschaften aus, ohne dass Farb- oder Kontrastverfälschungen auftreten. Die extrem klaren Schutzfolien haben eine selbstheilende Oberfläche und sind hieb-, stoß- sowie kratzfest. Des Weiteren sind sie resistent gegen Säuren und Laugen. Unterstrichen wird die Qualität der in Deutschland hergestellten Displayschutzfolien durch eine fünfjährige Garantie. digiCOVER Plus sind maßgeschneidert für alle gängigen Digitalkameras erhältlich. Für Displays, die nicht den Standardgrößen entsprechen, und für Handys gibt es Ordergutscheine, mit denen eine passgenaue Folie im Internet bestellt werden kann. Sowohl digiCover Plus als auch die Ordergutscheine kann der Endverbraucher über den Fachhandel beziehen.



Optimaler DVB-T Empfang mit Cinergy Antenna One



Der Ausbau der bundesweiten Abdeckung mit digitalem terrestrischem Fernsehen schreitet schnell voran. Doch nach wie vor gibt es Randgebiete und Abdeckungsschatten, in denen das DVB-T Signal nur schwach ankommt und ein ungestörter TV-Empfang nicht möglich ist. Eine gute Antenne kann die Qualität des Fernsehempfangs entscheidend beeinflussen. Um den Empfang zu optimieren, bringt TerraTec Electronic jetzt eine aktive Antenne für die hausinterne Nutzung auf den Markt: Die Cinergy Antenna One. Durch Einsatz der neuen patentierten LRR-Technologie (Long Range Reception) wird eine erhöhte Sender-Reichweite und deutlich verbesserte



Empfangsqualität erreicht. Zum Einsatz kommt ein extrem rausch- und verzerrungsarmer Verstärker der gegenüber Störsignalen unempfindlich ist. Die Spannungsversorgung erfolgt über USB oder die Phantomspeisung eines DVB-T-Empfängers. Neben DVB-T kann die Cinergy Antenna One auch zum Empfang der digitalen Radiostationen des DAB eingesetzt werden. Die Cinergy Antenna One ist ab April zum UVP von 29,99 Euro verfügbar.

Panasonic mit zehn Lumix-Neuheiten

Fortsetzung der Erfolgsgeschichte

Im Rahmen eines globalen Media-Events in Paris hat Panasonic seine neuesten Lumix-Modelle vorgestellt. Das Unternehmen setzt somit seine Erfolgsgeschichte im Kamerasegment fort.

Innerhalb von vier Jahren konnte Panasonic seine weltweiten Verkaufszahlen von einer knappen Million Kameras im Jahr 2003 auf acht Millionen 2006 steigern und erreichte damit das selbstgesteckte Ziel von 10 Prozent Marktanteil. Möglich wurde das durch eine Produktpolitik und eine Strategie für die Marke Lumix, die vor allem auf Qualität setzt. Bis zum Jahr 2009, so Mamoru Yoshida, Director DSC Business Unit of Panasonic AVC Networks Company, soll Lumix mit einem Marktanteil von 15 Prozent die Nummer 1 im weltweiten Kameramarkt werden. Mit der neuen Lumix-Generation für das Frühjahr 2007 setzt das Unternehmen ein deutliches Signal.

Besondere Features

Alle 10 Kameras sind mit dem intelligenten Bildstabilisator ausgestattet.

Dabei handelt es sich um eine Kombination des bewährten optischen Bildstabilisators mit der von Panasonic im vorigen Jahr eingeführten intelligenten ISO-Kontrolle. Während der optische Bildstabilisator Verwacklungen durch unbeabsichtigtes Bewegen der Kamera entgegenwirkt, reduziert die intelligente ISO-Kontrolle Unschärfen, die durch Bewegungen des Motivs entstehen. Eine weitere Gemeinsamkeit der neuen Lumix Modelle ist der Venus Engine III Prozessor, der sich durch eine besonders effiziente und dabei differenzierte Rauschunterdrückung auszeichnet. Helligkeits- und Farbrauschen werden separat behandelt. Panasonic hat zudem seiner Palette von Motivprogrammen originelle Neuheiten hinzugefügt, zum Beispiel den „Haustier-Modus“, bei dem die Kamera nicht nur automatisch auf intelligente ISO-Kontrolle schaltet, sondern auch die Möglichkeit bietet, das Geburtsdatum des lieben Tieres einzugeben. Ebenfalls neu ist der „Sonnenuntergang“-Modus, der die Far-

ben des beliebten Motivs so festhalten soll, wie sie das menschliche Auge sieht.

DMC-FZ8 im Mini SLR-Look

Die Lumix DMC-FZ8 im Mini-SLR-Look bietet das von der Vorgängerin in der FZ7 bekannte Zwölf-fach-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–3,3/36–432 mm, wurde aber mit höherer 7,2-Megapixel-Auflösung und praktischem Zoomspeicher ausgestattet. Außerdem wurden LCD- und Sucherauflösung deutlich erhöht. Zahlreiche manuelle Funktionen können schnell und komfortabel mit einem Joystick gesteuert werden. Anspruchsvolle Features wie RAW-Format und Zwei-Achsen-Weißabgleich charakterisieren die Ausstattung.



Flaggschiff bei den neuen Lumix-Modellen ist die DMC-FZ8 im Mini SLR-Look.

Die Reisekameras

Ein Leica Zehnfach-Zoom 3,3–4,9/28–280 mm in einem nur 105 x 59,2 x 36,7 mm kleinen Gehäuse – mit den Lumix TZ3 und TZ2 übertrifft Panasonic die Werte seiner Reisekamera TZ1 selbst. Die neuen 28-mm-Weitwinkelobjektive der beiden Modelle kommen den Ambitionen der anspruchsvollen Zielgruppe entgegen. Ein echtes „Panasonic first“ bei der TZ3 mit 7,2 Megapixeln und bei der TZ2 mit 6,0 Megapixeln sind die übergroßen Multiformat-CCD-Sensoren ohne Weitwinkleinbußen beim Umschalten auf das 3:2- oder 16:9-Format.

Schlanke Weitwinkel-Digitalkamera

Mit 94,9 x 51,9 x 22 mm ist das neue Modell FX30 noch etwas schmäler als die bisherige FX-Serie. Deshalb kann die 7,2-Megapixel-Lumix FX30 mit ihrem 3,6x-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–5,6/28–100 mm derzeit das Prädikat „weltweit schlank-

ste 28-mm-Weitwinkel-Digitalkamera“ für sich beanspruchen. Auffällig an diesem Modell ist auch die hohe Monitоруflösung, die für beste Bildkontrolle sorgt.

Hochwertig und dabei preisbewusst

Die Lumix FX10 bzw. FX12 sind mit 6,0 bzw. 7,2 Megapixel-CCD und Dreifach-Leica-Zoom 2,8–5,0/35–105 mm ausgestattet. Sie haben die Abmessungen 94,1 x 51,4 x 24,2 mm und wiegen betriebsbereit rund 150 g. Trotz des günstigen Preises sorgt ein Leica Objektiv für höchste Qualität.

Sechsfach Zoomobjektiv

Highlight der neuen Lumix DMC-LZ7 und LZ6 ist das große Sechsfach-Zoom Lumix DC Vario 2,8–4,5/37–222 mm in Kompaktbauweise. Beide Modelle sind mit einem höherauflösenden 7,2-Megapixel-CCD-Sensor ausgestattet. Die LZ7 bietet dazu ein 6,35-cm-LC-Display mit 115.000 Pixeln, die LZ6 zum günstigeren Preis beschränkt sich auf ein 5-cm-LCD (85.000 Pixel).

Einsteigermodell

Die Einsteigermodelle Lumix DMC-LS75 mit 7,2-Megapixel-Auflö-



sung und 6,35-cm-LC-Display mit 115.000 Pixeln Auflösung und LS60 mit 6-Megapixel-CCD-Sensor und 5-cm-LCD, beide mit dem Dreifach-Zoom Lumix DC Vario

2,8–5,0/35–105 mm ausgestattet, wenden sich vor allem an diejenigen Fotografen, die von Anfang an mit wenig Aufwand zu guten Bildergebnissen kommen wollen.

Panasonic mit neuen Highspeed Speicherkarten

Panasonic hat im Februar eine neue Speicherkartenserie auf den Markt gebracht. Die neuen Pro Highspeed Speicherkarten mit Speicherkapazitäten von 1 GB, 2 GB und 4 GB sind insbesondere für hochentwickelte SD/SDHC-kompatible Geräte konzipiert. Sie entsprechen der Class 6 und sind damit in die höchste der drei Geschwindigkeitsklassen eingestuft. Professionelle Fotografen können bei Einsatz der neuen Panasonic Speicherkarten mit ihren SLR-Kameras bedenkenlos bei voller Auflösung zu Serienaufnahmen ansetzen, ohne einen Datenstau im Pufferspeicher befürchten zu müssen. Mit der hohen Speicherkapazität der neuen 4 GB SDHC ist es möglich, High Definition Videos im AVCHD Normal-Modus von rund einer Stunde Länge auf einer einzigen Karte aufzunehmen. Panasonic wird die Speicherkapazitäten weiter erhöhen und plant noch für dieses Jahr die Einführung von SDHC Karten mit 8 GB und 16 GB Speicherkapazität. Parallel zur Einführung der neuen Pro Highspeed-Serie unterzieht Panasonic seine bisherigen SD-Speicherkarten einer Leistungssteigerung. Die aktuelle 4 GB SDHC-Speicherkarte, welche mit einer Datentransferrgeschwindigkeit von bis zu 5 MB/Sekunde der Class 2 entspricht, wird durch die RP-SDM04G mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10 MB/Sekunde gemäß Class 4 ersetzt. Auch bei der 2 GB SD-Speicherkarte wird die bisherige Vertreterin der Class 2 mit einer Geschwindigkeit von bis zu 5 MB/Sekunde durch das neue, schnellere Modell RP-SDM02G der Class 4 abgelöst.

Goldfarbene Etiketten werden zum Erkennungszeichen der neuen Pro Highspeed-Karten von Panasonic. Die SD-Speicherkarten zum allgemeinen Gebrauch werden blaue Aufkleber tragen. Einzige Ausnahme bildet die 4 GB SDHC-Speicherkarte, die mit einem silberfarbenen Label auftritt.

Panasonic will auch in Zukunft eine führende Rolle bei der Entwicklung von SD/SDHC-kompatiblen Geräten und SD/SDHC-Speicherkarten übernehmen und plant durch die Steigerung der Speicherkapazitäten und Datentransferrgeschwindigkeiten den Nutzen sowie die Nutzung von SD/SDHC-Speicherkarten weiter zu steigern.



Nikon stellt neue Coolpix-Kameras vor

Nikon hat sieben neue Coolpix-Kompaktkameras vorgestellt, darunter ein P-, drei S- und drei L-Modelle. Die Abkürzungen in den Produktbezeichnungen stehen für Performance (P), Style (S) und Life (L).

Die P-Serie richtet sich mit ihrer anspruchsvollen Ausstattung an echte Fotoenthusiasten. Die S-Modelle repräsentieren Inspiration und Faszination und verbinden elegantes Design mit hoher Leistungsfähigkeit. Die L-Kameras ermöglichen den perfekten Einstieg in die Digitalfotografie und bieten neben einfachster Bedienung Nikon Spitzenqualität zum fairen Preis. Die sieben Coolpix-Neuheiten mit ihren wichtigsten Ausstattungsmerkmalen:



Die Coolpix P5000 ist ein neues Highlight in der Coolpix-P-Serie. Im Mittelpunkt ihrer Ausstattung stehen die Sensoraufklärung von zehn Megapixeln, das hochwertige Nikkor-Objektiv 36–126 mm

(entsprechend Kleinbild) mit optischem Bildstabilisator und die hohe Empfindlichkeit von ISO 3.200. Das Bedienkonzept der Coolpix P5000 erlaubt durch die optimale Anordnung der Tasten eine unkomplizierte und schnelle Handhabung. Für die Kamera stehen als Zubehör Objektivvorsätze und externe Nikon-Blitzgeräte mit i-TTL-Steuerung zur Verfügung.



Mit der Coolpix S500 bringt Nikon eine Kompaktkamera in einem superkompakten Edelstahlgehäuse auf den Markt. Ihr Bildsensor mit seiner effektiven Auflösung von 7,1 Megapixeln und das leistungsstarke Nikkor-Objektiv 35–105 mm (entsprechend Kleinbild) sind im Zusammen-

spiel mit der Nikon Bild-verarbeitungstechnik für die hohe Bildqualität verantwortlich. Weitere Merkmale sind der optische Bildstabilisator, der Empfindlichkeitsbereich bis ISO 2.000 und die kurze Auslöseverzögerung von 0,005 Sekunden.

Die neue Nikon Coolpix S200 fällt vor allem durch ihr 18,5 mm flaches und an der Frontseite gebürstetes Aluminiumgehäuse auf. Darin untergebracht sind unter anderem ein 7,1-Megapixel-Chip, ein Nikkor-Objektiv 38–114 mm (entsprechend Kleinbild) und ein digitaler Bildstabilisator.

Die neue Coolpix S50c ist ebenfalls mit einem superflachen Alumi-



niumgehäuse ausgestattet, erhält aber mit ihren weich geschwungenen Linien eine ganz eigene Formensprache. Hervorzuhebende Technikdetails sind die WiFi-Funktionalität, der Bildsensor mit einer

effektiven Auflösung von 7,2 Megapixeln und das Zoom-Nikkor 38–114 mm (entsprechend Kleinbild), der integrierte optische Bildstabilisator und die Empfindlichkeit bis ISO 1.600.

Die Coolpix L12 ist das neue Nikon Flaggschiff in der populären Coolpix Life Serie von Nikon. Die



Kamera wurde vor allem für Schnappschussfotografen konzipiert, sie erfüllt aber mit 7,1 Megapixeln, optischem Bildstabilisator, Zoom-Nikkor 35–105 mm (entsprechend Kleinbild) und der ISO-Empfindlichkeit bis 1.600 den Anspruch an gehobene Bildqualität und Ausstattung.

Auch in den formschönen und kompakten Kameragehäusen der Einsteigerkameras Coolpix L10 und Coolpix L11 hat Nikon eine ganze Palette moderner Aufnahmefunktionen untergebracht, die dem Fotografen in schwierigen

Aufnahmesituationen unterstützen. Mit ihrer Auflösung von fünf bzw. sechs Megapixeln, Nikon Bildverarbeitungstechnologie und dem Empfindlichkeitsbereich bis ISO 800 liefern beide Modelle hervorragende Bildqualität.

Neues Coolpix-Logo

Zum zehnjährigen Bestehen der Coolpix-Produktreihe führt Nikon ein neues Markenlogo ein. Das neu gestaltete Coolpix-Logo, das bereits auf den aktuellen Produktneuheiten zu sehen ist, soll laut Nikon die wesentlichen Qualitätsmerkmale



der Marke wie hochwertige Verarbeitung in Verbindung mit Stil, großartige Leistung, modernste Technologie und Benutzerfreundlichkeit deutlich machen. Die Form der Buchstaben des neuen Logos soll an den Meißel eines Bildhauers erinnern – als Versinnbildlichung der Handwerkskunst und der Qualität, die in Nikon-Produkten stecken.

Pos Aktuell

Wolfgang Venzl komplettiert Vertrieb bei Sony Deutschland

Wolfgang Venzl wird zum 1. April 2007 seine Tätigkeit als Regional Sales Director bei Sony Deutschland aufnehmen und in dieser Funktion die strategisch-operative Steuerung sämtlicher regionaler Vertriebsaktivitäten für den Bereich Consumer Electronics verantworten. Venzl berichtet zunächst direkt an Manfred Gerdes, der nach dem Weggang von Frank Lubnau interimistisch die Vertriebsleitung, zusätzlich zu seiner Funktion als Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, ausübt. Wolfgang Venzl kommt von Samsung Electronics Deutschland, wo er seit 2002 in verschiedenen leitenden Vertriebs-Funktionen tätig war, zuletzt als National Sales Manager Consumer Electronics. Seine berufliche Laufbahn begann der Diplom-Volkswirt 1991 bei Sharp Electronics (Europe) GmbH, u. a. als Key Account Manager für den Bereich Unterhaltungselektronik.

Panasonic errichtet Hollywood Blu-ray Test-Center

Matsushita Electric Industrial Company, bekannt unter seinem Brand Panasonic, hat die Errichtung eines „Blu-ray Test-Centers“ in Hollywood durch sein US Tochterunternehmen Panasonic Corporation of North America angekündigt. Panasonic begründet das Vorhaben mit der Tatsache, dass bisher keine Einrichtung besteht, die vor dem Start der Pressung eines Filmtitels auf Blu-ray Medien eine Verifikation des Contents durchfüh-

ren kann. Besonders in der Region Hollywood bestehe jedoch ein Bedarf nach einem solchen Service, stellt Panasonic fest. Die Verfügbarkeit eines Blu-ray Test-Centers mit ausreichenden Kapazitäten für Content-Verifizierung könne die Veröffentlichung von Blu-ray Filmtiteln durch die Filmstudios erheblich beschleunigen, so Panasonic. In dem neuen Test-Center sollen folgende Services angeboten werden: Format Verifikations Service für das logische Format von Blu-ray Discs, Playback Test-Service und Vermietung von technischen Einrichtungen für Format Verifikation und Payback-Test.

Philips und Lite-On IT arbeiten zukünftig zusammen

Für den Optical Storage Markt ist die Meldung von weitreichender Bedeutung: Lite-On IT Corporation hat sich entschlossen, dem taiwanesischen Unternehmen BenQ seinen 49prozentigen Anteil an dem Unternehmen Philips & BenQ Digital Storage Corporation (PBDS) abzugeben. Bisher war PBDS ein Joint-venture von Royal Philips Electronics, Niederlande, und BenQ, Taiwan. Nach dem Inkrafttreten des Anteile-Verkaufs soll das Gemeinschaftsunternehmen umbenannt werden in: „Philips Lite-On Digital Solutions Corporation“ (PLDS). Die Betätigungsfelder von PLDS umfassen das Design, die Entwicklung, den Verkauf und das Marketing von Digitalen Optischen Disk Drive Produkten, für deren Produktion Lite-On IT zuständig ist. Um diese Entwicklung angemessen bewerten zu können, muss man sich ins Gedächtnis rufen, dass es das Unternehmen Philips war, welches auf den Resultaten intensiver Grundlagenforschung aufbauend Ende der 70er Jahre die erste Optical Storage Lösung „CD Audio“ entwickelt und in Zusammenarbeit mit Sony zur Produktionsreife gebracht hat. Alle nachfolgenden Optical

Storage Entwicklungen wie CD-ROM, DVD, DVD-RAM und die neuen hochauflösenden Formate Blu-ray und HD-DVD basieren maßgeblich auf den Technologien der CD-Audio. Das Unternehmen Philips hat seine technologische Führungsposition auf dem Gebiet von Optical Digital Storage Produkten in den vergangenen Jahrzehnten nicht nur behauptet, sondern durch die Entwicklung zahlreicher Anschluss-Patente und neuer Technologien zu einer Schlüsselposition ausgebaut. Ohne die Lizenzierung von zahlreichen Philips Patenten ist heute weder die Produktion von Optical Disk Medien möglich, noch die Herstellung von Optical Disk Laufwerken. Dafür, dass dies auch in Zukunft so bleibt, sorgen Philips Unternehmungen wie die zukünftige „Philips Lite-On Digital Solutions Corporation“. Für den europäischen Markt bedeutet dies, dass alle Bereiche, die zur Zeit von der Lite-On IT BV in Eindhoven (Niederlande) verwaltet werden, unter dem neuen Joint-venture PLDS wie bisher fortgesetzt werden. Die Channel Partner werden weiterhin mit Lite-On Optical Disk Produkten Support versorgt werden. Das geplante Bündnis wird voraussichtlich im ersten Quartal 2007 geschlossen und unterliegt normalen Regelungen und Bedingungen.

Samsung hat doppelseitiges LCD-Panel entwickelt

Samsung ist es gelungen, ein LCD-Panel zu entwickeln, das gleichzeitig auf der Vorder- und der Rückseite jeweils voneinander unabhängige Bildinhalte darstellen kann. Bisherige doppelseitige Displays konnten auf der Rückseite lediglich ein Revers-Abbild des auf der Vorderseite dargestellten Bildes zeigen. Die neue Display-Technologie soll vor allem im mobilen Gerätebereich eingesetzt werden, z. B. bei Mobil Phones und Notebooks. Das doppelseitige Display kann bisherige

Doppel-Displays ersetzen und mit seiner geringen Dicke von etwa 1 mm sowohl das Gewicht wie die Produktionskosten verringern. Executive Vice President Yun Jin-hyuk, Mobile Display Division of Samsung Electronics LCD Business, erläutert: „Unser neues, doppelseitiges

Mobile Display unterstreicht unser Bemühen, die Kunden mit Technologien auszurüsten, die dem Trend zu leichteren und dünneren Mobile Komponenten entgegenkommen. Wir erwarten, wenn wir gegen Mitte 2007 die Massenproduktion aufnehmen, eine hohe Nachfrage.“

Sharp beendet Dual-Monopol für blaue Laserdioden

Der japanische Hersteller Sharp, Technologieführer bei LCD-TV-Geräten und bei der Produktion von Solarzellen und diversen Halbleiter-Produkten, hat die Massenproduktion von blauen Laserdioden aufgenommen, die in großen Stückzahlen zur Herstellung von Playern und Laufwerken für die Next Generation Optical Disk Formate Blu-ray und HD-DVD benötigt werden. Experten vermuten, dass die zusätzliche Verfügbarkeit größerer Mengen an blauen Laserdioden den Wettbewerb der beiden am Markt konkurrierenden Formate anheizen wird. Bisher begrenzte der Engpass an Blue LEDs die realisierbaren Produktionsmengen von Endgeräten für Blu-ray und HD-DVD und führte zu mehrmaligen Verschiebungen von angekündigten Markteinführungs-Terminen für zahlreiche Produkte. Engpässe bei der Blue Laser Diodes Produktion anderer Hersteller waren unter anderem der Grund für den verzögerten Verkaufsstart der Sony Spiele-Konsole PlayStation 3, die anders als geplant nicht mehr vor Weihnachten in die europäischen Geschäfte geliefert werden konnte. Die Sony PS 3 besitzt einen integrierten Blu-ray Player. Sharp hat die Blue-Laser-Produktion in der Bauelemente-Fabrik Hiroshima Ende November angefahren und produziert inzwischen 150.000 blaue Laserdioden monatlich. Bis Ende 2007 glaubt Sharp, die Produktionsmenge bis auf 500.000 monatlich steigern zu können. Für die Sicherung der Produktion eigener Blu-ray Disc Recorder und Laufwerke reserviert sich Sharp nur einen Teil der produzierten Menge. Der größte Teil wird an Hersteller von Pick-up-Einheiten für BD- und HD-DVD verkauft werden, versichert Sharp. Der „Blue LED“-Markt wurde bisher von dem Hersteller Nichia dominiert, der monatlich rund 1 Million der begehrten Bauelemente produziert. Sony betreibt eine eigene Produktionsanlage für Blue LED mit einem monatlichen Ausstoß von 1,3 Millionen Stück. Diese werden zur Zeit ausschließlich für die laufende Produktion der PlayStation 3 benötigt, eine Situation, die bis zum kommenden Jahr andauern wird. Toshiba, zusammen mit Microsoft der wichtigste Unterstützer von HD-DVD, besitzt keine eigene Fertigung für Blue LED und ist auf Lieferungen von Nichia angewiesen. Nach der Beendigung des Blue LED Monopols von Nichia und Sony durch Sharps neue Produktions-Anlage sagen Industriebeobachter einen Druck auf die Marktpreise der begehrten Halbleiter voraus. Seit Anfang Januar sei der Preis pro Blue LED bereits von 68 US-Dollar auf 25,5 US Dollar gefallen und könne sich bis Ende des Jahres nochmals halbieren. Starke Preissenkungen bei Blue LEDs, so sagen die Analysten, könnten die Produktionskosten der Endgeräte für Next Generation Disks reduzieren und dadurch zur einer schnelleren Verbreitung der neuen Technologien in den Haushalten führen.

Bild schön!



*Unverbindlich empfohlener Händlerverkaufspreis exkl. MwSt. **Unverbindlich empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt. Technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten. Der Screeninhalt ist eine geschützte Bildmarke der BenQ Deutschland GmbH.

Brillante Mini

Die neue Digicam-Generation auf Pisten und Partys: BenQ DC X720 mit 7 Megapixeln in exklusivem, extraschlankem Design (B/H/T: 91/60/14,7 mm).

DC X720: 3x optischer und 4x digitaler Zoom, Pentax-Objektiv, 2,5"-LTPS-TFT-Farbdisplay, PictBridge, 18 MB interner Speicher, SD-Karten-Einschub (für max. 2 GB), 640 x 480 Video mit 30 fps, USB 2.0 Highspeed, erhältlich in Silber und Schwarz, 2 Jahre Garantie, HEK*: 169 €, UVP**: 239 €
Fachhandels-Hotline: 040 822 264-166, E-Mail: Fachhandel.de@BenQ.com oder Internet: BenQ.de

BenQ

Enjoyment Matters

POS **Neuheiten**

LaCie liefert externen Blu-ray-Brenner



LaCie, der Hersteller von Storage-Lösungen, hat bekanntgegeben, dass man als erstes Unternehmen eine professionelle externe Blu-ray-Brennlösung für Mac OS und Windows mit dem Namen „LaCie d2 Blu-ray-Laufwerk“ ausliefern werde. Mit dem LaCie d2 Blu-ray-Laufwerk können 25 GB und 50 GB Daten auf Datenträgern des Typs BD-R (beschreibbar) und BD-RE (wiederbeschreibbar) aufgezeichnet, geschrieben und gelesen werden. Das Laufwerk ist zu DVD±RW DL und CD±RW kompatibel. Die neuen LaCie d2 Blu-ray-Laufwerke besitzen zwei FireWire-/USB-Schnittstellen. Im Lieferumfang enthalten ist eine Brennsoftware von Roxio. Die externe Blu-ray-Brenner-Lösung kommt in LaCies bewährtem und robustem d2-Gehäuse aus stabiler Aluminiumlegierung zum Kunden.

Camcorder und portabler MM-Player



Mobil

Mit dem Archos 404 bringt Archos Deutschland GmbH ein völlig neues, bisher nie realisiertes Produkt auf den Markt: Der 404 Camcorder ist ein Großbild Portable Multimedia Player der Generation 4 Serie mit integriertem Camcorder. Mit dem portablen Gerät lassen sich Videos unterwegs, vom Stromnetz unabhängig, sowohl betrachten wie auch aufnehmen. Die integrierte 30 GB Festplatte bietet Platz für bis zu 75 Stunden Video-Programminhalte. Das entspricht 40 Filmen, 300.000 Fotos oder 15.000 Audio-Titeln. Eine optional lieferbare DVR Station macht den 404 Camcorder zu einem portablen digitalen Videorecorder (DVR) mit der Möglichkeit, Aufzeichnungen einfach zu programmieren und Lieblingsfilme direkt vom Fernseher, DVD-Player oder



Kabel-Tuner auf den Player zu übertragen. Anwender können Videos von Familie und Freunden direkt auf private Blog-Sites oder Sharing Webseiten laden. Videos lassen sich direkt auf dem Gerät oder über die DVR-Station auf einem Fernsehgerät oder Display wiedergeben. „Der Archos 404 Camcorder ist einer der spannendsten neuen PMPs aus dem Hause Archos. Ein extrem kompakter Media Player, Rekorder und ebenso ein Video-Aufnahmegerät, das alle Daten an einem Speicherplatz vereint“, erklärt Henri Crohas, Archos Gründer und Geschäftsführer. „Wir erwarten, dass der 404 Camcorder besonders Teenager reizt, die gerne Videos und Musik aufnehmen und ansehen, wo immer sie gerade sind. Zusätzlich werden Eltern den hochwertigen Camcorder mit dem großen 3,5-Zoll Farb-LC-Display als das perfekte Gerät sehen, um damit Videos von familiären Anlässen aufzunehmen.“ Der Archos 404 Camcorder speichert Video-Dateien im Standard MPEG-4 Format bis zu VGA Auflösung (640 x 480) direkt auf die Festplatte. Das große brillante Display mit 16 Mio. Farben ist mit 3,5 Zoll doppelt so groß wie bei herkömmlichen PMPs und

perfekt zur Video-Wiedergabe geeignet. Der MP3-Player zeigt den Interpreten, das Album, den Song und das Cover des Albums an und ist zu zahlreichen Internet-Portalen für Download und Sharing von Musik und Video-On-Demand-Dateien in DVD-Qualität kompatibel. Der 160 Gramm leichte Archos 404 Camcorder ist zum UVP von 349,99 Euro erhältlich und wird mit Kopfhörern, USB-Kabel, DVR-Stecker für die optionale DVR-Station und Schutztasche geliefert.

Lite-On bringt Serial ATA 20fach Brenner



Lite-On, Hersteller von optischen Laufwerken, präsentiert nach dem ersten DVD Brenner mit 20facher Schreibgeschwindigkeit im Januar nun den weltweit ersten 20fach DVD-Brenner mit einer seriellen ATA-Schnittstelle als internes Laufwerk LH-20A1S sowie als externes LH-20A1PU. Die SATA-Verbindung schließt eventuelle Engpässe beim Datentransfer aus, weil die Datenübertragungsraten bei mindestens 150 MB/s liegt. Gegenüber den bisherigen parallelen ATA-(PATA)Verbindungen hat sich die Übertragungsraten deutlich erhöht. Der neue Brenner ist mit der patentierten Lite-On IT EZ-DUB Technologie ausgestattet, die es ermöglicht, mit einem Tastendruck Dateien zu kopieren und gleichzeitig zu speichern. Der LH-20A1PU Brenner wird einfach an den USB 2.0 Anschluss des Computers angeschlossen. Die beiden LH-20A1S und LH-20A1PU Brenner unterstützen die SuperAllWrite Technologie und lesen, schreiben und wiederbeschreiben jedes



aktuelle CD- und DVD-Format auf dem Markt, einschließlich der DVD-RAM und der Double-Layer +/- Formate. Beide DVD-Brenner sind mit der SmartWrite-Technologie ausgestattet, um die optimale Schreibstrategie zu ermöglichen. Der neue Lite-On LH-20A1S Brenner ist zum UVP von 49,- Euro erhältlich, der externe LH-20A1PU zum UVP von 69,- Euro.

Traxdata liefert erste Blu-ray Disc



Traxdata, einer der führenden Hersteller von Flash- und optischen Speichermedien, bietet ab sofort seine erste Blu-ray Rewritable (BD-RE) an. Die Single-Layer-Disk speichert auf einem Layer 25 GB an digitalen Informationen, ganz gleich ob Fotos, Musik, Computerspiele, Videos oder Dokumente. Filme in HD-Auflösung haben einen riesigen Speicherbedarf, wie er nur auf großen Festplatten und Next Generation Formaten wie den neuen Blu-ray-Medien in ausreichender Größe zur Verfügung steht. Selbst Videos mit der zur Zeit höchstmöglichen Video-Auflösung von 1.920 x 1.080 bei 40Mbit finden auf einer einzigen Blu-ray Disc Platz. Dazu erklärt Guido Liber, Sales und Marketing Director von Traxdata: „Dieses Produkt ist der jüngste Sproß in unserem Angebot von beschreibbaren Medien und



Full Speed von Alpine



Alpine Electronics, Vorreiter in Sachen iPod-Anbindung, macht 2007 auf breiter Front mobil: Mit der neuesten Generation unterstützen alle CD-Receiver, angefangen mit den kleinsten Geräten (CDE-9870R/RE, CDE-9871R/RR/73RB, CDE-9881R/RB), die innovative iPod-Connexion der dritten Generation. Full Speed heißt die innovative Alpine-Schlüsseltechnologie, die einen noch schnelleren Zugriff auf die Daten des iPod und somit eine schnellere Auswahl der gewünschten Musiktitel ermöglicht. Dabei entspricht die Anzahl der Bedienschritte an der Headunit denen am iPod. Unterstützt werden alle iPod mit ladefähigem Dock-Port, der mit der dritten Auflage des Apple Players 2003 auf den Markt kam. Mit Alpines bekannter Suchfunktion QuickSearch kann selbst aus mehreren Gigabyte großen Musikarchiven in kürzester Zeit der Lieblingssong ans Ohr gezaubert werden. Hierbei helfen nicht nur große und ergonomisch gestaltete, speziell zugewiesene Tasten, sondern auch zahlreiche Filterkriterien wie Interpreten, Album oder Titel. Mit der Alpine eigenen „Prozentsuche“ kann der Nutzer zudem die Suche nach den gewünschten Titeln weiter präzisieren und verkürzen, sofern er weiß, in welchem Bereich sich der Song auf der Festplatte befindet. Mit der besonderen Shuffle-Funktion „Mix All“ wird der Musicplayer zudem zur perfekten Jukebox. Um den gewünschten Sound zu erreichen, verfügen alle Headunits zudem über die Alpine Bassengine, die unterschiedliche Einstellungsmöglichkeiten bietet und für optimierte Klangerlebnisse sorgt. Mit der flächendeckenden Einführung der Full Speed Technologie gibt Alpine auch 2007 wieder Vollgas und baut die Strategie im Bereich der Geräte für die iPod-Generation weiter aus. Bereits 2004 hatte das Unternehmen seine Leistungsfähigkeit als Trendsetter und Innovationsmotor der Branche unter Beweis gestellt: Alpine präsentierte eine Schnittstelle, mit der es erstmalig möglich war, einen iPod direkt über eine Headunit zu steuern. Ein Jahr später wurde dies mit dem Wegfall des Adapters noch weiter vereinfacht. Durch die Ausstattung aller Headunits mit der Full Speed Technologie wachsen Steuergerät und iPod 2007 nun endgültig zusammen.

das erste Blu-ray Produkt, das von Traxdata angeboten wird. Für uns ist es wichtig, in Europa immer an der Spitze dabei zu sein, wenn es um digitale Speichermedien geht. Mit Sonys Playstation 3 kommt ein weiteres Abspielgerät für moderne Medien auf den Markt, und unsere Kunden verlangen nach Produkten, mit denen sie diese Möglichkeiten auch nutzen können.“ Die Traxdata Blu-ray Disc ist mit einer speziellen gehärteten Oberfläche ausgestattet, die zuverlässigen Schutz vor Kratzern und Fingerabdrücken bietet. Die Traxdata Blu-ray kann mit 2-facher Geschwindigkeit beschrieben werden. Zum Einsatz kommt ein kurzweiliger blauer 405-nanometer Laser. Die Traxdata BD-RE gibt es zum UVP von 22,99 Euro.

TerraTec mit Noxon 2 radio for iPod



Auf der CeBIT präsentiert TerraTec sein „Noxon 2 radio for iPod“. Die Betonung liegt auf dem Zusatz „for iPod“, denn bei Terratecs neuem WLAN Audio-player handelt es sich um eine Variante



des Noxon 2 audio mit einer zusätzlichen integrierten iPod Docking-Station. Mit dieser Kombination kann man sich bevorzugte Musikstücke tagsüber mobil mit seinem iPod anhören und zu Hause die gleichen Titel über aktive Stereo-Lautsprecher oder die angeschlossene Stereoanlage wiedergeben. Man braucht nur den iPod in die Docking-Station einzustecken und auszuwählen, was man hören möchte. Der Noxon 2 bringt zudem die volle Auswahl des Internetradios ins Haus, ganz gleich, ob öffentlich-rechtliche Radiosender, lokales Jugendradio, amerikanisches Collegeradio, Hörbücher und Weltnachrichten. Es gibt nichts, was der Noxon 2 nicht auf die Lautsprecher oder Kopfhörer bringen kann. Genauso unkompliziert kann der Noxon 2 jeden beliebigen auf der Festplatte gespeicher-

persönlichen Hitsammlungen anschließen und die darauf gespeicherten Songs anhören. Die Unterstützung des Digital Rights Managements sorgt dafür, dass auch online gekaufte Songs (z. B. Musicload) mit Windows Media DRM10-Kopierschutz problemlos abgespielt werden können. Der UVP des Noxon 2 radio for iPod liegt bei 260,- Euro

22-Zoll Widescreen-Display BenQ FP222WH



Auf der CeBIT präsentiert BenQ sein 22-Zoll großes Widescreen Display FP222WH. Das LCD/TFT-Panel mit der Bild diagonalen von 55,8 cm erreicht das Kontrastverhältnis von 700:1, den Helligkeitswert von 300 cd/m² und benötigt nur 5 ms Reaktionszeit. Das 16:9 Widescreen-Panel mit der Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten (WSXGA+) ist ideal geeignet für die nach Raum in der Horizontalen verlangenden Navigations-Elemente des neuen Betriebssystems Windows Vista. SOHO-Anwendern bietet das Widescreen-Format mehr Komfort, so z. B. die Option der Darstellung von zwei DIN A4 Dokumenten nebeneinander, mehrere gleichzeitig sichtbare Tabellen-Spalten im Blick oder zahlreiche gleichzeitig auf der Bildfläche geöffnete Anwendungsfenster. Die Ausstattung mit einer HDMI-Schnittstelle ermöglicht auch die Nutzung von High-Definition Anwendungen. Die darüber hinaus zur Verfügung stehenden DVI-D- und Sub-D-Schnittstellen garantieren digitale und analoge Anschlussvielfalt. Alle Monitoreinstellungen sind per Display Data Channel Command Interface (DCC) über den Rechner steuerbar. Im Lieferumfang sind eine Kurzanleitung, ein Netzkabel, ein Sub-D/DVI-Kabel, ein Handbuch und eine Treiber-CD enthalten. Die Garantieleistungen schließen 3 Jahre vor Ort Austausch ein. Der BenQ FP222WH wird zum UVP von 349,- Euro lieferbar sein.

Sony mit neuen Bravia Modellen



Sony erweitert seine Bravia HD ready Produktpalette um zahlreiche neue Modelle unterschiedlicher Baureihen. Mit den neuen Modellen KDL-40P2530E, KDL-32P2530E, KDL-32P2520E und KDL-26P2530E sowie KDL-26P2520E mit Bildschirmdiagonalen von 102, 81 und 66 Zentimetern erweitert Sony sein Bravia Einstiegssegment um fünf Modelle mit nunmehr zwei HDMI-Schnittstellen. Erstmals setzt Sony auch in dieser Range auf seine bewährte Bravia Engine für brillante Bilder. Die Bilder der neuen P2500-Serie zeigen ein für ihre Klasse einmaliges dynamisches Kontrastverhältnis von 5.000:1 (sogar 7.000:1 bei den 26 Zoll Modellen). Die P2500-Serie wird in Silber und auch in Schwarz erhältlich sein. Technologie-Offensive mit zwei HDMI-Schnittstellen auch in der Bravia HD ready Mittelklasse: Die 46 und 40 Zoll Modelle der S2500-Serie in Anthrazit und Schwarz verfügen ab sofort über die „Live Colour Creation“, dem Zusammenspiel aus einer neuen Hintergrundbeleuchtung, einer Farbraumkonvertierung als Bestandteil der BRAVIA Engine und einer neuen Farbfilter-Technologie. Die Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Lamp (WCG-CCFL) liefert dabei ein sichtbar weiteres Farbspektrum als herkömmliche Lampen und garantiert so eine beeindruckende und kraftvolle Farbproduktion. Im direkten Zusammenspiel mit dem auf 5000:1 erhöhten dynamischen Kontrastverhältnis zeigen die neuen Bravia-Geräte noch brillantere TV-Bilder als bisher. Auch das neue 32 Zoll Modell der S2500-Serie verfügt nunmehr über zwei HDMI-Anschlüsse und das deutlich verbesserte Kontrastverhältnis. Und es gibt noch mehr Auswahlmöglichkeiten, denn als dritte Farbe neben Anthrazit und Schwarz ist der KDL-32S2520E auch in Silber erhältlich. Die V-Serie mit den Sony Bravia HD ready Spitzenmodellen wurde nur wenigen, dafür aber bedeutenden Auffrischungen unterzogen – beinhalteten die V2000-Modelle doch schon die gesamte Sony Spitzentechnologie wie die Bravia Engine sowie die Live Colour Creation. Dennoch ist es den Sony Ingenieuren gelungen, mit dem nunmehr 5000:1 beziehungsweise 7.000:1 beim 32V2500 betragenden Kontrastverhältnis einen in dieser Klasse unerreichten Maßstab in Sachen Bildqualität zu definieren. Und eine zweite HDMI-Schnittstelle zum gleichzeitigen Anschluss von Festplattenrekorder und Playstation 3 ist bei der V2500er-Serie selbstverständlich.



MEHR SEHEN ALS ANDERE.

3CCD-TECHNOLOGIE UND HIGH DEFINITION: FÜR BRILLANTE FARBEN UND DETAILS.



DIE NEUEN 3CCD-CAMCORDER HDC-SD1 UND HDC-DX1.

Erleben Sie mit der präzisen 3CCD-Technologie
brillante Farben in HD-Auflösung.
Zusammen mit dem optischen Bildstabilisator
OIS und den Leica Objektiven sind optimale
Filme garantiert. Ob auf SD Karte oder DVD:
In High Definition werden Sie Ihre Erlebnisse
neu entdecken.

Noch mehr Details entdecken unter:
www.panasonic.de



Panasonic
ideas for life

18 NEUE CAMCORDER VON SONY

Filmspaß für jeden Anspruch

Ob Mini-DV, DVD, Festplatte oder Königsdisziplin High Definition: Mit 18 neuen Camcordern bietet Sony für jede Gelegenheit und jeden Anspruch das passende Modell.

Für höchste Auflösung auf DVD oder Mini DV sorgen die vier Modelle im High Definition-Format 1080i. Der HDR-UX3 und HDR-UX7 filmen auf Mini-DVDs und im von Sony mitentwickelten Format AVCHD (Advanced Video Codec High Definition). Sie sind geeignet für Double Layer-DVD-Rohlinge, die im Long Play-Modus High Definition Videos mit bis zu 60 Minuten Länge aufnehmen können. Mit einem Akku der neuesten H-Serie halten beide Camcorder fünf Stunden durch. Die Modelle HDR-HC5 und HDR-HC7 bleiben bis zu zwei Stunden länger aktiv. Sie nutzen die konventionellen Mini-DV-Cassetten als Speichermedium.

x.v.Colour

Alle High Definition-Modelle verwenden die neue Sony Technologie x.v.Colour, mit der eine erweiterte Farbraumdarstellung möglich ist. Angeschlossen an ein Bravia Display mit x.v.Colour erstrahlen Farben noch natürlicher und lebendiger. Alle vier Camcorder-Modelle sind mit HDMI-Ausgängen ausgestattet und können direkt an HD ready-Fernsehergeräte angeschlossen werden. Die neuen

Camcorder sind außerdem mit ClearVid CMOS-Bildsensor und einer Auto-Slow-Shutter-Funktion ausgestattet. Die HDV-Geräte (Mini-DV-Cassette) sind seit Februar lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 1.499 Euro für den HDR-HC7 und 1.199 Euro für den HDR-HC5. Die AVCD-Geräte gibt es seit März. UVP: 1.399 Euro für den HDR-UX7 und 999 Euro für den HDR-UX3.

HDD-Camcorder

Sony hat bei den neuen HDD-Modellen die Festplattenkapazität erweitert. Der DCR-SR32 und der DCR-SR52 haben eine Speicherkapazität bis zu 30 GB, die Modelle DCR-SR190 und -SR290 speichern bis zu 40 GB- und der DCR-SR72 bietet mit satten 60 GB Platz für bis zu knapp 43 Stunden Videoaufnahmen oder alternativ für 9.999 Fotos. Die Top-Modelle SR190 und SR290 sind mit einem ClearVid CMOS-Bildsensor ausgestattet, der Fotoaufnahmen mit einer Auflösung von vier bis sechs Megapixeln ermöglicht. Ein besonderes Feature bei Sonys neuen HDD-Camcordern ist ein doppelter Erschütterungsschutz, der den empfindlichen Schreibmechanismus der Festplatte vor Stößen sichert. Sonys neue HDD-Camcorder sind ab April lieferbar. UVPs: DCR-SR290 (nur für Foto-Fachhandel lieferbar): 999 Euro; DCR-SR190: 849 Euro; DCR-SR72: 749 Euro; DCR-SR52 (nur für Fachhandel lieferbar): 649 Euro; DCR-SR32: 599 Euro.



DVD-Camcorder

Fünf Modelle zählen zu Sonys neuester DVD-Camcorder Range. Die Geräte tragen die Produktbezeichnungen DCR-DVD106, -DVD109, -DVD306, -DVD406 und -DVD506. Bei allen fünf Camcordern können Double-Layer Discs verwendet werden, wodurch sich die maximale Aufnahmedauer pro Rohling von 60 auf 110 Minuten erhöht, ohne dass die Disc gewendet werden muss. Für die Speicherung von Fotos ist jeder Camcorder mit einem Memory Stick Duo Einschub ausgestattet.

Dank der unkomplizierten Menüführung sind die Camcorder intuitiv bedienbar. Tips auf dem LC-Display und Bedienknöpfe am Monitor erleichtern die Handhabung zusätzlich.

Den DCR-DVD106 ausgenommen, zeichnen alle neuen Sony DVD-Camcorder den Ton in Dolby Digital 5.1 auf. Die Modelle DCR-DVD106 (449 Euro), DCR-DVD109 (499 Euro, nur für den Fachhandel) und DCR-DVD306 (549 Euro) sind seit Februar lieferbar. Die Modelle DCR-DVD406 (749 Euro) und DCR-DVD506 (899 Euro) sind ab März lieferbar.

HC47 ist außerdem mit dem neuen Auto Slow-Shutter-Modus (automatische Verschlusszeiten-Anpassung von 1/25–1/215 Sekunde ausgestattet). Er ermöglicht brauchbare Aufnahmen bei ungünstigen Lichtverhältnissen: Statt bei einer Helligkeit von bislang fünf bis sieben Lux, liefern mit dieser Funktion ausgestattete Camcorder nun schon bei zwei bis fünf Lux akzeptable Bilder. Sonys neue Mini-DV-Camcorder sind seit Ende Februar lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 449 Euro (DCR-HC47); 369 Euro (DCR-HC45); 349 Euro (DCR-HC37) und 329 Euro (DCR-HC27).

Mini-DV-Camcorder

Laut Aussagen von Sony bleibt die Mini-DV-Cassette ein bewährtes, günstiges und zuverlässiges Speichermedium für den Massenmarkt. In diesem Segment präsentiert Sony vier neue Modelle. Die neuen Camcorder sind mit Carl Zeiss Vario Tessar Objektiven mit 20-, 25-, bzw. 40facher optischer Zoom-Funktion ausgestattet.

Der Weitwinkelbereich konnte im Vergleich zu den Vorgängermodellen nochmal deutlich erweitert werden. Zum Standard gehören außerdem ein elektronischer Bildstabilisator (Super-Steady-Shot), die Nachtaufnahme-Funktion (NightShot) und umfangreiche Belichtungsautomatiken. Der

Zubehör

Mit den neuen ActiFORCE InfoLITHIUM Akkus verlängert Sony die maximale Betriebszeit der neuen Camcorder auf bis zu 14 Stunden. Höhere Kapazitäten, kürzere Ladezeiten und schnellere Kommunikation des Akkuzustandes zeichnen die neue Generation aus. Für erweiterte Einsatzmöglichkeiten sorgen auch die beiden Weitwinkel-Vorsatzlinsen VCL-HA07A und VCL-E07A. Zur sicheren Verwahrung stehen außerdem verschiedene Kameraschutzhüllen zur Auswahl. Vor Feuchtigkeit schützt das Sport-Case SPK-HCC, das bis zu einer Tiefe von fünf Metern wasserdicht ist.

miz



Pos Aktuell

Neuer Leiter Consumer Business bei Fujitsu Siemens Computers

Fujitsu Siemens Computers ernannt Jörg Hartmann (37) zum Leiter Consumer Business Deutschland. Er wird am 1. März 2007 sein neues Aufgabengebiet übernehmen. „Schnelle und integrierte Zusammenarbeit end-to-end zwischen den Vertrieben in den Ländern und den Headquarter-Funktionen gewinnt zunehmend an Bedeutung. Mit Jörg Hartmann werden wir unser Management Team entsprechend stärken und ausbauen“, so Hans-Dieter Wysuwa, Geschäftsführer Fujitsu Siemens Computers Deutschland. Darüber hinaus wird Fujitsu Siemens Computers zur Stärkung des Kundenfokus und zur Weiterentwicklung der Vertriebsstrukturen die Funktion „Leitung Consumer Sales“ einführen. Diese Rolle übernimmt Sven Rathjen zum 1. März 2007. Neben dem Bereich Retail wird Rathjen insbesondere die elektronischen Absatzkanäle weiter ausbauen.

Sony ohne Frank Lubnau

Frank Lubnau, zuletzt Sales Director für Consumer Electronics und IT bei der Sony Deutschland GmbH, verlässt das Unternehmen, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu widmen. „Als Mitglied der Geschäftsleitung hat sich Frank Lubnau mit großem Einsatz den Vertriebszielen von Sony gewidmet. Dafür gilt ihm unser besonderer Dank. Wir bedauern seine Entscheidung und wünschen ihm für seine weitere berufliche Zukunft viel Glück und Erfolg. Nachdem wir die wesentlichen Strukturveränderungen der Sony Deutschland und den Umzug nach Berlin erfolgreich gestalten konnten, werde ich mich in den kommenden Monaten, zusätzlich zu meinen Aufgaben in der Führung des Unternehmens, in die Umsetzung unserer Vertriebsstrategie persönlich einbringen“, so Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH.

NEC auf der CeBIT

„That's why NEC innovates“ – so lautet das NEC Motto zur diesjährigen CeBIT. NEC präsentiert seine Innovationskraft in den Bereichen IT-, Network-, Display- und Future-Solutions. Einer der Schwerpunkte beim diesjährigen CeBIT Auftritt wird der Bereich Display Solutions sein. Dazu zählen Plasma- und LC-Displays ebenso wie Projektoren für Business-Anwendungen, Spiele oder Heimkino. Mit Plasma- und LCD-Displays bietet NEC – Marktführer im Public Display Bereich – für jede Anforderung die richtige Lösung. Auf der CeBIT zeigt das Unternehmen Displays mit Bildschirmdiagonalen von 40- bis 57-Zoll. Eines der Highlights wird der NEC

MultiSync LCD5710 sein. Das Public Display mit einer Bildschirmdiagonalen von 57 Zoll hat eine Full-HD-Auflösung (1.080p) und ist in einer Landscape- und einer Portrait-Version verfügbar. Ebenfalls 1.080p-fähig sind die neuen Multifunctional LCDs der MULTEOS Reihe mit 40- und 46-Zoll, die für visuelle Kommunikation und Multimediaanwendungen konzipiert sind. Der generelle Trend bei den Desktop-LCDs ist ganz klar das Thema „Wide“. NEC präsentiert neue Breitformat-Modelle von 20- bis 26-Zoll für die verschiedensten Anforderungen: mit „Glossy“ Bildschirmoberfläche für Spielbegeisterte und den neuen NEC MultiSync LCD2690 WUXi für professionelle Anwender. Heimkino-Enthusiasten kommen mit der neuen Plasma-Display XR-Serie auf ihre Kosten. Die Modelle in 42 Zoll (XGA Auflösung), 50 Zoll und 60 Zoll (WXGA Auflösung) werden pünktlich zur CeBIT präsentiert. Bei den Projektoren kann NEC ebenfalls durch Vielseitigkeit punkten. Das Produktportfolio des Marktführers in diesem Segment deckt nahezu jede Anforderung ab, vom portablen Minibeamer bis zum NC800C, dem kleinsten und leichtesten digitalen Kino-DLP Projektor der Welt. Geradezu winzig ist im Vergleich dazu der Prototyp eines LCD-LED-Projektors, den NEC erstmals auf der CeBIT zeigt. Der Projektoren-Zweig ist gerade einmal doppelt so groß wie eine Packung Zigaretten und zaubert Schnappschüsse vom NEC Handy direkt an die nächste Wand. Etwas größer ist der neue NP60 – der weltweit kleinste Projektor mit 3.000 ANSI-Lumen.

Grundig ohne Britta Rürup

Britta Rürup, Director Marketing und Communication, Grundig Intermedia GmbH, hat sich entschlossen, das Unternehmen zu verlassen. Den Bereich Presse hat Grundig nun komplett an die PR-Agentur konzeptundform ausgelagert. Die Agentur unterstützt die Pressearbeit von Grundig bereits seit zwei Jahren.

Neuer Vertriebsleiter bei Maxcom Memory

Joachim Paggen hat die Vertriebs- und Marketingleitung bei Maxcom Memory übernommen. Maxcom Memory ist ein junges aufstrebendes Unternehmen, das Ende 2006 in Ratingen gegründet wurde. Distribution, in Verbindung mit Value-



Added-Dienstleistungen ist die Geschäftsidee. Neben der Distribution von Arbeitsspeichern, USB-Speicherprodukten und Flash-Speicherkarten bis hin zu einem umfangreichen Zubehörangebot bietet Maxcom Memory auch Logo-Druck sowie Software- und Datenaufspielung. „Der Flash- und Speicher-Markt wächst rasant. Leider ist der Markt sehr preissensibel. Wir wollen unseren Kunden den größtmöglichen Service bieten. Durch unser Office in Taiwan sind wir in der Lage, auf fallende Preise sehr schnell zu reagieren“, so Joachim Paggen über seine neue Herausforderung. „Wir werden unseren Kunden ein Sicherheitsgefühl vermitteln und die Angst vor Preisverfall und Lagerabwertung nehmen. Wir planen, in der Zukunft unseren Geschäftspartnern eine 14tägige Stockprotektion zu gewähren, wenn bestimmte Bedingungen erfüllt sind. Dies ist für Speicher einzigartig. Unser Motto lautet: ‚Weg mit der Kundenzufriedenheit!‘ Ein zufriedener Kunde kauft auch woanders. Wir wollen unsere Kunden begeistern“, erklärt Joachim Paggen weiter. Joachim Paggen blickt auf eine langjährige Erfahrung im Speichermarkt zurück. 14 Jahre lang war er beim Klever Hersteller für Speicherlösungen, Fuji Magnetics, zuletzt als General Manager Germany.

One for All mit neuem Vertriebsleiter

Andreas Hanny ist seit Jahresbeginn neuer Verkaufsleiter von One For All für Deutschland und Österreich. Hanny ist seit über 16 Jahren im Bereich IT-Retail tätig und war bisher bei Targus als Sales Director Retail für den Vertrieb von Notebook Accessories in Deutschland und Österreich verantwortlich.



Hitachi will RFID-Staub herstellen

Das japanische Elektronik-Unternehmen Hitachi hat die Entwicklung von RFID-„Staub“ angekündigt. Der Vergleich mit Staub soll verdeutlichen, dass die neuen RFID-Chips wesentlich kleiner als bisher möglich hergestellt werden können. Hitachi hatte schon im Februar 2006 für Aufsehen gesorgt, als der Hersteller den damals mit 0,15 x 0,15 mm Grundfläche weltweit kleinsten RFID-Chip vorstellte, der nur 7,5 Mikrometer dick war. Ein menschliches Kopfhaar hat einen Durchmesser von ca. 100 Mikrometern. Die neuen von Hitachi entwickelten Speicherplättchen werden nur noch 0,05 x 0,05 Millimeter gross sein, also so klein, dass sie problemlos und quasi unsichtbar in dünnes Papier eingearbeitet werden können. Die Staubkorn großen RFID-Chips können 128 bit codieren. Das entspricht einer 38stelligen ID-Nummer. Von „Speicherung“ zu sprechen, wie das häufig geschieht, erweckt einen falschen Eindruck. Die spezifischen ID-Nummern werden nicht auf dem Chip gespeichert werden, sondern die Chips werden bereits mit einer bestimmten ID-Nummer hergestellt, die danach nicht mehr verändert oder gelöscht werden kann. Mit der Vermarktung des RFID-Staubs

Alle Samsung S/W-Laserdrucker jetzt mit 3 Jahren Garantie

Samsung gibt ab sofort drei Jahre Garantie für die gesamte Palette seiner monochromen Laserdrucker. Für den Kunden bedeutet dies noch mehr Sicherheit für seine Investition. So bietet Samsung ab sofort auch auf die monochromen 20- und 24-ppm-Laserdrucker der Einstiegsklasse, den ML-2010 und ML-2510, volle drei Jahre Garantie. Diese erweiterte Garantie gilt für alle neuen Geräte, die ab dem 15.1. 2007 in Deutschland gekauft wurden. Bei den Farblaserdruckern gelten die drei Jahre für die Geräte der CLP-600/650-Serie sowie für den CLP-550 und CLP-550N.

„Damit bietet die Samsung Electronics GmbH in Deutschland eine gegenüber dem europäischen Ausland deutlich bessere Garantieleistung und trägt damit den Wünschen seiner Kunden Rechnung“, so Dr. Thomas Schäfers, Leiter der Business Unit Printing dazu. „Mit dieser Maßnahme bedanken wir uns auch für das Vertrauen in die Marke Samsung und in unsere Produkte bei unseren loyalen Kunden sowie Fachhändlern und Partnern, die unsere Samsung Printing Produkte in Deutschland vermarkten.“

will Hitachi spätestens in zwei Jahren beginnen, wenn die Geräte zum Auslesen der RFID (Radio Frequency Identification) zur Serienreife entwickelt sind. Die Chips reagieren auf eine Frequenz von 2,45 GHz. In diesem Frequenzband können mit passiven Chips Reichweiten bis zu 3–6 Meter und mit aktiven Chips 30 Meter und mehr erzielt werden. Die Europäische Zentralbank steht schon seit 2003 mit Hitachi in Gesprächen über die Möglichkeiten der Integration von RFID-Tags in Euro-Banknoten. Die sogenannten „µ-Chips“ könnten eine 38stellige Nummer tragen, mit der die Echtheit und Identität jeder Banknote eindeutig nachgewiesen werden kann. Das würde unter anderem eine lückenlose Dokumentation des Noten-Umlaufs ermöglichen.

Humax bezieht neue Firmenzentrale

Die Humax Firmenzentrale in Bundang/Südkorea bezieht ein neues Domizil. Das Humax Village wurde vom renommierten Architekten Seung H-Sang entworfen. Von der globalen Ausrichtung wird auch der Standort Deutschland profitieren. Dr. Dae Guy Byun bestärkt zur Einweihung des Neubaus das Bestreben, künftig als globale CE-Marke Zeichen zu setzen. „Seit fünf Jahren bereitet sich Humax, ein globaler Marktführer der digitalen Set-Top-Boxen-Branche, auf den großen Sprung nach vorn vor. Humax Village ist ein Symbol für die künftigen Herausforderungen und unser Wachstum. Es steht als Gebäude für unser Ziel einer globalen CE-Marke. Die experimentellen Büroflächen symbolisieren auch die innovative und hinterfragende Einstellung unserer Mitarbeiter. Humax Village würdigt alle Menschen, die hier arbeiten ebenso wie unsere Besucher, die Umgebung, die Stadtbewohner und die umgebende Natur“, so Dae G. Byun, CEO und Chairman von Humax anlässlich der Einweihung des neuen Firmensitzes.

Sony auf der CeBIT

Professionelle Produktlösungen stehen bei Sony auf der diesjährigen CeBIT im Mittelpunkt. Mit eindeutigem Fokus auf Businesskunden will der Sony Messeauf-

tritt das Sony Produkt-Portfolio für das B2B-Segment zeigen.

Wie schon im letzten Jahr, nutzt Sony die CeBIT 2007 ganz gezielt als Kommunikationsplattform, um Business-Kunden, Resellern sowie Systemhäusern die ganzheitlichen Lösungen einander ergänzender Produkte und maßgeschneiderte Services zu präsentieren. Hierzu zählen das Line-up der B2B-Projektoren und der professionellen LCD- und Plasmabildschirme, die Vaio Professional Notebooks sowie IPELA Videokonferenz- und netzwerk-basierte Videoüberwachungslösungen. Mit der Einführung des Frühjahr-Line-Ups stattet Sony alle Vaio Notebook-Modelle mit dem neuen Microsoft Betriebssystem Windows Vista aus. Für die professionellen Modelle setzt Sony dabei auf Windows Vista Business. Mit neuen, leistungsstarken Produktkategorien wie den nur 1,13 Kilogramm schweren Modellen der G11-Serie, den ultraschnellen TX5 oder den mobilen Kraftpaketen der SZ4-Serie bietet Sony für jeden professionellen Anwender das optimale Vaio-Notebook.

Neuer CFO bei Grundig

Dr. Michael Peterseim ist seit 1. Februar 2007 der neue CFO der Grundig Intermedia GmbH. Der 37jährige kommt vom Touristik-Unternehmen Thomas Cook. Peterseim hat an der Universität Hannover Physik und Betriebswirtschaftslehre studiert, anschließend am Laserzentrum Hannover gearbeitet und parallel dazu am Max Planck Institut in Garching promoviert. Nach der Promotion wechselte er im Jahr 2000 als Projektleiter zur Unternehmensberatung Roland Berger und betreute Kunden aus der Tourismus- und Airline-Industrie bei Projekten in den Bereichen Corporate Strategy und Corporate Finance. Mit dem Know-how aus der Berater Tätigkeit ging Peterseim 2003 zum Reiseanbieter Thomas Cook, um als CFO den Bereich International Markets aufzubauen und das internationale Unternehmensportfolio zu restrukturieren. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit bei Grundig wird sein, eine wettbewerbsfähige Kostenstruktur zu schaffen sowie das Programm Grundig Plus weiterzuführen und umzusetzen.

Deutsche kauften 2006 erstmals mehr Flachbildfernseher als Röhrengeräte

Im vergangenen Jahr wurden in Deutschland erstmals mehr Flachbildfernseher als herkömmliche Röhrengeräte gekauft. Der Absatz von schlanken LCD- und Plasmafernsehern kletterte von 1,6 Mio. (2005) auf 3,0 Mio. (2006) – ein Plus von 87 Prozent. Gleichzeitig gingen die Verkäufe von Röhrengeräten um 33 Prozent von 4,1 Millionen (2005) auf 2,7 Millionen (2006) zurück. Das gab der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in Berlin bekannt. Mit dem Siegeszug der Flachbildschirme ist in immer mehr Haushalten auch der Empfang von hochauflösendem Fernsehen möglich. Etwa 70 Prozent der 2006 verkauften LCD- und Plasmafernseher sind HD ready. Das entspricht einer Anzahl von rund 2 Millionen. Werden die Verkäufe aus den Vorjahren hinzugerechnet, so hatten Ende 2006 bereits 2,5 Millionen Haushalte einen HD ready-Bildschirm. Ende 2007 werden voraussichtlich sogar 5 Millionen und Ende 2011 gut 17 Millionen Haushalte mit der neuen Technik ausgestattet sein.

iF Design Award 2007: 17 Auszeichnungen in sechs Kategorien für Philips

Philips hat auch in diesem Jahr beim jährlichen iF Produkt Design Award sehr erfolgreich abgeschnitten. Das Unternehmen hat 17 Auszeichnungen in sechs Kategorien erhalten. In diesem Jahr war Philips in einer Reihe von verschiedenen Kategorien erfolgreich. In der Kategorie Consumer Electronics wurden acht Produkte ausgezeichnet: der 9FF2CMI Photo Frame, das HTS9800 Home Theater System, der LCD Flat TV 42PF7521D, der Cineos LCD Flat TV 42PF9731D, das portable Lautsprechersystem SBA1500, die Kopfhörer SHG5300 und SHN9500, der GoGear Digital Audio Player SA9200 und das digitale Diktiergerät DPM9600. Die Siegerehrung wird am 15. März stattfinden, dem Eröffnungstag der 2007 iF Design Ausstellung. Das iF Jahrbuch wird am gleichen Tag präsentiert. Die Ausstellung, zu der rund 300.000 Besucher erwartet werden, wird bis August in Hannover zu sehen sein. Alle preisgekrönten Produkte werden ebenfalls auf der on-line iF Ausstellung gezeigt.

POS Aktuell

Dangaard Telecom zeigt auf der CeBIT auf über 300 m² Zukunftstrends

Dangaard Telecom gibt auf der CeBIT 2007 in Halle 12, Stand A65, auf über 300 m² einen Ausblick auf die Zukunftstrends im Markt. Kompakt und übersichtlich zeigt der Distributor Geräte- und Zubehörneuheiten aller führenden Mobilfunk- und Navigationshersteller sowie weitere innovative Konzepte, die für gesteigerte Umsätze im Handel sorgen. Die Smartphones Themenwelt stellt neben Produktneuheiten intelligente Lösungen vor, dank derer man Unternehmensanwendungen schnell und unkompliziert mobil verfügbar machen kann – angefangen

von End2End Connectivity über Device Management und Customization bis hin zu Security Management. Einen weiteren Themenschwerpunkt stellt der Bereich Festnetz dar. Dort zeigen Experten die Vorzüge der Breitbandtelefonie auf. Händler können sich umfassend zu neuen Festnetzgeräten, der T-Com Dienstvermarktung und den Möglichkeiten im Bereich Triple Play beraten lassen. In Sachen Zubehör setzt Dangaard auf Trends wie Fashion und Musik.

Neben dem informativen Charakter setzt das Unternehmen auf attraktive Messeangebote, die einen Besuch am Dangaard Stand noch lohnender machen werden. Auf einen kleinen Vorgeschmack dürfen sich die Partner der Dangaard Telecom schon früher freuen, denn erste Angebote sind bereits ab Anfang März im Online-shop oder unter der Dangaard Hotline verfügbar. Abgerundet wird das Angebot durch die bereits traditionelle Happy

Hour. Täglich ab 17 Uhr trifft sich die Branche am Dangaard Telecom Messestand und lässt den Tag in geselliger Runde ausklingen. Zu gewinnen gibt es bei Dangaard auch etwas: Jeden Tag verlost das Unternehmen unter allen Standbesuchern ein Wochenende für zwei Personen in einem First Class Hotel.

mobilcom verbessert den DSL-Support für seine Vertriebspartner

Der Verkauf von freenetDSL Produkten wird ein immer wichtigeres Standbein für die Vertriebspartner von mobilcom (siehe dazu auch an anderer Stelle dieser Ausgabe). Deshalb hat das Unternehmen jetzt den DSL-Support deutlich verbessert. Ab sofort gibt es eine zentrale Rufnummer für Mobilfunk und für DSL sowie ein zusätzliches Technik-Team für Fragen

rund um die DSL-Aktivierung. Besondere Unterstützung benötigen die Vertriebspartner zum Beispiel bei Fragen zur Installation beim Kunden vor Ort, bei Konfigurationsproblemen der FritzBox oder Entstörung der Leitung. Dafür hat mobilcom jetzt eigens ein Technik-Team zusammengestellt, das von Montag bis Freitag zwischen neun und 18 Uhr sowie samstags zwischen neun und 15 Uhr erreichbar ist. „Unsere Partner haben auf der Jahresauftaktveranstaltung mehr Unterstützung bei der DSL-Vermarktung eingefordert“, sagte Dr. Jens Gerhardt, Bereichsleiter Vertrieb Handel. „Diese Kritik haben wir aufgegriffen und nicht nur die Erreichbarkeit unseres Supports vereinfacht, sondern wir liefern jetzt mit dem Technik-Team das Know-how, das unseren Partnern auch vor Ort beim Kunden schnell und einfach helfen kann.“

IVS präsentiert Portfolio auf der CeBIT auf zwei Ständen in Halle 12

IVS, Spezialist für kabelgebundene und schnurlose Telefone, PMR Funksprechgeräte und Netzwerkprodukte, ist auf der CeBIT 2007 mit zwei Ständen vertreten: In Halle 12, Stand C83, werden die Marken Topcom und DeTeWe präsentiert, und 20 Meter weiter auf Stand C30 ist IVS mit swissvoice, Motorola und – ganz neu im Programm – den Design-Telefonen iDECT vertreten. Zu den Highlights der Messe gehören die neuen DECT-Telefone iDECT X2, die in edler Translucent-Optik in Schwarz und Weiß erhältlich sind. Die IVS, einer der Vorreiter auf dem Gebiet von strahlungsarmen Schnurlostelefonen, stellt außerdem eine ganze Reihe von neuen Eco Mode-Modellen vor. Zur CeBIT 2007 bewertet IVS-Geschäftsführer Helmut Schweiger die Marktperspektiven außerordentlich positiv: „Als einer der wenigen Anbieter im deutschsprachigen Markt bieten wir ein umfangreiches Produkt- und Dienstleistungsportfolio, das optimal auf den Bedarf der großen Retailer und Versender zugeschnitten ist.“ IVS bietet für die Hersteller eine starke Entlastung in Vertrieb, Logistik und After Sales Services. Für den Retail-Markt ist IVS ein wichtiger Lieferant mit einem umfassenden Portfolio im Telko-Segment, das exklusiv bei IVS erhältlich ist. Nach dem Motto „one face to the customer“ besetzt damit IVS eine Schlüsselrolle für die Einkäufer der großen Retailer.

Auf dem Stand von Herweck sind auch viele Partner vertreten

Auf 170 Quadratmetern präsentiert sich Herweck auf der CeBIT. In Halle 12 auf Stand D29 erwartet das Team von Herweck alle Fachhändler, die Herweck kennenlernen möchten oder bereits kennen. Auf dem Stand treten in diesem Jahr T-Com, T-Mobile, AVM, Nokia und Sennheiser als Messepartner des ITK-Distributors aus Kirkel auf. Die Fachhändler erwarten viele Highlights. Sennheiser präsentiert seine bis zur CeBIT unter Verschluss gehaltenen Neuheiten. Zudem können Fachhändler am Herweck Stand Sennheiser Partner werden (alle Infos zum neuen Partnerprogramm unter www.herweck.de/sennheiser). T-Mobile lädt alle Kunden und Interessierten in die eigens eingerichtete „Herweck active Lounge“ zum Austausch ein. Neukunden sind herzlich willkommen, sich über das Partnerprogramm „active“ von Herweck und T-Mobile zu informieren und Partner zu werden. „Die persönlichen Kontakte sind für uns sehr wichtig. Die CeBIT ist für uns die ideale Plattform, diese Kontakte zu pflegen und neuen Fachhändlern die Vorteile von Herweck verdeutlichen zu können. Wir freuen uns, auch in diesem Jahr in Hannover zu sein und zahlreiche Fach-

händler an unserem Stand begrüßen zu können“, so Dieter Philippi, Vorstand der Herweck AG. Von Donnerstag bis Dienstag findet bei Herweck täglich von 18.00 bis 19.30 Uhr die „Herweck Happy-Hour“ statt. Bei Bier und Brezeln bietet sich dann Gelegenheit zum Gespräch.

FEC spricht auf der CeBIT vor allem kleine und mittlere Firmen an

Neue Sicherheits- und Kommunikationslösungen für kleine und mittelständische Unternehmen und robuste Access Points für den industriellen Einsatz: Das sind nur einige der Highlights von Funkwerk Enterprise Communications GmbH (FEC), ein Unternehmen der Funkwerk AG, auf der CeBIT 2007 in Halle 13, Stand D72. Ebenfalls zum ersten Mal gezeigt werden die FEC LAN-Switches. Auf der Messe stellt FEC außerdem sein neues WLAN-Management-System vor – es bündelt die Steuerung und Überwachung einer WLAN-Infrastruktur unter einer einheitlichen Oberfläche: Der Administrator kann so alle Access Points von seinem Arbeitsplatz aus konfigurieren und im laufenden Betrieb überwachen.

T-Mobile setzt die Modernisierung des Mobilfunknetzes fort

T-Mobile Deutschland treibt die Optimierung des Mobilfunknetzes weiter voran. Neben der flächendeckenden Bereitstellung der mobilen Breitbandtechnik EDGE wird der Mobilfunkbetreiber damit auch die Netzqualität erneut spürbar erhöhen. T-Mobile hat dazu Alcatel-Lucent mit der technischen Erneuerung von mehr als 5.000 Sende- und Empfangsanlagen (BTS, Base Transceiver Station) beauftragt. Alcatel-Lucent wird diese Basisstationen mit modernster Hard- und Software ausstatten und sie so für die schnelle mobile Datenübertragung fit machen. Der Technik-Austausch wird gleichzeitig zur Verbesserung der Leistung und Qualität des GSM-Netzes von T-Mobile (GSM, Global System for Mobile Communications) erheblich beitragen. T-Mobile und Alcatel-Lucent wollen das Modernisierungsprojekt bis Ende 2007 abschließen. In Deutschland ist T-Mobile nach eigenen Angaben der einzige Mobilfunkanbieter, der die EDGE-Technik (EDGE, Enhanced Data Rates for GSM Evolution) bereitstellt. EDGE beschleunigt die mobile Datenübertragung auf bis zu 220 Kilobit pro Sekunde und ist damit fast viermal so schnell wie ISDN im Festnetz. T-Mobile ermöglicht mit EDGE flächendeckend in Deutschland schnelles Surfen im World Wide Web und Downloads auch großer Dateien. Die Netzmodernisierung mit Alcatel-Lucent steigert nicht nur Bandbreite und Leistungsstärke des T-Mobile Netzes, sondern die neue Technik führt auch zu einer Senkung des Energieverbrauchs der Basisstationen um rund 30 Prozent. Die Netzmodernisierung leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Ressourcenschonung und zur Kostensenkung. Wie schon bei den bisherigen Modernisierungsmaßnahmen wird auch diesmal die Umschaltung der Basisstationen von der bisherigen Ausstattung auf die neuen Komponenten nachts erfolgen. Störungen der Kundenkommunikation über das T-Mobile Netz sind nicht zu erwarten. Parallel zur Weiterentwicklung des GSM-Netzes betreibt T-Mobile den Ausbau der Netzinfrastrukturen für UMTS und WLAN. Als erster Mobilfunkbetreiber in Deutschland hat T-Mobile das gesamte UMTS-Netz mit HSPDA-Technik ausgestattet. Der High Speed Downlink Packet Access bietet Übertragungsraten von bis zu 3,6 Megabit pro Sekunde; weitere Steigerungen der Bandbreite sind für die Zukunft vorgesehen.

Mobile Technik hat Schlüsselfunktion bei der Suche nach Work-Life-Balance

80 Prozent der 25- bis 49jährigen Deutschen weisen der mobilen und digitalen Technologie bereits heute einen zentralen Stellenwert in ihrem Leben zu, sehen in den digitalen „Alltags-Assistenten“ sogar eine wichtige Unterstützung beim Balance-Akt zwischen Kind und Karriere, Familie und Beruf, der sogenannten Work-Life-Balance – so eines der Resultate der jüngst veröffentlichten Trendstudie des „Zukunftsinstituts“.

Die von Nokia initiierte Studie liefert auch klare Vorgaben hinsichtlich Design und Funktionalität: 91 Prozent der Deutschen legen laut Studie Wert auf „Alltagskompatibilität“, und nach wie vor steht die möglichst einfache Bedienung ihres mobilen Helfers im Fokus: Gefragt ist Technik, die nicht nur den Alltag vereinfacht, sondern auch selbst einfach ist. 75 Prozent wünschen sich darüber hinaus eine vielseitige, multifunktionale „smarte“ Technologie, die zwischen den verschiedenen Lebensbereichen eine Brücke schlägt, für private und berufliche Zwecke gleichermaßen eingesetzt werden kann und auch einen gewissen Glamour-Faktor bietet.

„Die Studie des Zukunftsinstituts zeigt, dass Technologie künftig noch mehr als bisher an der Schnittstelle zwischen Beruf und Privatleben vermitteln wird. Als Bindeglied zwischen den verschiedenen Lebenswelten bekommt Technologie somit einen ganz neuen zentralen Stellenwert und wird zum Symbol des individuellen Lebensstils“, erklärte Martin-Hannes Gießwein, Head of Sales Deutschland, Nokia Enterprise Solutions. „Dies bestätigt uns in unserer Strategie, auch bei unseren dezidierten Business-Geräten, unserer Eseries und den mobilen Unternehmenslösungen höchste Ansprüche an Funktionalität und Design zu legen.“

Die von Nokia in Auftrag gegebene Studie wurde durch das „Zukunftsinstitut“, Kelkheim, durchgeführt. Das vom Zukunftsforscher und Soziologen Matthias Horx gegründete Institut führte Ende 2006 eine repräsentative bundesweite Umfrage in der Zielgruppe der 25- bis 49jährigen durch, die zudem durch eine internationale Desktop-Studie ergänzt wurde. Initiiert wurde die Studie von dem Nokia Unternehmensbereich Enterprise Solutions. Ziel der Studie war es, mögliche Veränderungen in Arbeitsmodellen und -umgebungen sowie in Lebensstilen, Verhaltensweisen und Einstellungen zu identifizieren und auf diese Weise Erkenntnisse für das eigene Produktangebot und dessen Zielgruppen zu gewinnen.

Die hohe Technik-Affinität der 25- bis 49jährigen und der gleichzeitig zu beobachtende Trend zu

Gesundheit und Nachhaltigkeit schließen sich nicht aus, im Gegenteil: In der Kombination bilden sie die Basis eines neuartigen, globalen Lebensstils, des „Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS)“, der den beruflichen Erfolg mit dem Privatleben verknüpft. „Die sogenannten LOHAS leben eine postmoderne Ethik des Sowohl-als-auch und kombinieren Lifestyle-Attribute, die noch in den 90er Jahren als unvereinbar galten“, erklärte Dr. Eike Wenzel, Chefredakteur des Zukunftsinstituts und Leiter der Studie. „Dazu gehört neben Werten wie Familie und Freundschaft, Naturverbundenheit und Berufserfolg auch eine grundsätzlich hohe Affinität zu technischen Hilfsmitteln, mit denen die Life-Work-Balance optimiert werden kann.“

Im Vorteil werden somit künftig die Endgeräte und Lösungen sein, die sich nicht nur im Beruf, sondern auch in der Freizeit als unentbehrlich erweisen. „Unsere Anwender fordern zunehmend technische Lösungen, mit denen beide Lebensbereiche, das berufliche und das familiäre Umfeld, gleichzeitig und ohne großen Aufwand organisiert werden können“, bestätigte Gießwein. „Neben den ‚inneren Werten‘ wie einer intuitiven Bedienung, neuester Technik und umfassenden Anwendungen spielen natürlich auch Designfaktoren eine Rolle. Form und Funktion bedingen hier einander und wirken sich direkt im Produktdesign aus.“

Auf Basis eigener Marktforschung und Umfragen konzipiert Nokia Produkte, die dem Nutzer ein Anwendungserlebnis und eine Funktionsvielfalt bieten, wie er sie bisher hauptsächlich vom PC kennt. „Dies gilt für unsere gesamte Designstrategie und somit auch für unsere Eseries Produkte, bei denen der berufliche Nutzen im Vordergrund steht“, erläutert Martin Gießwein. „So wurden etwa bei einem Produkt wie dem Nokia E61 ein sehr großes Display und eine vollständige Tastatur integriert, damit der Nutzer – auch wenn er unterwegs ist – bequem seine E-Mails schreiben und bearbeiten oder im Internet recherchieren kann. Die integrierte Technik sorgt dabei dann dafür, dass dies schnell und einfach zu erledigen ist.“

Erfolgreiches Geschäftsjahr für Euronics

GUTER START FÜR DIE NEUE MARKE

Die Euronics Deutschland eG blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Die Verbundgruppe konnte den Zentralumsatz um 8,2 Prozent auf 1,44 Mrd. Euro steigern.

Die 1.952 Mitglieder erwirtschafteten 2005/2006 an 2.104 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern einen Außenumsatz von 3,2 Mrd. Euro. An die Mitglieder konnten Bonuszahlungen für getätigte Umsätze von insgesamt 73,4 Millionen Euro (Vorjahr 65,7 Millionen Euro) ausgeschüttet werden. Höhepunkt im abgelaufenen Geschäftsjahr war die erfolgreiche Einführung der Handelsmarke Euronics im August vergangenen Jahres, an der sich mittlerweile über 950 Mitglieder beteiligen.

Weitere Neueröffnungen

„2005/2006 war für uns ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr“, bilanzierte Werner Winkelmann, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG, auf der im Januar stattgefundenen Jahrespressekonferenz in Stuttgart. „Mit der sehr positiven Umsatzentwicklung haben wir unsere Position als zweitstärkster Marktteilnehmer und größte Verbundgruppe der Branche in Deutschland gefestigt.“ Im vierten Quartal 2005/2006 eröffneten fünf Fachmärkte mit einer Verkaufsfläche von jeweils über 900 Quadratmetern unter der neuen Händlermarke Euronics. Damit verfügt die Genossenschaft über 120 Fachmärkte in Deutschland. Acht weitere sind für 2007 geplant.

Die Marke Euronics

„Die Einführung der Händlermarke Euronics war für uns das zentrale Erfolgsthema im zurückliegenden Geschäftsjahr“, so Werner Winkelmann. Die neue Marke hat seit vergangenen August erfolgreich die Nachfolge der beiden Handelsmarken RED ZAC und Master's übernommen. Die Illustration RED ZAC unterstützt dabei nach wie vor die Marke Euronics als Presenter, beispielsweise in TV-Spots mit der Stimme von Otto Waalkes.

„Mit dem Markenstart sind wir sehr zufrieden. Über 950 Standorte haben das neue Marken-

konzept bereits übernommen, weitere folgen kontinuierlich. Ziel ist es, insgesamt 1.200 Euronics-Markenteilnehmer zu gewinnen“, so Winkelmann. „Mit dem einheitlichen Markenauftritt demonstrieren wir dem Konsumenten erstmals, wieviel gebündelte Kraft unsere Gemeinschaft zu bieten hat. Gleichzeitig können wir das Potential des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes Euronics International, dem wir als Partner angehören, nutzen“, führt Winkelmann weiter aus.

„Mit der aufgebauten Infrastruktur beim Wareneinkauf und dem Full Service Angebot trägt Euronics einen erheblichen Teil zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit ihrer Mitglieder im hart umkämpften Markt des Con-

sumption bei der Gestaltung des Ladenlokals, Maklerangebote für die Versicherungen und Unterstützung beim Fuhrpark sowie Kundenbindungsinstrumente und Kommunikations- und Fortbildungsmaßnahmen runden das Angebot ab.



Im Rahmen einer Pressekonferenz, die Anfang dieses Jahres in Stuttgart stattgefunden hat, konnte der Vorstand der Euronics eG überaus positive Nachrichten verkünden: „2005/2006 war für uns ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr“, so Werner Winkelmann, Vorstandssprecher der Euronics eG.

Die europäische Verbundgruppe ist mit 26 Kooperationspartnern in 25 Ländern und über 9.000 Standorten aktiv und erzielt einen Gesamtumsatz von 9,9 Milliarden Euro. Über 39.400 Mitarbeiter sind in den rund 6.000 Mitgliedsunternehmen beschäftigt. In Europa gilt Euronics als größte Verbundgruppe der Branche.

Full-Service-Angebot für Mitglieder

Zirka 300 Mitarbeiter in der Zentrale der Euronics Deutschland eG in Ditzingen bieten ihren Mitgliedern einen optimal auf sie zugeschnittenen Wareneinkauf und durch die erweiterten Lagerkapazitäten erhebliche Logistikleistungen an. Neben umfangreichen Bonusprogrammen zur Ertragsverbesserung beteiligt Euronics seine Mitglieder mit der Warenrückvergütung an den Überschüssen und übernimmt beim Wareneinkauf im Rahmen der Zentralregulierung die Delkrederehaftung. Weitere Dienstleistungen wie die Auswahl des Sortiments, einheitliche Werbung, die Bera-

mer Electronics-Handels bei“, so Benedict Kober, Vorstand der Euronics Deutschland eG.

Positiver Ausblick

Euronics ist für 2007 sehr gut vorbereitet, hieß es im Rahmen der Pressekonferenz in Stuttgart. Man gehe von einem guten Geschäftsjahr 2006/2007 mit moderaten Wachstumsraten aus. Intern seien die Weichen durch die Einführung der neuen Händlermarke, der Inbetriebnahme des neuen Lagers in Ditzingen und der Einführung von SAP-Software zur effizienteren Datenverarbeitung gestellt.

„Neue Technologien wie die Full HD-Auflösung bei Bildschirmen, Triple Play oder die Digitalisierung der Empfangstechnik wie DVB-T werden auch im laufenden Jahr für weiteren Auftrieb im Markt sorgen. Da diese modernen Technologien immer erklärungsbedürftiger werden, ist auch der Beratungsbedarf bei den Verbrauchern weiter gestiegen. Diese qualifizierte Beratungsleistung wird im wesentlichen im Fach-



Benedict Kober, Vorstand (links), und Werner Winkelmann, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG, blicken auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Als positiv wird auch das laufende Geschäftsjahr prognostiziert.

handel nachgefragt. Aufgrund des umfangreichen Dienstleistungsangebots von Euronics sind unsere Mitglieder gut auf diese Entwicklung vorbereitet“, betont Werner Winkelmann. Dem Wettbewerb mit dem Internethandel und den Discountern sieht die Verbundgruppe zuversichtlich entgegen. Gleichzeitig habe man mit dem Start der Euronics eCommerce-

Plattform eine weitere Weiche für die Zukunft gestellt. Über ein Händlerportal haben die Mitglieder die Möglichkeit, ihren individuellen Auftritt gestalten zu lassen. Zudem ergänzt die Website den Euronics Marketing-Mix um eine weitere Säule und bietet somit die Grundlage für eine zentral gestützte Click & Mortar-Strategie der Händler. *miz*



Die Euronics Zentrale in Ditzingen. Zirka 300 Mitarbeiter bieten von hier ihren Mitgliedern einen optimal auf sie zugeschnittenen Wareneinkauf und durch die erweiterten Lagerkapazitäten erhebliche Logistikleistungen an.

Packard Bell iPOWER 9099

Ein Quadcore Power-Desktop für phantastische Dinge

Packard Bell, eines der in Europa führenden Unternehmen im IT-Consumer-Bereich, ist auf der CeBIT 2007 mit einem eigenen Messeauftritt präsent. Nach der Übernahme des früher zu NEC gehörenden Unternehmens durch seinen neuen Eigentümer John Hui, stellt Packard Bell seine Notebooks, Desktop-PCs, MP3-Player und GPS Systeme in diesem Jahr im Rahmen seines Messe-Auftritts in Halle 25/D40, Stand M104 im Händlerzentrum „Planet Reseller“ vor. Früher hatte Packard Bell, als ehemaliges Unternehmen der NEC-Corporation, seine Produkte immer zusammen mit dem japanischen Hersteller ausgestellt.

Hugues Gontier, Marketing Director Packard Bell in der französischen Zentrale, stellt dazu fest: „Die CeBIT ist weltweit die Leitmesse unserer Branche und bietet für eine internationale Firma wie Packard Bell eine erstklassige Medienplattform. Mit unserem intensiven Engagement können wir von hier aus den deutschen Markt ebenso bedienen wie alle europäischen Länder oder Südamerika, Afrika und Asien. Um mit Verbrauchern und vor allem mit Resellern eng zusammenzuarbeiten, bietet sich die CeBIT wie keine andere Messe an.“

Packard Bells „your digital playground“

Die Ausstellungsfläche von Packard Bell wird in diesem Jahr die Unternehmens-Aussage „your digital playground“ („deine digitale Spielwiese“) widerspiegeln. Das umfangreiche Angebot gezeigter Produkte umfasst Notebooks und Desktop-Computer, Peripherie-Geräte wie Monitore, externe Festplatten und Netzwerk-

Festplatten sowie ein großes Entertainment-Programm mit MP3-Playern. Alle CeBIT-Besucher lädt Packard Bell dazu ein, anspruchsvolles Design, exzellente Usability und faire Preise direkt und hautnah selbst zu entdecken.

Packard Bell i POWER 9099: Supercomputer auf dem Desktop

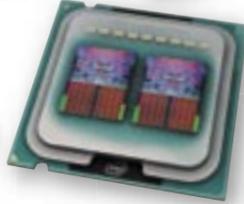
Mit dem neuen i POWER 9099 setzt Packard Bell die Tradition seiner schon jetzt legendären High Power Desktop Computer fort, die wegen ihrer gewaltigen Gesamt-Performance bei exzessiven Gamern wie bei Video-Fans und Videobearbeitungs-Spezialisten höchste Anerkennung finden. Schon auf der Games Convention 2006 in Leipzig erzielte ein „i POWER“ Vorgänger-Modell aufsehenerregende Erfolge: Auf dem Stand des Spiele-Publishers Activision arbeiteten damals rund um die Uhr mehr als 30 Packard Bell i POWER Desktops tagelang mit Höchstleistung ohne eine einzige



„Der Q6600 ist der erste Vier-Kern-Prozessor für ambitionierte Computeruser und Spieleenthusiasten“, erklärt Intel-CEO Paul Otellini. „Eine Leistungsfähigkeit, für die man früher Supercomputer benötigte, steht nun auf dem Desktop zur Verfügung und ermöglicht es, neue und fantastische Dinge zu tun.“

Sekunde Ausfallzeit. Der neue i POWER 9099 besitzt ein Gaming Chassis Gehäuse mit 400 Watt Power supply. Als Motherboard kommt ein vegas mit nVidia nforce570 Chipset und 1x PCI-E 16x, 3x PCI Express und 2x PCI zum Einsatz, auf dem die neueste Intel Core 2 Quad CPU Q 6600 und eine Nvidia GeForce 8800GTS Grafikkarte mit 640 MB mit Bravour ihre Arbeit tun.

Der Arbeitsspeicher besteht aus 2.048 MB (2 x 1.024) DDR2-RAM. Als Massespeicherlösung stehen



1.000 GB (1 Terabyte) zur Verfügung, bestehend aus zwei 500 GB

SATA-Festplatten mit 7.200 Upm und Raid 0 Controller. Das DVD Laufwerk ist ein 16x DVD-Brenner/CD Brenner mit Multiformat-Unterstützung für 16 x DVD+/-R, 48 x CD-Writer, 2,4 x DL+. On Board sind eine Extra Sound-Lösung für 6 Channel HD Audio, LAN 10/100 Mbit, 6x USB 2.0 (2 x Front / 4 x Rückseite), 1x Firewire IEEE und ein 8 in 1 Card Reader. Zur Ausstattung gehören HABU MS Mouse, Special Fingerprint Keyboard. Die Software: installiertes Microsoft Windows Vista Ultimate Edition, Works Entertainment Suite, Gdata Antivirus Software, Roxio WinOn CD 9, und MS Flight Simulator 10.

Die Grafikkarte Nvidia GeForce 8800GTS/650MB bietet dem Anwender mit DVI, DVI zu VGA Adapter und HDTV Break Out Box Adapter alle denkbaren

Packard Bell „i POWER 9099“: High Performance Desktop mit nVidia nForce570 Chipset, Intel Core 2 Quad CPU Q 6600, Nvidia GeForce 8800GTS, 2.048 MB DDR2-RAM und 1.000 GB (1 Terabyte) Festplattenspeicher.

Möglichkeiten zur Ansteuerung von HDTV-Fernsehern und High Definition Displays mit hochauflösendem Videoprogramm-Material. Der i POWER 9099 wird Anfang März zum UVP von ungefähr 2.299,- Euro in die Läden kommen. Packard Bell leistet 24 Monate Teile-Austausch-Service + Hotline.



Nvidias GeForce 8800GTS mit DirectX10 Unterstützung. Die GPU der GeForce 8800GTS/640MB arbeitet mit 500 MHz, der GDDR3-Speicher wird über 320 Bit Interface mit 800 MHz getaktet. DVI, DVI zu VGA Adapter und HDTV Break Out Box Adapter erschließen alle denkbaren Möglichkeiten zur Ansteuerung von HDTV-Fernsehern und High Definition Displays mit HD-Video-Inhalten.

Pos Aktuell

ENO nimmt Digitus ins Portfolio auf

Der wachsenden Nachfrage nach Netzwerkkomponenten trägt der Nordhorer Distributor ENO mit der Aufnahme von Digitus in sein Produktportfolio Rechnung. Die qualitativ hochwertigen Produkte bieten ein vollständiges und stets aktuelles Programm rund um Tk-, Computer- und Netzwerkzubehör, das dem Händler zusätzliche Marge bringt. „Die Wahl ist auf Digitus gefallen, weil gerade hier der Bedarf des SOHO hervorragend abgebildet wird und dies für unsere Händlerstruktur ein ganz elementarer Umsatzgenerator ist“, so Rainer Büter, Produktmanager Festnetz bei ENO. Mit aktiven und passiven Netzwerkkomponenten für kleine bis mittlere Netzwerke vom 19“ Switch bis zum Patchkabel bzw. zur Dose bietet ENO seinen Händlern jetzt ein umfangreiches Programm. Die Produkte sind unter www.eno.de gelistet.

Nokia und T-Mobile wollen sich für S60-Plattform engagieren

Nokia will zukünftig T-Mobile bei der Marktbereitstellung zentraler Dienste und die S60-Lizenznehmer bei der Entwicklung der Geräte für T-Mobile unterstützen. Die Zusammenarbeit ist Teil der Strategie von T-Mobile zur Harmonisierung von Software-Lösungen für das Endgeräte-Portfolio des Unternehmens. Die Zusammenarbeit ermöglicht T-Mobile eine schnelle Bereitstellung angepasster S60-Produkte, die die verstärkte Nutzung von T-Mobile-Diensten wie web'n'walk unterstützen, einem Dienst, der einfachen Internetzugang über Mobiltelefone ermöglicht. Durch die Zusammenarbeit kann die Entwicklung der S60-Plattform auf die Anforderungen von T-Mobile abgestimmt werden. Beide Unternehmen arbeiten eng zusammen, um die Vorteile offener Betriebssysteme für den Massenmarkt zu erschließen.

„Wir sehen dies als eine große Chance, unseren Kunden ein hervorragendes Produkterlebnis zu bieten und unsere entsprechenden Unternehmensbereiche

weiterzuentwickeln“, so Matti Vänskä, Vice President, Mobile Software Sales und Marketing, Nokia. „Die Vorteile einer anbieterübergreifenden Plattformstrategie werden von den Netzbetreibern erkannt, und S60 ist als marktführende Software-Plattform für Smartphones in diesem Bereich gut positioniert. Dank der Flexibilität der S60-Plattform kann T-Mobile internetbasierte Dienstkonzepte konsistent auf Mobiltelefonen verschiedener Hersteller implementieren.“

Die auf Symbian OS aufgesetzte S60-Plattform ist die weltweit führende Smartphone-Plattform. Sie wird von einigen der größten Mobilfunkhersteller der Branche in Lizenz genutzt. Dank ihrer Flexibilität unterstützt die S60-Software unterschiedlichste Hardware-Designs und Software-Konfigurationen, wie die Vielfalt der bereits erhältlichen S60-basierten Geräte beweist. Mit der ausgezeichneten Benutzeroberfläche, der umfassenden Unterstützung für neue Mobilfunkdienste und dem Innovationspotential für Partnerlösungen, bietet S60 Mobilfunknetzbetreibern und Entwicklern offene und skalierbare Umsatzsachancen.

Nach einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Canalis (Januar 2007)

ist die S60-Plattform mit einem weltweiten Marktanteil von über 54 Prozent im vierten Quartal 2006 eindeutiger Marktführer für konvergente Gerätesoftware. Bisher wurden 49 Geräte auf Basis der S60-Benutzeroberfläche und des Betriebssystems Symbian OS eingeführt, davon 20 Geräte auf Basis der 3rd Edition der S60-Plattform.

ZTE zeigt auf der CeBIT Netzwerkösungen

ZTE, global agierender Anbieter von Telekommunikationstechnik und Netzwerkösungen, legt in diesem Jahr einen Schwerpunkt seines CeBIT-Auftritts auf innovative Netzwerkösungen (Digital Home Solutions, F3G Integrated Access Solutions und IP DSLAM). Doch auch für die Mobilfunkbranche präsentiert ZTE zahlreiche Neuigkeiten in Halle 12, Stand C06: Infrastrukturösungen für EDGE und UMTS ebenso wie eine Vielzahl neuer Mobiltelefone. Ein übergeordnetes Thema stellt die Konvergenz zwischen Internet-Protokoll und Telekommunikation, Mobilfunk und Festnetz sowie zwischen Netzen unterschiedlicher Generationen dar. „Die CeBIT hat sich für uns im letzten Jahr als

gute Plattform erwiesen“, erklärt Dr. Zhigang Zhang, Geschäftsführer der ZTE Deutschland GmbH. „In Asien und den sogenannten Schwellenländern sind wir bereits seit langem erfolgreich. Mittlerweile machen wir auch in den Industrieländern sehr gute Geschäfte. Das gilt für unsere Infrastruktursparte ebenso wie für unsere Mobiltelefonabteilung. Wir erwarten, dass auch in Europa bald viele Anwender, ohne es zu wissen, von uns entwickelte Mobiltelefone nutzen werden, die von Mobilfunkbetreibern unter eigenem Namen vertrieben werden.“

ZTE konnte in jüngster Vergangenheit zahlreiche Projekte für Netze der nächsten Generation gewinnen. Hier profitiert das Unternehmen von seinem ausgeprägten technischen Know-how und seiner Fähigkeit, schnell auf regionale Besonderheiten reagieren und passende Lösungen anbieten zu können. So vertreiben viele Mobilfunkanbieter eigene Gerätemodelle nicht mehr weltweit, sondern arbeiten mit ZTE zusammen, um große Mengen preiswerter Mobiltelefone für schwerpunktmäßig außereuropäische Märkte zu entwickeln und herzustellen.

Windows Vista: Großer Wurf oder „Hasta la Vista“?



Fünf Jahre Warten auf Microsofts neues Betriebssystem sind vorbei. Die Launch-Party mit Promis und allerlei Schickimicki in München anlässlich der Deutschland-Einführung von Windows Vista ist so gut wie vergessen, obwohl dort wie rund um den Globus der größte Produkt-Launch in der Geschichte von Microsoft stattgefunden hat. Die Titelseiten der Computerzeitschriften sind überraschend schnell zur Tagesordnung zurückgekehrt, und dazu gehört zur Zeit offensichtlich (noch) nicht „Vista“. Der große Jubel ist ausgeblieben. Fasst man die gehörten und gelesenen Kommentare der Experten über Vista zusammen, dann bleibt die Erkenntnis: „Die einen sagen so, und die anderen sagen so.“ Mit Vista scheint es ein bisschen wie mit der Großen Koalition zu sein: Man weiß, dass man nicht entrinnen kann und lässt es einfach geschehen. Wenn in fünf Jahren, oder wie man gerüchteweise vernimmt, schon in ein oder zwei Jahren das nächste Windows auf den Markt kommt, werden wir genauer wissen, was wir an Vista gehabt haben.

Bill Gates: „Keine Windows-Version hatte eine so große Bedeutung wie Vista.“

Den Startschuss für den Verkauf von Vista und Office 2007 für Privatanwender und Kleinunternehmer auf dem New Yorker Times Square hat Bill Gates mit einem „Wow“ kommentiert, und in Europa sprach der eine oder andere Microsoft-Repräsentant von einem erhebenden Moment oder neuen Zeitalter. Für Microsoft geht es nach dem Start des neuen Betriebssystems Windows Vista um viel, und Bill Gates formulierte das in New York mit den Worten: „Keine Windows-Version hatte so eine große Bedeutung wie Vista.“ Zwar werden rund 90 Prozent aller Computer weltweit unter Windows betrieben, doch Rivalen wie Apple, die den Erfolg ihres iPods gerne auch auf Computer übertragen würden, schlafen nicht. Apple will im Frühjahr sein neues Betriebssystem Leopard vorstellen. Und Microsofts Office-Programme wie Word oder Excel bekommen zunehmend Konkurrenz von kostenfreier Software wie OpenOffice oder von Applikationen, die über das Internet laufen, wie zum Beispiel über Google. Die prächtigen Jahresgewinne des Konzerns, 16,5 Milliarden US-Dollar beim letzten Mal, werden überwiegend mit den Produkten Betriebssystem und Office erwirtschaftet. Andere Aktivitäten wie die Spielekonsole Xbox oder der Musikplayer Zune schreiben rote Zahlen.

Ein gemächlicher Umstieg ist zu erwarten

Microsofts Geschäftskunden, die ja bereits seit Ende November Vista beziehen können, werden

sich einige Monate Zeit lassen, bevor sie auf Vista umsteigen. Denn Vista stellt, im Vergleich zu seinen Vorgängern, deutlich höhere Anforderungen an die Hardware, wenn man unter Vista einigermaßen zügig arbeiten möchte. Das gilt neben dem CPU-Takt vor allem für die Hauptspeichergröße und die Leistungsfähigkeit der Grafikkarte. Die Grafikkarten, die den Anforderungen von Vista spielend gewachsen sind, verlangen in den meisten Fällen nach einem PClexpress Slot, während die Mehrheit der Firmencomputer wahrscheinlich nur PCI-Steckplätze auf dem Mutterboard haben. Trotz dieser Umstiegshindernisse ist David Smith vom Marktforschungsunternehmen Gartner davon überzeugt, dass der Durchbruch von Vista nicht sehr lange auf sich warten lässt. Smith: „In 18 Monaten wird die Mehrheit der Business-Computer unter Vista laufen.“

Windows Vista Upgrade Advisor ist erhältlich

Wer sich dem Risiko einer probeweisen Installation von Windows Vista nicht aussetzen möchte, nur um festzustellen, ob Vista auf dem eigenen Rechner läuft oder nicht, kann zu einem vorherigen Check den „Windows Vista Upgrade Advisor“ einsetzen, den Microsoft inzwischen fertiggestellt hat. Die finale deutschsprachige Version steht auf der Microsoft Homepage zum kostenlosen Download bereit, der etwa 8 MByte groß ist. Voraussetzung für einen reibungslosen Testlauf des „Windows Vista Upgrade Advisor“ ist ein installiertes Windows XP, aktualisiert mit Service Pack 2. Außerdem wird schon beim Setup-Programm des Windows

Vista Upgrade Advisors abgefragt, ob MSXML 6.0 (1,4 Mbyte) und NET-Framework 2.0 (22,4 MByte) installiert sind. Falls diese Komponenten noch nicht installiert sind, wird vom Setup-Programm eine Download-Möglichkeit angeboten. Den Hinweisen des Upgrade Advisors nach dem Durchlauf sollte man jedoch mit kritischen Zweifeln begegnen: Die vom Upgrade Advisor zur Installation empfohlene Vista-Version richtet sich offensichtlich nach der bisherigen XP-Version: Läuft der Advisor z. B. auf einem XP Professional Rechner, wird stets „Vista Business“ zur Installation empfohlen. Auch wenn das Programm Schwierigkeiten bei einzelnen Hardware-Komponenten entdeckt, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass es mit diesen Komponenten Probleme geben muss, sondern es kann sein, dass Vista nur keine passenden Treiber zur Verfügung stehen, die aber in vielen Fällen auf den Support-Seiten der Hersteller zu finden sind.

Vier Vista-Versionen – vier Verkaufspreise



Microsoft bietet das neue Windows Vista in vier Versionen an, die sich durch Leistungsumfang und Verkaufspreis deutlich unterscheiden. Die einfachste Version ist „Home Basic“. Vista Home Basic ist die richtige Wahl, wenn man auf grafische Effekte und Spielereien wie den Aero-Look verzichten will oder Vista vielleicht auf einem leistungsschwachen PC installiert, der die neuen Grafikfunktionen mangels Performance ohnehin nicht umsetzen kann. Der Verkaufspreis: 260,- Euro (Vollver-

sion), 80,- Euro (Systembuilder-Version ohne Support).

Vista Home Premium



Die Home Premium Version dürfte die richtige Wahl für die meisten Privatanwender sein, und auch zahlreiche PC-Hersteller werden ihre neuen Rechner-Systeme wahrscheinlich mit dieser Version bestücken. Vista Home Premium bietet die Aero-Oberfläche, den 3D-Look und das Media Center. Der Verkaufspreis: 330,- Euro (Vollversion), 110,- Euro (Systembuilder, ohne Support).

Vista Business



Genauso wie das ausschließlich für Großkunden erhältliche Windows Vista Enterprise ist auch Vista Business auf den Einsatz in Unternehmen abgestimmt und enthält keine Multimedia-Programme wie z. B. den Movie Maker zum Schneiden von Videos. In der Enterprise-Version ist unter anderem ein Festplatten-Verschlüsselungs-Tool enthalten. Der Verkaufspreis: 420,- Euro (Business, Vollversion), 140,- Euro (Systembuilder)

Vista Ultimate



Nur unter dem Namen „Ultimate“ erhält der Anwender ein mit allen Fähigkeiten freigeschaltetes Vista. In der Ultimate-Version sind alle Funktionen enthalten, also auch das Media Center, die 3D-Funktionen, wie auch die für Business-Kunden

gedachten Funktionen für Netzwerk und Festplattenverschlüsselung. Der Verkaufspreis: 550,- Euro (Vollversion), 180,- Euro (Systembuilder).

Neue Sony Vaio Notebooks kommen mit Windows Vista

Mit sieben neuen Modellen in drei neuen Notebook-Serien komplettiert Sony sein aktuelles Vaio Notebook Lineup. Neben den Business Sub-Notebooks der TX5- und SZ4-Serie kommen mit den Modellen der neuen AR31-Serie auch die neuen 17-Zoll High-End-Notebooks in den Handel. Ob stylisches Consumer-Notebook mit Vista Home Premium oder ultraportabler Begleiter mit Windows Vista Business: Sony kombiniert das für die Anwendergruppe optimale Vaio mit der perfekt passenden Vista Edition. Oliver Kaltner, Marketing Direktor Sony Deutschland: „Sony profitiert von den neuen Möglichkeiten, die Vista bietet, sei es, um unsere Vaio High-End Consumer Produkte durch erweiterte Home Cinema Features aufzuladen oder unser Vaio Business Portfolio durch hohe Performance, Sicherheit und Zuverlässigkeit noch begehrtlicher zu machen.“



Fujitsu Siemens Volks-Notebook mit Windows Vista

Mit dem Verkauf eines „Volks-Notebooks“, dem Amilo Pa1538 mit AMD Turion 64 X2 Mobil-Technologie, 15,4-Zoll-WXGA-CrystalView-Display und Nvidia GeForce Go 7400 Grafikkarte mit DVI-I Monitorausgang macht Europas Computer-Marktführer Schlagzeilen: Das neue Amilo Pa1538 ist mit Vista Home Premium ausgestattet. Der UVP beträgt 899,- Euro. Gegen eine Zuzahlung von 39,- Euro gibt Fujitsu Siemens Computers ein attraktives Upgrade-Bündel dazu, bestehend aus einem Farbdrucker von Olivetti, einem Reise-Trolley und einem Mietwagen-Gutschein. FSC leistet für das Notebook 24-Monate-Garantie mit Abholservice. *evo*

Auch das „Volks-Notebook“ von Fujitsu Siemens, der Amilo PA1538 mit AMD Turion 64 X2, 15,4-Zoll-WXGA-CrystalView-Display und einer Nvidia GeForce Go 7400 Grafikkarte wird mit einem bereits installierten Vista Home Premium ausgeliefert.



Starker Treibersatz für HDTV



Jede PlayStation 3 ist auch ein Blu-ray Player, ausgestattet mit Cell Broadband Engine (CPU), RSX und Grafikprozessor. Der Sixaxis Wireless-Controller der PS3 basiert auf präziser Bewegungssensortechnologie.



Bisher wurde die Berichterstattung über die Markteinführung der Next Generation Formate „Blu-ray Disc“ und „HD DVD“ vorwiegend durch Ankündigungen oder Verzögerungen von Terminen für die Markteinführung einzelner Produkte bestimmt. Übersehen wird meist jedoch der Marktbereich der Spiele-Konsolen, der eine Schlüsselrolle bei der Marktdurchdringung und der generellen Akzeptanz von hochauflösenden Video-Programmen spielt. Im Gegensatz zu dem noch spärlichen Angebot an Stand alone-Playern für BD und HD DVD und ersten Abverkäufen im Consumer-Markt, gelangen Abspielgeräte für die neuen hochauflösenden Formate zusammen mit den Spiele-Konsolen gleich millionenfach in die Haushalte.

Blu-ray Player zu 599,- Euro + kostenlose Spiele-Konsole

Sony und Blu-ray unterstützende Unternehmen, aber auch führende Marktbeobachter, sehen die Sony Spiele-Konsole PS3 als wichtigsten Wegbereiter für die Marktdurchdringung mit dem hochauflösenden Optical-Disc-Format. Denn mit jeder der innerhalb kurzer Zeit weltweit millionenfach verkauften PS3 Konsolen wird ein Blu-ray Abspielgerät für hochauflösende Filme und Programminhalte in den betreffenden Haushalten verfügbar gemacht. Wenn die PlayStation 3 am 23. März in Europa zum UVP von 599,- Euro erstmals in die Läden kommt, wird sie wahrscheinlich der preisgünstigste im Markt erhältliche Blu-ray Player sein. Zur Zeit werden Stand alone BD-Player von Samsung und Panasonic zu Marktpreisen von 700,- und 1.200,- Euro gehandelt.

Blu-ray Filmtitel überholen HD DVD Verkäufe

Sony Computer Entertainment America vermeldet, dass die Blu-ray Disc seit dem Verkaufsstart der PlayStation 3 und inzwischen mehr als zwei Millionen weltweit verkauften Geräten einen sensationellen Anstieg der Akzeptanz im Consumer-Bereich bewirkt hat. Laut „Nielsen VideoScan“, US-Marktbeobachter für den VHS- und DVD Consumer-Markt, haben Blu-ray Filmtitel das konkurrierende HD DVD Format im kumulativen Verkauf weit überholt: In der ersten Januar-Woche standen jeweils 100 verkauften Blu-ray Titeln 47,14 verkaufte HD DVD Filme gegenüber.

In der zweiten Januar-Woche wurden je 100 verkaufter Blu-ray Filme nur 38,36 HD DVD Filme verkauft. SCEA (customer survey data) berichtet, dass 90 % der PS3 Anwender mit ihrer Spiele-Konsole bereits einen Blu-ray Film

Sony PS3 und Xbox 360

angeschaut haben. 80% wollen sich weitere Blu-ray Filme kaufen, 72% erklären, dass sie sich in naher Zukunft einen Blu-ray Film ausleihen wollen.

Die PS3 kann neben ihren Funktionen als Spiele-Konsole auch als BD-Player mit 1.080p Ausgabe genutzt werden.

Microsoft Xbox 360 HD DVD Player

Der erste auf dem europäischen Markt erhältliche HD DVD Player war das seit Ende November 2006 erstmals verfügbare externe HD DVD-Laufwerk für die Xbox 360. Als „Xbox 360 HD DVD-Player“ wird das Laufwerk zusammen mit dem HD DVD Filmtitel „King Kong“ und einer „Universal Media Remote“ zum UVP von 199,- Euro angeboten und erweitert die Microsoft Spiele-Konsole um HD DVD Player Funktionalität. Seit kurzem von Toshiba angebotene HD DVD Player werden zu Marktpreisen von 490,- und 849,- Euro gehandelt. Noch immer halten sich von Microsoft nicht bestätigte Gerüchte um eine geplante Xbox 360-Version mit integriertem HDMI-Ausgang. Denn die Xbox 360 kann hochauflösende HD DVD Inhalte mit dem externen HD DVD Laufwerk nur über analoge Videoanschlüsse ausgeben und nur auf der Grundlage einer zeitlich limitierten Ausnahmeregelung der Filmstudios. Microsoft arbeitet auch an Xbox 360-Lösungen für die IPTV-Plattform in Zusammenarbeit mit Con-



„Ridge Racer 7“ für die PS3 ist die nächste Stufe des Drift-Racings. Spieler können ihre Wagen mit Rädern und Karosserieteilen individuell gestalten. Das Arcade-Highlight Ridge Racer 7 können 14 Spieler gleichzeitig spielen. Auch Spielmodi wie „Teamkampf“, „Zweierkampf“ und „Zweier-Zeitrennen“ sind wählbar. Mit 40 Fahrzeugen und 22 Strecken ist Ridge Racer 7 das bisher umfassendste und spannendste Spiel der „Ridge Racer“-Serie – Boxenluder inklusive.

tent-Anbietern wie der Telekom, die unter dem Namen „T-Home“ über das VDSL2-Netz IPTV-Inhalte mit über 100 Kanälen anbieten will.

Dazu dürften, sobald verfügbar, auch HDTV-Kanäle gehören.

Europa-Start PS3: Warten auf Freitag, den 23.3.2007

Wie Sony Deutschland intern vermeldet, läuft zur Zeit „alles soweit noch nach Plan“: Am 23. März soll in den PAL-Regionen von Europa, Afrika und dem Mittleren Osten der Verkauf der PlayStation 3 beginnen.

Mit einer Million Exemplaren für den Europa-Start wird die 60-GB-Byte-Version der PS3 zum UVP von 599,- Euro angeboten. Das preiswertere 20-GB-Modell soll Mitte 2007 folgen. Zum Europa-Start erhält die PS3 für zusätzliche Funktionen eine neue Firmware. Für die als sensationell einzustufende Performance sorgt die Cell Broadband Engine (CPU) und ein RSX-Grafikprozessor.

Der Hauptspeicher fasst 256 MB XDR Main RAM, der virtuelle Speicher 256 MB GDDR3 VRAM. Die 60-GB-2.5-Zoll-Festplatte arbeitet an einer seriellen ATA-Schnittstelle.

An Anschlüssen stehen zur Verfügung: USB 2.0 (x4), Memory-Stick/SD/CompactFlash, Ethernet 10BASE-T, 100BASE-TX, 1000BASE-T, Bluetooth: 2.0 (EDR), Wireless-Controller (bis zu sieben Geräte), Wireless-LAN: IEEE 802.11 b/g, 1x HDMI für 480i, 480p, 720p, 1.080i, 1.080p Auflösung, analoger AV-Multiausgang, digitaler Audio-Ausgang optisch.

30 Spiele-Titel zum Start der PS3

Zeitgleich mit dem Verkaufsstart der PS3 sollen 30 Spiele-Titel zu haben sein, darunter die Sony-Titel „Resistance: Fall of Man“, „Ridge Racer 7“, „Genji: Days of the Blade“, „MotorStorm“, „Formula One Championship Edition“.

Hinzu kommen Titel anderer Publisher wie „Call of Duty 3“, „Tony Hawks Project 8“, „Full Auto 2: Battle Lines“, „Virtual Fighter 5“, „Virtual Tennis 3“, NBA 2K7, NHL 2K7, „Enchanted Arms“, „Tom Clancy's Splinter Cell: Double Agent“, „NBA Street 4 Homecourt 2007“ und „F.E.A.R.“.

„Resistance: Fall of Man“: Action-Highlight für die PS3. Geschichte wird neu geschrieben. 1951: Die USA und Großbritannien verbünden sich, um in einem verzweifelten Versuch Europa und Asien von einer entsetzlichen Plage zu befreien. Chimeras, eine Spezies unbekannter Herkunft, die einen Virus verbreitet und andere Lebensformen in weitere Bestien verwandelt, haben Russland und Europa überrannt. Die Hoffnung der Menschheit und die Bürde des Krieges lasten auf den Schultern von Sergeant Nathan Hale, einem Ranger der US-Armee.



Außerdem sollen weitere Spiele zum Download angeboten werden, darunter Klassiker wie „Tekken: Dark Resurrection“, „Lemmings“ und „Gran Turismo HD Concept“ in 1.080p.

Sixaxis Wireless-Controller der PlayStation 3

Der neue Wireless-Controller der PS 3 ist sozusagen das Zepter zur Herrschaft über virtuelle Welten und verschafft dem Benutzer die Möglichkeit, das Potential des leistungsstärksten Computer-Entertainment-Systems der Welt voll auszureizen.

Der Sixaxis Wireless-Controller basiert auf präziser Bewegungssensortechnologie. Er setzt die natürlichen und intuitiven Bewegungen des Spielers in Echtzeit und mit hoher Präzision interaktiv um und lässt den Controller zu einem Körperteil des Spielers werden.

Für kabelloses Gameplay setzt der Wireless-Controller Bluetooth-Technologie ein. Der Akku des Controllers kann ohne Einfluss auf das laufende Spiel über das USB-Kabel aufgeladen werden. *skyrocket*

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektrotechnik, Elektronik und Bürokommunikation. Für den Bereich „Business Planning“ wird ein qualifizierter Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Spezialist Strategische Planung Supply Chain Management

Ihre Aufgaben:

- Untersuchungen und Entwicklungen im Kontext von „Supply Chain Management“ (SCM) für Produkte der „High Tech“ Industrie mit Focussierung auf Kosten, Lieferzeiten, Flexibilität
- Umsetzung von Ideen für die Weiterentwicklung der bestehenden SCM-Aktivitäten mit den Schwerpunkten Forecasting, strategisches Bestandsmanagement, Lagerumschlagshäufigkeit sowie Ressourcen-Planung für die Warenverteilung
- Prüfung von Machbarkeitsstudien und Prozessmodellen/Veränderungen aufgrund neuer Ideen und Anforderungen. Überwachung der SCM-Aktivitäten im Hinblick auf Erfolg, Umsetzung, Effizienz und Wirtschaftlichkeit
- Kommunikation der Aktivitäten bis zur Entscheidung zum Senior- und Top-Management
- Ausführung der vereinbarten SCM-Initiativen innerhalb der Organisation, Schnittstelle und Coaching-Aufgabe bei funktionsübergreifenden Themen

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre und ca. 2 Jahre Berufserfahrung in der IT-Industrie oder Logistik
 - Praktische Erfahrung im Projekt/Prozess-Management sowie im „Supply Chain Management“ mit den Schwerpunkten Forecasting, Inventory und Distribution
 - Fähigkeit, komplexe Situationen und Vorgänge darzustellen und zu bearbeiten
 - Sehr gute MS-Office- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
 - Pragmatischer, konzeptioneller und offener kommunikativer Arbeitsstil
- Kennziffer 279**

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektrotechnik, Elektronik und Bürokommunikation. Für die Entwicklung des Retail-Business in der Region EMEA wird ein qualifizierter Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Retail Business Development Manager

Ihre Aufgaben:

- Entwicklung des Retail-Sales-Channel Konzepts und dessen Umsetzung in den konzerninternen Niederl./Gesellschaften in der Region EMEA
- Enge Zusammenarbeit und Unterstützung mit den jeweiligen Retail Sales Teams in den entsprechenden Landesgesellschaften
- Hauptansprechpartner als Koordinator für diese Aktivitäten innerhalb der eigenen Organisation
- Ständiges Monitoring der Markt-Wettbewerbs- und Verkaufssituation und Potentiale
- Enge Kommunikation mit den beteiligten Abteilungen (nat. und intern.) wie z. B. Product-Marketing, Logistic, Business Planning etc.

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre/Marketing
 - Ca. 5 Jahre Erfahrung im Vertriebsnahen Umfeld auf intern. Ebene
 - Berufserfahrung im Bereich Retail-Ketten, entweder im Vertrieb eines Herstellers oder auf der Einkaufsseite einer Retailorganisation
 - Sehr gute Kommunikationsfähigkeiten im internationalen Umfeld
 - Sehr gute Kenntnisse des IT-Retailmarktes und von Hardwaretechnologien
 - Sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kennziffer 280**

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf
Tel: 0211-370601 • Fax: 0211-379468
E-Mail: info@bestjob.de • Internet: http://www.bestjob.de

POS-MAIL
NE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WIRTSCHAFTSLEHRE

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage
monatlich 15.500 Exemplare

SONY

Leidenschaft. Herausforderung. Zukunft.
Colourful jobs – like no other.



Sony ... like no other ... auch als Ihr neuer Arbeitgeber! Für die professionelle Betreuung unserer Partner im Handelsbereich und damit die Übernahme von herausfordernden Sales Aufgaben im Außendienst suchen wir im Rahmen des weiteren Ausbaus unserer Vertriebsaktivitäten bundesweit zum nächstmöglichen Eintrittstermin engagierte und fachlich wie menschlich überzeugende Persönlichkeiten als ...

Key Account Managers (m/w) Consumer Electronics

Das erwartet Sie:

- professionelle, direkte und umfassende Betreuung definierter Key Account Handelspartner
- Umsetzung unserer handelsorientierten Key Account Strategien
- Realisierung kunden- und produktspezifischer Budgetvorgaben
- direktes Beziehungsmanagement zu allen Entscheidungsträgern und Meinungsbildnern beim Top Account

Das bringen Sie mit:

- wirtschaftswissenschaftlich orientiertes Studium oder vergleichbare fachbezogene Ausbildung
- mehrjährige Berufserfahrung im erfolgreichen Vertriebs- und Beziehungsmanagement im Bereich CE/IT
- hohe Durchsetzungs-, Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie ausgeprägte Sozialkompetenz
- Verhandlungssicherheit auf unterschiedlichen Ebenen
- Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- professionelles und positives Auftreten sowie ausgeprägte Sozialkompetenz
- Führerschein Klasse B (früher 3)

Wenn Sie ...

in unser sympathisches Team passen und Ihre persönliche wie fachliche Kompetenz mit großem Engagement in beruflichen Erfolg verwandeln möchten, dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen. Bitte nennen Sie die Stellenbezeichnung, fügen Sie einen tabellarischen Lebenslauf sowie alle Zeugnisse bei und nennen Sie uns bitte Ihre Gehaltsvorstellung und Ihren möglichen Eintrittstermin.

Das bieten wir Ihnen:

- einen Arbeitsplatz like no other im Sony Konzern
- eine leistungsgerechte Vergütung mit zusätzlichen attraktiven sozialen Leistungen
- ein adäquates Firmenfahrzeug – auch zur privaten Nutzung
- die Entwicklungschancen eines internationalen Konzerns

Regional Sales Managers (m/w) Consumer Electronics

Das erwartet Sie:

- professionelle, direkte und umfassende Betreuung der Sony Handelspartner in Ihrer Region
- Umsetzung der handelsorientierten Sales Strategien
- Realisierung kunden- und produktspezifischer Budgetvorgaben
- direktes Beziehungsmanagement zu allen Entscheidungsträgern und Meinungsbildnern im Kundenunternehmen

Sony Deutschland GmbH
Human Resources (2.2)
Kemperplatz 1
10785 Berlin

jobs.sdl@eu.sony.com

like.no.other™

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 8 v. 1. Januar 2007

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

Vertrieb: Silke Gräbel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



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

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



AQUOS

THERE'S MORE TO SEE

*Nicht alle Merkmale sind bei allen Produkten vorhanden.