



Produktgestaltung: Loewe Design/Phoenix Design.

Erst halten Sie den Atem an. Dann das Programm.

Der neue Loewe Spheros R 37 Masterpiece mit integriertem Festplattenrecorder für zeitversetztes Fernsehen.

Mehr Informationen unter www.loewe.de

LOEWE.



Seit ihrem Start im Jahr 1994 hat sich die Car+Sound Sinsheim von einer reinen Car-Entertainment Messe für Endverbraucher zu einer Car-Infotainment Messe für Fachbesucher und Publikum weiterentwickelt. Auch die 12. Car+Sound, die in diesem Jahr vom 7. bis 10. April stattgefunden hat, zeigte wesentlich mehr als nur einen repräsentativen Querschnitt des

Navigationsgeräte werden immer beliebter und erschwinglicher. Rund 680.000 Stück dieser Geräte sollen nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) im Jahr 2004 in Deutschland abgesetzt worden sein. Das entspricht einem Zuwachs von 21 Prozent gegenüber dem Jahr 2003. Damit ist Deutschland mit fast 39 Prozent des Gesamtabsatzes von 1,755 Millionen Geräten die absolute Nr. 1 in Europa. Etwa zwei Drittel des Absatzes in

Deutschland gehören zur sogenannten Erstausrüstung. Diese Navigationsanlagen werden direkt im Neuwagen eingebaut. Das restliche Drittel dient der Nachrüstung und findet seinen Weg zum Konsumenten über den Einzelhandel und über Werkstätten. Rund 80 Prozent dieses Nachrüstgeschäfts sind Radio-Navigationsgeräte, die in den normalen Einbauschaufeln für das Autoradio passen. Lediglich jedes fünfte Gerät zählt zu den Systemen, die auf Farbmonitoren alle gewünschten

Autoradio-Marktes. Die Car-Infotainment Technik entwickelt sich ähnlich rasant wie die moderne Kfz-Elektronik – der ab Werk erhältlichen Unterhaltungs- und Informationselektronik ist die Nachrüstbranche sogar Jahre voraus, da es immer eine Zeit dauert, bis neueste Technologien in die Serienausstattung einfließen.

Routen in Form von Straßenkarten anzeigen. Mitte der 90er Jahre kosteten Navigationsanlagen noch rund 8.000 DM und waren dementsprechend fast ausschließlich in Fahrzeugen der Luxusklasse anzutreffen. Heute bewegt sich der Durchschnittspreis für Navigationsgeräte je nach Ausstattung zwischen 1.300 und 1.500 Euro, was zur Folge hat, daß diese praktischen Helfer inzwischen auch in einer Vielzahl kleinerer Automobile anzutreffen sind. Auf rund zweieinhalb Millio-

nen Geräte bezifferte die gfu im Jahr 2004 den Bestand an Navigationsanlagen in Deutschland. Neben stets aktuell berechneten Routen-Empfehlungen bieten die Geräte eine Vielzahl von ergänzenden Informationen und Dienstleistungen. Die Navigation selbst wurde inzwischen via Verkehrsfunk dynamisiert, das heißt aktuelle Verkehrsinformationen fließen in die Routenplanung der Geräte ein. Zusätzlich kann sich der Fahrer ohne Mühe Auskünfte zu den sogenannten „Points of Interest“

Pioneer-Trends beim In-Car-Entertainment

Navigation und Entertainment in Perfektion – das bietet Pioneer Electronics jetzt mit dem AVIC-X1R, dem Nachfolgemodell des erfolgreichen AVIC-X1 ... S. 5



debitel wird attraktiver für freie Händler

Mit dem neuen TopStar-Programm und der Herabsetzung der Einstiegsschwelle will debitel als Partner für freie Fachhändler attraktiver werden ... S. 12



Glänzende Aussichten mit BenQ LC-Displays

BenQ will seine Anteile im Monitormarkt mit neuen LC-Displays mit Polish Screen und einer Reaktionszeit von 5 ms „gray to gray“ weiter ausbauen ... S. 26



 **FISHER**
is back!

Warum HDTV (ver-)kaufen?

Die Zahl der HDTV-tauglichen Fernsehgeräte – am Qualitäts-siegel „HD-ready“ zu erkennen – wächst ständig. Das ist zunächst einmal eine gute Nachricht, weil die Flachbild-TVs, die in jüngster Zeit für Wachstum im oberen Preissegment und für ordentliche Deckungskostenbeiträge sorgten, inzwischen leider (und unnötigerweise) in den Preiswettbewerb gezerrt werden. Da liegt es nahe, dem Kunden gleich ein HDTV-Gerät anzubieten, etwa nach dem Motto „wenn schon, denn schon“.



Das wichtigste Argument für das hochauflösende Fernsehen sollte jede Verkäuferin und jeder Verkäufer kennen: Fünfmal so viele Bildinformationen wie beim herkömmlichen PAL-Signal bedeuten einen sichtbaren Qualitätssprung. Die Frage ist nur, wie man ihn sehen kann.

Fernsehprogramme mit dem neuen Standard gibt es noch nicht. Wer die neue Technik nicht nur besitzen, sondern auch nutzen will, muß entweder den nicht ganz billigen HD-Camcorder sein eigen nennen oder auf ein schmales Angebot von Spielfilmen auf DVD-Medien zurückgreifen, für die bislang aber nur wenige Player auf dem Markt sind. Alternativ können auch Multimedia-PCs mit DVI-Ausgang als Signalquelle dienen.

Eine weitere Anwendung für die HDTV-Geräte ist die Wiedergabe digitaler Fotos – einige Modelle sind praktischerweise direkt mit Kartenlesern für die gängigen Kamera-Speichermedien ausgestattet. Darüber freuen sich vor allem die Kunden, die weder Zeit noch Lust haben, erst eine Diashow auf DVD zu brennen.

Für ihren eigentlichen Zweck, den Empfang von Fernsehprogrammen, können die HDTV-Geräte, wenn man vom nicht gerade aufregenden Satellitenprogramm HD1 absieht, noch nicht genutzt werden. Ab November dieses Jahres will Premiere auf drei Kanälen mit den ersten regelmäßigen Ausstrahlungen im hochaufgelösten Format beginnen. Bis dahin ist es leider noch eine Weile hin, und die Zielgruppe ist, vornehm ausgedrückt, recht begrenzt.

Darum wäre es wünschenswert, wenn die Internationale Funkausstellung in Berlin ein deutliches Signal für den Start von HDTV geben würde – und bitte nicht nur mit Ankündigungen, sondern auch mit Taten, die ihnen folgen – und zwar schnell, denn sonst bleiben die teuren Geräte auch im Weihnachtsgeschäft Nischenprodukte.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

wie gastronomischen Zielen, zu den nächsten Parkplätzen, Tankstellen, Hotels oder Krankenhäusern einholen. Als nächster Schritt zeichnet sich die Verknüpfung von Navigation und Telekommunikation ab. Damit kann der Anwender in Verbindung mit dem Telefon E-Mails im Auto empfangen und eine Vielzahl weiterer Telematik- und Internetdienste abrufen. So kann sich der Nutzer z. B. während der Fahrt von einem Call Center Einzelheiten zu einem gesuchten Restaurant in sein System stellen lassen. Auch wird er in Zukunft Reiserouten vom heimischen PC aus via Telefon auf sein Navigationssystem übertragen können oder sich von einem externen Server die schönsten Routen oder das interessanteste Veranstaltungsprogramm der anvisierten Stadt auf sein System laden lassen. Die neuesten Trends in Sachen Car-Entertainment und Navigation wurden auf der Car+Sound eindrucksvoll demonstriert.

Alpine mit neuen Premium-Produkten

Mit hochentwickelten Lösungen für die optimale Systemintegration präsentierte sich Alpine auf der Car+Sound. Zu den herausragendsten Neuheiten zählten ein DVB-T-Tuner für Digitalfernsehen im Automobil, das bewährte DVD-Navigationssystem mit neuem Betriebssystem und TMCpro Service, Top-End-Steuergeräte mit der GlideTouch-Steuerleiste, die hohen Bedienkomfort bietet, sowie die nächste Generation von Alpine F#1 Status.

Mit dem neuen DVB-T Tuner TUE-T200DVB kann die brillante Bild- und Audioqualität des Digitalfernsehens nun auch im Auto empfangen werden. Alpines neuer DVB-T Tuner hat Komfortfunktionen wie Teletext, EPG (erweiterte Programminformationen) sowie einen integrierten CI-Slot für kostenpflichtige Programme.

Weiteres Highlight der Alpine-Präsentation war das DVD-Navigationssystem NVE-N099P mit neuem Betriebssystem – inklusive des TMCpro-Services. Schon im vergangenen Jahr hat sich Alpines satellitengeschütztes Map-Navigationssystem durch seine überlegene Systemhardware ausgezeichnet. In diesem Jahr ist nicht nur das auf einer einzigen DVD digital gespeicherte Kartenmaterial umfangreicher geworden (inzwischen sind bereits 21 europäische Länder erfaßt). Vielmehr präsentiert Alpine ein neues Betriebssystem, in das viele benutzerfreundliche Features integriert sind. Hierzu gehört die neue 3D-Darstellung. Bei dieser Bildschirm-Anzeige blickt der Fahrer



Zu Navicore Personal gehören die Software auf einer Speicherkarte und der GPS-Empfänger; das Handy ist Eigentum des Autors.

Navicore bringt Navigation aufs Handy – auch für Fußgänger tauglich

Die in Skandinavien bereits eingeführte Navigationslösung Navicore Personal des finnischen Herstellers Navicore ist jetzt auch hierzulande erhältlich. Die Navigationssoftware ist auf einer handelsüblichen Speicherkarte (MMC, RS-MMC, RS-DV-MMC) gesichert und wird zusammen mit einem Bluetooth-GPS-Empfänger angeboten. Das Produkt steht dem Handel ab April zum empfohlenen Verkaufspreis von 299 Euro (256 MB Speicherkarte) zur Verfügung.

Besonders positiv fiel der PoS-MAIL-Redaktion beim Praxistest der Navigationslösung die einfache Handhabung auf: Nach Installation der Speicherkarte und Verbindungsaufbau per Bluetooth zum GPS-Modul steht die Anwendung als zusätzlicher Menüpunkt (im Test wurde ein Nokia 7610 benutzt) sehr schnell zur Verfügung. Weiterhin positiv zu erwähnen ist die Genauigkeit der Ortung. Beim Schreiben dieses Beitrags im Büro des Autors wurde der Standort auf den Meter genau gefunden.

Die Wahl der Route erfolgt entweder durch Eingabe des exakten Zielpunktes (neben Straßen sind auch Points of Interest gespeichert) oder durch Scrollen durch das automatisch angebotene Menü. Die Route wird optisch und (wenn gewünscht) auch per Stimme angegeben. Da das GPS-Modul über einen Akku mit Strom versorgt wird, eignet sich die Navigationslösung auch hervorragend für Fußgänger, da Handy und GPS-Empfänger bequem transportiert werden können. Allerdings orientiert sich die Routenführung an Autofahrern, was Fußgängern unter Umständen (Fußgängerzonen, Einbahnstraßen etc.) Umwege einbringt. Navicore Personal bietet alles in allem den Komfort und die individuellen Einstellmöglichkeiten, die man von einem modernen Navigationssystem erwarten kann. Wegen seiner Kompaktheit stellt es, insbesondere mit Blick auf die Urlaubszeit, eine interessante Alternative zu anderen Lösungen dar. Die Software gibt es derzeit für verschiedene Nokia und Siemens Handys.



Beim Test wurde der Standort des Autors auf den Meter genau gefunden.



Das gewünschte Ziel läßt sich in wenigen Schritten problemlos finden. So sucht das System zunächst alle Breite Straßen und bietet sämtliche Städte an, in denen dieser Name auftaucht. Aus der Liste braucht der Nutzer dann nur die richtige Stadt zu wählen. Die Routenführung erfolgt optisch und/oder akustisch.



Der Maßstab läßt sich per Handytastatur im Bereich zwischen 250 Kilometer als größter und 20 Meter als kleinster Einheit individuell einstellen.

Delphi Grundig – Kompetenz in Sachen Car-Info- und -Entertainment

Delphi Grundig schickte zur 12. Car+Sound mit dem CD-Tuner S2000 MP3 und dem CarCine Vision 710 Set zwei echte Hingucker ins Rennen um die Gunst der Infotainment-Kenner. Das S2000 MP3 zeichnet sich durch ausgereifte Technik und ein neuartiges Design aus. Sein Tuner bringt dem Hörer auf allen Frequenzen im UKW- und MW-Bereich einen hervorragenden Empfang. Hinter dem abnehmbaren Flip-Down-Bedienteil verbirgt sich mit dem CD-Laufwerk der technische Kern für MP3-Freaks. Der Player liest alle gängigen CDs, CD-Rs und CD-RWs im MP3- oder CD-DA-Format und bietet dem Fahrer bis zu elf Stunden musikalische Unterhaltung. 4 x 50 Watt verleihen dem Musikgeschmack die nötige Power. Über die Wechsler-Steuerung des S2000 MP3 kann der Delphi Grundig Festplatten-Player HDD 30 angeschlossen werden. Dank einer Speicherkapazität von 30 Gigabyte können damit bis zu 8.000 Musiktitel, also knapp 600 Stunden Entertainment, im MP3-Format wiedergegeben werden (ca. 4 Minuten lange, mit 128 kbit/s gespeicherte Titel). Zur vereinfachten System-Bedienung werden die Musiktitel auf dem HDD 30 direkt über das Autoradio ausgewählt.

Mit dem Delphi Grundig Multimedia-Set CarCine Vision 710, bestehend aus einem flachen 7" TFT-Display und einem erschütterungsfreien DVD-Player, einer Fernbedienung und einem paar kabelloser Kopfhörer. Das digitale Herzstück des Delphi Grundig CarCine Vision bildet der hochklassige DVD-Player DVD 200. Neben DVD Video und Audio kann er auch Musiktitel und Dateien auf CD, CD-R, CD-RW, S-VCD, MP3-CD und Fotos im JPEG-Format lesen. Das neue Delphi Grundig Car Audio System S2000 MP3 und das CarCine Vision sind ab sofort lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten 179 bzw. 599 Euro. Der DVD-Player DVD 200, das TFT 710 und der kabellose Kopfhörer können auch einzeln angeboten werden (UVP: 299, 349 und 39 Euro).



Platz wird auch nicht benötigt. Der Monoreceiver CQ-VD7001N – RDS Tuner, DVD-Player und 7" LCD-Monitor in einem – sowie der DVD-Receiver CQ-D5501n kommen im 1 DIN-EinbaufORMAT daher. Das Audioteil des CQ-VD7001N ist auf verzerrungsfreie Wiedergabe programmiert. Der integrierte DVD-Player gibt DVD-Video, DVD-R/-RW, Video-CD sowie CD-R/RWs mit WMA und MP3-Inhalten wieder. Mehrkanal-Sound produziert der integrierte Dolby Digital/dts Decoder. Der CQ-VD7001N ist ab Mai lieferbar (UVP: 1.499 Euro). Mit dem CX-DH801N präsentiert Panasonic seinen ersten 8fach DVD-/CD-Wechsler. Das Gerät verarbeitet die unterschiedlichsten Datenträger und hält so ein attraktives Entertainment-Repertoire von Filmen und Musik vorrätig, ein 5.1-Mehrkanal-Decoder



Mit dem CQ-VD7001 präsentiert Panasonic einen Monoreceiver, der mit RDS Tuner, DVD-Player und einem 7" Display ausgestattet ist.

wie aus einer erhöhten Position auf das vor ihm liegende Straßennetz und die zu fahrende Route; der obere Displaybereich zeigt die Sicht auf den Horizont. Durch Zoomen entsteht eine 3D-ähnliche Darstellung, wodurch eine noch exaktere Vorstellung der eigenen aktuellen Position entsteht. Die dynamische Routenführung ist ebenfalls entscheidend fortentwickelt worden. So wird nunmehr die vor Fahrbeginn errechnete Strecke auf dem Weg kontinuierlich überprüft; gegebenenfalls bietet der elektronische Alpine-Lotse dann dem Fahrer optimierte Routen zur Auswahl an. Das Navigationsgerät NVE-N099P ist mit dem neuen TMCpro-Service von T-Traffic ausgestattet. TMCpro hat einen Zugriff auf die Verkehrsdaten der rund 4.000 Sensoren an den Autobahnbrücken in Deutschland und andere Informationsdienste. Zudem werden diese Daten 2,5fach schneller übertragen als beim konventionellen TMC-Dienst. TMCpro ermöglicht somit eine wesentlich bessere Stauumfahrung.

Panasonic bringt das Heimkino ins Rollen

Mit den neuen Car Media Produkten bleibt Langeweile während der Autofahrt auf der Strecke. Viel

für Dolby Digital und dts Surroundsound ist ebenfalls integriert. Die Player/Monitor-Einbaukombination CQ-VD7001N ist für den Anschluß des DVD-Wechslers vorbereitet und bietet durch die Touch Panel Bedienung eine komfortable Auswahl an Steuerung der Funktionen. Der CX-DH801N ist ebenfalls ab Mai 2005 lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis: 599 Euro.

Sonys Multitalente im Reise-Einsatz

Der neue portable DVD-Player MV-700HR mit 7 Zoll TFT-Display von Sony macht die Autoreise auf dem Rücksitz zu einem komfortablen Heimkinoerlebnis – in ausgezeichneter Bild- und Sound-Qualität. Auf dem 17,8 cm großen TFT Display lassen sich Filme im 16:9-Format gestochen scharf verfolgen oder auch Fotos ansehen. Neben DVDs kann der Player Musik-CDs mit MP3-Dateien und auch DivX-Dateien abspielen. Zusätzlich zum CD/DVD-Laufwerk besitzt der MV-700HR einen Memory Stick Slot zum Abspielen von Musikdateien oder zum Anschauen von Fotos oder Filmdateien. Nicht nur für Besitzer einer Sony Cyber-shot Kamera oder eines Camcorders bietet dieses Zusatztool einen außergewöhn-

lichen Nutzen. Bei Reisen können gemachte Aufnahmen auf dem LC-Display gleich betrachtet werden. Geliefert wird das Multimedia-Paket zusammen mit einer speziellen Autohalterung, die einfach auf die Fahrer- und Beifahrer-Kopfstütze montierbar ist. Im Lieferumfang enthalten ist ein externes Netzteil. Mit den optional erhältlichen Batterien MV-100 kann der DVD-Player für rund drei Stunden ausreichend mit Energie versorgt werden. Unterwegs erhält das Multitalent Strom für den Autoadapter, den man an den Zigarettenanzünder anschließen kann. Für den Transport werden DVD-Player und Display einfach zusammengeklappt. Das Gerät ist in Silber und Schwarz erhältlich. Der MV-700HR ist seit März lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 529 Euro. Ebenfalls neu im Sony Car-Entertainment Sortiment ist der CD-Tuner CDX-NC9950. Das Gerät überzeugt durch kristallklaren Klang, attraktives Design und den Zusatzkomfort der optional angebotenen DVD-Navigationseinheit NVX-HC1, die zum Beispiel ganz einfach unter dem Fahrer- oder Beifahrersitz Platz findet. Um-

ständige Routenplanung für den spontanen Ausflug gehört dank des kombinierbaren Navigationssystems der Vergangenheit an. Innerhalb kurzer Zeit stehen alle Informationen zur Strecke bereit. Die mitgelieferte DVD führt auf Knopfdruck grenzenlos in 21 europäische Länder. Das System bietet eine akustische Sprachsteuerung in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Niederländisch, Spanisch, Schwedisch und Dänisch. Dank dynamischer Zielführung sind die Navigationsangaben immer aktuell, denn über den Verkehrsfunk fließen sämtli-



Sonys CD-Autoradio CDX-NC9950 kann optional mit der DVD-Navigationseinheit NVX-HC1 ausgestattet werden.

che Verkehrsinformationen in die Routenplanung ein. Das gilt für alle Länder, in denen Verkehrsfunk (TMC) gesendet wird. Bei Staus oder anderen Verkehrsstörungen zeigt das System weiträumige Umgehungsstrecken an. Sämtliche Steuerungsfunktionen werden über das TFT-Farbdisplay

POS-MAIL INHALT

Pioneer setzt Trends bei In-Car-Entertainment und Navigation ... 5



Homecast – erfolgreich mit digitalen Set-Top-Boxen ... 7

Sonys neue Walkman-Generation ... 8

Neue DVD-Recorder von Hitachi ... 8



Gespräch mit Andreas Seidler, Sales Manager IT Distribution, Samsung Electronics ... 10

debitel erhöht seine Attraktivität für freie Handelspartner ... 12

Agfeo DECT 15-Telefon in der Praxis ... 14

Siemens Gigaset steuert die Hauselektronik ... 19

Gespräch mit Karsten M. Schilly, Geschäftsführer der Nokia GmbH ... 20

Samsung intensiviert Dialog mit dem klassischen Fachhandel ... 22

Thomson stellt neue Rückprojektions-TVs der Classic Reihe vor ... 24

Die neuen HDTV-fähigen TV-Geräte von JVC ... 25

BenQ bringt LC-Displays mit Polish Screen und 5 ms „gray to gray“ ... 26



Die neue Xacti Digital Movie C5 von Sanyo ... 28

WLAN Infos und News ... 29

Tk-Nachrichten ... 13, 14, 18, 22

Tk-Neuheiten ... 16

Neuheiten ... 25

Games ... 27

Aktuell ... 6, 23, 24

Kleinanzeigen ... 30

No(?)sense ... 30

Impressum ... 30

Becker bringt Software Up-Date für die Steuerung von iPods im Auto

Der iPod von Apple Macintosh hat sich weltweit zu einem beliebten digitalen Musik-Player entwickelt. Auch im Auto ist er bevorzugtes Speichermedium. Mit dem Software-Update 2.0 und dem Becker Remote Kit lassen sich iPods der 3. und 4. Generation, Mini- oder Photo iPods über das Becker Navigationsgerät Indianapolis steuern und die gespeicherte Audio- und MP3-Musik über die Car-HiFi-Anlage wiedergeben. Mit dem Becker Remote Kit wird der iPod einfach durch „plug-and-play“ verbunden und kann beispielsweise im Handschuhfach sicher untergebracht werden. Bei eingeschalteter Zündung wird der interne Akku des iPod aufgeladen.

bequem und einfach bedient. Möchte der Anwender seinem Auto-Radio-Navigationssystem auch noch eine ganz persönliche Note geben, so können per AV-Anschluß digitale Bilder oder Fotos als Display-Hintergrund gespeichert werden.

Der empfohlene Verkaufspreis für das CD-Autoradio CDX-NC9950 lautet 699 Euro und für die DVD-Navigationseinheit NVX-HC1 999 Euro.

Das Navi für den Rückspiegel

Die Informationen des Navigationssystems rücken jetzt noch weiter in das Blickfeld des Fahrers. Als eines der ersten Unternehmen am Markt bringt VDO Dayton nun einen Rückspiegel in den Handel, in den ein kompakter Farbbildschirm für die Darstellung von Landkarten mit Abbiegehinweisen für das gesamte Navigationsmenü integriert wurde. Der MM 2100 ist mit diversen Navigationsrechnern von VDO Dayton kompatibel und kann als preis-

werte und praktische Alternative zum konventionellen Monitor mit wenigen Handgriffen in jedem Fahrzeug montiert werden. Mit diesem neuartigen Konzept reagiert VDO Dayton auf die wachsende Nachfrage vor allem bei Fahrern von Firmen- oder Leasingfahrzeugen. Weil diese Autos häufig schon nach kurzer Zeit den Besitzer wechseln, muß die Montage eines Navigationssystems dort möglichst schnell,



einfach und spurlos erfolgen. Deshalb kann der neue Navigationsspiegel völlig ohne Schrauben am bisherigen Innenspiegel befestigt und mit einem entsprechenden Kabel an das System angeschlossen werden. Eine zusätzliche Stromversorgung ist nicht nötig, und die sonst üblichen Halterungen oder Modifikationen am Amaturenbrett entfallen ebenfalls. Darüber hinaus spart der MM2100 wertvollen Raum im Cockpit und minimiert zudem die Diebstahlgefahr.

der Sprachausgabe über den im Spiegel integrierten Lautsprecher auch direkt am Gerät regulieren. Zudem kann das Display in seiner Helligkeit geregelt oder auch abgeschaltet werden. Dann steht die gesamte Oberfläche des Gerätes als Rückspiegel zur Verfügung.

Obwohl der integrierte Monitor nur vier Zoll groß ist, stellt der TFT-Bildschirm Karteninformationen wie bei den herkömmlichen Monitoren von VDO Dayton dar. Mit dem Adapter-Kabel MA 1205 kann zudem die Rückfahrkamera VDO Dayton RV 5100 an den neuen Monitor angeschlossen werden. Sobald der Fahrer den Rückwärtsgang einlegt, wird sein Blickfeld damit deutlich erweitert.

Gesteuert wird die Navigation wie bei VDO Dayton üblich mit einer ergonomischen Fernbedienung. Zusätzlich läßt sich die Lautstärke

Die unverbindliche Preisempfehlung für das MM 2100 ist 399 Euro. miz



Mit dem MM2100 bringt VDO Dayton einen Rückspiegel auf den Markt, in den ein kompakter Flachbildschirm für die Navigations-Darstellung integriert wurde.

Eindrücke von der Car+Sound 2005



Auch die Besucher, die Baß bis an die Schmerzgrenze brauchten, kamen auf ihre Kosten.



„Nach der Integrationsphase wurden unsere Produkte sehr gut vom Handel aufgenommen. Die Ausweitung der Car+Sound auf zwei Händlertage ermöglichte mehr Freiraum für intensive Kundengespräche. Außerdem waren wir mit der Besucherzahl in diesem Jahr sehr zufrieden“, so Carsten Titt, Pressesprecher von Delphi Grundig.



Stephan Schiller, General Manager MEC (Car Audio, Car Multimedia/Navigation), Pioneer Electronic Deutschland GmbH, präsentierte neben zahlreichen Neuheiten den CD-Tuner DEH-P70BT. Das Gerät vernetzt Bluetooth Handys automatisch mit dem Autoradio. Dabei werden sämtliche Funktionen des Telefons über das Radio gesteuert.



Franz Wiehler, Geschäftsführer der Siemens VDO Trading GmbH, präsentierte erstmals ein 4 Zoll großes Display, das in einen Rückspiegel integriert ist.



Katsumi Kuramochi, Assistant General Manager, Alpine Electronics GmbH, und Uwe Keuchel, Assistant Senior Manager Marketing & Sales, präsentierten unter anderem die Geräte der Königsklasse von Alpine, die Alpine F#1 Status, auf der Car+Sound 2005.

Pioneer setzt Trends im Bereich In-Car-Entertainment und Navigation

Qualität in Sachen Funktionalität und Bedienkomfort



Navigation und Entertainment in Perfektion – das bietet Pioneer jetzt mit dem AVIC-X1R, dem Nachfolgemodell des erfolgreichen AVIC-X1. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen innovative Komponenten im Bereich In-Car-Entertainment – weiteres Highlight ist ein CD-Tuner mit Bluetooth-Unterstützung.

Das neue Navi AVIC-X1R wurde mit einer Fülle von Neuerungen verbessert. Eine zuverlässige Bildschirminavigation wird über ein ausfahrbares 6,5 Zoll (16,5 cm) Touchscreen Display ermöglicht. Alle Audio-, Video- und Navigationsfunktionen lassen sich hier bequem per On-Screen-Menü steuern. Die Bildschirmdarstellung wurde grundlegend optimiert und ermöglicht durch neue verständliche Icons eine noch schnellere, intuitive Bedienung. Das DVD-basierte System erspart dem Anwender umständliches Wechseln verschiedener CDs während einer längeren Navigationsroute und ermöglicht die Routenberechnung quer durch 22 europäische Länder. Bei Fahrtantritt kann eine komplette Strecke, wie beispiels-

weise von Paris nach London, in den 14 MB großen Arbeitsspeicher geladen werden. Anschließend steht der DVD-Schacht zur freien Verfügung für CD-, MP3- oder DVD-Video-Wiedergabe. Besonders interessant für längere Urlaubsfahrten ist die Dual Zone Funktion: Während die Fondpassagiere auf optional erhältlichen Bildschirmen das Unterhaltungsprogramm genießen können, ist es dem Fahrer möglich, auf dem Frontdisplay der Navigation zu folgen und gleichzeitig über die Fahrzeuglautsprecher Radio zu hören. Für das automatische Umfahren von Staus sorgt TMC (Traffic Message Channel) in der neuen Version 3.0. Aktuelle Bauarbeiten, Unfälle oder Staus werden auf dem Display mit Icons dargestellt.

Sehr komfortabel für den Fahrer ist auch die Anzeige der Nummern von Autobahn-Ausfahrten. Als vollwertiger CD-Tuner bietet das AVIC-X1R einen D4Q-Radio-Tuner sowie einen hochwertigen 4 x 50 Watt starken MOSEFT-Verstärker. Dabei läßt sich das System jederzeit über verschiedene Anschlüsse ganz einfach erweitern. Das DVD-Navigations- und Entertainment-System Pioneer AVIC-X1R ist seit April lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.999 Euro.

Freisprechen via Bluetooth

Mit dem neuen CD-Tuner DEH-P70BT bietet Pioneer die erste integrierte Freisprecheinrichtung mit Bluetooth-Unterstützung. Zur Inbetriebnahme müssen Handy und CD-Tuner einmalig initialisiert werden. Anschließend wird das Handy automatisch beim Einsteigen vom DEH-P70BT erkannt und die Freisprecheinrichtung aktiviert. Ankommende Anrufe können mit einem Tastendruck am DEH-P70BT entgegengenommen werden, auch wenn das Telefon im Kofferraum liegt. Ein kleines, dem Radio beiliegendes Mikrofon überträgt die Stimme zum Gesprächspartner, der über die vorhandenen Fahrzeuglautsprecher zu hören ist. Dabei werden alle relevanten Telefonfunktionen über das Radio gesteuert und angezeigt. Wird das Fahrzeug von mehreren Personen genutzt, können bis zu sechs Telefone initialisiert und vom jeweiligen Fahrer genutzt werden – inklusive eigenem Telefonbuch. Der Clou: Über die Telefonerkennung merkt sich das Autoradio sogar die bevorzugten Audioeinstellungen des Fahrers. Natürlich ist das DEH-P70BT mehr als eine Freisprecheinrichtung. Die Ausstattung umfaßt u. a. ein MP3-, WMA-, WAV- und AAC-fähiges CD-Laufwerk, einen parametrischen 3-Band-Equalizer zur perfekten Klanganpassung, eine automatische Lautstärkeanpassung (ASL) und einen eingebauten Verstärker mit 4 x 50 W. miz

Interview mit Horst Noé, General Manager Marketing, Pioneer Electronics Deutschland

„Pioneer setzt auf den qualifizierten Fachhandel“

PoS-MAIL: Herr Noé, wie ist Pioneer weltweit und im europäischen Markt im Bereich Car-Entertainment und Navigation positioniert?

Horst Noé: Pioneer hat sich zu einer jungen, innovativen Qualitätsmarke entwickelt und genießt weltweit einen hervorragenden Ruf bei Car Audio & Navigationsprodukten. Im europäischen Markt ist Pioneer ebenfalls eine feste Größe und konnte sich mit dem AVIC-X1 im vergangenen Jahr als Marktführer im Segment Bildschirminavigation behaupten.

PoS-MAIL: Was genau machte den Erfolg des AVIC-X1 aus, und wie wird das Konzept im Nachfolgemodell weitergeführt?

Horst Noé: Mit dem AVIC-X1 haben wir in einer einzigen Head Unit verbunden, was Pioneer am besten kann: komfortable, bedienerfreundliche Navigation mit leistungsstarken Audio Features und innovativer Touchscreen Steuerung. Dieses einzigartige Konzept setzen wir mit

dem Nachfolger AVIC-X1R konsequent fort. Die Leistungsfähigkeit des Systems wurde durch größeren Arbeitsspeicher, eine umfangreiche Software und eine nochmals optimierte Bedienung weiter verbessert.

PoS-MAIL: Denken Sie, daß Navigationssysteme bald zur Standard-Ausstattung in jedem PKW gehören werden? Wie gehen Sie auf die DIN Schacht Problematik ein?

Horst Noé: Der Navigationsmarkt ist einer der stärksten Wachstumsmärkte, betrachtet man das gesamte Portfolio mobiler Navigation. Von diesem Boom profitiert die gesamte Branche und schafft den Nährboden für neue Produkte. Das X1R ist ein solches Produkt, welches über den reinen Nutzwert eine Vielfalt an Entertainment-Funktionen bietet. Natürlich ist das Aussterben des DIN Schachtes bei Neufahrzeugen ein Problem für den Nachrüstmarkt. Qualifizierte Händler schrecken jedoch nicht vor problematischen Fahrzeugen zu-

rück und ermöglichen ihren Kunden einen professionellen Einbau auch in Sportwagen und Transportfahrzeugen ohne DIN Schacht.

PoS-MAIL: Auf welche Vertriebskanäle setzt Pioneer bei In-Car-Entertainment und Navigationssystemen?

Horst Noé: Pioneer setzt auf den qualifizierten Fachhandel als wichtigsten Vertriebspartner für das Navigationsportfolio. Endkunden fühlen sich hier durch kompetente Beratung, professionelle Installation und ein vollständiges Angebot an Navigation, Car Audio und Mobilfunk-Lösungen am besten aufgehoben. Die komplexe Fahrzeug-Elektronik erfordert heute einen kompetenten Fachmann, um Modifikationen am Fahrzeug-Interieur überhaupt durchführen zu können. Hier kann der Fachhandel im Vergleich zu anderen Vertriebskanälen punkten.

PoS-MAIL: Welche Fachhandelsunterstützung planen Sie zur Einführung der AVIC-X1R?



Horst Noé: Neben Schulungen supporten wir den Fachhandel mit umfangreichem PoS-Material, Anzeigenschaltungen mit Händlernennungen, TZ Beilagen und Direktmailings an Endkunden. Diese Werbeformen konnten bereits bei der Einführung des AVIC-X1 maßgeblich zum erfolgreichen Abverkauf des Systems über den Fachhandel beitragen. Aus diesem Grunde setzen wir diese verkaufunterstützende Strategie weiter fort.

PoS-MAIL: Vielen Dank für dieses Gespräch.

Pos Aktuell

Phocus Electronics wertet Debüt als gelungen

Die niederländische Phocus Electronics B.V. wertet ihr Debüt auf der CeBIT 2005 als „äußerst gelungen“, so das Management-Team Winfried und Hendrik Hoffmann, verantwortlich für Deutschland, Österreich, Schweiz und Skandinavien. „Auf der Messe konnten wir mehr als 25.000 Fernsehgeräte an den deutschen Handel verkaufen und europaweit viele neue Kunden für unsere Produkte begeistern.“ Laut Angaben von Marktforschern kann Phocus für den Beobachtungszeitraum Januar-Februar gleich eine Reihe von Bestmarken für sich verbuchen: In drei von vier Bildschirmklassen belegt Phocus im Abverkauf den ersten Platz. Vor allem die Plasma- und LCD-Fernseher stehen in der Gunst des Publikums ganz oben. Phocus Electronics sieht sich in seiner Strategie bestätigt, das TV-Segment mit marktgerechter Preispolitik und stimmigem Qualitäts- und Servicemanagement zügig zu erschließen.

Epson und Devil bestätigen Kooperation

Seit dem 1. April kooperiert Epson mit dem Braunschweiger Distributor Devil Computer Vertriebs GmbH und erweitert damit sein Distributorennetz in Deutschland. Die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen beinhaltet den Vertrieb der vollständigen Epson Produktlinie im Business- und Consumerbereich. Zeitgleich mit der Kooperation startet für Epson auch die zweite Phase der im letzten Jahr begonnenen Epson Vertriebsoffensive „Go to Market“. „Mit Devil haben wir einen extrem fachhandelsorientierten Distributions-

partner gewonnen. Und genau das ist es, was wir mit Beginn der zweiten Phase von „Go to Market“ brauchen!“, so Wolfgang Hanebrink, Director Sales and Marketing Epson Deutschland GmbH. „Unser Ziel ist es, die Anforderungen der Fachhändler noch besser zu kennen, um deren Beratungs- und Servicevorteil am Markt weiter zu stärken. Da Devil über eine hervorragende Marktexpertise verfügt, werden wir dieses Ziel nun noch besser umsetzen können. Wir wollen unsere Kunden effektiv und serviceorientiert bedienen. In einem wachsenden Markt brauchen wir Partner, die mit uns und unseren Anforderungen wachsen. Wir sind sicher, mit Devil genau den richtigen Distributor gewonnen zu haben.“

Fujitsu General sieht in High End große Chancen

Fujitsu General sieht in der High End 2005 (5.-8. Mai in München) ein hervorragendes Pflaster für die Plasmavision Produktpalette. „Unser Ziel für die kommenden Monate ist es, weitere beratungsstarke Handelspartner zu finden. Dabei liegt die Betonung klar auf ‚beratungsstark‘“, so Doris Kreyß, Sales Manager Fujitsu General. Alle neuen Plasmavision Produkte der Select Line sind ab sofort lieferbar. Mit der High End und der Präsentation der neuen Produkte soll nun auch die Marke Plasmavision anstelle des Konzernnamens in den Mittelpunkt der neuen Marketingstrategie rücken. Als vertrauensbildende Maßnahme bietet Fujitsu General seinen Fachhändlern drei Jahre Gewährleistung exklusiv auf die Produkte der Select Line an.

Robert Trapp wird Metz-Vertriebsleiter

Robert Trapp hat bei den Metz-Werken die Leitung des Vertriebs Inland im Bereich Unterhaltungselektronik übernommen. Trapp verfügt über langjährige Erfahrung



innerhalb der CE-Branche. In seiner neuen Position soll der 46jährige ein Garant dafür sein, daß die bewährte Metz-Philosophie und Vertriebspolitik mit ihrer klaren Fachhandelsausrichtung konsequent beibehalten wird, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

Becker & Hach ruft 13 Rahmenmodelle zurück

Becker & Hach ruft insgesamt 13 Modelle seines Rahmensortiments aufgrund einer erhöhten Formaldehyd-Belastung zurück. Bei einer kürzlich erfolgten Qualitätskontrolle und im Anschluß daran erfolgten Tests durch das Fraunhofer Institut für Holzforschung hatte sich herausgestellt, daß bei einigen Modellen die gesetzlich zulässigen Grenzwerte des Formaldehydgehalts überschritten wurden. In Abstimmung mit den zuständigen Behörden ruft das Unternehmen deshalb bereits ausgelieferte Ware zurück. Die Handelspartner sollten zudem sicherstellen, daß keine weitere Ware an Endverbraucher verkauft wird. In einer Pressemitteilung wird betont, daß ein Rückruf von bereits verkauften Bilderrahmen von den Endkunden nicht notwendig sei, da eine Gesundheitsgefährdung ausgeschlossen werden könne. Becker & Hach hat bereits seit dem 18. März keine belasteten Bilderrahmen mehr ausgeliefert. Anfang April hatte

Becker & Hach bereits seine Direktkunden aufgefordert, die betroffene Ware auszusortieren und dem Unternehmen Art und Anzahl der betroffenen Produkte mitzuteilen. Einzelheiten sollten direkt mit Becker & Hach geklärt werden.

Reiner Calmund wird Fujifilm-Repräsentant

Zusätzlich zu seiner Aufgabe als WM Botschafter für NRW wird der ehemalige Fußball-Manager Reiner Calmund bis zum Ende der Fußballweltmeisterschaft 2006 für die Fuji Photo Film (Europe) GmbH tätig sein. Seit Mitte April unterstützt Calmund als Repräsentant von Fujifilm den Bereich nationales und internationales Sponsoring. Bei den Spielen des Konföderationen Cup im Juni sowie bei Kunden- und Mitarbeiterveranstaltungen wird er den Teilnehmern und Gästen als versierter Gesprächspartner zur Verfügung stehen. „Als Botschafter der Fußball WM 2006 des Landes NRW ist das eine passende Ergänzung“, erklärte Calmund. „Fujifilm ist offizieller Sponsor der FIFA Fußball WM 2006 und ist seit langen Jahren im Fußball Sport engagiert. Die Repräsentanz für Fujifilm fügt sich bestens ein in meine jetzigen Aktivitäten.“ „Die Fußball Weltmeisterschaft in Deutschland wird ein nationales Ereignis werden. Als Sponsor wollen wir dies zu einem unvergleichlichen Erlebnis für unsere Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner machen. Fujifilm ist heute als weltweiter Konzern mit höchstem technischen Anspruch bekannt. Dieser besondere Standard, die hohe Qualität unserer Produkte, muß auch die Emotionen ansprechen: Über den Fußball erreichen wir neue Zielgruppen und können uns in einem hoch emotionalen Umfeld präsentieren. Reiner Calmund wird uns hierbei zur Seite stehen, wenn es um die Kommunikation der Sponsoring-Aktivitäten geht“, erläuterte Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Operations der Fuji Photo Film (Europe) GmbH. Fujitsu Siemens ist offizieller Partner der „Qualifiers 2006“.

Zuversicht in der ITK-Branche wächst

Die Unternehmen der IT- und Telekommunikationsbranche (ITK) rechnen im Jahr 2005 mit einer Beschleunigung des Wachstums. Das bestätigt das aktuelle Branchenbarometer des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). Das Stimmungsbarometer beruht auf einer vierteljährlich stattfindenden Umfrage. Danach rechnen 76 Prozent der Unternehmen im laufenden Jahr mit steigenden Umsätzen. Fast 40 Prozent der Firmen erwarten sogar eine Umsatzsteigerung von mehr als fünf Prozent. Dem stehen 16 Prozent gegenüber, die ein stabiles Geschäft ankündigen und acht Prozent, die mit Umsatzrückgängen rechnen. Auf dieser Basis bestätigt der Bitkom seine Wachstumsprognose von 3,4 Prozent auf 135,2 Mrd. Euro im deutschen ITK-Markt für 2005.

Nach der Umfrage wollen 43 Prozent der Unternehmen in diesem Jahr zusätzliche Mitarbeiter einstellen, 42 Prozent rechnen mit einer stabilen Beschäftigungszahl und nur 15 Prozent müssen Arbeitsplätze abbauen. Der Bitkom rechnet per Saldo mit 10.000 zusätzlichen Stellen. Harms: „Zum ersten Mal seit dem Boom-Jahr 2000 entstehen mehr neue Jobs als an anderer Stelle gestrichen werden“, so Bitkom-Vizepräsident Jörg Menno Harms.

Die positiven Erwartungen für das laufende Jahr ziehen sich laut Harms durch alle Marktsegmente. Besonders zuversichtlich seien Software-Unternehmen und IT-Dienstleister, die unter anderem von steigenden Investitionen professioneller Anwender profitieren. 86 Prozent der Software-Firmen erwarten im laufenden Jahr ein Umsatzplus, 81 rechnen mit

Talkline sucht neue Vertriebspartner – und informiert in Berlin über das Talkline Konzept

Talkline wird in diesem Jahr seinen indirekten Vertrieb nachhaltig stärken. „In den nächsten Monaten eröffnen wir rund 30 zusätzliche Shops in den größeren deutschen Städten“, sagte Torben Rick, Talkline Geschäftsführer und CCO, anlässlich der Eröffnung des 50. Talkline Stores in Berlin. „Der indirekte Vertrieb ist und bleibt für Talkline die wichtigste Vertriebschiene – deshalb bemühen wir uns umso mehr, diesen Kanal über die Eröffnung weiterer Talkline-Stores auszubauen.“ Ziel sei es, bis zum Jahresende mit rund 80 Talkline Stores bundesweit in allen größeren deutschen Städten vertreten zu sein. „Mit den neuen Stores wird Talkline seine Vertriebsoffensive fortsetzen, in deren Zuge es in den letzten zwei Jahren gelungen ist, rund eine Million Neukunden zu gewinnen – und das trotz eines deutlich schwächer wachsenden Marktes“, ergänzte Rick. Fachhändler, die sich für eine Zusammenarbeit mit Talkline interessieren, haben am 2. und 3. Mai zwischen 10 und 18 Uhr in Berlin Gelegenheit, sich in dem neuen Talkline Store zu informieren. An diesen Tagen findet die offizielle Eröffnungsfeier des 50. Talkline Stores in der Brückenstraße 5a im Jannowitz-Center



in 10179 Berlin statt. Ab 18.30 Uhr gibt es außerdem an beiden Tagen die Gelegenheit, sich im Rahmen einer speziellen Präsentationsveranstaltung sowie in direkten Gesprächen über die Leistungen und Vorteile des Talkline Store-Konzeptes zu informieren. Der Shopbetreiber Dieter Schlubach vom Communication Center Berlin CCB, Talkline sowie B/O Telekommunikation laden hierzu alle Mobilfunkfachhändler ein und werden vor Ort mit ihrem Fachpersonal Rede und Antwort stehen. Telefonische Anfragen zum Talkline Store-Konzept und Terminvereinbarungen werden von Nicole Küssow (04121-412262) und Frank Gallešky-Menken (04121-412260) angenommen.

Denn um die eigene Store-Kette auszubauen, wird Talkline einerseits die Zusammenarbeit mit langjährigen Kooperationspartnern wie B/O Telekommunikation oder SIGA telecom erweitern. Andererseits steht jedem freien Fachhändler die Möglichkeit offen, sich bei Talkline um die Aufnahme in dieses Shop-Programm zu bewerben. „Voraussetzung ist aber, daß sie mehrere Anforderungen erfüllen“, so Christian Seidl, Geschäftsbereichsleiter indirekter Vertrieb bei Talkline. „Wichtig ist uns, daß die Fachhändler sich stark im Bereich der mobilen Datendienste engagieren und über eine hohe Beratungsqualität verfügen. Und nicht zuletzt müssen sie natürlich sehr verkaufstark sein.“

Im Gegenzug bietet Talkline den betreffenden Händlern die Optimierung des Außenauftritts, die umfassende Versorgung mit Marketing-Material und attraktive Konditionen. Je nach Rahmenbedingungen wird der Händler dabei unterstützt, seinen bestehenden Shop zu optimieren oder aber – wenn er expandieren möchte – weitere Shops einzurichten. Die Unterstützung reicht von der Mietobjektauswahl, Ladeneinrichtung und Außenwerbung bis zu gemeinsamen monatlichen Werbekampagnen.

steigenden Gewinnen und 52 Prozent wollen neue Mitarbeiter einstellen. Die wichtigsten Themen bei den Geschäftskunden sind im Bereich Software derzeit Speicher-Lösungen, Datenbank-Systeme und Programme für das Management von Kundenbeziehungen. Außerdem sind Sicherheitslösungen weiterhin stark gefragt. Auch die Anbieter von Hardware machen nach schwierigen Jahren wieder bessere Geschäfte. 63 Prozent der IT-Hersteller erwarten ein Umsatzwachstum. Die Hersteller von Infrastruktursystemen für die Telekommunikation bekommen durch die Einführung des Mobilfunkstandards UMTS neue Nachfrageimpulse. „Die Netzbetreiber arbeiten mit Hochdruck daran, die neuen Technologien nach dem Start in den Ballungszentren jetzt auch in der Fläche auszubauen“, so Herms. Zwei Drittel der Hersteller rechnen mit steigenden Umsätzen. Von den Anbietern von Telekommunikationsdiensten (Festnetz und Mobilfunk), die rund 40 Prozent des gesamten ITK-Markts repräsentieren, erwarten drei Viertel ein Umsatzplus. Hier sind es vor allem Datendienste, die für Wachstum sorgen.

Als größtes Hemmnis für ihren geschäftlichen Erfolg bewertet die Mehrheit der Unternehmen zum vierten Mal in Folge die politischen Rahmenbedingungen: 59 Prozent der Firmen nannten die Politik als Markthemmnis, gefolgt von der Inlandsnachfrage (35 Prozent) und Schwierigkei-

ten bei der Finanzierung (27 Prozent). Jedes siebte Unternehmen habe darüber hinaus Probleme bei der Rekrutierung von IT-Spezialisten. Bei den politischen Rahmenbedingungen ist es vor allem die hohe Belastung mit Steuern und Abgaben, die den Unternehmen zu schaffen macht. Belastungen in dreistelliger Millionenhöhe drohen aus Brüssel. Die EU diskutiert zurzeit Pläne, große Datenmengen von Telekommunikations- und Internetdienstleistern speichern zu lassen. „Das ist aus Sicht der deutschen ITK-Industrie völlig inakzeptabel“, kritisierte Harms das Vorhaben. Die Vorratsdatenspeicherung in der geplanten Form würde die Privatsphäre der deutschen Nutzer verletzen, so Harms weiter.

Fujitsu Siemens ist Qualifiers 2006-Partner

Fujitsu Siemens Computers ist ab sofort offizieller Partner der „Qualifiers 2006“. Das Logo des IT-Herstellers wird während der Qualifikationsspiele zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 prominent auf den Stadionbänken zu sehen sein. Basierend auf 145 WM-Qualifikationsspielen und 20 Freundschaftsspielen von Nationalmannschaften im Jahr 2006 beinhaltet das Sponsoring-Paket außerdem Titel- und Logo-Rechte, Promotion-Aktionen, Bild- und Filmrechte sowie Hospitality-Möglichkeiten.

Homecast – Erfolgreich mit digitalen Set-Top-Boxen

„Connecting your Digital Dream“



Mit dem Leitsatz „Connecting your Digital Dream“ startete Homecast Anfang 2004 seine weltweiten Geschäftsaktivitäten mit digitalen Set-Top-Boxen. Mit mehr als einer Million produzierter Einheiten im Jahr gehört das Unternehmen heute zu den größten Herstellern von digitalen Receivern in Korea.

Neben digitalen Empfangsgeräten für Terrestrik, Kabel und Satelliten gehören auch Web-Boxen für das Internet sowie HDTV- und MHP-fähige Receiver zum Produktportfolio von Homecast. Nach längerer Anlaufzeit beginnt der MHP-Zug auch in Deutschland in Fahrt zu kommen. Motor dieser Entwicklung sind die Programmanbieter (ARD, ZDF und RTL), die den Content für diesen Service bereitstellen. Für die Beschleunigung der Multimedia Home Platform sorgt auch die Digitalisierung des Antennenfernsehens und die damit verbundene Umstellung auf DVB-T. Somit wird in allen versorgten Gebieten auch der MHP-Datendienst von ARD und ZDF angeboten. Zur Nutzung dieses interaktiven Mediums hat Homecast den Receiver „T-3010MHP“ entwickelt. Das Gerät ist mit genügend Speicherkapazität und schnellem Prozessor ausgestattet, so daß der Seitenaufbau in kürzester Zeit erfolgt. Auch sorgt ein Telefon-Modem für einen Rückkanal. „Die Markteinführung ist für Mitte dieses Jahres geplant. Der Verkaufspreis ist sehr attraktiv. Er dürfte knapp unterhalb der 300-Euro-Marke liegen“, so Uwe Press, der bei Homecast für das Marketing verantwortlich zeichnet.

Für außereuropäische Märkte werden bereits HDTV-Receiver von Homecast gefertigt. Jetzt nimmt auch die EG-Version für den Satellitenempfang konkrete Gestalt an. So wird das Modell HS-5000 CI alle Video-Formate und das zukünftige und bandbreiten-sparende Kompressions-Verfahren „MPEC-4“ verarbeiten. „Mehr zum Starttermin und Preis werden wir Ende Mai auf der

Anga Messe in Köln sagen können“, so Press.

Die dritte Neuheit ist ein portabler DAB-Empfänger, der auch herkömmlichen UKW-Empfang ermöglicht. Seine Besonderheit sind die Abmessungen (10 x 6 x 2,5 cm) und ein Gewicht von nur 125 Gramm. Gehört wird mit einem Stereo-Kopfhörer. Der Audio-Frequenz-Bereich ist HiFi-gerecht und reicht von 20 bis 20.000 Hertz. Auffällig ist das große LC-Grafik-Display für Menü und Radiotext-Informationen. Auch wenn Uwe Press noch keine verbindliche Zeit für einen Liefertermin des DAB-Empfängers nennt, so ist er der Meinung, daß es langsam Zeit wird, auch beim digitalen Radio für Schwung zu sorgen. An mangelnder Kaufbereitschaft läge es zumindest nicht.

Das Flaggschiff S8000 CIPVR

Zu den Top-Geräten zählt unter anderem der S8000 CIPVR, ein Satelliten-Receiver mit integrierter Festplatte und Twin-Tuner. Das Gerät hat eine 80 GB Festplatte. Damit lassen sich bis zu 50 Stunden Programm in hochwertiger digitaler Bild- und Tonqualität aufzeichnen. Dank „Time-Shift-Funktion“ kann während der laufenden Aufzeichnung gleichzeitig die Wiedergabe aktiviert werden. Auch das Anhalten der Aufzeichnung und zeitversetzte Wiedergabe sind möglich. Der integrierte Twin-Tuner erlaubt zudem eine Bild-im-Bild Darstellung. Über zwei Common Interface-Steckplätze können beliebige Entschlüsselungsmodelle nachgerüstet werden. Neben dem edlen Design und einem alphanumerischen Display ist der S8000 CIPVR auch mit Features wie einer Update-Möglichkeit für die Betriebssoftware, Audio-Digitalausgang, EPG und Videotext ausgestattet. Über den USB 2.0 Anschluß-Port besteht die Möglichkeit, multimediale Daten zwischen Receiver und einem PC zu übertragen. *miz*



Ihr Umsatzbringer: 1 Monat PREMIERE KOMPLETT zum Nulltarif!

+ Digital-Receiver der neuesten Generation
für Kabel- oder Sat-Empfang



Abbildung ähnlich

schon ab

€ 1,-*

Die schärfsten Kurven live!

Nur bei PREMIERE: Formel 1 aus verschiedenen Kameraperspektiven, ganz ohne Werbeunterbrechung.

Empfehlen Sie Ihren Kunden PREMIERE erst einmal richtig kennen zu lernen. PREMIERE KOMPLETT bietet das komplette Angebot von PREMIERE und zeigt 27 TV-Kanäle und 21 Audioprogramme mit 300 Filmen als deutsche TV-Premieren pro Jahr, 4500 Stunden Live-Sport jährlich, Dokus, Sci Fi, Krimis, Serien und Kinderprogrammen mit bester Unterhaltung für die ganze Familie. Dazu die 14-tägliche Programmzeitschrift TV DIGITAL.

PREMIERE
Abonnieren Sie eine gute Zeit.

* Dieser Abschluss beinhaltet eine Mindestlaufzeit von 12 Monaten. Der erste Monat PREMIERE KOMPLETT ist kostenlos im Angebot enthalten. Ab dem 2. Monat läuft das Abo mindestens mit PREMIERE SPORT oder PREMIERE FILM zu € 25,- monatlich weiter. Angebot gilt zzgl. einmaliger Aktivierungsgebühr in Höhe von € 24,95.

Sonys neue Walkman-Generation Mit 30 Gigabyte in den Frühling

Bunt, leicht und schick sind die Attribute für die neue Walkman-Generation von Sony. Zu den besonderen Highlights dieses Frühlings zählt außerdem der neue Sony MP3 Festplatten Walkman NW-HD5.



Der neue NW-HD5 von Sony hat eine 20 Gigabyte Festplatte, in einer limitierten Edition kommt er mit einer Speicherkapazität von 30 Gigabyte.

Der NW-HD5 ist gerade mal handflächengroß und wiegt lediglich 125 Gramm. Mit einer 20 Gigabyte Festplatte, USB 2.0-Schnittstelle und einer Speicherkapazität bis zu 13.000 Titeln eignet er sich für lange Laufzeiten. Die bewährten Sony Stamina-Akkus gewährleisten eine Wiedergabezeit von 40 Stunden. Praktisch für die Bearbeitung der Musikdateien ist der im Gerät integrierte USB-Anschluß sowie die Musikmanagement-Software Sonic Stage 3.1, mit der Musiktitel im MP3- und ATRAC3plus-Format konvertiert und verwaltet werden können. Sonic Stage erlaubt auch den direkten Zugriff auf den Online-Musikstore „Connect“, in dem über 600.000 Titel und Alben auf den Musikfan warten. Der MP3 Festplatten Walkman NW-HD5 ist

in den Farben Schwarz, Silber und Rot erhältlich. Zum Lieferumfang gehören Kopfhörer, ein Netzteil, ein USB-Kabel sowie die Musikmanagementsoftware Sonic Stage 3.1. Zusätzlich zur Standard-Version wird es auch eine limitierte Edition mit einer Speicherkapazität von 30 Gigabyte für bis zu 20.000 Titeln geben. Das Modell wird wahlweise mit silbernen oder schwarzen Bedienelementen angeboten. Lieferbar ist der neue NW-HD5 ab Mitte Mai. Der empfohlene Verkaufspreis steht bislang noch nicht fest.

Trendiges Design

Für trend- und designbewußte Anwender bringt Sony die neuen MP3 Flash Walkmen auf den Markt. Die kleinen mobilen Sound-

Maschinen der 400er- und 500er-Serie sind sehr schlank und mit OLED-Anzeigen ausgestattet. OLED steht für Organic Light-Emitting Diode und ist eine moderne Weiterentwicklung der klassischen LED-Anzeige. Sie ermöglicht auch auf kleinstem Raum beste Darstellung und Lesbarkeit. Die MP3 Flash Walkmen spielen direkt die aktuellen Sounddaten in den Kompressionsformaten MP3 sowie ATRAC3Plus. Bei Überspielung von PC oder Audio-CD werden sie sofort als Wechseldatenträger erkannt. Sony hat die Modelle der 400er- und 500er-Serie mit Speichergrößen von 256 MB über 512 MB bis 1 GB ausgestattet. Wer auch unterwegs nicht auf



Sony hat die schlanke 400er- und 500er-Flash MP3 Player Serie mit übersichtlichen OLED Displays ausgestattet.



Rund und bunt sind die kleinen Sony MP3 Flash Walkmen der neuen 100er-Serie. Sie wiegen lediglich 26 Gramm und sind bequem über vier Druckknöpfe steuerbar.

seinen Lieblingssender verzichten möchte, für den bieten die Modelle der 500er-Serie zusätzlich ein integriertes FM-Radio.

Die Leichtgewichte

Rund und bunt sind die neuen Sony MP3 Flash Walkmen der 100er-Serie. Das Gehäuse mit einzeiligem LC-Display wiegt nur 26 Gramm. Das Modell NW-E103 nimmt mit einem Speichervolumen von 256 MB bis zu 11 CDs

auf. Doppelt so viel schafft das Modell NW-E105 mit 512 GB. Und der NW-E107 speichert auf 1 GB Musik von bis zu 45 CDs. Alle Geräte spielen sowohl den Kompressionsstandard ATRAC3Plus von Sony als auch das gängige MP3-Format ab. Bedient und gesteuert werden die Player über vier Druckknöpfe. Für 70 Stunden Musikspaß brauchen die drei Modelle nicht mehr als eine herkömmliche AAA-Batterie. *miz*

Neue DVD-Recorder von Hitachi

Ungestörterer Fernsehspaß

Hitachis neueste DVD-Recorder sind mit ganz besonderen Features ausgestattet. Die Geräte können dank eines integrierten Chips Werbeunterbrechungen erkennen.

Die neuen Super-Multi Format DVD-Recorder DV-DS81E (80 GB Festplatte), DV-DS161E (160 GB Festplatte) und DV-DS251E (250 GB Festplatte) können die Formate DVD-RAM, DVD-R, DVD-RW, DVD+R und DVD+RW lesen und beschreiben und beenden somit die Verwirrung bei den Endanwendern, die durch die vielen verschiedenen und manchmal auch inkompatiblen DVD-Formate aufgetreten ist.

Die neuen Festplatten-Recorder arbeiten mit der „Commercial

Advance“ Technologie. Ein eingebauter Computerchip wurde so programmiert, daß er Werbeunterbrechungen zum Beispiel an der schnellen Schnitfolge und der gesteigerten Lautstärke automatisch erkennt. Je nach Wunsch wird dann für jeden Werbeblock entweder ein neues Kapitel erzeugt (Commercial Advance), oder aber der Werbeblock wird automatisch übersprungen (Commercial Free Dubbing). Die Commercial Advance Technologie ermöglicht somit Anwendern, die eine Fernsehsendung auf DVD brennen möchten, auf Knopfdruck die Aussortierung aller Werbeunterbrechungen. Damit wird Speicherplatz gespart, und die gewünschte Aufnahme kann ungestört gesehen werden. Das Navigieren der Geräte ist da-

bei ganz unkompliziert. Mit wenigen Klicks auf der Fernbedienung werden Sendungen automatisch aufgezeichnet. Auch die Verwaltung der aufgenommenen Sendungen gestaltet sich dank Triple Navigation ganz einfach. Die Aufnahmen können wahlweise mit Hilfe der Titelliste, der Szenenanwahl oder per Zeitnavigation durchforstet werden. Dabei werden in der Titelliste die Filmtitel tabellarisch dargestellt. Die Szenenwahl erzeugt kleine Bilder aussagekräftiger Szenen, ähnlich wie bei einer Film-DVD. Bei der Zeitnavigation kann der Anwender mit Hilfe einer Leiste einzelne Tage und Stunden anklicken und sich ebenfalls an Szenenbildern orientieren. Zusätzlich zu den DVD-Festplatten-Recordern präsentiert Hitachi



zwei weitere Super-Multi Format DVD-Recorder, den DV-RX8000E und den DV-RV8500E. Letzterer ist ein DVD-Recorder mit integriertem VHS-Videorecorder, der auf Knopfdruck das Überspielen zwischen Videokassette und DVD ermöglicht.

Beide Geräte haben das gleiche einfache zu bedienende Navigationssystem und User-Interface wie die DVD-Festplatten-Recorder. Hitachis neue Recorder werden für den Verkauf in Europa voraussichtlich ab Juni dieses Jahres verfügbar sein. *miz*

Ganz großes Kino!

Heimkinovergnügen im echten 16:9-Breitbildformat.



Home-Entertainment für Einsteiger.

PE5120

WVGA (854 x 480)
1100 ANSI Lumen
Kontrast 2000:1
Digitale DVI-Schnittstelle
5-Segment-Farbrad für beste Farbdarstellung

HEK*: 699 €
UVP: 999 €**



High-End-Heimkino: echte HDTV-Auflösung.

PE7700

WXGA (1280 x 720)
1100 ANSI Lumen
Kontrast 2500:1
Digitale HDMI-Schnittstelle
6-Segment-Farbrad für perfekte Farbdarstellung
Senseye™-Technologie

HEK*: 2.199 €
UVP: 2.799 €**

Heimkino im Originalformat: echte 16:9-PAL-Auflösung.

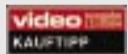
PE7800

W-PAL (1024 x 576)
800 ANSI Lumen
Kontrast 2000:1
Digitale DVI-Schnittstelle
6-Segment-Farbrad für perfekte Farbdarstellung
Schon mehrfach ausgezeichnet

HEK*: 1.849 €
UVP: 2.499 €**



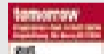
PE5120



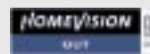
PE7800



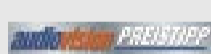
PE7800



PE7800



PE7800



PE7800



PE7800



PE7800

* unverbindlich empfohlener Händlerverkaufspreis exkl. MwSt., ** unverbindlich empfohlener Verkaufspreis inkl. MwSt., technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten, das Senseye™-Logo ist ein geschütztes Warenzeichen von BenQ Incorporated

2000:1-Kontrast!

Aufgrund dieses hohen Wertes zeigen die BenQ Projektoren ein überdurchschnittlich scharfes Bild. Das wird durch die neueste DLP™-Chip-Generation von Texas Instruments ermöglicht. Innovative Technologie, hochwertiges Design, höchste Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sind die besten Argumente für Ihr Verkaufsgespräch. Machen Sie Ihren Kunden eine Freude und überzeugen Sie mit BenQ Projektoren!

Fachhandels-Hotline: 040-82 22 64 166, E-Mail: Fachhandel.de@BenQ.com oder Internet: BenQ.de

BenQ

Enjoyment Matters

Im Gespräch mit Andreas Seidler, Sales Manager IT Distribution, Samsung Electronics

„Unsere Akzeptanz als IT-Hersteller ist gestiegen“

Mit einem imposanten Auftritt auf der CeBIT und zahlreichen Handels-Aktivitäten hat der koreanische Hersteller Samsung Electronics in den letzten Monaten das Interesse auf sich gezogen. PoS-MAIL sprach mit Andreas Seidler, Sales Manager Distribution für den Bereich IT, über die Strategien und die Positionierung des Unternehmens im Segment der Informationstechnologie.

PoS-MAIL: Der Auftritt von Samsung auf der CeBIT war ja sehr euphorisch, besonders zum Thema Mobilfunk und LCD/Plasma TV. Ist dabei der klassische IT-Bereich etwas in den Hintergrund getreten?

Andreas Seidler: Die CeBIT 2005 war für uns ein wichtiger Meilenstein, unser Primärziel im IT-Bereich zu verfolgen. Neben der Darstellung unserer erstklassigen Produkte ist es unser wesentliches Ziel, weiter an unserer Position im Fachhandel zu arbeiten. In unserer CeBIT-Nachlese läßt sich eindeutig feststellen, daß zum einen unsere Akzeptanz als IT

Hardware Anbieter deutlich gestiegen ist. Die vertriebliche Umorganisation zum IT-Cluster Vertrieb mit dem Zusammenlegen der Bereiche Notebook, Office Automation und Monitor aus dem Sommer 2004 hat sehr positive Ergebnisse gebracht. Wir haben auf der CeBIT mit rund 1.000 Fachhändlern und Systemhändlern wegweisende Gespräche geführt, in denen eine konkrete Produktselektion für eine hohe Zahl von Projekten stattgefunden hat.

PoS-MAIL: Dies scheint aber doch kein neuer Ansatz zu sein. Fast jeder IT-Hersteller hat in seiner Strategie den Fachhandel als seinen Fokus-Channel mit unterschiedlichem Erfolg definiert. Was macht Samsung so sicher, besser zu sein als die Wettbewerber?

Andreas Seidler: Ich denke, wir haben die Chance, von den Fehlern unserer Mitbewerber zu lernen und wollen dieses mit drei Kernaussagen erreichen: Zum einen werden wir unser Engagement im Retail Channel nicht zurücknehmen. Wir achten aber sehr exakt auf eine auf die Zielgruppen ausgelegte Produktselektion und deren Preisgestaltung.

Die für den Fachhandel nicht nachvollziehbaren Retailangebote gehören der Vergangenheit an. Zum zweiten geben wir innerhalb unserer Produktbereiche dem Fachhandel ein ausführliches Produktportfolio mit Alleinstellungsmerkmalen, um mit dem Mehrwert seinen Kunden besser zu beraten und somit auch deutlich höhere Margen zu erwirtschaften und nicht nur Standardware möglichst im Preiseinstieg zu verkaufen.

Ein breites Produktangebot, auch in Nischensegmenten, ist für uns eine eindeutige Verpflichtung dem Fachhandel gegenüber. Zum dritten bekennen wir uns ganz klar zur Distribution, mit der wir verstärkt die Breite der Fachhandelspartner ansprechen, beraten und diese kontinuierlich über das gesamte Sortiment beliefern. Eine direkte Belieferung an Endkunden ist für uns ohne Ausnahme absolut tabu.

PoS-MAIL: Nach Ihrer Aussage sind die Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen versehen, was ist darunter zu verstehen?

Andreas Seidler: Da gäbe es eine Vielzahl von Themen zu nennen, aber vielleicht ein paar Beispiele:



Andreas Seidler: „Wir haben unsere Marktführerschaft im Monitorbereich im dritten Jahr hintereinander weiter behauptet.“

Im Notebook-Bereich heben wir uns durch die Kompaktheit der Geräte und die extrem langen Akku-Laufzeiten (bis zu zehn Stunden) deutlich vom Wettbewerb ab. Im Monitorsegment werden wir noch im zweiten Quartal dieses Jahres Produkte im 17-Inch-Bereich mit einer Kontrastrate von 1.500:1 (Standard 500:1) auf den Markt bringen. Besonders vielversprechend sind auch die netzwerkfähigen Großbildmonitore, die auch ohne PC-Anbindung für Präsentationen nutzbar sind. Im Bereich der Laserdrucker steht ganz deutlich die Farbe im Vordergrund. Hier haben wir seit der CeBIT sechs Modelle im laufenden Sortiment.

Besonders freuen wir uns auf die Markteinführung unserer Photo-Drucker Serie im Juli, mit der wir, auf einer eigenen Technologie basierend, das einzelne Foto für den Anwender erschwinglich machen. Umgerechnet wird sich der Preis pro Bild auf circa 40 Cent belaufen.

PoS-MAIL: So ganz scheinen aber Ihre Aktivitäten im Reseller Channel noch nicht zu greifen. Die GfK berichtete in ihrem jüngsten Report (Januar/Februar 2005) bei Samsung über recht bescheidene Marktanteile.

Andreas Seidler: Das ist aus unserer Sicht nicht ganz richtig. Wir haben unsere Marktführerschaft im Monitorbereich im dritten Jahr hintereinander weiter behauptet

und sind besonders im Bildschirmsegment mit 19 Inch und größer weiter gewachsen. Wenn Sie sich die Zahlen im Notebookmarkt ansehen, haben wir im Resellerbereich (bis 5 Mio.) unseren Marktanteil auf sechs Prozent verdoppeln können und auch auf fachhandelsorientierte Marken aufschließen können. Mit über zwölf Prozent Marktanteil im Bereich der laserbasierenden Multifunktionsgeräte gehören wir zu den Top-Anbietern im Markt.

Besonders freut uns die rege Teilnahme an unserem Reseller Incentive Programm Benefit Galaxy, welches noch bis zum 15. Mai läuft, in dem dem Fachhandel tolle Preise winken. Des Weiteren haben wir unsere Prozesse in der Abwicklung von Projekten weiter verbessert und verfügen über ein mehrköpfiges spezialisiertes Projektteam, das den Handel mit Produktinformationen, Projektkonditionen und Ausschreibungsbearbeitung unterstützt (Direktlinie: 06196-66-1002). So haben wir beispielsweise unter anderem auch einen Spezialisten für öffentliche Ausschreibungen.

PoS-MAIL: Auf welche weiteren Aktivitäten kann sich denn der Fachhandel in den kommenden Monaten freuen?

Andreas Seidler: Wir werden in den kommenden Monaten gemeinsam mit der Distribution auf regionaler Basis kleinere Roadshows durchführen, wo wir innerhalb eines Workshops und mit einer guten Mischung aus Strategie- und Produktpräsentationen noch mehr über die Bedürfnisse unserer Fachhändler lernen wollen. Des Weiteren arbeiten wir an einer Möglichkeit, um die Produktkommunikation in den Channel weiter zu verbessern, sind dabei aber auf die Registrierung des Fachhandels in unserer IP Partner Lounge unter www.samsung.de angewiesen.

PoS-MAIL: Wir werden den Weg von Samsung IT gespannt weiter beobachten und danken für das Gespräch.

Samsung setzt Akzente mit neuem 40 Zoll TFT-Monitor

Samsung Electronics zeigt mit dem neuen TFT SyncMaster eine intelligente Kombination von Display und Netzwerk. „MagicNet“, wie Samsung die Erfindung nennt, ermöglicht neue Anwendungen. Mit einer intelligenten LAN-Schnittstelle bietet der SyncMaster 400Pn die neueste Technologie für TFT-Monitore. Über die Benutzer-Oberfläche auf Windows-CE-Basis läßt sich der Monitor mit einer statischen und dynamischen Netzwerkadresse versehen und ist als Netzwerkgerät erkennbar. Über die mitgelieferte MagicNet Software zeigt das TFT die Inhalte nach einem festgelegten Zeitplan an. Die Möglichkeiten sind vielseitig, der 400Pn zeigt Office-Dateien, Filme und Präsentationen an. Auch Musikdateien lassen sich abspielen und über die MagicNet-Software auch als Untermalung in Diashows einbinden. Die über die MagicNet-Software freigegebenen Dateien auf dem Server können auch direkt am jeweiligen Monitor abgerufen werden. Dazu nutzt der Anwender die Fernbedienung, mit der er durch das komfortable Menü zappen kann. So können auch Daten über die integrierte USB-Schnittstelle, zum Beispiel

von einem USB-Stick oder einem externen Laufwerk wiedergegeben werden. Das Besondere: Jeder an das MagicNet angeschlossene Monitor zeigt unabhängig von anderen Monitoren einen anderen Inhalt. So kann auf jedem TFT ein nach Standort und Uhrzeit perfektioniertes Bild angeboten werden. Mehrere der 400Pn-Modelle in Verbund geschaltet, können auch ein einziges großes Bild darstellen – als sogenanntes Matrix Display. Als perfekte Ergänzung gibt es auch auf das Design abgestimmte Lautsprecher, die links und rechts am Display angebracht werden. Das 40 Zoll große Display bietet eine Helligkeit von 500 cd/m² und einen Kontrastwert von 800:1. Bei einem Einblickwinkel von 170 Grad vertikal und horizontal kann man auch aus einem schrägen Blickwinkel das Bild klar und deutlich erkennen. Der SyncMaster 400Pn wird im zweiten Quartal dieses Jahres lieferbar sein.



STARTEN STATT WARTEN. SOFORT AUFNAHMEBEREIT!



AUFNAHME

DVD-RAM
DVD-RW
DVD-R
+R



WIEDERGABE

DVD-RAM
DVD-RW
DVD-R
+RW
+R

Multiformat DVD Recorder mit Festplatte.

Dank Superdrive System innerhalb einer Sekunde aufnahme- und programmierbereit: Der DMR-EH52 mit Schnellstart Technologie und bedienungsfreundlichem elektronischem Programmführer (EPG). Zudem kann er durch Multiformat alle DVD-Formate lesen und fast alle bespielen – 68 Stunden in DVD-Qualität oder maximal 142 Stunden.

Schnell ins Netz:
www.panasonic.de
www.diga.panasonic.de

Mehr zum Renngeschehen unter:

sport.de

HDD HARD DISK DRIVE
SUPERDRIVE SYSTEM
1•Sek Schnellstart-Technologie

DIGA

Panasonic
ideas for life

debitel erhöht seine Attraktivität für freie Handelspartner

„Nachdem wir die interne Umstrukturierung abgeschlossen haben, wollen wir uns neuen Partnern öffnen. Auch für kleine und mittlere Händler wird eine Zusammenarbeit mit debitel durch das TopStar-Programm 2005 und die deutliche Herabsetzung der Einstiegsschwelle auf fünf Kartenverträge pro Monat wesentlich attraktiver“, erklärte Marcus Epple, Leiter Fachhandelsvertrieb bei debitel, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Mit der neuen Ausrichtung will der Stuttgarter Service Provider freie Fachhändler erreichen, aber auch diejenigen ansprechen, die zwar kooperiert sind, aber in diesem Rahmen dennoch Wert auf größtmögliche Unabhängigkeit legen. „Voraussetzung für eine Zusammenarbeit ist die Existenz eines Ladengeschäftes“, so Epple. „Der Händler muß Umsatzchancen für Telekommunikationsprodukte und -dienste sehen und bereit sein,

sich für diese zu engagieren.“ Für die Foto- oder CE-Branche sei die Telekommunikation derzeit ein besonders interessantes Vermarktungsthema.

„Wir orientieren uns jetzt an den spezifischen Bedürfnissen des einzelnen Händlers“, berichtete Epple. „Dadurch wird zum einen eine sehr große Flexibilität sichergestellt, zum anderen können wir genauer die jeweiligen Zielgruppen des Händlers ansprechen.“

Alle Maßnahmen sollen dazu dienen, vorhandenen Tk-Umsatz zu steigern bzw. bislang unerschlossene Möglichkeiten mit Tk-Produkten und Diensten zu ergreifen. Epple: „Das Ziel ist eine Wertsteigerung für alle Beteiligten, und dazu zähle ich auch den Endkunden, den wir mit dem Markennamen debitel und unserer langjährigen Erfahrung überzeugen wollen.“

TopStar-Programm 2005

Das TopStar-Programm 2005 bietet den Handelspartnern nach Epples Worten viele Vorteile. Jeder engagierte Vertriebspartner werde durch ein attraktives Bonuskonzept und zusätzliche Leistungen belohnt. „Mit unserer Unterstützung können unsere Partner ihr



debitel und Komsa beschließen Zusammenarbeit

Die debitel AG, Stuttgart, und die Komsa AG, Hartmannsdorf, wollen in mehreren Bereichen zusammenarbeiten. Komsa soll Service- und Reparaturdienstleistungen für Mobilfunkgeräte für die debitel-Vertriebspartner im Fachhandel übernehmen. Darüber hinaus wird Komsa über ihr eigenes Vertriebsnetz debitel-Produkte und -Dienste vermarkten. Der Kooperationsvertrag soll bis Ende des ersten Halbjahres abgeschlossen werden. „Mit Komsa können wir unsere Präsenz im freien Fachhandel entscheidend erhöhen. Die Zusammenarbeit mit Komsa ist ein weiterer Baustein in der übergreifenden Unterstützung, die wir unseren Vertriebspartnern bieten“, betonte Paul A. Stodden, Vorsitzender des debitel Vorstands.

rem Werbe- und Verkaufsmaterial ausgestattet wird (dazu gehören das kleine Grundaustattungspaket, ein Top-Handy-Paket pro Monat und vier Kampagnenpakete pro Jahr sowie Warensortiments- und Top-Handy-Flyer auf Abruf. Auch eine Shop-Ausstattung nach Absprache (gegen Zielvereinbarung) ist auf dieser Ebene enthalten.

Für SilberStar-Partner (und die beiden folgenden Ebenen) greifen auch monatliche Marketingkostenzuschüsse (zum Beispiel für Anzeigen in örtlichen Tageszeitungen) sowie Monatszielstaffeln Credit. Darüber hinaus steht für Händler auf dieser Ebene ein erweitertes Angebot an kostenfreien und kostenpflichtigen Trainings und Schulungen bereit. Erstmals wird hier zum Beispiel die Teilnahme an einer „Service-Offensive“ angeboten. Dahinter steht ein Workshop mit mehreren Referenten zur optimalen Vorbereitung für ein erfolgreiches Jahresendgeschäft. Schließlich stehen in diesem Bereich ausgeweitete Beratungsleistungen bereit.

In den nachfolgenden Ebenen GoldStar und TopStar wird das Betreuungs- und Unterstützungsangebot immer weiter ausgebaut. So steht beispielsweise für TopStar-Partner auch der Regionalvertriebsleiter zur exklusiven Betreuung bereit. Für die erfolgreichsten TopStar-Händler bietet debitel darüber hinaus bei der Händlerjahrestagung einen abwechslungsreichen Mix aus wichtigen Informationen, aktuellem Know-how und Entertainment.

Im Gegenzug zu den erbrachten Leistungen stellt debitel in den ein-

zelnen Segmenten auch steigende Anforderungen an die Partner. Reicht es zum Beispiel BronzeStar-Partnern, daß die Hauptaktionen am PoS präsent sind, daß Detailkenntnis zu aktuellen Credit- und Prepaid-Aktionen besteht und daß eine klare Kennzeichnung der Marke debitel erfolgt, so müssen TopStar-Partner das gesamte bereitgestellte Produktportfolio vermarkten, mindestens einen hochqualifizierten Mitarbeiter und einen Vertreter bereitstellen, sehr gute Hardware- und debitel Sortiments-Kenntnisse nachweisen und debitel offensiv in ihrem Laden darstellen.

Herbert Päge

Managementteam ist komplett aufgestellt

Mike Strauss hat bei debitel als Bereichsleiter Vertrieb Großfläche die Betreuung der gesamten Großflächenaktivitäten der debitel AG übernommen. Gleichzeitig wurde Thomas Bruker zum Bereichsleiter Handelsmarketing befördert. In dieser Funktion verantwortet er die gesamten PoS-Marketingaktivitäten und die nationale Handelskommunikation des Unternehmens. Damit ist das Management-Team um Roberto Blickhan, Geschäftsleitung Vertrieb der debitel AG, komplett aufgestellt. Zu den oben genannten Personen besteht dieses Team aus Peter Koßmann, Leiter Vertriebsunterstützung, Marcus Epple, Leiter Vertrieb Fachhandel, und Berndt Pföhler, Geschäftsführer der debitel Vertriebs GmbH. Strauss bringt eine fast 20jährige Vertriebserfahrung mit.



Zwei neue Broschüren informieren bestehende und interessierte Handelspartner über die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit debitel.

debitel und Ringfoto arbeiten weiterhin zusammen

Die debitel AG, Stuttgart, und die Ringfoto-Gruppe, Fürth, haben die Rahmenbedingungen für die weitere Zusammenarbeit festgelegt. Gemeinsames Ziel ist es, auch 2005 deutlich zu wachsen. Die Zusammenarbeit begann im Jahr 2002 und wurde mit der zunehmenden Verschmelzung von Mobilfunk und Digitalfotografie Jahr für Jahr intensiver und erfolgreicher. Zum heutigen Zeitpunkt sind über 90 Prozent aller bei Ringfoto verkauften Handys mit einer Kamera ausgestattet. „Vor drei Jahren war das Zusammenwachsen von digitaler Fototechnik mit den Mobilfunkgeräten ein Zukunftsthema. Heute ist dies Standard, und die Fotofachhändler haben einen echten Mehrwert, wenn sie ihren Kunden sowohl ein attraktives Telekommunikationsangebot als auch digitale Bilderdienste anbieten können“, sagte Marcus Epple, Leiter Fachhandelsvertrieb der debitel AG. „Die Kooperation von debitel und Ringfoto eröffnet den angeschlossenen Händlern Wachstumschancen in einem Bereich, in dem hohe Kompetenz gefragt ist.“ Und Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich meinte: „Die CeBIT hat gezeigt, wie stark die beiden Bereiche Digitalfotografie und Telekommunikation zusammenwachsen. Dadurch wird der Mobilfunkmarkt zukünftig nicht mehr ausschließlich vom Telefonieren, sondern sehr stark auch von Anwendungen und Dienstleistungen rund um das 'mobile Bild' geprägt sein – Grund genug für uns als führende Fotokooperation, weiterhin gemeinsam mit debitel den Tk-Bereich auszubauen und mit unseren angeschlossenen Mitgliedern von diesem Wachstum zu profitieren.“

Leistungsniveau steigern und erfolgreich im Markt punkten“, betonte der Leiter Fachhandelsvertrieb. Beim TopStar-Programm habe jeder die Chance, an den umfangreichen Leistungen und der breiten Unterstützung von debitel teilzuhaben. Epple: „Durch eine revolutionäre Dynamik können die Vertriebspartner jetzt sogar alle drei Monate in ein höheres Segment aufsteigen und von noch mehr debitel Leistungen profitieren.“

Die untere Ebene des Programms bildet der BronzeStar. Er erhält beispielsweise die Standardbetreuung, kann kostenlos an Online- und Webtrainings teilnehmen und erhält auf Abruf maximal 100 Top-Handy-Flyer.

Ihm folgt der SilberStar, der bereits mit deutlich umfangreiche-

Pos Aktuell

Prepaidkarten von O₂ und E-Plus bei der Deutschen Post aufladen

O₂ Loop-Kunden können ihr Guthaben ab sofort auch in Filialen der Deutschen Post AG aufladen. Der gewünschte Betrag wird sofort auf das Guthabekonto gebucht und steht dem Nutzer umgehend zur Verfügung. Eine schnelle Aufladung ihres Handy-Guthabens können O₂ Loop-Kunden in über 9.000 teilnehmenden Postfilialen durchführen. Der Nutzer bezahlt in der Postfiliale den gewünschten Aufladebetrag, gibt die Rufnummer seines O₂ Loop-Handys in das PIN-Pad ein und bestätigt den angezeigten Betrag mit der erneuten Eingabe seiner Handynummer. Der gewünschte Betrag in Höhe von 10, 20 oder 30 Euro wird sofort auf das Guthabekonto gebucht, und der Kunde erhält eine Bestätigungs-SMS. Daneben bleiben die Auflademöglichkeiten mit der O₂ Loop-up-Karte, per Überweisung, Dauerauftrag oder Kreditkarte bestehen. Bereits seit Dezember letzten Jahres ist eine Aufladung des Guthabens am Bankautomat aller teilnehmenden Volks- und Raiffeisenbanken möglich.

Im Rahmen einer Kooperation mit der Deutsche Post AG ermöglicht auch E-Plus seinen Kunden ab sofort die elektronische Aufladung ihrer Prepaidkarten in über 9.000 Filialen der Deutschen Post. Auch E-Plus-Kunden müssen dazu lediglich ihre Handynummer zweimal in das PIN-Pad eintippen und bestätigen. Die Bezahlung erfolgt bar, per EC- oder Geldkarte direkt in der Postfiliale. Das Guthaben wird binnen Sekunden auf das Guthabekonto des Teilnehmers gebucht und kann sofort abtelefoniert werden. Die Kunden können sich in den Postfilialen pro Ladevorgang wahlweise 15, 30 oder 50 Euro gutschreiben lassen.

T-Mobile weitet die Angebote in der Relax-Tariffamilie aus

T-Mobile Kunden stehen ab sofort zwei neue Angebote innerhalb der Relax Tariffamilie für ihre mobile Sprachkommunikation zur Verfügung: „Relax eco“ und „Relax Start“. Wer sich für Relax eco entscheidet, verzichtet auf ein neues Handy und erhält dafür einen bis zu 50prozentigen Rabatt auf den monatlichen Paketpreis. Ebenfalls neu – und nach Ansicht des Anbieters ideal für den Einstieg in die Relax-Welt – ist der Tarif Relax Start inklusive günstigem T-Mobile Handy zum monatlichen Paketpreis von 7,50 Euro. Mit den neuen Tarifen baut T-Mobile das strategische Wachstumsfeld günstiger, einfacher und transparenter Mobilfunktarife weiter aus. Das neue Angebot Relax eco können alle Kunden nutzen, die sich bei Abschluß oder Verlängerung eines T-Mobile Vertrages mit 24monatiger Laufzeit für einen der Relax-Tarife – Relax 50, Relax 100, Relax 200 oder Relax 500 – entscheiden und gleichzeitig auf ein neues, vergünstigtes Handy verzichten. Wer zum Beispiel Relax 50 eco wählt, zahlt einen monatlichen Paketpreis von 7,50 Euro – die Hälfte des regulären Paketpreises von 15 Euro. Einen Einstieg in die Relax-Welt will T-Mobile mit dem Tarif Relax Start bieten. Mit einem monatlichen Paketpreis von 7,50 Euro richtet sich das Angebot an alle, die in der Regel eher wenig telefonieren, aber dennoch nicht auf ein neues Handy verzichten wollen. Im Relax Start-Paket stehen fünf aktuelle T-Mobile Handy-Modelle zur Auswahl. Das Angebot gilt bei Abschluß eines Vertrages mit einer Laufzeit von 24 Monaten. Ein weiteres Angebot hält T-Mobile für WLAN Fans bereit: Relax Kunden, die zu ihrem Vertrag die Option HotSpot 180 zubuchen, sparen seit Anfang April den monatlichen Optionspreis in Höhe von 9,99 Euro bis zum Jahresende. Damit können sie monatlich drei Stunden kostenlos mit ihrem WLAN-fähigen Notebook oder MDA III an den 4.500 HotSpots von T-Mobile und T-Com in Deutschland das Internet nutzen. Dieses Angebot ist befristet bis zum Jahresende.

T-Online holt Paramount beim Video on Demand-Service ins Boot

T-Online hat mit der Paramount Pictures Corporation einen weiteren Partner für seinen Video on Demand-Service gewonnen. Das Major-Studio aus Hollywood wird mit seinen Kino- und TV-Produktionen künftig das Online-Filmangebot von T-Online Vision unter www.vod.t-online.de erweitern. Bereits in den vergangenen Monaten hatte T-Online ähnliche Verträge mit internationalen und nationalen Anbietern und Medienunternehmen abgeschlossen, die Kino-Blockbuster, hochwertige Spielfilme und interessante Dokumentationen zur Verfügung stellen. „Für uns ist es ein weiterer, großer Erfolg, Paramount für eine Zusammenarbeit im Video on Demand-Bereich gewonnen zu haben. Wohl jeder Kinobesucher verbindet mit dem schneebedeckten Berg, der im Trailer der Kinoproduktionen unseres neuen Partners auftaucht, erstklassige Unterhaltung. Und ich bin mir sicher, daß Filme wie 'Das Kartell', 'Forrest Gump' oder

'Ghost' auch bei unseren Kunden sehr gut ankommen“, sagte Burkhard Graßmann, Vorstand Medien der T-Online International AG. Bereits seit Ende 2003 können T-Online Kunden mit einem breitbandigen T-DSL Anschluß unter www.vod.t-online.de Kinofilme als Videostreams ansehen.

Portable Office von O₂ soll Alternative zum Festnetz sein

O₂ bietet ab sofort die Kommunikationslösung Portable Office an, die eine Alternative zum Festnetztelefon darstellen soll. Die mobile Lösung beinhaltet Festnetz-Komfortmerkmale wie Konferenzgespräche, Weiterverbinden von Anrufen oder Kurzwahlen. Zudem telefonieren Mitarbeiter firmenintern von Handy zu Handy und ins Festnetz der Firma für null Cent pro Minute. Portable Office vereinfacht damit die Geschäfts-Telefonie, da nur noch ein Gerät sowohl unterwegs als auch am Arbeitsplatz nötig ist. Das Angebot gilt deutschlandweit rund um die Uhr – ohne Limitierung der Minutenzahl. Portable Office bietet eine hervorragende Kostenkontrolle für Unternehmen: Über Berechtigungsprofile lassen

sich bestimmte Anrufziele sperren, und die firmeninterne Telefonie ist zum monatlichen Festpreis erhältlich. Die Kommunikationslösung besteht aus einem O₂ Business Tarif, der VPN-Option, der Flat Intern-Option sowie der Genion-Option. Verfügbar ist Portable Office für alle Neu- und Bestandskunden, die einen O₂ Business oder O₂ Business Profi Vertrag besitzen. „Mit Portable Office haben wir ein Angebot genau auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten, für die Kostenkontrolle und Preistransparenz äußerst wichtig sind“, so Karola Bode, Vice President Business bei O₂. Die Nutzung aller wichtigen Festnetzfunktionen, die bessere Erreichbarkeit der Mitarbeiter sowie die einfache Integration in die bestehende TK-Infrastruktur runden die komplett mobile Kommunikationslösung ab.“

Mit T-Com kabellos auf der Autobahnraststätte ins Internet

T-Com stattet bis Mitte 2005 rund 75 deutsche Autobahnraststätten mit lokalen WLAN-Funknetzen aus. Als exklusiver Partner des Raststättenbetreibers wird T-Com im nächsten Jahr das HotSpot Ange-

bot an Tank & Rast Standorten komplettieren und flächendeckend ausbauen. Über die HotSpots können Autofahrer dann mit einem Notebook oder PDA schnell und komfortabel Internet- oder Intranet-Services nutzen. Dazu benötigen sie einen mit einer WLAN-Karte oder der integrierten Intel Centrino Mobiltechnologie ausgestattetes Notebook oder einen WLAN-fähigen PDA sowie eine Benutzererkennung und ein Paßwort. Der Internetbrowser des Endgerätes erkennt das Funknetz dann beim Start automatisch. Nach Anmeldung auf der HotSpot Startseite kann der Nutzer dann kostenpflichtig auf das Internet zugreifen.

T-Com und T-Mobile werden ihre HotSpot-Angebote in diesem Jahr angleichen und damit für die Kunden transparenter gestalten, zum Beispiel mit dem Tarif HotSpot 180. Dieser enthält ein monatliches Zeitkontingent von drei Stunden zum Preis von 9,99 Euro, nach Verbrauch des Freikontingents werden acht Cent pro Minute berechnet. Im Rahmen der „Schnupperangebote“ von T-Com und T-Mobile zahlt ab sofort jeder HotSpot 180 Neukunde bei T-Com in den ersten drei Monaten kein Grundentgelt. Damit spart er 29,97 Euro.



CAR KIT EASY



CAR KIT COMFORT BASIC



HEADSET BLUETOOTH®

Abb. Originalgröße



CAR KIT BLUETOOTH®

SETZEN SIE AUF FREISPRECHEINRICHTUNGEN VON SIEMENS

- Nachrüstmarkt für Freisprecheinrichtungen boomt
- Ideales Mittel zur Kundenbindung
- Bewährte Siemens-Qualität
- Beste Sprachqualität mit Mobiltelefonen von Siemens
- Breites Sortiment an innovativen Lösungen
- Austauschbare Halterungen für maximale Kompatibilität
- Hohes Kundeninteresse an Wechsellösungen (Plug & Play)

SIEMENS

Agfeo DECT 15-Telefon in der Praxis

Agfeo hat auf der CeBIT das neue DECT-Telefon Agfeo 15 vorgestellt. Mit zahlreichen Komfortmerkmalen wie Farbdisplay, Menüführung mit animierten Icons, wechselbaren Hintergrundbildern, SMS im Festnetz, Freisprechen, Lauthören und 17 wählbaren Ruftonmelodien bei einem attraktiven Preis soll das Gerät eine Alternative im Segment der mittelpreisigen DECT-Modelle darstellen. PoS-MAIL hatte Gelegenheit, eines der ersten verfügbaren Geräte im Praxiseinsatz auszuprobieren.

Schon beim Auspacken des DECT 15 fallen dessen kompakte Abmessungen und das an moderne Mobiltelefone angelehnte Design



auf. Leichtgängige Tasten und eine durch farbige Animationen unterstützte Menüführung machen die Bedienung auch für unerfahrene Anwender leicht; die wesentlichen Funktionen werden mit wenigen Tastendrücken gefunden.

Dazu zählen beispielsweise die Einstellungen des Mobilteils, also unter anderem die Wahl des Ruftons, der Kontrast des Displays oder die Wahl des Hintergrundbildes. Um individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden, bietet das neue Agfeo Telefon 17 verschiedene Ruftonmelodien und acht gespeicherte Hintergrundbilder. Glücklicherweise kommen bei den Klingeltönen auch Puristen (wie der Verfasser dieser Zeilen) auf ihre Kosten, denen ein „althergebrachtes“ Klingeln am liebsten ist – für alle anderen bietet das DECT 15 neben digitalisierten Ansagen

(etwa „You have a phone-call“) und Geräuschen (Kuckuck) auch eine Reihe polyphoner Melodien.

Unter diesem Menüpunkt können auch Funktionen wie Wecker, automatische Rufannahme oder Sprache (zur Verfügung stehen neben Deutsch auch noch Englisch, Fran-



Die Menüführung des Agfeo 15 erschließt sich auch unerfahrenen Anwendern intuitiv.

zösisch, Italienisch und Spanisch) gewählt werden. Wer mag, kann dem Gerät einen Namen geben und es mit einer PIN vor unberechtigtem Zugriff schützen. Die Anmeldung des Mobilteils an der Basis des Agfeo DECT 15 (an der insgesamt bis zu sechs Mobilteile angemeldet werden können) war problemlos mit wenigen Bedienschritten möglich, ebenso

wie die Anmeldung des Mobilteils an der Basis der vorhandenen Telefonanlage eines anderen Herstellers.

Freude machen das helle und scharfe Display des DECT 15 und die dort dargestellten Bilder. Vor allem die animierten Icons für die

einzelnen Unterpunkte des Menüs, manchen Betrachter werden auch diese an ähnliche von Handyherstellern eingesetzte Icons erinnern, bieten eine angenehme Abwechslung zu den bisher überwiegend im Markt zu findenden monochromen Telefondisplays.

Fazit: Die moderne Optik des Agfeo DECT 15 und dessen extrem einfache Handhabung auf der einen Seite sowie die zahlreichen Komfortfunktionen des Gerätes auf der anderen Seite sprechen die komplette

Zielgruppe derjenigen an, die mit ihrem Telefon in erster Linie telefonieren wollen oder die ein Gerät suchen, das sich als Ausdruck eines individuellen Lebensstils in das Wohnambiente einfügt.



Die animierten Icons bereiten Freude.

Pos Aktuell

mobilcom und impulse initiieren Wettbewerb für Existenzgründer

Zum ersten Mal schreiben das Wirtschaftsmagazin impulse und mobilcom einen Franchise-Gründerpreis aus. Franchisenehmer aus Deutschland, die sich 2004 erfolgreich selbstständig gemacht haben, können sich bewerben. Der Wettbewerb soll potentielle Existenzgründer auf die Möglichkeiten einer Franchise-Partnerschaft aufmerksam machen. „Franchise-Gründer erfüllen nicht nur als mobilcom Shop-Partner eine wichtige Funktion, sondern für die gesamte Wirtschaft in Deutschland“, erläuterte Dr. Thorsten Grenz, Vorstand der mobilcom AG. Rund 2.000 Gründer machen sich jährlich als Franchisenehmer selbstständig. Im Jahr 2003 standen bei 830 Franchise-Systemen circa 43.000 Franchise-Nehmer unter Vertrag. Insgesamt beschäftigte die Branche circa 390.000 Erwerbstätige und erzielte einen Gesamtumsatz von circa 25,4 Milliarden Euro. Diese Zahlen ermittelte der Deutsche Franchise-Verband. „Wir wollen das Franchising in Deutschland fördern, indem wir auf die Vorteile der Gründungsalternative hinweisen, die auch unser Unternehmen bietet“, erklärte Grenz. „Schließlich profitiert ein Franchise-Partner direkt von der eingeführten Marke, dem gemeinsamen Einkauf und dem erprob-

ten Geschäftsmodell.“ Am Wettbewerb beteiligen können sich alle Franchisenehmer in Deutschland, die sich 2004 selbstständig gemacht haben. Die Sieger werden ausgewählt nach den Kriterien Geschäftsverlauf 2004, Umsatz- und Ergebnisentwicklung, Franchise-Geber-Analyse. Der erste Preisträger erhält 5.000 Euro, der zweite 2.500 Euro, der dritte 1.000 Euro. Platz vier und fünf erhalten jeweils ein Navigationshandy von Nokia. Die Jury setzt sich aus Experten der Veranstalter mobilcom und impulse sowie einem Vertreter des Deutschen Franchise-Verbands zusammen. Die komplette Ausschreibung und der Teilnehmer-Fragebogen können unter E-Mail leserservice@impulse.de an oder auf der Internetseite <http://impulse.de/the/man/264492.html> angefordert werden. Einsendeschluß ist der 30. Juni.

Colt-Chef Wolfgang Essig in den Hauptvorstand des Bitkom gewählt

Wolfgang Essig, Deutschland-Chef des europäischen Telekommunikationsanbieters Colt Telecom und Vorstandsmitglied im Konzern der Colt-Gruppe, ist in den Hauptvorstand des Bitkom gewählt worden. Die Colt Telecom GmbH ist seit September 2004 Mitglied im Bitkom und will durch die Wahl in den Hauptvorstand die Interessen der Wachstumsbranche Telekommunikation verstärkt vertreten. „Obwohl die ITK-Branche ein Wachstums-motor für Deutschland ist, fehlt es an politischen Impulsen“, so Wolfgang Essig. „Die Interessensbündelung in einem Verband ist daher zwingend notwendig, auch

weil Deutschland in Sachen Telekommunikation im internationalen Vergleich an vielen Stellen ins Hintertreffen geraten ist. Gerade als Vertreter eines europäischen Konzerns ist es mir wichtig, daß Deutschland bei Themen wie Sicherheit, Innovation und Qualität die Nase vorn hat.“ Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Bitkom) vertritt rund 1.300 Unternehmen der IT-, Tk- und Neue-Medien-Branche, davon 700 als Direktmitglieder.

T-NetBox von T-Com gehört zu den Eco Top Ten-Produkten

Wer die T-NetBox, den Anrufbeantworter im Netz, von T-Com nutzt, leistet einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz. Als ausgezeichnetes Eco Top Ten-Produkt darf die T-NetBox mit dem Prädikat „ökologisch wertvoll“ bezeichnet werden. Über zwei Jahre werden neben der T-NetBox innerhalb der groß angelegten Verbraucher-Informationskampagne – diese steht unter der Schirmherrschaft von Renate Künast, der Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft – ausgewählte Produkte der Öffentlichkeit vorgestellt und vermarktet. Eco Top Ten-Produkte müssen ökologisch wertvoll sein. Das Hauptaugenmerk richtet sich hierbei auf den Energie- und Rohstoffverbrauch in der Produktion, den Energiebedarf im Gebrauch und die Abfallentsorgung. Eco Top Ten-Produkte erfüllen hohe Qualitätsstandards, die nach Möglichkeit von unabhängigen Organen wie der Stiftung Warentest festgestellt werden sollten. Und vor allem sind Eco Top Ten-

Produkte angemessen und bezahlbar im Preis. Im Bereich „Informieren und kommunizieren“ kam die T-NetBox ins Visier der Ökologen. Verglichen wurde sie mit in Telefone integrierten Anrufbeantwortern und sogenannten „Stand alone“-Geräten. Die T-NetBox überzeugte, weil sie 27mal weniger Energie verbraucht als ein Anrufbeantworter, weil Anrufbeantworter 66mal so viel Elektroschrott produzieren wie die T-NetBox, weil die Leistungen der T-NetBox jeden Anrufbeantworter übertreffen. Die T-NetBox bietet nach Angaben von T-Com beste Sprachqualität in Ansage und Aufzeichnung, eine automatische Aufzeichnung der Rufnummern, auch wenn keine Nachricht hinterlassen wurde, die Rückrufnummer per Tastendruck, was die Bearbeitung der eingegangenen Nachricht erheblich vereinfacht. Durch die vier- bis zehnstellige Geheimzahl oder PIN, die der Kunde selbst festlegen kann, ist der Schutz vor fremden Zugriffen besser als bei Anrufbeantwortern. Die T-NetBox benachrichtigt den Kunden per Anruf an der eigenen, jeder fremden, festgelegten Rufnummer oder per SMS (kostenlos und nur an T-Mobile Rufnummern möglich) über eingegangene Nachrichten.

Samsung eröffnet Vertriebsniederlassung in Düsseldorf

Samsung ist in Kürze mit einer eigenen Vertriebsniederlassung in Düsseldorf präsent. Thomas Reitz, 43, Senior Key Account Manager des Konzerns und langjähriger Verantwortlicher für das Business mit T-Mobile, wird das koreanische Hightech-Unternehmen vor Ort vertreten und

die Beziehungen zu den führenden Mobilfunknetzbetreibern weiter intensivieren. Bereits seit Monaten führt Samsung erfolgreiche Gespräche mit den großen Mobilfunkanbietern und konnte die bestehenden sowie neue Partnerschaften auf einen guten Weg bringen. Mit der Entsendung von Reitz in die Kommunikationsmetropole Düsseldorf etabliert der Konzern einen Brückenpfeiler vor Ort, um eine Kommunikation der kurzen Wege und enge persönliche Kontakte zu forcieren.

Reitz kam im März 2002 zu Samsung und begann zunächst systematisch, das Netzbetreiber-geschäft aufzubauen. Danach konzentrierte er sich als Senior Key Account Manager auf die strategische Partnerschaft mit T-Mobile und betreut diesen wichtigen Samsung-Partner auch künftig.

Ein weiterer Fokus für die neue Vertriebsniederlassung liegt auf dem Business Development sowie der übergreifenden Vernetzung von Samsung Produkten in Zusammenarbeit mit den Netzbetreibern. Ein qualifiziertes Sales-Team, darunter René Wimmers als Senior Sales Manager und Key Account Manager für E-Plus, kümmert sich um die strategische Aufbauarbeit. Die gute Zusammenarbeit zwischen Reitz und Wimmers und der bisherige gemeinsame Erfolg gelten als Garant für professionelles und erfolgreiches Business. Hans Günter Leschniewski, verantwortlich für Distribution und Fachhandel, sowie Petra Herbig-Baars, Key Account Manager für O₂, werden die Betreuung ihrer Partner von Schwalbach aus weiterführen.

Prämie!



Leistung lohnt sich – jetzt erst recht!

Entdecken Sie den schnellen, effektiven Weg zu noch stärkeren Abverkäufen und noch motivierteren Mitarbeitern. Mit dem neuen **interaktiven Prämienprogramm** – exklusiv für Sony Ericsson Partner – sichern Sie sich den Geschäftserfolg – und attraktive Prämien, die das Leben einfach schöner machen ...



Jetzt anmelden und profitieren!

www.insider.sonyericsson.com

**Die erste Prämie direkt als Dankeschön:
der elegante Sony Ericsson Schwebe-Kugelschreiber!**

Anmelden. Punkte sammeln. Prämien kassieren!



Sony Ericsson

insider. Das Händlerportal von Sony Ericsson.
www.insider.sonyericsson.com

POS Neuheiten

DocViewer bringt Word, Excel und PDF auf das Display des Handys

Mobil Unterwegs am Handy schnell die aktuellen Finanzzahlen checken, ein Manuskript durchsehen oder ein wichtiges Dokument prüfen – das ermöglicht die neue Software DocViewer. Mit dem Programm kann man sich Texte, Tabellen und Dokumente in den Formaten Microsoft Word und Excel sowie Adobe PDF auf dem Handydisplay ansehen. Die Übermittlung der Dateien erfolgt wahlweise per E-Mail oder MMS bzw. via Bluetooth, Infrarot oder USB. Die vom internationalen Entwicklungs- und Beratungsteam Zesium mobile erstellte Software für Java-Handys ist jetzt lieferbar. Zielgruppe sind Businessanwender, die unterwegs unkompliziert Zugriff auf Office-Dokumente benötigen. DocViewer geht nach Angaben des Herstellers mit einer Vielzahl von Funktionen weit über einen bloßen Standard-Viewer hinaus. Das Display gibt die Formatierung des Originals einschließlich Schriftgröße, Fett- und Kursivschrift wider. Autoscroll mit wählbarer Geschwindigkeit erlaubt ein komfortables Lesen ohne viele Tastendrücke. Bilder und Grafiken werden als Icon dargestellt, das sich beim Anklicken öffnet. Es werden die Bildformate JPEG, GIF, BMP und PNG sowie Cliparts unterstützt. Mit dem Zoom läßt sich die optimale Darstellung finden. Die Suchfunktion ermöglicht das Auffinden einer bestimmten Textstelle oder Zahl. Zahlen mit sechs oder mehr Stellen werden als Telefonnummer interpretiert und können direkt aus der Applikation angerufen werden. Ähnliches gilt für Internetadressen: Sie werden automatisch erkannt, und mit einem Klick ruft der Browser die Webseite auf. Bei Excel-Dokumenten mit mehreren Arbeitsblättern läßt sich zwischen den verschiedenen Worksheets hin- und herschalten. Zellen mit sehr großem Inhalt erhalten ein eigenes Displayfenster. DocViewer arbeitet mit Microsoft Word und Excel in den Versionen 97, 2000 und XP. PDF-Dokumente werden in den Versionen Acrobat 3.0 bis 6.0 unterstützt. Zesium mobile ist ein internationales Entwicklungs- und Beratungsteam für anspruchsvolle mobile Anwendungen. Das Unternehmen hat seinen Sitz am Candidplatz 13 in 81543 München, Telefon 089/622867-0.

tiptel 4011 XT bewältigt dank neuer Software großes Anrufaufkommen

Mobil Durch das Software-Release 3 ist die modulare ISDN-Telefonanlage tiptel 4011 XT auf die individuellen Kommunikationsbedürfnisse professioneller Anwender besser einstellbar geworden. Es greift oft geäußerte Wünsche von Fachhändlern und Kunden auf und erweitert die Anlage um einige Zusatzfunktionen. Besonders die Einrichtung eines Anrufpuffers für ACD-Gruppen gewährleistet die mühelose Bearbeitung auch starken Telefonaufkommens und stellt sicher, daß Anrufer nicht mit Besetztzeichen konfrontiert werden. Die tiptel 4011 XT eignet sich nach Angaben des Herstellers besonders gut für mittelständische oder kleine Betriebe und garantiert durch die CTI-Fähigkeit in Verbindung mit dem Systemtelefon 82 system individuell maßgeschneiderte Lösungen. Call-Center ähnliche Anwendungen werden durch die mögliche Einrichtung von vier Automatic-Call-Distribution Gruppen zu jeweils maximal acht Teilnehmern unterstützt. Die Anlage verteilt dabei die Anrufe je nach Konfiguration an alle Teilnehmer der Gruppen gleichzeitig, in fester Reihenfolge oder so, daß derjenige

Teilnehmer automatisch den nächsten Anruf erhält, der am längsten inaktiv war. Alle Teilnehmer der ACD-Gruppe können sich intern, aber auch extern über das öffentliche Telefonnetz ein- und ausbuchen. So werden auch Home Office Lösungen möglich. Zusätzlich kann die Anlage so konfiguriert werden, daß die Teilnehmer parallel zu ihren Festanschlüssen auch auf dem Handy gerufen werden und so extern



erreichbar sind. Nützlich ist auch die Anrufpuffer-Funktion, die je nach Einstellung bis zu zwölf Anrufer in der Verbindung hält. Damit kann periodisch starkes Anrufaufkommen aufgefangen werden: Wenn zur gleichen Zeit mehr Anrufe eingehen, als über die Teilnehmer bearbeitet werden können, gelangen die Kunden automatisch in eine Warteschleife, erhalten aber kein Besetztzeichen.

Neuheiten von Audioline für VoIP und DECT

Mobil Audioline hat ab sofort auch das Internettelefon IP-6 im Sortiment. Das VoIP-Gerät ermöglicht kostenlose* Telefongespräche mit anderen VoIP-Teilnehmern sowie kostenpflichtige Anrufe zu Telefonen aller Art (* Kosten für den Internetzugang sind nicht berücksichtigt). Zukunftsweisendes Hörer-Design sowie die einfache Installation und Anwendung sind nach Angaben des Herstellers zwei der wichtigsten Charakteristika des IP-6. Anschluß an den Computer und Stromversorgung erfolgen über USB 1.1. Durch die eigene Audioquelle ist das Telefon zudem unabhängig von einer PC-Soundkarte. Unterstützt werden MSN, AOL, Yahoo, Skype und andere VoIP-Serviceprovider.

Ein magnetischer Auflegekontakt, Leuchtdioden für Verbindungs- und Gesprächsanzeige sowie ein Piezosummer für das Anrufsignal – sofern vom Anbieter unterstützt – komplettieren die technische Ausstattung. Die Echo-Unterdrückung wird durch DSP (Digital Signal Processing), die natürliche Klangwiedergabe durch das ASTITM-Verfahren sichergestellt. Das Audioline IP-6 setzt Windows 2000 oder höhere Versionen, 32 MB Arbeitsspeicher, mindestens einen Pentium II Prozessor sowie eine Internetverbindung voraus. Das Internettelefon IP-6 ist ab sofort erhältlich.

Mit dem DECT 6500 präsentiert Audioline außerdem ein schnurloses DECT-Telefon mit einer technischen Ausstattung, die bisher vor allem von Mobiltelefonen bekannt ist. Ein farbiges, vollgrafisches Display, 20 polyphone Klingeltöne, farbige Hintergrundbilder, eine intuitive, animierte Menüführung und modernes Design sind bei diesem Gerät für einen attraktiven Preis zu haben. Die technischen Möglichkeiten entsprechen den neuesten Erwartungen: Telefonbuch mit 100 Speicherplätzen, 20 Speicherplätze für nichtangenommene, zehn für angenehme Anrufe mit Wahlwiederholung, 24-Stunden-Uhr mit Weck- und Alarmfunktion, Stoppuhr und Timer sowie ein Headsetzugang sind die wichtigsten Details. Weitere Funktionen sind besonders für den Betrieb des DECT 6500 im Haus und im Verbund mit weiteren Geräten konzipiert. Die Multilink-Funktion für bis zu vier Mobilteile ermöglicht interne und Konferenzgespräche, zwei DECT 6500 Mobilteile können sogar als Walkie-Talkie betrieben werden. Dank des GAP-Standards ist das Audioline DECT 6500 kompatibel mit allen ebenfalls GAP-fähigen DECT Telefonen. Es hat eine Reichweite von bis zu 300 Metern im Außenbereich und bis zu 50 Metern im Innenbereich, erweiterbar durch bis zu vier Basisstationen pro Mobilteil. Das Audioline DECT 6500 steht dem Handel ab sofort zur Verfügung.

Vodafone nimmt das erste UMTS-Handy von Toshiba ins Programm

Mobil Vodafone hat auf der CeBIT das erste UMTS-Handy vorgestellt, das Toshiba in Europa auf den Markt bringt. Beim neuen TS 921 handelt es sich um ein ausgesprochen

Sagem stellt Megapixel-Kamerahandy vor

Mobil Sagem hat mit dem Modell myX6-2 ein weiteres Megapixel-Kamerahandy vorgestellt, das den Angaben zufolge in punkto Musik, Foto, Video und Spiele auch den aktuell hohen Anforderungen gerecht wird. Als Triband-Handy leistet das myX6-2 seinem Besitzer überall auf der Welt wertvolle Dienste. Das Mobiltelefon ermöglicht den einfachen Download ganzer Songs. Neben seinem internen Speicher mit einer Kapazität von 10 MB umfaßt das Modell ein Mikro-SD-Kartenlesegerät, um die Speicherkapazität auf bis zu 256 MB zu erweitern. Außer seiner Ergonomie bietet der digitale Music-Player hochwertigen Sound, für den unter anderem auch das mitgelieferte Stereo-Headset sorgt. An Fotofunktionen hat das myX6-2 einen integrierten 1,3-Megapixel-Sensor und eine progressive Achtfach-Digitalzoomfunktion zu bieten. Das Sagem myX6-2 bietet ebenfalls die Möglichkeit, Videosequenzen aufzuzeichnen. Mit seinem Display mit 262.000 Farben und einem außergewöhnlich hohen Bedienkomfort dürfte es in seiner Kategorie einen der vorderen Plätze beanspruchen: So lassen sich nicht nur Fotos, sondern auch Videos im Vollbildmodus betrachten. Außerdem kann sich der myX6-2-Besitzer in Echtzeit auf dem laufenden halten. Der Zugriff auf Multimedia-Dienste wird ebenfalls immer einfacher: Multimedia Messaging Services (MMS), Download von Fotos oder Videos sowie von Spielen und Anwendungen im JAVA-Standard, WAP 2.0 etc. Das kompakte (110 x 47 x 19 mm) und leichte (104 g) Gerät wurde entwickelt, um sich an den Lebensstil des Benutzers anzupassen. Seine fließenden Linien entsprechen modernen Erwartungen an Aussehen und einfachste Bedienung: Das technisch hochentwickelte und in seiner Form schlichte myX6-2 soll selbst anspruchsvollste Benutzer ansprechen.



vielseitiges Handy-Modell, das mit umfangreichen Imaging-Funktionen ausgestattet wurde. Zum Foto- oder Videografieren werden die beiden Gehäusehälften so zusammengefügt, daß das TS 921 die gewohnte Form einer Digital-beziehungsweise Videokamera annimmt. Das TS 921 spricht Fotofans nach Aussage des Anbieters aber nicht nur durch seine hochauflösende 1,92-Megapixel-Kamera an. Weitere Highlights sind das integrierte Blitzlicht und die Autofokus-Funktion. Auch im Camcordermodus soll das neue UMTS-Handy überzeugen. Videos können in hoher Qualität als MPEG4-Dateien aufgezeichnet und über



das UMTS-Netz von Vodafone versendet werden. Videos lassen sich übrigens nicht nur auf dem Display des Handys, sondern auch auf dem Bildschirm eines normalen TV-Geräts betrachten. Weitere Nutzungsvarianten ergeben sich, wenn das 2,4 Zoll große Display auf die Gerätevorderseite geklappt wird. So lassen sich bequem Dokumente, Bilder, Videos oder Angebote von Vodafone Mobile TV mit speziell für UMTS-Handys produzierten Programmen ansehen.

Audio Com erweitert das Produktportfolio beim Funkwerk Dabendorf

Mobil Bluetooth ist aus der mobilen Kommunikation im Fahrzeug nicht mehr wegzudenken. Viele Freisprecheinrichtungen nutzen diese Technologie zur kabellosen Übertragung von Sprache und Daten. Größter Nachteil vieler Lösungen war bislang der fehlende Außenantennenanschluß. Trotz der Verbindung zur Freisprechanlage via Bluetooth sendet das Mobiltelefon damit immer aus dem Fahrzeuginnenraum, verbunden mit einer schlechteren Übertragungsqualität. Mit der neuen Audio Com will Funkwerk Dabendorf dieses Problem beseitigen, denn die Audio Com vereint die Vorzüge eines fest installierten Autotelefon mit der Flexibilität der Bluetooth-Technologie. Nachdem der Fahrer eingestiegen ist, verbindet sich die Audio Com automatisch mit dem persönlichen Mobiltelefon. Die kabellose Bluetooth SAP- (SIM Access Profile) Technologie ermöglicht der Anlage, auf die SIM-Karte im kompatiblen Handy zurückzugreifen. Nach Einschalten der Zündung übernimmt die Audio Com mit dem eingebauten GSM-Modul die gesamte Kommunikation im Mobilfunknetz. Das Telefon geht für diese Zeit in den Schlafmodus. Da das GSM-Modul der Audio Com mit der Außenantenne verbunden ist, treten keine Strahlungen im Fahrzeuginnenraum auf und die Verbindungsqualität steigt. Sobald der Nutzer sein Fahrzeug verläßt, wird die Verbindung zur Anlage deaktiviert und das Mobiltelefon bucht sich wieder selbst im Mobilfunknetz ein. Das flexibel am Armaturenbrett montierbare Display der Audio Com bietet eine gut lesbare Anzeige und informiert über alle Funktionen. Diese sind über das Bedienteil mit zwei Funktionstasten und einem Drehrad steuerbar. Auch das Bedienteil der Audio Com arbeitet ohne Kabelanschluß.

Drei Neuheiten erweitern die Mobiltelefonpalette von Sendo

Mobil Der englische Handyhersteller Sendo hat das Sendo X2 vorgestellt – eine Kombination aus Businesshandy und MP3-Player. Das Gerät kommt mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 219 Euro auf den Markt. Gesteuert wird der mobile MP3-Player über spezielle seitliche Kontrolltasten – dabei startet ein Druck auf die Play-Taste den Stereo-Musikgenuß. Das X2 besitzt außerdem eine 1,3-Megapixel-Kamera mit Achtfach-Digital-Zoomfunktion und erlaubt außerdem, Videosequenzen aufzunehmen. Weiterhin gehören ein großes 2,2-Zoll-Farbdisplay, das 65.536 Farben darstellt, sowie ein integrierter Player, der die Musikformate MP3, AAC und AAC+ abspielt, zur Ausstattung. Umfangreiche Businessfunktionen wie Diktiergerät und Notizbuch stehen ebenso bereit wie der Support von Java-Anwendungen. Die 32 MB freier Speicher lassen sich mit Mini-SD-Karten auf 1 GB erweitern. Laut Sendo ist das X2 derzeit das preiswerteste und leichteste (95 Gramm) Symbian-Handy. Es soll im Sommer verfügbar sein. Sendo hat außerdem ein Bundle von Prepaid-Handy und Bluetooth-Headset angekündigt. Das einfach zu bedienende K1 ist bereits mit dem mitgelieferten, drahtlosen Headset gekoppelt, so daß das

Handy ohne weitere Abstimmung sofort einen Vorteil offenbart: Die Hände können beim Telefonieren, zum Beispiel im Pkw, frei bleiben. Das schmale, formschöne Mobiltelefon verfügt über ein Farbdisplay mit bis zu 65.536 Farben, einen erweiterten WAP-Browser und polyphone Klingeltöne. Die Sprechzeit liegt laut Hersteller bei bis zu sieben Stunden, die Standby-Zeit gibt Sendo mit bis zu 400 Stunden an. Das Sendo K1 soll im zweiten Quartal als Prepaid-Gerät inklusive Bluetooth-Headset für rund 129 Euro verfügbar sein. Abgerundet werden die Neuheiten von Sendo durch das S1, ein Handy, das auch Einsteigern im untersten Preissegment ein Farbdisplay in exzellenter Fotoqualität bietet. Sendo bedient sich dabei eines einfachen, aber effektiven Tricks: Hinter der monochromen Anzeige liegt eine wechselbare Folie mit einem hochauflösenden Bild. Das Ergebnis soll von der Bildqualität den Displays vieler gehobener Geräte überlegen sein und zusätzlich einen 3D-Effekt zeigen. Der Bildschirm des S1 ist nach eigener Aussage von Sendo auch in grellem Sonnenlicht klar ablesbar und gestochen scharf. Sendo nennt diese selbst entwickelte Technologie Screen.Z. Eine Auswahl von Hintergründen gehört zum Lieferumfang.



Sendo X2 Sendo K1 Sendo S1



Die Erfolgsstory

Vodafone-UMTS

Neue UMTS-Handys für Ihr Fachgeschäft



Bestellen Sie die Vodafone UMTS-Handys bei Ihrer Niederlassung oder direkt unter www.vodafone-fachhandel-online.de.



Wenn es darum geht, Ihren Kunden innovative Produkte anzubieten, können wir Ihnen helfen. Fünf brandneue UMTS-Handys, zehn neue MobileTV-Kanäle, 500.000 Songs im großen Vodafone-MusicShop, Videotelefonie per Vodafone Mobile Connect Card UMTS und Notebook sorgen für Ihren entscheidenden Vorsprung im spannenden Mobilfunk-Geschäft.



How are you?

Pos Aktuell

Schulungen bei Herweck im Mai

Das Herweck Schulungszentrum bietet über das Jahr verteilt eine Reihe von Seminaren aus den Bereichen Wirtschaft, IT und Telekommunikation. Alle Seminare finden, wenn nicht anders angegeben, im Schulungszentrum der Herweck AG in Kirkel statt. Um die Annehmlichkeiten für die Teilnehmer der Vor-Ort-Schulungen weiter zu verbessern, hat das Unternehmen jetzt in seinen Schulungsräumen eine Klimaanlage installiert. Folgende Schulungen sind für Mai geplant:

Agfeo Bronze Premium (10.05., 9–17 Uhr; Preis: 95,00 Euro; Referent: Martin Bülling/Lars Brückner; Voraussetzungen: Bronze Schulung Standard bzw. erweiterte ISDN-Grundkenntnisse PC/Laptop/Notebook)

Der Fachhändler und sein Geld (23.05., 9–17 Uhr; Preis: 240 Euro; Preis für Herweck-Premium-Partner: 195 Euro; Referent: Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Hoen/Herweck AG)

Verkaufsstrategien im Verdrängungswettbewerb (23.05., 9–17 Uhr; Preis: 240 Euro; Preis für Herweck-Premium-Partner: 195 Euro; Referent: Dieter Philippi, Vorstand Herweck AG). Hier werden diese Themen angesprochen:

- **Haptisches Verkaufen:** Hier geht es darum, das Produkt oder die Dienstleistungen für Kunden und Interessenten faßbar und greifbar zu machen. Der Referent stellt den Teilnehmern haptische Verkaufshilfen vor und zeigt, wie Händler diese in das Verkaufsgespräch einbauen können.
- **Der Elevator-Pitch:** Die Teilnehmer lernen, sich und ihr Unternehmen in einer Form darzustellen, die der Gesprächspartner nicht so leicht vergißt. Der Referent spricht über den Entwurf einer Visitenkarte, die den Ideen des „Elevator-Pitches“ entspricht.
- **NLS – Neuro Linguistic Selling:** Die Erkenntnisse aus dem NLP (neurolinguistische Programmierung) werden aufs Verkaufen übertragen und es ergeben sich interessante Ansatzpunkte.
- **Hypnotische und suggestive Sprachmuster im Verkauf:** Hochkarätige Topverkäufer verwenden Elemente aus der Verkaufshypnose unbewußt und intuitiv. Die Teilnehmer erlernen spielend mit den Sales-Cards, einem kreativen Lernspiel in Form von Spielkarten, wie sie ihr Verkaufsgespräch in die gewünschte Richtung lenken.
- **Verkaufen wie Inspector Columbo:** Sie kennen Inspector Columbo, den US-amerikanischen Fernsehinspektor mit Trenchcoat und Zigarre? Columbo ist

der perfekte Verkäufer! Wie er es anstellt, zeigt die Columbo-Strategie.

- **Das Empfehlungsmarketing:** Das Empfehlungsmarketing nimmt für sich in Anspruch, der „Königsweg zur Neukundengewinnung“ zu sein. Was ist an dieser Aussage dran? Die Teilnehmer erfahren, wie Empfehlungsmarketing auch ihnen zu Neukunden verhilft.

Agfeo Stern-Schulung (24.05., 9–17 Uhr; Preis: 399 Euro; Referent: Frank Friedrich; diese Schulung findet im Agfeo-Service-Center in Bielefeld statt.

Elmeg Certified Expert (31.05./01.06., Dauer: zwei Tage, jeweils 9–17 Uhr; Preis: 249 Euro; Zertifizierungsschulung für ICT-Systeme der Reihe 880 und Systemapplikationen, Schwerpunkt: Sprachanwendungen; Voraussetzungen: Erfolgreiche Absolvierung des Elmeg Professional Trainings, Laptop/Notebook mit einem CD-ROM-Laufwerk, Betriebssystem ab Windows 2000.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Sie beinhalten die Verpflegung im Herweck Casino (Mittagessen und Kaffeepausen). Anmeldung und weitere Auskünfte zu den Inhalten der Seminare und Beratung bei Ingrid Schmalz, Telefon 06849/9009-122, E-Mail ischmalz@herweck.de.

Neuheiten im brodos ContentCard-Angebot

Zusätzlich zu den bisher 16 verschiedenen brodos ContentCards mit unterschiedlichen Inhalten – von Logos über Klingeltöne bis Java Games und mehr – gibt es jetzt mit „Finde dein Handy“ und „Fußball Bundesliga“ zwei neue, die mit jedem Mobiltelefon funktionieren. Bei „Finde dein Handy“ handelt es sich um eine Ortungstechnik mittels Mobiltelefon, der die Location-Based-Service Technik (LBS) zugrunde liegt. Karteninhaber können mit dieser brodos ContentCard ihre Freunde und Bekannten finden, Eltern können sich über den Aufenthaltsort ihrer Kinder Klarheit verschaffen, und auch verlorene Handys oder entwendete Handys können geortet werden. Es liegt im Ermessen des Nutzers, ob die zu ortende Person über diese Lokalisierung informiert wird – grundsätzlich ist das per SMS möglich. Ebenfalls per SMS kann die zu ortende Person auf ihrem Handy den Dienst ausschalten – dann ist eine Ortung nicht mehr möglich. Bei günstigen Bedingungen ist deutschlandweit eine Ortung möglich, deren Genauigkeit sich innerhalb eines Radius von 250 m bewegt. Innerhalb definierter Mobiltelefone kann die Ortung netzübergreifend durchgeführt werden. Das Orten eines Handys ist nur mit dem Einverständnis des betreffenden Handyeigentümers zulässig. Um diesen Dienst nutzen zu können, braucht der Kunde keine Zusatzgeräte, sondern lediglich einen



Vodafone spricht gezielt Selbständige an

Vodafone hat deutschlandweit in 200 Shops eine Geschäftskundeninitiative gestartet, die sich speziell an Selbständige wendet. Besonders geschulte Business-Experten informieren und beraten Kunden auf der Suche nach geeigneten Mobilfunklösungen, die dabei helfen können, den Arbeitsalltag einfacher und effizienter zu gestalten. Besonders interessant sei dieser neue Service für Geschäftskunden wie Handwerker, Ärzte, Rechtsanwälte oder Architekten, die ihre tägliche Arbeit noch effizienter gestalten und ihr Serviceangebot durch permanente und ortsungebundene Erreichbarkeit erweitern wollen, hieß es in einer Pressemitteilung. Durch mobile Internetlösungen, zum Beispiel mit der Vodafone Mobile Connect Card UMTS, können in UMTS-versorgten Gebieten im mobilen Büro auch komplexere Anwendungen komfortabel genutzt werden. So lassen sich etwa Verfügbarkeiten von Ersatzteilen vor Ort überprüfen oder Liefertermine abstimmen. Auch der neue Service Vodafone Push E-Mail macht den mobilen Empfang elektronischer Post möglich. Neben dem erweiterten Beratungsangebot bietet der neue BusinessPoint alle wichtigen Officeprodukte wie Geräte für die mobile Telefonie und E-Mail-Abfrage (beispielsweise mit den BlackBerry-Geräten von Vodafone) sowie den Internetzugang via UMTS-Datenkarte für den Laptop in einem separaten Bereich an. So ist der Kunde optimal mit Informationen versorgt und hat zugleich eine zentrale Anlaufstelle zur Optimierung der eigenen Services.

gültigen Vertrag oder eine Prepaid-Karte. Das Gerät der zu ortenden Person kann entweder über die SMS-Funktion des Nutzers oder über das Internet geortet werden, und zwar rund um die Uhr. Die Freischaltung des Dienstes erfolgt nur über das zu ortende Handy. Das auf der brodos ContentCard befindliche Guthaben reicht für acht Ortungen und soll zum Preis von 6,95 Euro angeboten werden. Mit der brodos ContentCard „Fußball Bundesliga“ können Live-Ergebnisse der Bundesliga und die aktuelle Tabelle per SMS direkt auf das Handy des Kunden übertragen werden. Die Bestellung muß spätestens 30 Minuten vor Anpfiff des ersten Spieles am Spieltag bei brodos ContentCard eingegangen sein. Dieser Service ist für jeweils einen Spieltag gültig. Die brodos ContentCard „Fußball Bundesliga“ ist für 2,95 Euro zu haben.

mobilcom unterstützt die Kieler Woche

Als offizieller Kommunikationspartner wird von diesem Jahr an der Mobilfunk-Serviceprovider mobilcom für drei Jahre den Dialog zwischen allen Beteiligten der

Kieler Woche, der größten Segelsport-Veranstaltung der Welt, fördern. Dazu verpflichtete sich das Büdelsdorfer Unternehmen im Rahmen einer Premiumpartnerschaft. Über 5.000 Segler aus über 50 Nationen werden in diesem Jahr zur Kieler Woche vom 18. bis 26. Juni erwartet. Über drei Millionen Besucher werden dabei sein, wenn die Wassersportler in 27 Disziplinen Wettfahrten austragen. Per Handy kann in diesem Jahr jeder live dabei sein. Denn mobilcom will zur Kieler Woche mobile Informationsdienste anbieten, die es erlauben, Ergebnisse, Regatta-Szenen, Eindrücke und andere Informationen per Text und Bild aufs Handy zu bringen. Zudem will der Mobilfunkanbieter Gewinnspiele rund um das Thema SMS, MMS und Handybilder anbieten und die Veranstalter mit mobilen Kommunikationslösungen unterstützen. Beispielsweise werden Promoterinnen für eilige Telefonate Besuchern Handys bereithalten, mit denen sich auch gratis Fotos, Videobotschaften und Texte versenden lassen. „Für uns bietet die Kieler Woche ein ideales Forum, um Handynutzer von den vielen Möglichkeiten mobiler Technologien wie MMS und UMTS zu überzeugen“, sagte mobilcom Vorstandsvorsitzender Dr. Thorsten Grenz.

einen Konzernumsatz von 32,622 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 4,6 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert (34,190 Millionen Euro), der ausschließlich auf temporäre Sonderentwicklungen in der Produktgruppe der Spezialtelefone, den Ergonomie- und Krankenhaustelefonen, zurückzuführen ist. Erfreulich hingegen war die Entwicklung im Kerngeschäft Telekommunikationslösungen für klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) sowie Small und Home Offices (SoHo). Hier stieg der Umsatz den Angaben zufolge gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Prozent. Im Geschäftsbereich Auftragsfertigung war ein Umsatzzuwachs von 6,1 Prozent auf 4,466 Millionen Euro zu verzeichnen (2003: 4,211 Millionen Euro). Der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit nahm um 941.000 ebenfalls wieder zu und betrug im Geschäftsjahr 2004 1,402 Millionen Euro (Vorjahr: 461.000 Euro). Für das laufende Geschäftsjahr plant Tiptel eine Steigerung des Umsatzes und des operativen Ergebnisses (EBIT). „Wir fühlen uns in unserer Strategie der Konsolidierung und zielgerichteten Intensivierung unserer Forschungs- und Entwicklungsarbeit bestätigt“, so Vorstand Werner Materna. „Mit einem gestiegenen Umsatz in unserem Kernsegment, einem wieder positiven operativen Ergebnis und einem positiven Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von 1,2 Mio. Euro besitzt Tiptel eine weiter verbesserte Ausgangsbasis für die zukünftige Geschäftsentwicklung.“

Ingrid Schmalz ist neu im Herweck Team

Neu besetzt ist bei Herweck die Position im Seminar- und Schulungsverkauf. Ingrid Schmalz (42) ist seit März in dieser Funktion tätig. Die gelernte Werbekauffrau war über 15 Jahre lang in Druckereien tätig und qualifizierte sich in Weiterbildungen zudem als Assistentin der Geschäftsleitung. Nicht von ungefähr kommt aus der Vergangenheit in Druckereien eine starke



Affinität zu Technik und zukunftsweisenden Technologien. „Ich habe mich der Weiterbildung nie verschlossen und bin immer daran gewachsen – wer den Mehrwert erkannt hat, wird stets mit höchster Priorität und Sorgfalt sein Fortkommen strategisch planen“, meinte Schmalz.

Pau Virgili verstärkt Plantronics Marketing

Pau Virgili ist neuer Marketing Director des Headset-Herstellers Plantronics für Europa, den Mittleren Osten und Afrika (EMEA). Dort soll der ehemalige Manager von Hewlett-Packard den neuen Marktauftritt des Unternehmens gestalten. Virgili ist Marketingexperte für die Konsumgüterindustrie. Bevor er zu Plantronics kam, war er als EMEA Marketing Manager sieben Jahre lang bei Hewlett-Packard tätig. Einen Großteil seiner Karriere verbrachte Virgili als Managing Partner bei der spanischen Unternehmensberatung Summa, die auf Markenstrategien spezialisiert ist. Dort war er unter anderem als Berater für die Marken Coca Cola, Nike und Levi's verantwortlich. Pau Virgili hat einen Abschluß in Public Relations und Corporate Communications an der Universität von New York. Darüber hinaus hält er einen Master of Business Administration (MBA) der Universität von Chicago.

Tiptel meldet Erfolg für das Geschäftsjahr 2004

Die Tiptel AG hat im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Rentabilität gesteigert. Dies geht aus den Geschäftszahlen für das Jahr 2004 hervor. Nachdem 2003 zum ersten Mal seit drei Jahren ein positives Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) erreicht wurde, konnte Tiptel dieses Ergebnis mit 1,157 Millionen Euro im Berichtszeitraum mehr als verdoppeln (Vorjahr: 515.000 Euro). Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) lag 2004 bei 360.000 Euro und war somit erstmals seit drei Jahren wieder positiv. Mit der daraus resultierenden EBIT-Marge von 1,1 Prozent übertraf Tiptel das im Geschäftsbericht 2003 ausgegebene Ziel von einem Prozent leicht. Das Jahresergebnis 2004 verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um 332.000 Euro auf 838.000. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielte Tiptel

Dangaard Telecom will Anregungen seiner Handelspartner aufgreifen

Dangaard Telecom hat nach eigenen Angaben eine erfolgreiche CeBIT hinter sich gebracht. Es hätten sehr viele gute Gespräche mit Kunden und Partnern stattgefunden, die die gradlinigen und klaren Konzepte, mit Fokus auf das Kerngeschäft des Distributors im Mobilfunkbereich, als Zukunftsmotiv dargestellt hätten, hieß es in einer Pressemitteilung. „Der Handel hat uns klar mitgeteilt, was er von uns erwartet. Dazu gehören zum Beispiel ein breites Produktportfolio, günstige Hardware sowie freie als auch Portalware“, so Torben Pedersen, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. „Eine zeitnahe Belieferung, gepaart mit innovativen Konzepten wie etwa dem Dangaard Telecom E-Commerce-Light Konzept, das die Endkundenbelieferung im Namen und Look-and-feel des Händlers beinhaltet, oder Content-Lösungen wie der E-Mail-Push-Dienst ohne RIM-Client sowie regelmäßige Sonderangebote mit verschiedenen Aufhängern, runden unser Leistungsspektrum ab.“ Aus der Sicht von Dangaard wolle der Handel Freischaltungen im Mobilfunkbereich nicht über einen Distributor, sondern das er direkt über den Service Provider oder Netzbetreiber. „Diese und weitere 'value adding services' bietet Dangaard

Telecom heute und schafft somit eine zukunftsorientierte Plattform, von der der Handel nach Bedarf wählen kann“, fügte Pedersen hinzu. Auf Basis der CeBIT Gespräche habe die Geschäftsleitung viele positive Anregungen mitgenommen. Sehr intensiv werde zur Zeit an der Optimierung der E-Commerce Plattform gearbeitet. Darüber hinaus lege man einen besonderen Fokus auf die interne Serviceabwicklung und auf die Anpassung der Lieferkonditionen bei Kleinbestellungen. „Dangaard Telecom bietet neben dem Verkauf von Mobiltelefonen eine Vielzahl an Konzepten, die für unsere Kunden einen echten Mehrwert darstellen. Kundenspezifische Konfiguration, auch kleinerer Stückzahlen, von Smartphones, PDAs und Navigationssystemen sind nur einige davon. Unsere Originalzubehörlösung hat sich für unsere Händler als umsatzfördernd bewiesen und bewährt“, ergänzte Michael Möller, ebenfalls Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. Weiterhin nutze das Unternehmen seine internationale Präsenz, um Ideen und Erfahrungen aus anderen Ländern im Sinne der Kunden und Geschäftspartner umzusetzen und auszutauschen.

Neues Home Control System macht Visionen greifbar

Gigaset steuert Hauselektronik

Siemens Communications hat eine intelligente Haussteuerung auf der Basis von Gigaset-Schnurlostelefonen vorgestellt. Kern des Systems Gigaset Home Control ist ein DECT-Modul, das in bestehende Geräte zur Steuerung der Hauselektronik integriert wird. Das Mobilteil des Gigaset fungiert als zentrale Anzeige- und Bedieneinheit, mit der alle Geräte von jedem Punkt des Hauses oder vom Garten aus gesteuert werden. Über Gigaset Home Control läßt sich die Hauselektronik auch aus der Ferne bedienen – per Mobil- oder Festnetztelefon. „Siemens mobile macht damit die Vision von einem zentral gesteuerten Haus greifbar“, sagte Clemens Joos, Leiter des Bereichs Cordless Products von Siemens Communications.

Die Bedienung des Systems erfolgt über ein Schnurlostelefon. Das Gigaset Home Control mit kabelloser DECT-Technologie arbeitet, eignet es sich auch für die Nachrüstung und bietet auch unter schwierigen Bedingungen sicheren und störungsfreien Betrieb.

Vielfältige Anwendungen

„Die integrierte Haussteuerung bietet mehr Wohnkomfort. Ist die Gegensprechanlage an der Haustür drahtlos mit dem Schnurlostelefon verbunden, kann man vom Fernsehsessel aus mit den Besuchern sprechen und die Haustür gegebenenfalls per Fernbedienung öffnen“, beschreibt Joos eine mögliche Anwendung. „Auch eine

Fernsehzimmer die Jalousie heruntergelassen und gleichzeitig das Licht gedimmt werden soll. Joos: „Beim Verlassen des Hauses, aber auch von unterwegs per SMS, lassen sich alle Lampen zentral ausschalten. Die Fußbodenheizung, die im Urlaub typischerweise abgesenkt wird, schaltet man einfach zwei Tage vor Urlaubsende über das Handy wieder ein.“

Intelligent vernetzte Geräte erleichtern ferner die tägliche Hausarbeit. Der Trockner im Keller meldet beispielsweise das Ende des Trockenprogramms direkt an das Gigaset im Wohnzimmer oder schickt eine SMS ans Handy. Über das Mobiltelefon läßt sich außerdem überprüfen, ob der Herd auch

Feueralarm oder eine Warnmeldung wegen Wassereintruchs können so an einen Sicherheitsdienst, an den wachsamem Nachbarn oder aufs Handy geschickt werden.

Einfache Handhabung

Während das Gigaset-Mobilteil als Displaygerät und Fernbedienung dient, fungiert die Gigaset-Basisstation als Gateway ins Telefonnetz: zum Senden und Empfangen von SMS und Sprachnachrichten. Die Mobilteile haben eine Reichweite von bis zu 30 Metern im Haus



Clemens Joos

und bis zu 300 Metern auf freiem Gelände. Diverse Klingel- und Alarntöne stehen ebenso zur Verfügung wie ein vierzeiliger Textbildschirm für Statusmeldungen und Menüs. Die Bedienung erfolgt über die Zifferntasten des Mobilteils und über Softkeys.

Ein elektronisches Gerät mit eingebautem Gigaset Home Control Modul verhält sich wie ein zusätzliches Mobilteil. Die Inbetriebnahme und Konfiguration sind daher ebenso einfach wie die Anmeldung eines DECT-Telefons an die Gigaset-Basisstation. Die Handhabung des Systems erfolgt über intuitiv gestaltete Menüs und ist leicht erlernbar.

„Mit dieser Lösung stärken wir unsere Position als Innovationsführer im Bereich der schnurlosen



So sieht der Home Control Chip aus.

Informationsübertragung“, meinte Joos. Der Einstieg des Mobilfunkanbieter in dieses Geschäftsfeld ist Teil der langfristigen Strategie, alle Funktionsbereiche des vernetzten Hauses abzudecken. Das Modul Gigaset Home Control markiert einen weiteren Schritt auf dem Weg zur Konvergenz von Information, Kommunikation und Unterhaltungselektronik. Neue Bausteine dieser Strategie sind auch die Geschäftsfelder IP-Telefonie, Unterhaltungselektronik und Videotelefonie.

Anbindung an TV-Gerät

Über zukünftige Set-Top-Boxen von Siemens lassen sich das Telefon und damit auch das Gigaset Home Control System an den heimischen Fernseher anbinden. Eingehende Anrufe werden über die CLIP-Funktion auf dem Fernsehbildschirm eingeblendet. Bei der Gesprächsannahme wird automatisch der Ton abgesenkt und das zeitversetzte Fernsehen (PVT/Timeshift) gestartet. Nach Beendigung des Gesprächs kann man die

laufende Sendung dann genau an der Stelle der Unterbrechung weitersehen. Auch Alarm- und Statusmeldungen werden am Fernseher angezeigt.

Hohe Kompatibilität

Gigaset Home Control ist eine eigenständige Einstiegslösung, die sich nach den individuellen Anforderungen des Kunden stufenweise ausbauen läßt und laut Siemens ein erheblich besseres Preis-/Leistungsverhältnis hat als herkömmliche Fernbedienungen und Adapter zum Telefonnetz. Das System ist zudem kompatibel zu erweiterten Steuerungssystemen aus dem Hause Siemens. Diese bieten dann beispielsweise eine grafische Bedienoberfläche bei der Steuerung über PDA und Tablet-PC (Serve@home) oder ein fest installiertes LCD Bedienpanel (touch manager). Für die Zukunft ist eine Weiterentwicklung des Systems geplant, die die gegenseitige Steuerung der Geräte und die Einbindung von Managed Services ermöglichen wird.

Neue WLAN-Telefonie-Produkte von Siemens

Das neue Gigaset S35 WLAN-Schnurlostelefon von Siemens Communications macht Internettelefonie ohne großen Aufwand möglich. Über DECT-Funk verbindet sich das neue Internettelefon mit einem Wireless-LAN-Router, der wiederum eine schnelle Verbindung ins Internet herstellt. Zusätzlich informiert das Gigaset S35 WLAN auch über neu eingegangene E-Mails mit einer blinkenden Taste – selbst wenn der Rechner nicht eingeschaltet ist. Mit dem Gigaset S35 WLAN kann man sich nicht nur zu Hause, sondern auch an sogenannten öffentlichen Hotspots über eine WLAN-Verbindung ins Internet einklinken – sofern man für diesen Hotspot freigeschaltet ist. Zu den Komfortfunktionen zählen Freisprechen, ein Adreßbuch für bis zu 200 Kontakte mit Namen, E-Mail-Adresse, SIP-URL (Webadresse für Internet-Telefonie), IP-Adresse und Rufnummer, CLIP, ein beleuchtetes Display und beleuchtete sowie polyphone Klingeltöne. Das Gigaset S35 WLAN wird ab dem dritten Quartal 2005 erhältlich sein.



Siemens Communications hat darüber hinaus eine komplett neue Gigaset-WLAN-Produktfamilie, bestehend aus Router, PC-Card, USB-Adapter und Repeater, präsentiert, die mit 108-MBit-Technologie kabellos Daten, Bilder und Töne doppelt so schnell überträgt wie bisher. Dank XR-Technik (eXtended Range) bietet der Wireless Router auch eine höhere Reichweite als herkömmliche Systeme. Mit ihrem zeitgemäßen, aufeinander abgestimmten



Design können die neuen Wireless LAN (WLAN)-Modelle zudem einen dezenten Blickfang für Büro und Wohnbereich darstellen. Herzstück der Produktfamilie ist das Gigaset SE551 WLAN dsl/cable. Eine neuartige Traffic-Control-Funktion ermöglicht die Kontrolle der Online-Zeit sowie der aus dem Internet geladenen Datenmenge. Problemlos lassen sich PC oder Notebooks mit dem Gigaset USB Adapter 108 oder der Gigaset PC Card 108 in ein drahtloses Funknetz einbinden. Mit dem Gigaset WLAN Repeater 108 läßt sich die Reichweite des Funknetzes zusätzlich erweitern. Der Repeater kann außerdem als WLAN Access Point und als WLAN Ethernet Adapter für Geräte aller Art eingesetzt werden. Sämtliche Modelle der 108-MBit-Reihe entsprechen dem IEEE 802.11g-Standard und sind damit abwärtskompatibel zum Standard IEEE 802.11b.



Das Schnurlostelefon soll nach den Vorstellungen von Siemens mobile zukünftig die Basis für die intelligente Steuerung der Hauselektronik bilden.

intelligente Steuerung von Licht und Jalousien kann in Zukunft mit nachträglich eingebauten Funkaltern erfolgen – also ohne Verlegen zusätzlicher Kabel. Mit dem Gigaset kann man dann die einzelnen Lichtquellen überall im Haus oder vom Garten aus bedienen.“ Außerdem lassen sich vorher definierte Szenarien auf Knopfdruck abrufen, wenn beispielsweise im

wirklich aus ist. Sollte dies nicht der Fall sein, läßt er sich per Mobiltelefon ausschalten. Auch zur Hausüberwachung ist das System geeignet. Um eine externe Alarmmeldung, beispielsweise als SMS an ein Handy, loszuschicken, benötigt die Alarmanlage keinen speziellen Adapter zum Telefonnetz, sondern nutzt das Gigaset. Eine Einbruchsmeldung,

Gespräch mit Nokia Geschäftsführer Karsten M. Schilly

Nokia lädt Händler zum Dialog

„Wir haben in den vergangenen Monaten bestehende Lücken im Sortiment geschlossen und treten jetzt mit einem rundum stimmigen Produktportfolio an. Doch was wir dem Handel zu bieten haben, beschränkt sich nicht allein auf Geräte. Mit unseren Konzepten zur Ertragssteigerung durch konsequentes Ausnutzen der Wertschöpfungsmöglichkeiten und mit neuen Unterstützungsmaßnahmen beweisen wir, daß die Interessen von Handel und Distribution, die im Jahr 2004 die wesentlichen Stützen unseres Geschäftes waren, auch unsere Interessen sind“, sagte Karsten M. Schilly, Nokia Geschäftsführer Customer and Market Operations, im Gespräch mit PoS-MAIL. „In den kommenden Wochen werden wir den Handel zum Dialog einladen, um gemeinsam mit ihm zukunftsorientierte Modelle der Zusammenarbeit zu entwickeln.“

Funk-Freisprechanlage bringt neue Dimension der Klangqualität

Nokia hat mit der Funk-Plug-in-Kfz-Freisprecheinrichtung HF-6W im Bereich der Kommunikationslösungen für Fahrzeuge die „Speech Tracking Technology“ und damit nach eigenen Angaben eine ganz neue Dimension der Klangqualität eingeführt. Der außergewöhnlich klare Klang werde durch den Einsatz von vier Mikrofonen erzielt, hieß es in einer Pressemitteilung. Das Konzept mehrerer Mikrofone ist in der Studio-Technik bereits weit verbreitet. „Die leicht montierbare Nokia Funk-Plug-in-Kfz-Freisprecheinrichtung setzt mit dieser erstmalig in einem solchen Gerät eingesetzten Technologie neue Standards“, meinte Uwe Schmitz, Senior Product Manager, Nokia Automotive. „Zudem präsentiert sich die neue Freisprecheinrichtung wie alle



Nokia Kommunikationslösungen für Fahrzeuge in einem ansprechenden Design, sie läßt sich komfortabel bedienen und bietet ein überzeugendes Preis-/Leistungsverhältnis.“ Die Nokia Plug-in-Freisprecheinrichtung kann problemlos vom Nutzer selbst montiert werden. Dazu wird sie in die Zigarettenanzünder-Buchse im Fahrzeug gesteckt. Die Verbindung zum kompatiblen Mobiltelefon erfolgt über Bluetooth Funktechnik. Die Nokia Plug-in-Kfz-Freisprecheinrichtung unterstützt das Bluetooth Profil Handsfree 1.0. Neben grundlegenden Sprachfunktionen wie Rufannahme und -beendigung oder Regelung der Lautstärke bietet die Freisprecheinrichtung über ein Ladekabel auch die Möglichkeit, compatible Mobiltelefone aufzuladen. Die neue Nokia HF-6W soll ab dem zweiten Quartal 2005 zur Verfügung stehen.

Nokia 6101 ergänzt Nokias Portfolio an Kamerahandys

Mit dem Nokia 6101 hat der finnische Hersteller ein formschönes Klapptelefon mit integrierter VGA-Kamera vorgestellt. Das Nokia 6101 ist das erste Nokia Mobiltelefon in einem klassisch-raffinierten Design, das umfassende Anpassungsmöglichkeiten an Netzbetreiberwünsche ermöglicht, darunter sowohl die Anpassung von Software als auch die Integration netzbetreiberspezifischer Design-Elemente. Mit der Einführung des Nokia 6101 unterstreicht Nokia die Bedeutung der Anpassungsmöglichkeiten mobiler Geräte. Das Nokia 6101 wird unter anderem gekennzeichnet durch eine integrierte Digitalkamera mit VGA-Auflösung und spezieller Kamertaste. Das Sucherbild im großen



Display ermöglicht herkömmliche Aufnahmen, das Sucherbild im kleinen Display außen dient zum Aufnehmen von Selbstporträts. Fotos sind im Standard-, Porträt- und Nachtmodus möglich. Eine Galerie unterstützt das Speichern und Bearbeiten von Bildern. Für die Bildqualität stehen drei Stufen zur Verfügung (hoch, normal, Standard). Der Nutzer kann außerdem Fotos und Videoclips auf entsprechende Internetseiten hochladen. Das Gerät läßt sich darüber hinaus als Videokamera und in Verbindung mit einem Headset als UKW-Radio einsetzen. Infrarot- und USB-Schnittstelle ermöglichen die lokale Synchronisation des Inhalts der Bilder-Galerie sowie von Kontaktdaten und Kalendereinträgen mit dem kompatiblen PC über die PC Suite.

Wichtigste Aktivität der nahen Zukunft sind die Nokia Handelstage in acht deutschen Städten (3.5.: Essen, Colosseum Theater; 4.5.: Köln, Balloni Halle; 10.5.: München, Avalon im Kraftwerk; 11.5.: Stuttgart/Ludwigsburg, Reithaus Ludwigsburg; 17.5.: Hamburg, Hanseatic Trade Center; 18.5.: Berlin, C/O Berlin; 24.5.: Leipzig, Panorama Restaurant; 25.5.: Frankfurt/Offenbach; Achat Hotel Offenbach). Im Mittelpunkt steht dort die Präsentation des gesamten aktuellen Sortiments. „Doch der Fokus liegt nicht auf den einzelnen Produkten selbst“, so Schilly. „Vielmehr wollen wir den Besuchern der Roadshow Lösungen



Karsten M. Schilly

demonstrieren, die sie am Point of Sale nutzen können. Dabei wird es zum einen um Telefonie und Datenanwendungen gehen, zum anderen um multimediale Lösungen, also etwa Foto, Video und Musik. Die Händler sollen sehen, daß sich durch die umfangreiche Ausstattung unserer Mobiltelefone und die zahlreichen Zubehörprodukte Synergien ergeben, die sich nicht nur im Tk-Handel gewinnversprechend ausnutzen lassen.“ Angesprochen werden sollen von den Informationstagen deshalb Händler aller Bereiche, gleichgültig, ob sie bereits in der Telekommunikation aktiv sind oder ob sie in diesen Bereich einsteigen wollen. Schilly: „Niemand braucht sich vor einem Besuch zu scheuen,



Im Nokia Händlernetz gibt es bald auch Informationen zum Prämiensystem.

auch wenn er glaubt, die Branche, in der er tätig ist, habe keine Berührungspunkte mit Mobiltelefonie“, betonte Schilly. „Wir haben zum Beispiel Ende vergangenen Jahres mit unserer Fashion Collection gezeigt, daß Handys auch in der Modebranche eine Berechtigung haben, wenn sie mit entsprechender Marketingunterstützung und entsprechendem Engagement des Handels vermarktet werden.“

Grundsätzlich stehe Nokia einer Zusammenarbeit mit allen Branchen des Handels positiv gegenüber. „Aber“, räumte Schilly ein, „niemand darf erwarten, daß wir für jeden Bedarf ein fertiges Erfolgskonzept bereitliegen haben. Wir sind jedoch gern bereit, Experimente zu wagen und erfolgversprechende Kooperationsmodelle zu testen.“ Er sei sicher, daß erfolgreiche Unternehmer die Chancen nutzen würden, die sich durch eine Zusammenarbeit mit Nokia und die Möglichkeit zur Realisierung eigener Ideen öffnen können. Es gehe letztlich darum, den Verbraucher jeweils dort abzuholen, wo er stehe, „und wenn zum Beispiel jemand erwartet, daß er zu seinem neuen Kostüm oder Kleid ein passendes Mobiltelefon als modisches Accessoire bekommt, dann wollen wir diesem Wunsch nicht im Weg stehen“, meinte Schilly.

Ein weiteres Thema auf den Handelstagen ist die Vorstellung eines neuen Prämiensystems für Nokia Händler. Schilly: „Wir wollen diejenigen Partner belohnen, die sich für unsere Produkte und die Marke einsetzen. Dabei gilt: Je beratungsintensiver ein Produkt ist, desto mehr Prämienpunkte gibt es.“ Die gesammelten Punkte kann

der Händler dann nach eigenem Wunsch gegen Prämien einlösen. Welchen Wert welche Prämien haben, erfährt er aus einem Prämienkatalog, den er zum Beispiel im Nokia Händler-Intranet abrufen kann. Auch das Prämiensystem soll alle Nokia Partner ansprechen, unabhängig von ihrer Branche.

Herbert Päge

O₂ setzt Nokias Intelligent Content Delivery Lösung ein

Nokia und O₂ haben die Lieferung der Nokia Intelligent Content Delivery-Lösung zur Erweiterung des Mobilfunk-Kernetzes von O₂ in Deutschland vereinbart. Die Nokia Intelligent Content Delivery-Lösung ist ein netzbasiertes zentralisiertes System zur Kontrolle von Diensten und Inhalten, über den Netzbetreiber auf flexible Weise Dienste analysieren, abrechnen und verwalten können. Die Systemintegration der Nokia Lösung in die existierende Netzumgebung von O₂ und die Anpassung an spezielle Vorgaben von O₂ sind ein wesentlicher Bestandteil der Vereinbarung. Darüber hinaus bietet Nokia O₂ umfassende Serviceleistungen zur Bereitstellung und Wartung der Lösung, darunter Bereitstellungsdienste, Help Desk, Software-Wartung und Notfall-Unterstützung. Mit der Bereitstellung wurde sofort begonnen. In Verbindung mit der Nokia Intelligent Content Delivery-Lösung können Netzbetreiber stark segmentierte Dienste für unterschiedlichste Nutzergruppen anbieten.

Die Mannschaft ist der Star!



Der 50. Talkline Store eröffnet!

Beste Angebote, beste Auszeichnungen und beste Partnerschaft bringen auch beste Geschäfte. Das macht den Erfolg der Talkline Stores aus und wird in 2005 mit weiteren 30 Store-Eröffnungen konsequent fortgesetzt. Sie wollen mit dabei sein? Rufen Sie uns an! Nicole Küssow (04121-41-2262) und Frank Galleky-Menken (04121-41-2260) beantworten gerne Ihre Fragen zum Talkline Store-Konzept.

TALKLINE
SEE YOU WWW.TALKLINE.DE

Berlin: 2.-3. Mai
**Eröffnungsfeier
und Info-
Veranstaltung**

Talkline Store im Jannowitz Center
Brückenstr. 5a, 10179 Berlin
www.talkline.de/stores

Samsung intensiviert Dialog mit dem klassischen Fachhandel

Mit dem neuen umfangreichen Programm „Starlights“ unterstützt Samsung seine Fachhandelspartner. Dabei geht das Unternehmen mit einer Vielzahl von Maßnahmen auf den klassischen Consumer Electronics Fachhandel zu.



„Mit der Adaption des Starlights Programms für die Consumer Electronics Sparte geht Samsung einen großen Schritt auf den traditionellen Fachhandel zu“, erklärt Wolfgang Spöner, Leiter Marketing Audio/Video Entertainment bei Samsung Electronics.

Samsung will das Vertrauen zu seinen Partnern weiter festigen. Dafür hat das Unternehmen sowohl Maßnahmen aus den bereits sehr erfolgreichen Partnerprogrammen der Samsung Produktparte Wireless speziell für den Consumer Electronics Markt adaptiert wie auch eigene Fea-

traktive Präsente eingelöst werden. Statuspunkte dagegen sind an die Produktparten gebunden – für sie erhält der Händler im Gegenzug Leistungen, die ihn bei der Geschäftsentwicklung unterstützen.

Samsung Academy

Schulungen und Trainings sind für Fachhändler traditionell eine Belastung – finanziell wie auch organisatorisch. Samsung reagiert im Rahmen des Starlights Programms auf diese Herausforderung und bietet Händlern im zweiten Quartal die sogenannte „Samsung Academy“ an. Über ihre Bonuspunkte können die Samsung Partner für sich

inhabergeführte Fachhandelsbetriebe. „Mit der Adaption des Starlights Programms für die Consumer Electronics Sparte geht Samsung einen großen Schritt auf den traditionellen Fachhandel zu“, erklärt Wolfgang Spöner, Leiter Marketing Audio/Video Entertainment. „Wir wollen den Markt für Unterhaltungselektronik gemeinsam mit unseren Partnern weiterentwickeln und dafür sorgen, daß der Fachhandel nicht nur von unseren Produktinnovationen, sondern auch von einer vertrauensvollen Partnerschaft und seinem Engagement für Samsung profitiert.“

Das Starlights Programm für die CE Sparte startete am 1. April dieses Jahres.

Handelsroadshow

„Samsung bringt die Brillanten der Unterhaltungselektronik in die Stadt“, unter diesem Motto stand die Handelsroadshow des Unternehmens in diesem Früh-

jahr. Über einen Zeitraum von fast drei Wochen war Samsung in sechs deutschen Städten unterwegs, um seinen Fachhandelspartnern die aktuellen Technologie- und Produktneuheiten direkt vor Ort zu präsentieren und um Gelegenheit zu bieten, sich ein Bild von Samsungs Ansprüchen an Qualität und Design zu machen. In diesem Jahr waren erstmals Produkte aus den beiden Sparten Audio/Video Entertainment und Weiße Ware unter einem Dach zu sehen. Samsung hat den Vertrieb dieser beiden Produktgruppen zusammengelegt. Die Verantwortlichen waren mit dem Verlauf der Roadshow sehr zufrieden.

Laut Aussage von Samsung waren auch die Händler äußerst angetan. So waren beispielsweise in Hamburg am 4. April mehr als 150 Gäste vor Ort. Die Roadshow betrachtet Samsung nicht als losgelöste Maßnahme, sondern als Teil der neuen Fachhandelsstrategie.

Partnerprogramm „Starlights“

tures entwickelt. Der Verbesserung der Kommunikation etwa dient die neue Partner Lounge: Über ein Webportal können Händler sich registrieren und so direkt von Samsung die aktuellsten Informationen – Produktinfos, Preislisten, Presseinformationen – oder umfangreiche PoS-Materialien beziehen sowie ihr Know-how über Samsung Produkte auf den neuesten Stand bringen.

Samsung Incentive Programm

Die Händler können außerdem an dem attraktiven Incentive Programm teilnehmen. Hierbei werden Bonus- bzw. Statuspunkte gesammelt, die sich am Umsatz mit Samsung-Produkten orientieren. Bonuspunkte werden dem Fachhandelspartner über alle Produktparten kumuliert gutgeschrieben, sie können gegen at-

selbst oder ihre Mitarbeiter einen Platz an der Academy einlösen – und sich ohne Zusatzkosten von kompetenten Fachtrainern in Fragen wie Verkaufsargumentation oder Kundenakquise weiterbilden lassen. Darüber hinaus können sie auf Wunsch auch an Samsung Produktschulungen teilnehmen. Ein monatlicher Newsletter wird die Samsung Partner regelmäßig über aktuelle Produktinformationen und handelspezifische Neuheiten informieren.

Mittelstand im Fokus

Das Starlights Programm wendet sich gezielt an mittelständische,



Wolfgang Spöner und Graeme Garson, Produktmanager AV, waren mit dem Verlauf der Samsung Handelsroadshow sehr zufrieden.

Neuheiten

Bluetooth Media Center von Sony Ericsson

Mobil Mit dem MMV-200 hat Sony Ericsson sein neuestes Bluetooth Media Center vorgestellt. Das MMV-200 ist ein Konvergenzgerät, um Content wie Fotos, Video- oder Musikclips vom Mobiltelefon auf dem TV zu betrachten oder auf dem HiFi-System abzuspielen. Mit dem MMV-200 wird das Handy zur flexiblen Steuerungszentrale für Unterhaltungsgeräte. Ist das MMV-200 an die HiFi-Anlage angeschlossen, können die Musikdateien via Bluetooth übertragen und auf dem Sound-System abgespielt werden. Genauso einfach geht es bei Fotos und Videoclips: Diese werden mit Hilfe des MMV-200 an das TV-Gerät übermittelt. Das Sony Ericsson Bluetooth Media Center erlaubt es, Bilder und Musik gleichzeitig zu steuern. Das MMV-200 ist außerdem mit einer Vielzahl von Speicherkarten kompatibel (Mobiltele-

fon, PC oder Digitalkamera). Diese werden in das MMV-200 gesteckt, und das Mobiltelefon wird zur Fernsteuerung, mit der sich die Fotos weiterklicken und die Musik-Tracks auswählen lassen. Das



Bluetooth Media Center von Sony Ericsson kann mit mehreren Mobiltelefonen gleichzeitig kommunizieren und ist mit jedem Bluetooth Handy einsetzbar. Das vielseitige Gerät ist voraussichtlich im Laufe des zweiten Quartals verfügbar.

Exklusive Sony Ericsson Handys für T-Mobile

Mobil Mit dem D750i und dem K508i Twilight Black hat Sony Ericsson zwei neue Mobiltelefone vorgestellt, die exklusiv in den europäischen T-Mobile Märkten gelauncht werden. Die enge Zusammenarbeit zwischen Sony Ericsson und dem wichtigen Netzbetreiber wird dadurch weiter gestärkt. Die aktuelle Produktpalette von Sony Ericsson zielt darauf ab, Verbrauchern Innovationen in den Bereichen Mobile Music und Imaging zu bieten, während T-Mobile diverse mobile Musikanwendungen für Konsumenten entwickelt hat. Dazu zählt auch das Musik-Konzept „Electronic Beats“.

Sony Ericsson und T-Mobile haben sich nun zusammengesetzt, um durch die Einführung der beiden neuen Mobile Jukebox Handys ihren Kunden ein noch umfangreicheres Angebot zu bieten. Sowohl das D750i als auch das K508i werden exklusiv für T-Mobile angeboten und sind für alle europäischen Märkte des Netzerkanbieters erhältlich.



Das D750i ist laut Hersteller das ideale Handy für Kurzurlaube und Reisen: Es bietet eine Zwei-Megapixel-Kamera, einen MP3-Player, ein UKW-Radio und eine Übersetzungssoftware in einem kompakten, leicht zu bedienenden Gerät. Das D750i verfügt über technische Features, die bei Stand-alone-Digitalkameras mittlerweile üblich, bei Mobiltelefonen jedoch neu sind: Dazu gehören Autofokus, vierfache Digitalzoomfunktion, Vorblitz gegen den Rote-Augen-Effekt und eine leicht zu bedienende Benutzeroberfläche. Ein Blitzgerät ist darüber hinaus als Zubehör erhältlich.

Dank seines bis zu 38 MB umfassenden internen Speichers und des mitgelieferten 64 MB Duo Memory Sticks kann das D750i eine große Menge an Bildern und Musik speichern. Das D750i ist darüber hinaus kompatibel mit einem PRO Duo Memory Stick bis 2 GB. Über den Dienst t-zones von T-Mobile erhält man mit dem D750i Zugang zur Mobile Jukebox.

Die Mobile Jukebox von T-Mobile ermöglicht

es, Musik auf das Handy zu laden und von dort anzuhören. Der Service wurde im Juni 2004 eingeführt; die Zahl der Downloads hat sich zwischen dem dritten und dem vierten Quartal des vergangenen Jahres mehr als verdoppelt. Ein kompletter Katalog von mehreren hunderttausend Tracks in voller Länge ist aktuell verfügbar.

Das K508i Twilight Black ist ein Entertainment-Handy mit ausgesuchten Inhalten und einer Fülle von Anwendungen. Benutzer können ihre Geschicklichkeit beispielsweise beim integrierten 3D-Racer-Spiel testen und das große TFT-Farbdisplay mit 65.000 Farbabstufungen mit Wallpapers oder animierten MMS-Templates individuell einrichten. Mit seinem MP3-Player, der VGA-Kamera mit vierfacher Digitalzoomfunktion und seinen Spielen erfüllt das K508i viele Wünsche nach kurzweiliger Unterhaltung.



Pos Aktuell

BenQ will 700.000 Projektoren verkaufen

Für das Erreichen des selbstgesteckten Ziels von 700.000 verkauften Digital-Projektoren im Jahr 2005 setzt BenQ nach eigenen Angaben auf einen überwältigenden Erfolg seines neuen High End DLP-Projektors PE7700 mit echter 720p HD-Auflösung. In Taiwan beabsichtigt BenQ in diesem Jahr 50 Prozent Anteil im Marktsegment Projektoren zu erzielen. Nach Prognosen des Marktforschungsunternehmens International Data Corporation (IDC) wird der Weltmarkt im laufenden Jahr wahrscheinlich 5,08 Millionen Projektoren aufnehmen. Das entspricht einem Zuwachs von 38 Prozent gegenüber 3,68 Millionen weltweit verkauften Geräten 2004. BenQ will in diesem Jahr 400.000 Projektoren unter eigenem Namen und 300.000 als OEM-Produkte verkaufen. Das würde 14 Prozent des Weltmarkts für Projektoren entsprechen. BenQ hofft bei seinen optimistischen Erwartungen auf den Erfolg des HD-Projektors PE7700 mit einem projektierten Verkaufspreis von 2.148 Euro.

Samsung will größeres Stück vom MP3-Markt

Samsung beabsichtigt nach Aussage eines Firmensprechers, seinen bisherigen Anteil am weltweiten Absatz von mobilen MP3-Playern spürbar zu vergrößern und dem diesen Marktbereich dominierenden Computer-Hersteller Apple bis 2007 das größte Stück des „MP3-Apple“ wegzuschnappen. Bei der Herstellung und dem Vertrieb von Speicher-Chips und LCD-Bildschirmen ist Samsung bereits weltweiter Marktführer. Bei MP3-Playern belegt das Unternehmen zur Zeit Platz acht in der Rangliste der Besten. Samsung will innerhalb absehbarer Zeit seinen Weltmarktanteil auf 25 bis 39 Prozent vergrößern und sich 50 bis 55 Prozent des koreanischen MP3-Marktes sichern. „Für 2005 hat sich Samsung mehr als fünf Millionen weltweit abgesetzter MP3-Player zum Ziel gesetzt“, erklärte Tai-ho Ahn, Senior Executive Director Samsung Electronics und CEO Samsung Bluetek. „Im Zuge der Ausweitung unseres Geschäfts mit Digital Audio Devices beabsichtigen wir, bis 2007 zum Top-MP3-Player-Hersteller weltweit aufzusteigen.“ Samsung verkaufte im Jahr 2004 1,7 Millionen

MP3-Player. Wie Ahn erläuterte, rechne man damit, daß der Weltmarkt im laufenden Jahr etwa 35 bis 45 Millionen MP3-Player aufnehmen werde. Zur Zeit erfreut sich Apple am weltweiten Erfolg seines Harddisk-basierten iPod MP3-Players. Samsung gab bekannt, schnellstmöglich „Dutzende“ neuer MP3-Player Modelle zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, einschließlich portabler Multimedia-Player (PMPs) mit umfangreichen Multimedia- und Videofunktionen, um den Bedarf und den Geschmack unterschiedlicher Käufergruppen bedienen zu können. Die Verkaufspreise der unterschiedlichen Modelle will man gezielt aggressiv gegen entsprechende Konkurrenzprodukte der Mitbewerber positionieren. Erste neue Modelle von Samsung sollen in diesen Tagen den Markt erreichen.

Samsung und ATI wollen zusammenarbeiten

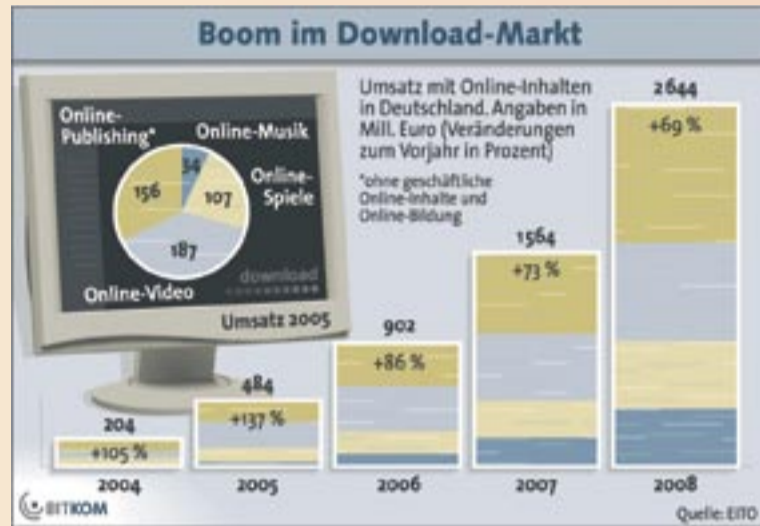
Wie ATI Technologies Inc. bekanntgab, hat Samsung Electronics Co. Ltd. beschlossen, die ATI Grafiklösungen „Xilleon 226“ und „Theater 313“ bei Geräten des Samsung Line-ups für hochauflösende DLP Rückprojektions-TVs einzusetzen. Die neuen DLP HDTVs profitieren von der hochqualitativen Aufbereitung der Bildsignale durch ATIs Xilleon 226 und Theater 313. Bei den in den USA und Korea von Samsung angebotenen DLP HDTVs sind folgende Modelle bereits mit Xilleon 226 und Theater 313 bestückt: HLR-4266W, HLR-4677W, HLR-5087W, HLP-5067W, HLR-5067W, und HLR-5688W. Samsung und ATI beabsichtigen, die im Jahr 2003 auf diesem Gebiet gestartete Zusammenarbeit weiter zu intensivieren und die Grafik-Chips Xilleon und Theater von ATI in allen weltweit angebotenen Premium HDTV-Modellen zum Einsatz zu bringen.

Umweltfreundliche Panasonic Produktion

Bereits ab April 2005, und damit weit vor dem öffentlichen Stichtag im Juli 2006, stellt Panasonic seine gesamte Toughbook-Sparte auf die RoHS-Verordnung der EU um. Die europäische RoHS-Richtlinie beschränkt ab 2006 die Verwendung gefährlicher Stoffe bei der Herstellung von Elektro- und Elektronikgeräten. Durch den EG-weiten Geltungsbereich der RoHS-Verordnung sollen Handelshemmnisse und Wettbewerbsverzerrungen im europäischen Binnenmarkt vermieden und ein erheblicher Beitrag zum Schutz von Gesundheit und Umwelt geleistet werden.

Download-Markt soll dreistellig wachsen

Laut einer vom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) in Berlin veröffentlichten Studie des European Information Technology Observatory (EITO) soll der Download-Markt in Deutschland in diesem Jahr um 137 Prozent auf 484 Millionen Euro zunehmen. Damit beschleunigt sich erneut die Wachstumsgeschwindigkeit in diesem Marktsegment. 2004 wurde bereits ein Plus von 105 Prozent erzielt. 2007 soll dieser Markt dann ein Volumen von mehr als einer Milliarde Euro erreichen. Unter dem Begriff „Download-Markt“ faßt Bitkom online verfügbare Musik, Spiele, Videos, Texte und Bilder zusammen. Software und Inhalte für den geschäftlichen Bereich sind in den Zahlen für den „Download-Markt“ nicht enthalten. „Die Bereitschaft, im Internet Geld auszugeben, ist in den Privathaushalten deutlich gestiegen“, kommentierte Bitkom-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder die Ergebnisse der Studie. „Die



Zeit der Kostenloskultur geht zu Ende. Gleichzeitig steigt die Qualität der Angebote.“ Mehr als ein Drittel der Umsätze (187 Millionen Euro) entfallen auf den Download von Videofilmen. „Hier macht sich vor allem die gestiegene Zahl der Breitband-Anschlüsse bemerkbar, die das schnelle Herunterladen großer Dateien überhaupt erst ermöglichen“, sagte Rohleder. Mit 34 Millionen Euro fällt der Umsatz mit Online-Musik dagegen relativ gering aus, soll aber in den kommenden Jahren stark anwachsen, auf erwartete 420 Millionen im Jahr 2008. Nahezu die gleiche Größenordnung soll mit 495 Millionen zu diesem Zeitpunkt auch das sogenannte Online-Gaming erreichen. Der konventionelle Verkauf von CDs, CD-ROMs und DVDs wird jedoch auch in den kommenden Jahren klar überwiegen. Laut EITO sollen im traditionellen (offline) Musikmarkt in diesem Jahr 1,54 Milliarden Euro umgesetzt werden. Spitzenreiter bei verkauften Online-Inhalten sind Text- und Bildinformationen. 2005 sollen die damit getätigten Umsätze 156 Millionen Euro erreichen und bis 2008 auf eine Milliarde Euro jährlich ansteigen. Insgesamt werden deutsche Endkunden nach Bitkom-Prognosen im Jahr 2008 für Online-Inhalte rund 2,6 Milliarden Euro ausgeben.

Bereits im Januar 2003 verabschiedete die EU zu diesem Zweck zwei Richtlinien, die als Begriffe in den Kurzformen WEEE („Waste Electric and Electronic Equipment“) und RoHS („Restriction of Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment“) inzwischen geläufig sind. Die WEEE-Richtlinie soll mit Sammel- und Recyclingvorgaben die Menge des zu deponierenden Elektronikschrotts reduzieren, während die RoHS-Richtlinie Verbote und Beschränkungen

für bestimmte Stoffe aussprechen kann, um von diesen ausgehende Umwelt- und Gesundheitsbelastungen zu verringern und das Recycling ausgedienter Elektro- und Elektronikgeräte zu erleichtern. Deshalb dürfen ab Juli 2006 Stoffe, die laut Richtlinie 2002/35/EG „aller Wahrscheinlichkeit nach ein Risiko für die Gesundheit und die Umwelt darstellen“, in den meisten Elektro- und Elektronikgeräten nicht mehr verwendet werden. EU-Mitgliedsstaaten müssen sicherstellen, daß ab die-

sem Zeitpunkt neu in den Verkehr gebrachte Elektro- und Elektronikgeräte kein Blei, Quecksilber, Cadmium, sechswertiges Chrom, polybromiertes Biphenyl (PBB) oder polybromierten Diphenylether (PBDE) enthalten. Weil Umweltschutz zu den vorrangigen Grundsätzen des Mutterkonzerns von Panasonic, der Matsushita Electric Industrial Ltd., zählt, hat der japanische Konzern die Entscheidung getroffen, die RoHS-Richtlinie vorzeitig zu implementieren.

E & K data und Iomega laden zum Reseller-Tag

Die Unternehmen E & K Data und Iomega heißen alle Händler zum Reseller-Tag am 29. April willkommen. Dort wollen die beiden Firmen Wissenswertes über das Thema Professional Products bieten, insbesondere über die Iomega Produkte NAS und REV. In den Räumlichkeiten des Golf Clubs Bey in Hinsbeck sollen Reseller professionell über die Vorzüge und Eigenschaften der Iomega Produkte NAS und REV informiert werden. Für Händler, die in ihrer Produktpalette bisher noch keine Geräte von Iomega führten, ist die Veranstaltung eine gute Chance, Kontakte zu knüpfen und Anregungen zu sammeln. Dafür tragen ein Vortrags- und Rahmenprogramm, Produktvorführungen sowie eine Diskussionsrunde bei, in der Fragen zu den Produkten, den Technologien und Absatzmöglichkeiten beantwortet werden. Nach dem Vortrags- und Rahmenprogramm gibt es für Golfbegeisterte einen Schnupperkurs auf einem 6-Loch-Platz mit anschließend durchgeführtem Turnier. Infos unter Telefon 02162 / 951661.

Apple steigert Gewinn im zweiten Quartal

Im zweiten Quartal seines Geschäftsjahres hat Apple 3,24 Milliarden US-Dollar umgesetzt und damit den Umsatz des Vergleichsquartals im Vorjahr um 70 Prozent gesteigert. Der Nettogewinn betrug 290 Millionen US-Dollar gegenüber 46 Millionen US-Dollar im Vergleichsquarter des Vorjahres. Mit diesen Ergebnissen vermeldete Apple-Chef Steve Jobs Umsatz- und Gewinnzahlen, die über den Erwartungen der Analysten lagen, und einen Rekord für ein zweites Quartal. Finanzchef Peter Oppenheimer erwartet für das laufende dritte Quartal einen Umsatz von 3,25 Milliarden US-Dollar und 28 Cent Gewinn je Aktie. In den zurückliegenden drei Monaten hat Apple 1,07 Millionen Computer und 5,3 Millionen iPods verkauft.

LIFE. STYLE.

Seitdem wir zusammen unterwegs sind, fühle ich mich frei. Du hast mir neue Wege eröffnet und gezeigt, wie groß jeder kleine Augenblick sein kann.

EXAD

Car-Multimedia mit Navigation

JVC KD-NX901

Festplatte (20 GB) für Navigation und als Musik-Server | bis zu 30x schnellere Routenberechnung | ganz Europa mit über 500 POI-Kategorien | DVD mit Giga MP3 für Musik non-stop | mobil mit SD-Card | 8 Sprachen | Simultanbetrieb von Navigation und Entertainment

Erlebe die Zukunft | www.jvc.de



JVC

The Perfect Experience

Thomson mit umfangreicher HD-Range

Neue Rückprojektions-TVs der Classic-Reihe

Thomson verfügt derzeit über eine der umfangreichsten HD-Ranges am Markt. Vom 61" DLP-Rückprojektions-TV über 37" und 42" Plasma-Fernseher bis hin zum 23" LCD-TV hat Thomson ein lückenloses Angebot von 17 hochauflösenden TV-Displays, die mit dem HD-ready Gütesiegel ausgezeichnet sind. Die neuesten Modelle der HD-Range sind drei Classic-DLP-Rückprojektions-TVs.

Schon die ersten DLP-Rückprojektions-TVs der Thomson Scenium Classic-Reihe, die 2004 in den Markt kamen, waren nach Aussagen von Thomson von Erfolg gekrönt. Die Geräte arbeiten mit DLP-Technologie und haben schmalere Abmessungen im Vergleich zu herkömmlichen Röhren-TVs. Im neuen Stil mit DLP-Technologie hat Thomson drei neue Classic-Modelle geschaffen, die ab Mai dieses Jahres lieferbar sind. Die Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 44, 50 und 61" unterscheiden sich von den Vorgängern nicht nur im Design, sondern auch die Technologie



Pierre Maielli, Marketingleiter Thomson multimedia sales Germany & Austria GmbH, sieht HDTV als sehr wichtige Entwicklung im deutschen Fernsehmarkt.



wurde verfeinert. Einen großen Beitrag hierzu lieferten wieder die Entwicklungslabors in Villingen, die in Zusammenarbeit mit Zeiss eine neue Light Engine entwickelt haben. Sie und eine neue Mattscheibe sorgen für eine optimierte Bildqualität und eine klare Dar-

stellung. Zudem absorbieren die neuen DLP-Klassiker das Umgebungslicht besser. Die Bilder sind kontrastreicher und mit einem tieferen Schwarz. Ein neues Farbrad ermöglicht die Darstellung natürlicher Farben. Alle drei neuen Geräte bringen

das HD-ready Gütesiegel mit. Pierre Maielli, Marketingleiter Thomson multimedia sales Germany & Austria GmbH, sieht HDTV als eine der wichtigsten Technologienentwicklungen im Fernsehmarkt der Zukunft: „HDTV wird in naher Zukunft eine wichtige Rolle auf dem deutschen Markt einnehmen. Denn hochauflösendes Fernsehen geht einher mit großen Bildschirmdiagonalen in 16:9-Format-TV-Geräten, die immer beliebter werden. Auch die modernen Bildschirm-Technologien tragen zur Verbreitung von HDTV bei, da viele Geräte bereits in der Standardausstattung das HD-ready Gütesiegel mitbringen. Die Panels sind schon heute mit den Optionen für die Zukunft und die Darstellung von hochauflösendem Bildmaterial ausgestattet. HD-ready wird sich zu einem wichtigen Kaufargument entwickeln, weil es eine zukunftssichere Investition verspricht.“ *miz*

POS Aktuell

Fujitsu General unterstützt Fachhandelspartner am PoS

Mit einem „mobilen Filmtheater“ unterstützt Fujitsu General Fachhändler, die die neuen Plasmavision Displays der Select-Line selektiv in ihrem Einzugsgebiet vermarkten wollen. Das „PromoMobil“ ist ein zum Heimkino umgebauter Opel Viva-ro, der mit vier bequemen Sitzplätzen beim Händler vorfährt und zur Vorführung einlädt. Je ein 42" und ein 50" „Plasmavision“ Display sind im Fahrzeuginneren gegeneinander und um 180° drehbar montiert. So ist ein Display der Blickfang für Gäste im Fahrzeuginneren, während das rückwärtige Display gleichzeitig für Außenwerbung sorgt und die Aufmerksamkeit von Passanten auf sich ziehen soll. Ein integriertes KEF Home Cinema-Sound System ermöglicht auch akustisch ein ganz besonderes Heimkino-Erlebnis. Die weiterentwickelte AVMI-Technologie soll in jedem Falle so perfekt wie technisch möglich in Szene gesetzt werden.

Panasonic Recyclingzentrum für Tonerkartuschen

Panasonic Communications Co. (U.K.) mit Sitz in Newport, Großbritannien, eröffnete im April 2005 ein Recyclingzentrum für Tonerkartuschen. Die Recycling-

Kapazität im neuen Werk wird zu Beginn bei circa 30.000 Einheiten pro Jahr liegen. Das neue Werk ergänzt und erweitert das Programm zur Wiederverwertung gebrauchter Tonerkartuschen, das Panasonic im Dezember 2004 aufgenommen hat. Im Rahmen dieses Programms können die Anwender in 15 europäischen Ländern (Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Portugal, Schweden, Schweiz und Spanien) ihre gebrauchten Fax-Tonerkartuschen dem Recycling durch Panasonic zuführen. Momentan gilt dieses Programm für die Fax-Tonerkartuschenmodelle UG-3313 und UG-3350, für die Zukunft ist aber die Ausdehnung des Sammelprogramms auch auf andere Tonerkartuschen geplant.

Olympus mit neuer Struktur und neuem Geschäftsführer

Im Zuge der globalen Strategie von Olympus, die Effektivität und die Wertschöpfung der Unternehmensbereiche zu erhöhen, erfolgte eine Reorganisation der Olympus Europe GmbH. Veränderungen gibt es auch bei der Olympus Deutschland GmbH. Seit dem 1.4.2005 ist Jörgen Nimphy neuer Geschäftsführer im Bereich Consumer Electronics. Nimphy ist für Olympus bereits seit 15 Jahren europaweit aktiv. Neben seiner Tätigkeit als Deputy Managing Director für Consumer Imaging übernimmt er auch die Geschäftsführung für Consumer Products in Österreich. Die Gesamtgeschäftsführung

DVB-T – Gute Resonanz beim Geräteverkauf

Einen äußerst positiven Trend in Anbetracht der Verkaufszahlen von Set-Top-Boxen und TV-Geräten mit integrierten TV-Receiver meldete die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) schon zum Start des Umstiegs in Norddeutschland und NRW Ende letzten Jahres. Bundesweit konnten die Absatzzahlen die Erwartungen übertreffen. Insgesamt konnten nach Angaben des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI alleine im Jahr 2004 rund 450.000 DVB-T-Boxen und -TVs mit integriertem DVB-T-Receiver verkauft werden. Zusammen mit den in 2002/2003 in Berlin verkauften Geräten wurden insgesamt bis zum Ende des letzten Jahres rund 1,1 Mio. verkaufte Geräte verzeichnet. Für die Jahre 2005/2006 wird ein Absatzvolumen von circa 800.000 DVB-T-Receiver pro Jahr erwartet. Von Anfang an wurde der Umstellungsprozess auf DVB-T in Berlin und Brandenburg besonders genau beobachtet und von wissenschaftlichen Begleitstudien untersucht. Eine repräsentative Haushaltsbefragung, die im Auftrag von RBB und GARV durchgeführt wurde, bestätigte den positiven Trend. Die Studie zeigt, daß heute deutlich mehr Haushalte in Berlin und Brandenburg die Terrestrik als Empfangsweg nutzen als vor der Umstellung. Interessant dabei: Mehr als 40 Prozent der heutigen Anwender wechselten erst nach dem Ende der Umstellungsphase, also im Zeitraum zwischen August 2003 und heute. Dies zeigt, daß in Regionen, in denen die Umstellung später stattgefunden hat, die Nachfrage nach DVB-T-Empfangsgeräten bei weitem nicht ausgeschöpft ist. Auch der Handel in NRW zeigte sich deutlich zufrieden mit dem Absatz von Set-Top-Boxen in den vergangenen Monaten. „Statt eines nur punktuellen Runs stellen wir erfreulicherweise eine Verteilung des Kundeninteresses auf einen viel größeren Zeitraum fest. Viele unserer Kunden lassen sich beim Kauf eines DVB-T-Empfängers Zeit – und dies zu Recht, schließlich wurde das analoge Signal in den bisherigen DVB-T-Gebieten Rhein-Main, Nordrhein-Westfalen und auch im Großraum Hamburg/Bremen nicht unmittelbar mit Einführung des Überallfernsehens abgeschaltet, sondern wird zum Teil noch bis April 2005 gesendet. Für MediaMarkt hat diese Verteilung des Kundeninteresses zur Folge, daß wir unsere Kunden beim Kauf viel eingehender beraten können. Ein Vorteil also für uns und unsere Kunden“, erklärt Daniela Henger, MediaMarkt Unternehmenskommunikation. Auch Wilfried Johann, Geschäftsführer von Johann & Wittmer in Ratingen, ist mit dem Abverkauf von DVB-T-Receiver sehr zufrieden. „Nach der Umstellung im November vergangenen Jahres konnten wir einen regelrechten Run mit dem Absatz von DVB-T-Boxen verzeichnen. In nur zwei Monaten gingen bei uns mehr als 1.000 Geräte über die Ladentheke. Wichtig ist für uns die intensive Beratung unserer Kunden. Das heißt, wenn es auch einmal Probleme mit der Installation der Geräte oder den Antennen geben sollte, sind wir durchaus bereit rauszufahren und den Kunden vor Ort zu beraten. Allerdings spielt bei uns auch die Produktqualität eine wichtige Rolle. Wir haben uns von No-Name-Anbietern distanziert und bieten lieber Geräte von Markenherstellern an, da mit Marken-Produkten wesentlich transparentere Service-Leistungen möglich sind.“

der Olympus Deutschland GmbH liegt nach wie vor im Verantwortungsbereich von Walter Sandig. Nach der Reorganisation strukturiert sich das operative Geschäft von Olympus Europa wie folgt: Olympus Imaging Europa GmbH offeriert eine breite Produktpalette, die neben analogen und digitalen Kameras (einschließlich der professionellen digitalen Spiegelreflexkameras des Olympus E-Systems) Ferngläser, Diktiergeräte und Musikplayer

sowie Zubehör beinhaltet. Das Angebot von Olympus Medical Systems Europa GmbH umfaßt Endoskope und Systemlösungen für Anwendungen in der Inneren Medizin und Chirurgie sowie die bewährten Systeme zur Wiederaufbereitung und eine große Auswahl an Zubehör. Zum Geschäftsbereich Olympus Life and Material Science Europa GmbH zählen Mikroskopsysteme für die Erfordernisse der Life Science und Materialwissenschaften

als auch Analysensysteme und Reagenzien für klinische Labore. Die Olympus Europa GmbH bleibt die Muttergesellschaft der europäischen Tochterunternehmen und stellt den neu gegründeten Unternehmen Services aus den Bereichen Finanzen, Human Resources/General Affairs, IT, Logistik und Corporate Communications zur Verfügung. Die Geschäftstätigkeiten der einzelnen lokalen Gesellschaften bleiben so organisiert wie bisher.

Im Hinblick auf die Fernseh Zukunft

Die neuen HDTV-fähigen von JVC



JVC präsentiert eine neue Generation von LCD-TVs, die für das hochauflösende Fernsehen gerüstet sind. Zudem arbeiten die neuen Geräte mit der D.I.S.T.-Technologie (Digital Image Scaling Technology), die die Eingangssignale in progressive Signale umwandelt und an das Display bis zur vollen HD-Auflösung anpaßt.

Zu der neuen „HD-Ready“-Generation gehören die beiden Modelle LT-32S60 mit einer Bildschirm-diagonale von 81 cm und der LT-26S60 mit 66 cm. Die LCD-Panels liefern eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln, sind kompatibel zu den HD-Formaten 720p/1080i und

sind sowohl mit einem HDMI- als auch einem Komponenten-Eingang ausgestattet. Angepaßt an den High-Definition-Standard sind auch das Kontrastverhältnis (800:1) und die Helligkeit (500 cd²). Auch der mögliche Blickwinkel von 170 Grad und die Reaktionsgeschwindigkeit von 14 ms sprechen für eine hohe Qualität. Neben dem Einsatz der D.I.S.T.-Technologie sorgen auch das Dynamische Bild-Management und das Farb-Management-System im Zusammenspiel mit der Dynamischen Schwarzpegel-sowie der Gamma-Steuerung für deutliche Verbesserungen in der Helligkeit, dem Kontrast und der Farbintensität. Zur Unterdrückung verschiedenartiger Rauschformen stehen separate und individuell arbeitende Systeme zur Rausch-

unterdrückung zur Verfügung. Hervorzuheben ist auch der – neben den üblichen Anschlüssen – noch zur Verfügung stehende Komponenten-, PC- und HDMI-Anschluß, der die originalgetreue und unkomprimierte Übertragung digitaler Signale von entsprechenden Geräten mit einem einzigen Kabel ermöglicht. Komplettiert wird die Ausstattung der neuen LCD-TVs mit einem erstklassigen Tuner und hochentwickelten Sound Systemen, wie „3D“, „BBE Sound“ und „Active Hyper Bass“. Der empfohlene Verkaufspreis für die ab Mai lieferbaren LCD-TVs lautet 2.499 Euro für den LT-32S60 und 1.799 Euro für den LT-26S60. Ebenfalls neu in der LCD-TV-Range von JVC ist der neue LT-37S60. Mit einer Bilddiagonale

von 94 Zentimetern liefert das Gerät eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln und ist ebenfalls kompatibel zu den HD-Formaten 720p/1080i. Auch die Werte für das Kontrastverhältnis (800:1) und die Helligkeit (600 cd²) unterstreichen die hohe Qualität des Panels. Der mögliche Betrachtungswinkel beträgt auch bei diesem LCD-TV von JVC 170 Grad, die Reaktionsgeschwindigkeit 14 ms. Bis auf die größere Bilddiagonale gleicht der LT-37S60 in den technischen Features den Modellen LT-32S60 und LT-26S60. Der 37-Zöller wird ab Juli dieses Jahres lieferbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 3.499 Euro. Alle drei LCD-TVs werden in den Gehäusefarben Silber oder Schwarz lieferbar sein.

LCD-TV mit Memory Card-Steckplatz

Im August dieses Jahres bringt JVC mit dem LT-37M60BU einen LCD-TV in den Markt, der mit einem Multi-Memory Kartensteckplatz ausgestattet ist. Somit ist das Gerät in der Lage, Memorykarten wie SD, XD, Memory Stick, Compact Flash und Microdrive zu lesen. Auf der Karte gespeicherte Daten können somit im JPEG- und im MPEG-2 Format auf dem Bildschirm des LT-37M60BU angezeigt werden. Auch Aufnahmen, die direkt auf dem Microdrive der Everio Digital Media Camera von JVC gespeichert sind, können direkt auf dem Fernsehgerät angeschaut werden. Der neue LT-37M60BU ist natürlich ebenfalls HDTV-tauglich und arbeitet mit der D.I.S.T.-Technologie. Der empfohlene Verkaufspreis ist noch nicht bekannt. Ferner wird

JVC-Fachhandelsinitiative JFI

Die ehemalige Grundig-Fachhandelsinitiative GFI heißt nun JFI. Im Rahmen einer Fachhandelspresskonferenz bestätigten JVC-Vertriebsleiter Franz-Josef Gaul und Beiratsvorsitzender der ehemaligen GFI, Peter Theisen, die Formierung der neuen Fachhandelsinitiative. Nachdem Grundig im August 2004 die Verträge mit der GFI aufgehoben hatte, war es Theisen wichtig, so schnell wie möglich einen neuen kompetenten Industriepartner zu finden. Nach einigen Gesprächsrunden kristallisierte sich heraus, daß JVC der richtige Lieferant sei. Auch seitens JVC sieht man mit dieser Formierung einen wichtigen Schritt zur erfolgreichen Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern: „Wir wollen eine faire und ausbalancierte Vertriebspolitik und sehen die Notwendigkeit, den Fachhandel erfolgreich zu unterstützen“, betonte Franz-Josef Gaul. Auskömmliche Margen und ein intensiver sowie regelmäßiger Dialog sollen die Kernpunkte der neuen JVC-Fachhandelsinitiative werden. Neben dem Beiratsvorsitzenden Peter Theisen zählen Uwe Baumann (Euronics, Bayreuth), Willi Klöcker (ElectronicPartner, Leverkusen), Norbert Loskill (Expert, Castrop-Rauxel) und Lutz Schreiber (Euronics, Berlin) zum Beirat der JFI.

JVC in naher Zukunft 16 weitere LCD-TVs und drei neue Plasma-Fernseher in den Markt bringen.

POS Neuheiten

Robuste Verbatim Camcorder-DVDs



Verbatim hat neue 8-cm-DVD-Rohlinge vorgestellt, die nach Unternehmensangaben mit ungewöhnlichen Eigenschaften ausgestattet sind und besondere Vorteile beim Einsatz in DVD-Camcordern bieten. Dank einer Spezial-Schutzschicht zeigen sich die neuen Verbatim DVD-Medien sehr widerstandsfähig gegenüber Umgebungseinwirkungen, die im allgemeinen zu Kratzern auf der Oberfläche führen und die Aufzeichnungs- und Wiedergabe-Qualität verschlechtern würden. Die neuen Rohlinge sind zwar vorrangig für DVD-Camcorder gedacht, lassen sich aber auch in allen standardmäßigen DVD-Laufwerken oder Stand-alone-DVD-Recordern mit

DVD-R/-RW-Lesefähigkeit einsetzen. Auf acht Zentimetern Durchmesser stellen die Medien eine Aufnahmekapazität von 1,4 GB bereit. Sowohl die 1-4x Mini DVD-R als auch die 1-2x Mini DVD-RW ist mit Hard Coat ScratchGuard ausgerüstet, einer neuartigen Schutzschicht, die Medien gegen versehentliche Kratzer auf der Oberfläche unempfindlicher macht. In Tests wurde nachgewiesen, daß mit Hard Coat ScratchGuard beschichtete DVDs etwa 50mal besser gegen Abnutzung und Verschleiß geschützt sind als Rohlinge ohne eine derartige Beschichtung.

Die neuen Medien sind in jeder Hinsicht kompatibel mit den vom DVD-Forum festgelegten -R/-RW-Formaten und lassen sich am Computer bearbeiten oder auch direkt abspielen. Die Verbatim Mini DVD-R unterstützt die AZO-Technologie für aufnehmbare Datenträger und die Mini DVD-RW das SERL-Verfahren für wiederbeschreibbare Datenträger. Preisempfehlungen: Einzel-DVD-R/RW 4,49/5,49 Euro, Fünferpack 21,99/26,99 Euro.

Schnell: Samsung SyncMaster 930B



Drei neue, sehr spezielle Displays hat Samsung ins Sortiment aufgenommen: Der SyncMaster 930B beeindruckt mit seiner kurzen Reaktionszeit von vier Millisekunden (G/G), der zur Zeit weltweit kürzesten bei einem Seriengerät. Und Menschen mit Rot-/Grün-Farbsehschwäche zeigt das fast baugleiche Modell SyncMaster 930C farblich korrekt kompensierte Bilder. Ein integrierter Chip ermittelt mit Hilfe einer im Lieferumfang enthaltenen Software die jeweilige Stärke der beim Benutzer vorhandenen Farbsehstörung. Seine individuellen Einstellungen stellt der Anwender beim Betrachten einiger Farbverläufe so zusammen, daß er die Bildinhalte am besten wahrnehmen kann. Mit dem Ergebnis dieser Tests errechnet die Software die existierende Farbschwäche und paßt das Bild optimal an. Die gefundenen Einstellungen kann der Anwen-

der speichern und zu einem beliebigen Zeitpunkt erneut abrufen. Auch Benutzer ohne Farbsehschwäche können normal mit diesem Display arbeiten. Alle 930er-



Modelle verfügen als Video-Eingang über ein Dual Interface und damit über eine digitale und eine analoge Schnittstelle. Die Bildschirme sind auch für digitale

Grafikkarten geeignet und können bei Bedarf wechselweise von zwei Rechnern mit Bildinhalten angesteuert werden. Der Betrachtungswinkel liegt horizontal wie vertikal bei 160 Grad. Die Auflösung beträgt 1.280 x 1.024 Bildpunkte. Helligkeit und Kontrast lassen sich bequem per Software anpassen, und gefundene Einstellungen werden für erneuten Abruf gespeichert.

Ein besonderes Highlight im Monitor-Angebot von Samsung ist der „Anion-Monitor“ SyncMaster 721SA: Über kleine, schlitzzartige Öffnungen an seiner Frontplatte treten negativ geladene Ionen aus und verteilen sich in der Raumluft, die dadurch von in der Schwebe befindlichen Staub- und Geruchspartikeln gereinigt wird. Mit dieser Einrichtung wird dem Anwender, während er am Bildschirm arbeitet, im wahrsten Sinne des Wortes Wohlbe-finden zugefächert. „MagicGreen“ ist der Name, den Samsung dieser Technologie gegeben hat.

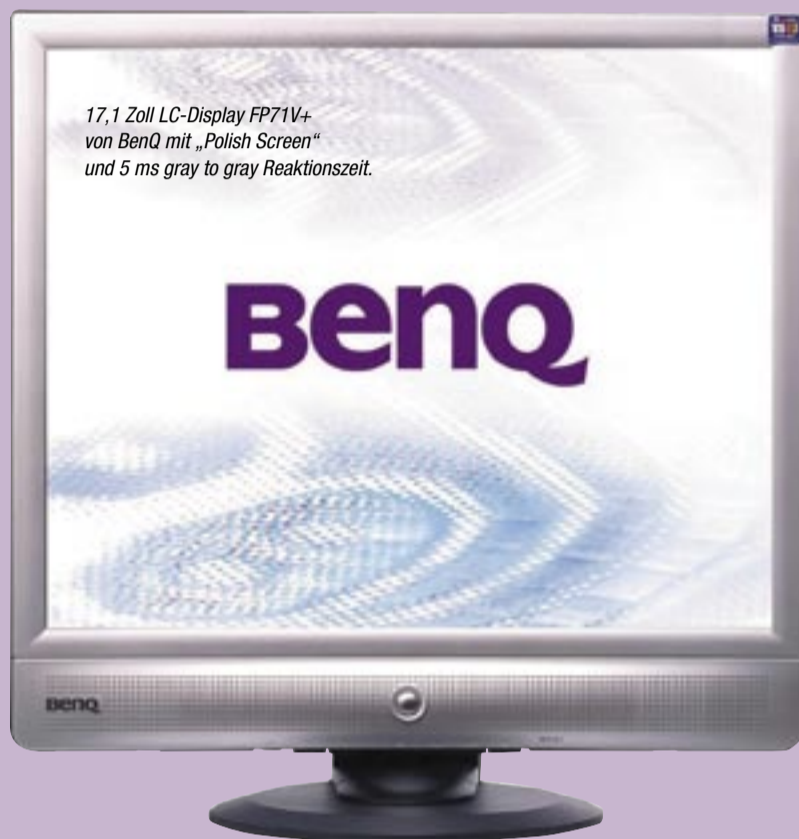
BenQ bringt LC-Displays mit 5 Millisekunden „gray to gray“

Wer Displays mit solch kurzen Reaktionszeiten anbieten kann wie BenQ mit seinen neuen „Polish“ LC-Displays FP71V+ und FP91V+, der ist an klar und eindeutig interpretierbaren Angaben der Schaltzeiten interessiert, um die Vorteile seiner Produkte ins rechte Licht rücken zu können. Diesen Intentionen wird die im Sommer dieses Jahres neu verabschiedete ISO 9241 entgegenkommen, die erstmalig die für die Multimedia-Fähigkeiten eines Bildschirms entscheidenden Schaltzeiten für den Grauwechsel normieren wird („gray to gray“).

BenQ FP71V+: 5 Millisekunden von „gray to gray“

„Polish Sreen“ und „5 ms gray to gray“, das sind, neben einer Reihe weiterer, beispielhafter Ausstattungsmerkmale, die Kronjuwelen des 17,1 Zoll LC-Displays FP71V+ von BenQ: Innerhalb von nur 5 ms können die Liquid Cristal Dioden dieses neuesten BenQ Bildschirms die Lichtdurchlässigkeit der Pixelzellen von dunkel zu hell und von hell zu dunkel umschalten (gray to gray). Mit dieser unglaublich kurzen Reaktionszeit ist das Display schneller als nahezu alle auf ihm dargestellten Bewegungen. Die Bildschirme der „Polish“-Modellreihe, der auch der neue FP71V+ angehört, verfügen über eine Beschichtung, die Bildinhalte für den Betrachter wie farbstarke, hochglänzende Fotografien wirken läßt. Erste Sahne ist auch alles andere, was der Käufer eines FP71V+ von BenQ geliefert bekommt: Kontrast 500:1, Helligkeit 400 cd/m², physikalische Auflösung: 1.280 x TFT, TN+Film 1.024 (SXGA), MTBF Gerät: 60.000 Stunden, MTBF Hintergrundbeleuchtung: 50.000 Stunden, Betrachtungswinkel V: 140, H 130, DVI Buchse: DVI-D Digital, 15 Pin Sub-D Buchse: RGB Analog, ToKensington Lock, VESA FPMPI 100 mm, abnehmbarer Fuß, Stereolautsprecher 2 x 1 Watt, Pixelfehler-/Reflektionsklasse: II / I, Powermanagement und alles an Güteklassen und Prüfzeichen, was sich etabliert hat und im Umlauf ist. Garantie und Service: 3 Jahre vor Ort Austausch mit Single Swap. Über nahezu gleiche Familien-Gene verfügt auch der 19-Zöller FP91V+. Beide Displays sind lieferbar zum UVP: FP71V+ (5 ms): 349,- Euro, FP91V+ (6 ms): 499,- Euro.

Schnell und scharf



Interview mit Gunnar Ihlgus, PM Displays, BenQ Deutschland

PoS-MAIL: Herr Ihlgus, BenQ brachte Anfang 2004 als einer der ersten Hersteller einen 17“ TFT/LCD Monitor mit der zu diesem Zeitpunkt unglaublich kurzen Reaktionszeit von nur 12 ms auf den Markt und stellte Ende des gleichen Jahres ein Display mit nur 8 ms Reaktionszeit vor. Nun führt BenQ als erster Hersteller Modelle mit „gray to gray“-Reaktionszeiten von 6 ms (FP91V+) und 5 ms (FP71V+) auf dem Markt ein. Für Juni haben Sie ein Modell mit nur 4 Millisekunden angekündigt. Nähert sich BenQ mit Lichtgeschwindigkeit dem Bildschirm mit verzögerungsfreier Reaktion?

Gunnar Ihlgus: Wahrscheinlich wird uns auch das eines Tages möglich sein. Denn BenQ ist nicht nur besonders innovativ, sondern sehr schnell bei der Umsetzung neuester Technologien. Dank unserer Tochter AU-Optronics können wir Panels aus eigener Fabrikation verwenden. Diese Fertigungskompetenz verschafft uns in Kombination mit eigenen Entwicklungen den Vorteil, modernste Produkte fast immer als erster anbieten zu können.

PoS-MAIL: Welchen Vorteil hat der Kunde durch immer schnellere Displays?

Gunnar Ihlgus: Die Vorteile sind klar zu begründen und außerdem deutlich sichtbar: Durch das Zusammenwachsen von IT und Unterhaltungselektronik fällt dem Flachbildschirm die Rolle des Bildausgabegeräts für alle Anwendungen zu, also auch für Spiele, Filme und Internet-Nutzung. Anwendungen mit schnell bewegten Bildinhalten erfordern schnellstmögliche Reaktionszeiten. Erst dadurch wird verzögerungsfreie Bilddarstellung ohne Schleier und Bewegungsunschärfen möglich. Bei der Betrachtung von Videos und DVD-Filmen, aber ganz besonders bei realistisch animierten Computerspielen mit rasanten Bildfolgen, sind schnelle Displays klar im Vorteil. Unsere Kooperation mit der NGL (Netzstatt Gaming League), bei der die Teilnehmer an der deutschen Meisterschaft ausschließlich auf unseren schnellen Displays spielen, zeigt, daß wir mit dieser Aussage richtig liegen. Je höher die an die Bildqualität gestellten Ansprüche sind, um so kürzer muß die Reaktionszeit sein. Bei den eben genannten Einsatzbereichen ist besonders die Schaltzeit zwischen den Graustufen (gray to gray) relevant.

PoS-MAIL: Im Zusammenhang mit

der Reaktionszeit von LCDs wird „gray to gray“ in jüngster Zeit häufiger genannt. Warum besitzt dieser Wert eine so hohe Aussagekraft?

Gunnar Ihlgus: Bisher wurde als Gesamtreaktionszeit die Summe der Umschaltzeiten von Schwarz auf Weiß und wieder auf Schwarz angegeben. Weil bei den bewegten Bildern rasanter und farbintensiver Action-Spiele und Filme nahezu keine Schwarz-Weiß Wechsel vorkommen, sind kurze Reaktionszeiten im gray to gray Bereich wesentlich wichtiger. Displays von BenQ mit ihren schnellen Reaktionen erfüllen diese Anforderung optimal.

PoS-MAIL: Wird sich die besondere Bewertung der „gray to gray“ Reaktionszeit auch bei anderen Herstellern als Standard durchsetzen?

und das sowohl im 17“ wie auch im 19“ Bereich. Wir planen, superschnelle Displays bereits in den ersten Sommerwochen einzuführen. Prinzipiell sind noch schnellere Zeiten denkbar, vielleicht sogar 2 Millisekunden!

PoS-MAIL: Sie betonen, daß BenQ besonders innovativ ist! Was können Sie noch anbieten?

Gunnar Ihlgus: Nun: Da sind zum Beispiel unsere erstmalig auf der CeBIT präsentierten „Polish-Displays“, zu denen auch der FP71V+ und der FP91V+ gehören. Mit dieser Reihe realisieren wir eine vollkommen neuartige Bilddarstellung. Das läßt sich anschaulich anhand von Begriffen aus der Fotografie erläutern. Herkömmliche Displays stellen ein „seidenmattes“ Bild dar. Polish-Displays sind mit „Hochglanzabzügen“ vergleichbar. Die Bildwiedergabe wirkt insgesamt brillanter, und die Farben sind satter. Für Anwender, die ihren Monitor vorwiegend für Spiele, Filme oder Bildbearbeitung verwenden, sind unsere Polish-Displays eine echte Bereicherung. Für diejenigen, die bisherige Displayoberflächen bevorzugen, bieten wir in der glei-



Gunnar Ihlgus, PM Displays BenQ: „Ohne Zweifel wird es gelingen, die Reaktionszeiten noch mehr zu verkürzen! Zur Zeit arbeitet BenQ im 17“- und im 19“-Bereich an 4 ms Displays. Superschnelle Bildschirme planen wir schon in den ersten Sommerwochen einzuführen. Prinzipiell sind in der Zukunft auch Zeiten von 2 ms denkbar.“

Gunnar Ihlgus: Im Sommer 2005 wird die ISO 13406-2 neu festgelegt, die bisher nur Schaltzeiten für den Schwarz-Weiß-Schwarz-Wechsel definiert. Die neue ISO 9241 wird auch die entscheidenden Schaltzeiten für den Grauwechsel normieren. Deshalb wird sich gray to gray zwangsläufig auch bei anderen Herstellern als Standard etablieren. Nur mit Hilfe dieses neuen, strengeren Meßverfahrens werden realistische, praxisnahe Werte gemessen, die eine objektivere Vergleichbarkeit der Produkte ermöglichen und potentiellen Kunden mehr Sicherheit bei der Kaufentscheidung garantieren.

PoS-MAIL: Werden die Reaktionszeiten noch weiter sinken?

Gunnar Ihlgus: Eindeutig ja! Zur Zeit arbeitet BenQ am 4 ms Display,

chen Modell-Serie ab dem Sommer auch Displays ohne „Polish“ an.

PoS-MAIL: Steht Polish im Zusammenhang mit der Senseye-Technologie von BenQ?

Gunnar Ihlgus: Nein. Hinter der Senseye-Technologie steht unsere Philosophie, die Leistungsfähigkeit des menschlichen Auges optimal auszuschöpfen. Senseye-Technologie kommt auch bei unseren Projektoren und LCD-TVs zum Einsatz und optimiert bei den LC-Displays die Farbbrillanz, den Kontrast und die Schärfe des Bildes. Im Gegensatz zu konventionellen Displays trennt Senseye die Farbsignale, um jedes einzelne Signal individuell abstimmen zu können.

PoS-MAIL: Herr Ihlgus, wir danken Ihnen für dieses Interview.



Kabelloses Multiplayer-Spielen mit neuer Grafik

Nintendos neuer Handheld

Der neue Nintendo DS ist jetzt auch in Europa erfolgreich gestartet. Mit diesem Produkt, bei dem modernste Kommunikationstechnologie zum Einsatz kommt, eröffnen die Gameboy-Erfinder wirklich ein neues Zeitalter für mobiles Gaming.

Der Nintendo DS kombiniert Doppelbildschirm-Action mit Touch-Screen-Interaktion. So erwartet den Spieler eine einzigartige Videospielerfahrung. Das System nutzt die neueste kabellose Kommunikationstechnologie, wodurch die Spieler mit ihren Freunden Multiplayer-Games zocken oder einander mit der eingebauten PictoChat Software Nachrichten und Zeichnungen senden können. Das ergibt ein völlig neues Handheld-Gaming Erlebnis.

Zwei Bildschirme

Mit seinen zwei LCD-Bildschirmen bietet der DS ganz neue Videospiel-Möglichkeiten. Jeder Bildschirm hat eine Breite von etwa 8 cm und kann 3D-Grafik erzeugen, die sogar die des Nintendo 64 übertrifft. Die Möglichkeiten des DS sind nahezu unbegrenzt. Auf einem Bildschirm findet die Action statt, und der andere Bildschirm wird als Karte, Gegenstandsmenü oder zweiter Monitor genutzt.



Mit den zwei LCD-Bildschirmen bietet das DS ganz neue Videospiel-Möglichkeiten.



Theoretisch können auch beide Bildschirme gleichzeitig einen riesigen Endgegner abbilden. Der untere Bildschirm des DS verwendet Touch-Screen-Technologie. Diese kommt zum ersten Mal überhaupt bei einer Handheld-Konsole zum Einsatz. Per Berührung kann der Spieler die Action mit seinem Finger oder dem DS Stylus, einem Taststift, welcher der Konsole beiliegt, steuern. Man kann Bilder malen oder Nachrichten schreiben und sie an seine Freunde senden, die Action auf dem Bildschirm noch raffinierter steuern als vorher oder mit einer Fingerspitze durch die Menüs navigieren. Videospiele werden auf ganz andere Art erlebt – ob es nun Samus Aran im neuesten Metroid-Titel zu steuern gilt oder in Miyamotos neuestem Meisterwerk einem Hund über den Bauch gestreichelt wird. Der Taststift oder Stylus wird auf der Rückseite des DS aufbewahrt. Der Touch-Screen hat eine robuste Abdeckung und ist besonders strapazierfähig. Der Nintendo DS verfügt auch über einen Mikrofonanschluß. In Zukunft wird der Spieler mit seiner Stimme die Action auf dem Bildschirm steuern können. Dieser Anschluß erlaubt es den Videospiele-Designern, Spiele zu entwickeln, die unterschiedlich auf verschiedene Geräusche reagieren. Ein Klatschen oder ein Sprachsignal können unterschiedlich interpretiert werden und führen zu unterschiedlichen Ergebnissen. Man stelle sich eine Welt vor, in der der Spieler seinen Charakter durch ein Level führt, indem er ihm wirklich sagt, wohin er gehen soll. Mit dem DS kann diese Vorstellung real werden. Vielleicht ist es in der Zukunft sogar möglich, mit anderen Usern über ein lokales Netzwerk zu kommunizieren. Das Mikrofon des Nintendo DS bietet weitere innovative Spielmöglichkeiten.

Kabelloses Netzwerk

Die Nintendo DS Kommunikationstechnologie ermöglicht es bis zu 16 Spielern, sich innerhalb eines kabellosen lokalen Netzwerks zu verbinden. Die Distanz kann dabei zwischen 10 und 30 m liegen. Einige Titel erfordern sogar nur ein Exemplar des Spiels, um ein Multiplayer-Spiel zu spielen. Zukünftige Spiele nutzen vielleicht auch die Wireless-LAN. Der Nintendo DS umfaßt Stereo-Lautsprecher und einen Kopfhörer-Anschluß, wodurch in den Spielen noch stimmungsvollere Soundeffekte und Musik erzeugt werden können. Die Verwendung von Audio-Effekten kann bei Videospielen eine wichtige Rolle einnehmen. Zum Beispiel können sie eine Orientierungshilfe darstellen, wenn man sich Feinden nähert. Der Nintendo DS umfaßt zwei separate Anschlüsse, einen für DS Cards und einen für Game Boy Advance-Spielmodule. Der DS ist kompatibel mit allen GBA-Spielen. Somit sind Hunderte von Titeln auf diesem System spielbar (allerdings nur im Einzelspieler-Modus). DB

KOSTENLOS

InfoTip®

Know-how Solutions

InfoTip-RTS

Repair-Tracking-Service



informieren
beauftragen
versenden
verfolgen

www.infotip-rt.de

Behalten Sie Ihre Reparaturen im Auge.

! InfoTip-RTS ist ein **kostenloser** neuer Dienst der InfoTip Servicegesellschaft zur Erteilung und Verfolgung von Reparaturaufträgen für Geräte der Unterhaltungselektronik. Mit diesem Dienst stellt InfoTip den Fachhändlern eine Plattform zur Verfügung, über die Sie Geräte an geeignete Werkstätten routen können.

- **Informieren Sie sich über die vom jeweiligen Hersteller für ein bestimmtes Produkt vorgesehene Serviceabwicklung.**
- **Schnell und unkompliziert können Sie als Fachhändler die Zentralreparatur in der richtigen Vertragswerkstatt des jeweiligen Herstellers veranlassen.**
- **Sie können online verfolgen was bisher mit der Reparatur geschah und sind so jederzeit Ihrem Kunden gegenüber auskunftsfähig.**

InfoTip®

www.infotip.de

InfoTip Service GmbH

Postfach 510 213
44874 Bochum

Tel.: 0180-567 30 42/43 (0,12 Euro/Min)
Fax: 0 2324-904 811

info@infotip.de
www.infotip.de



Die neue Xacti Digital Movie C5 von Sanyo

Der mobile Trendsetter

Sanyo bringt mit der Xacti Digital Movie C5 eine neue digitale Foto-Video-Kombination auf den Markt. Mit der kleinen Digitalkamera wendet sich das Unternehmen an die Verbraucher, für die nicht nur die Technik, sondern auch das Design eine große Rolle spielt.

Mit ihren Abmessungen von lediglich 67,5 x 108 x 23 mm und einem Gewicht von nur 142 Gramm kann sie leicht mit nur einer Hand bedient werden und ermöglicht dabei jederzeit Film- und Fotospaß ohne technischen Ballast. Die kleine Kamera filmt in VGA-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde, wobei die Movies im MPEG4-Format abgespeichert werden. Als digitale Fotokamera bietet sie eine Auflösung von fünf Millionen Bildpunkten. Ihr 5fach-Zoomobjektiv arbeitet mit einer maximalen Brennweite von 31,7 mm (entspricht 190 mm im KB-Format), und durch die digitale 12fach-Zoom-Funktion lassen sich auch weiter entfernte Motive nah heranholen.

Obwohl die Xacti C5 so klein ist, hat Sanyo sie mit vielen nützlichen Funktionen wie z. B. dem integrierten elektronischen Bildstabilisator oder der Dual-Shot-Funktion ausgestattet. Wird diese Funktion aktiviert, bietet sich dem Fotografen damit die Möglichkeit, während der laufenden Filmaufnahme auch Fotos mit voller 5-Megapixel-Auflösung zu schießen.

Der zwei Zoll große Bildschirm der C5 läßt sich seitlich ausklappen und um 293 Grad schwenken. Die Xacti Digital Movie C5 bietet darüber hinaus auch eine Webcam-Funktion, dazu wird sie über die mitgelieferte Docking-Station an den PC angeschlossen. So kann sie unter anderem für Video-Konferenzen via Internet eingesetzt werden.

Über die Docking-Station werden auch die auf der SD-Karte der Kamera gespeicherten Bilddateien auf den Rechner heruntergeladen. Weiterhin versorgt sie den Lithium-Ionen-Akku der Xacti C5 mit neuer Energie

Die Xacti Digital Movie C5 wird seit Ende März mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 649 Euro angeboten.



Stephan Madl, Division Manager Digital Imaging Products bei Sanyo, freut sich über die aktive Nachfrage der Verbraucher nach Xacti Digital Movie-Produkten.

Zur Markteinführung der neuen Xacti Digital Movie C5 sprach PoS-MAIL mit Stephan Madl, Division Manager Digital Imaging Products bei Sanyo, über die Hintergründe dieser innovativen Produktkategorie.

PoS-MAIL: Herr Madl, Sanyo baut die Digital Movie Produktkategorie weiter aus und macht damit deutlich, daß es sich bei der Kombination von Video- und Fotofunktionen in einem Gerät nicht um einen modischen Gag handelt. Was ist denn die Xacti C5: Ein Camcorder mit eingebauter Digitalkamera oder eine Digitalkamera mit eingebautem Camcorder?

Stephan Madl: Weder – noch, denn es zeichnet das Konzept der Digital Movie Produkte ja gerade aus, daß sie über die bisherigen Kategorien hinausgehen. Damit reflektieren sie das, was man „Digital Lifestyle“ nennen kann: Denn

die Digitaltechnik hat ja nicht nur beim Fotografieren und Filmen, sondern auch in vielen anderen Bereichen wie Audio und Telekommunikation neue Anwendungen und neue Zielgruppen für bereits bekannte Medien erschlossen. Das tun auch Xacti Digital Movie Geräte: Sie machen es durch modernste Technik nicht nur einfach, sozusagen in jeder Umgebung zu jeder Zeit gelungene Filme oder Fotos aufzunehmen, sondern unterstreichen durch ihr Design gleichzeitig das Lebensgefühl einer Zielgruppe, die sich selbst als Avantgarde einer mobilen Gesellschaft versteht. Damit bringen wir eine neue Zielgruppe an den Point of Sale, die sich bislang eher weniger für das traditionelle Filmen und Fotografieren interessiert hat.

PoS-MAIL: Welche Zielgruppe ist das?

Stephan Madl: Die wichtigste Zielgruppe für die Xacti Digital Movie Produkte sind die sogenannten „Early Adopters“, also Verbraucher, die sich selbst gerne an die Spitze technischer Trends setzen und das auch nach außen hin demonstrieren. Diese Konsumenten sind mehrheitlich zwischen 30 und 39 Jahre alt und verfügen über ein überdurchschnittliches Einkommen, das sie gerne für Produkte ausgeben, die ihrem Lebensgefühl entsprechen. Dazu gehört nicht nur die neueste Technik, sondern ganz selbstverständlich auch das Design, das auf den ersten Blick Innovation signalisiert und durch seine Modernität und Eleganz sozusagen auf den Besitzer abfärbt. Kurz ge-

sagt: Eine Xacti Digital Movie C5 besitzt man nicht nur, sondern nimmt sie auch mit und läßt sich damit sehen.

PoS-MAIL: Kann man das als bewußten Akzent gegen „Geiz ist geil“ verstehen?

Stephan Madl: Genau das können Sie. Denn die Zielgruppe, die wir mit der Xacti Digital Movie Serie ansprechen, will sich von der anonymen Masse unterscheiden und keine billigen Allerweltsprodukte mit sich herumtragen. Diese Einstellung sprechen wir darum in unserem Xacti Markenauftritt gezielt an: Xacti steht für Innovation, Design und Digital Life Style. Dieses Markenprofil wollen wir in Zukunft noch präziser fokussieren: in der Werbung, in der PR und auch in der PoS-Unterstützung für unsere Handelspartner. Denn um solche Life-Style-Produkte zu vermarkten, muß man Emotionen wecken.

PoS-MAIL: Die Technik ist also gar nicht so wichtig?

Stephan Madl: Die Technik ist natürlich wichtig, denn sie macht ja die neuen Anwendungen erst möglich. Eine der Voraussetzungen für die Xacti Digital Movie Produkte ist zum Beispiel das Dateiformat MPEG4, dessen Potential häufig noch gar nicht richtig erkannt wird. Denn erst durch MPEG4 können hochwertige Video-Aufnahmen auf realistische Dateigrößen komprimiert werden, ohne in der Qualität den Vergleich zu herkömmlichen Videoverfahren scheuen zu müssen. Dadurch lassen sich längere Filme auf einer Speicherkarte unterbringen. Das wiederum ist die Voraussetzung für das kompakte und elegante Design, denn zur Aufzeichnung der Videosignale werden keine beweglichen Teile mehr benötigt. Ebenfalls eine Voraussetzung für gute Bildqualität, besonders bei langen Brennweiten, ist der integrierte elektronische Bildstabilisator, und für Foto-Aufnahmen erwarten anspruchsvolle Verbraucher heute eine Auflösung von fünf Megapixeln. Allerdings ist die Technik für unsere Zielgruppe kein Selbstzweck: Die Kunden setzen bei ihrem Anspruchsprofil eine hohe Funktionalität einfach voraus, ohne sich mit komplizierter Technik belasten zu wollen. Die einfache Bedienbarkeit und das ergonomische Design der Xacti



Die Xacti Digital Movie C5 hat nicht nur technisch jede Menge zu bieten, sondern setzt auch durch ihr äußeres Erscheinungsbild deutliche Akzente. Die C5 wird in den Farben Kupfer, Platin und Diamantweiß angeboten.

Digital Movie Modelle wird diesem Anspruch voll gerecht.

PoS-MAIL: Wie spiegelt sich das Xacti Markenprofil in Ihrer Vertriebspolitik wider?

Stephan Madl: Die Positionierung der Marke Xacti paßt keinesfalls in Billig-Umgebungen, deren wichtigstes Verkaufsargument der Preis ist. Die Emotion, die wir mit diesem Produkt wecken, sollte schon beim Einkauf anfangen. Deshalb setzen wir bei der Vermarktung der Xacti Digital Movie Produkte auf den Fachhandel, der die Kompetenz hat, nicht nur die Technologie unserer Produkte fachkundig zu erklären, sondern das exklusive Design entsprechend zu präsentieren. Dabei versteht sich, daß man Xacti Digital Movie Geräte dann am besten verkaufen kann, wenn man selbst etwas von der Begeisterung mitbringt, die wir beiden Verbrauchern für diese Produkte wecken.

PoS-MAIL: Welche Unterstützung bieten Sie dem Fachhandel dafür an?

Stephan Madl: Wir haben für diese Produktlinie systematisch ein breites Angebot von Unterstützungsmaßnahmen aufgebaut. Es reicht von Flyern und Postern für den PoS, über Kamera-Displays bis zu Sanyo und Xacti Give-aways und schließt auch Promotionen am PoS, Produktschulungen und Workshops für das Verkaufspersonal ein.

PoS-MAIL: Bleibt zum Schluß die Frage, ob sich diese Aktivitäten auch in Verkaufszahlen niederschlagen?

Stephan Madl: Das tun sie, denn wir sehen nicht nur eine steigende aktive Nachfrage der Konsumenten nach Xacti Digital Movie, sondern auch eine wachsende Zahl von Fachhändlern, die sich mit dieser Produktlinie identifizieren. Sie haben die Möglichkeiten erkannt, die sich durch diese innovativen Produkte bieten. Denn das Wertschöpfungspotential von Xacti Digital Movie beschränkt sich nicht nur auf den Verkauf der Geräte selbst, sondern umfaßt auch ein breites Zubehör-Angebot wie Speicherkarten mit hoher Kapazität, Filter, Objektive, Taschen usw. Und da Xacti Kameras nicht nur gekauft, sondern von ihren Besitzern auch intensiv genutzt werden, bieten sich weitere Möglichkeiten im Dienstleistungsbereich, zum Beispiel bei Fotoprints oder auch der Editierung von Video-Aufnahmen.

PoS-MAIL: Herr Madl, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



WLAN Infos und News

Mit RFID und WLAN vernetztes T-Com-Haus

Gemeinsam mit WeberHaus, Siemens und Neckermann hat die Deutsche Telekom in Berlin ein vernetztes Haus aufgebaut, um den aktuellen Stand der Kommunikationstechnik mit Anwendungen wie z. B. einer elektronischen Pinnwand, fernsteuerbaren Heimgeräten und Überwachungskameras zu demonstrieren. Das zwischen Friedrichstraße und Potsdamer Platz errichtete T-Com-Haus entstand in nur drei Monaten Bauzeit und enthält hinter seiner weitgehend konventionellen Fassade umfangreiche Installationen und Geräte mit modernster High-Tech-Ausstattung. Im T-Com-Haus wollen die Initiatoren unterschiedliche Einrichtungen eines zukünftigen „E-Home“ für normale Konsumenten anfaßbar und begreifbar machen. „Nicht das Schaulaufen für Technikfreaks steht im Vordergrund unserer Bemühungen“, erklärte T-Com-Marketingchef Achim Berg bei der Eröffnung der Anlage, „sondern wir wollen aufzeigen, was auf dem breiten Markt in 15 bis 18 Monaten zu erwarten ist.“ Im Flur entdecken Eintretende an der Wand das „Family-Whiteboard“, eine Weiterentwicklung der herkömmlichen Pinnwand im Internet-Design als Informationszentrale und Umschlagplatz für Nachrichten aller Art. Haushaltsmitglieder identifizieren sich für die Benutzung individuell per RFID. Gäste können nach dem Klingeln an der Tür eine kurze Videobotschaft hinterlassen. Der virtuelle Besuchermanager ist aktuell darüber informiert, wer aus der Hausgemeinschaft zur Zeit anwesend und ansprechbar ist. Auf dem Whiteboard hinterlassene Nachrichten werden auf Wunsch automatisch zum Handy oder PC weitergeleitet. Fast in jedem Raum befinden sich LCD-Bildschirme für die Verbindung mit der multimedialen Kommunikations- und Medienwelt. Alle im T-Com-Haus befindlichen Geräte und Einrichtungen sind über ein zentrales Gerät ansprechbar. Als universelle Fernbedienung dient ein PDA, mit dem man Musik einschalten, die Tageszeitung als E-Papier auf dem Bildschirm abrufen oder Informationen auf einem beliebigen Fernseher oder PC darstellen kann. Die benötigte Software wurde von T-Com und Siemens gemeinsam entwickelt. Die Vernetzung erfolgt überwiegend drahtlos per WLAN und DSL als Breitbandanbindung zum Internet, damit sich auch Videos herunterladen lassen. Berg betont, daß sich Hausfunktionen über WLAN-Hotspots „interaktiv in beide Richtungen“ nutzen lassen. Man könne aus der Ferne überprüfen, ob der Herd wirklich ausgeschaltet ist und bei Bedarf auch die Heizung an- oder abstellen. Eine oder mehrere Kameras lassen sich vom PDA aus überwachen. So entdeckt man sofort, ob sich ungebetene Gäste im Haus bewegen und welchen Unfug die Kinder vielleicht gerade anstellen. Geplant sind unter anderem auch E-Health-Anwendungen, mit denen sich Körperwärme oder Pulsschlag kontrollieren lassen. Der PDA ermöglicht mit Hilfe von RFID-Technik sogenanntes „Mood-Management“, welches laut T-Com-Werbung „durch Steuerung des Licht- und Klangambientes immer für perfekte Stimmung im Raum“ sorgt. Die Farbgebung spielt laut Berthold Feiertag, Produktmanager bei Neckermann, eine wichtige Rolle im T-Com-Haus und unterstreicht das „Wohnwohlgefühlkonzept“ für lifestylegerechtes „Homing“. Im Wohnzimmer überwiegen aktive

Rot-Töne, der Fitneßraum soll durch Pink-Farben prickelnd wirken, die Schlafzimmern mit Hilfe von Blau und Gelb je nach Wunsch einschläfern oder aufmuntern. Alle im T-Com-Haus verwendeten Produkte werden über die zentrale Software steuerbar sein und sollen in den nächsten 12 bis 15 Monaten auf den Markt kommen.

WLAN-DVD-Kombi von Buffalo

Der Netzwerkspezialist Buffalo Technology bringt mit dem neuen „LinkTheater PC-P3LWG/DVD“ eine bisher noch nicht gekannte Kombination aus DVD-Spieler und WLAN-Audio/Video-Streaming-Client auf den Markt. Der DVD-Player spielt neben den Formaten MPEG, WMV und DivX bereits die hochauflösenden Format-Varianten WMV HD und DivX HD ab. Über den implementierten UPnP-AV-Standard kommuniziert das Gerät mit Medien-Servern. Neben der PC-Server-Software bietet Buffalo Technology ein Firmware-Update für seine LinkStation. Diese arbeitet als reines Network-Attached-Storage-System, bei dem Medieninhalte von einer Festplatte im Netz überspielt werden, wodurch der Betrieb eines eigenen Server-Systems überflüssig wird. Das LinkTheater empfängt Programminhalte, und Audio- oder Bilddaten über Ethernet oder WLAN nach 802.11g. Zusätzlich zu den zwei integrierten WLAN-Antennen läßt sich eine externe Antenne anschließen, um die Empfangssituation zu verbessern oder die Reichweite zu erhöhen.

LG: LCD-TV mit WLAN

Mit Hilfe einer Transmitter-Box werden Filme und Musik per WLAN an den Bildschirm LG 16LW1R übertragen. Die Stromversorgung des 4 Kilo schweren Geräts von LG Electronics erfolgt durch einen austauschbaren Akku mit einer Laufzeit von zwei Stunden. Fernsehprogramme, MPEG-codierte Videofilme und MP3-Musiktitel werden mit WLAN nach 802.11g/b bis zu 35 Meter weit übertragen. Das Display mit 15 Zoll Bildhöhe hat die Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten und erreicht den Helligkeitswert von 450 cd/m². Der neue WLAN-TV von LG Electronics soll 2005 auf den Markt kommen.

Linksys WLAN-Router WRT54GC

Einen kompakten WLAN-Router mit integrierter Antenne hat die Cisco-Tochter Linksys vorgestellt. Das kleine Gerät bietet Heim- und Mobilfunkanwendern hohe Flexibilität beim unterbrechungsfreien drahtlosen Internet-Zugang und der Anbindung an verkabelte Ethernet-Einrichtungen. Der WRT54GC arbeitet als Router und Wireless-Access-Point mit den Standards IEEE 802.11g oder 802.11b und stellt zugleich einen integrierten Voll duplex-10/100-Switch mit vier Ports bereit. Zur Erhöhung der drahtlosen Reichweite kann eine optionale High-Gain-Antenne an dem aufklappbaren SMA-Anschluß angebracht werden. Unterstützt wird Wi-Fi Protected Access (WPA/WPA2 Personal) und das Filtern von MAC-Adressen. Außerdem verfügt das Gerät über eine SPI-Firewall und unterstützt VPN-Passthrough. Die Abmessungen des WRT54GC betragen 98 x 98 x 25 mm, der UVP liegt bei 89,- Euro.



Isis beteiligt sich an Greenspot

Isis Multimedia Net, Arcor-Tochter und Düsseldorfer Kommunikationsunternehmen, steigt bei dem WLAN-Abrechnungssystem Greenspot ein. Greenspot fungiert als gemeinschaftliche Abrechnungsstelle (Clearing House) für lokale Anbieter, die dadurch besser gegenüber großen Providern wie T-Mobile bestehen können. Denn die vereinheitlichte Abrechnung erleichtert Kunden den mobilen Netzzugang an Hotspots. Mit der Beteiligung von Isis erweitert sich das Greenspot-Angebot

um rund 80 Hotspots. Michael Noll, Koordinator für WLAN-Roaming bei Isis, will auch Kooperationspartnern seines Unternehmens den Einstieg anbieten. Dadurch könnten weitere 400 Hotspots hinzukommen. Weitere Absichtserklärungen von der Kieler NetUse, dem Kölner Provider Pironet und dem Karlsruher Betreiber toplink-plannet liegen bereits vor.

Linksys Media Link

Mit dem neuen digitalen Media-Adapter „Linksys Wireless-G Media Link“ Typ WMLV54G wird die drahtlose Übertragung von auf PCs und Notebooks gespeicherten Videofilmen und Musik-Inhalten auf Fernseher und Stereoanlage im Wohnbereich problemlos möglich. Premium-Dienste wie Filme und Musik lassen sich aus dem Internet laden und im ganzen Haus auf beliebigen, mit dem Adapter ausgestatteten Fernsehern und Stereoanlagen abspielen. Der WMLV54G unterstützt DTCIP-IP (Digital Transmission Content Protection over IP) zur Übertragung Internet-basierter Inhalte vom PC auf andere Geräte über verkabelte oder drahtlose Heimnetzwerke. Der Wireless-G Media Link wird nahe einem Fernseher oder einer Stereoanlage aufgestellt und mit diesen über Standard-A/V-, Component-, Composite- oder S-Video-Kabel verbunden. Mit dem Heimnetzwerk wird der Media-Link über Wireless-G nach 802.11g oder auch über ein Standard-10/100 Ethernetkabel verbunden. Der Linksys Wireless-G Media Link arbeitet bei der Übertragung von Daten von einem PC an Stereoanlage oder TV im Peer-to-Peer-Modus (direkte Verbindung zwischen Media Link und Computer). Der Media Link unterstützt bereits High Definition (HD) und außerdem aktuellste Medienformate wie MPEG4 und WMV. Mindestanforderung an das Betriebssystem ist Windows XP oder 2000. Der Lieferumfang des Linksys Wireless-G Media Link umfaßt Infrarot-Fernbedienung, Audio/Video-Kabel, S-Video-Kabel, Ethernet-Kabel, Stromkabel, CD-ROM mit Setup und Installationsanweisungen. Der WMLV54G soll ab Sommer 2005 im Handel erhältlich sein. Der UVP wurde noch nicht genannt.

Yakumo-Notebook mit AMD Turion

Auch Yakumo bietet nun ein Notebook mit dem neuen AMD Mobilprozessor Turion an: Das „Q8M Turion64 YW“ verfügt über ein 15-Zoll-Display mit der XGA-

Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten und basiert auf dem VIA-Chipsatz K8N800A mit integrierter Grafiklösung, die nur bedingt 3D-fähig ist. Zur Grundausstattung gehören LAN (10/100 MBit/s), vier USB-2.0-Ports, Modem, PC-Card-Slot und ein TV-Ausgang. An Software wird Windows XP Home, WordPerfect und eine Multimedia-Oberfläche mitgeliefert. Yakumo setzt wahlweise den Turion64 ML-30 (1,6 GHz, 1 L2-Cache, 35 Watt TDP, NX-Flag, 64-Bit-Befehle) oder den Sempron 3000+ (25 Watt) ein. Bestückt mit dem Turion64, 512 MByte Speicher, einer 80 GByte Festplatte, DVD±RW-



Laufwerk und WLAN nach IEEE 802.11b/g kostet das Q8M 999 Euro. Mit seinen 2,6 Kilogramm Gewicht ist das Q8M ein leistungstarker, aber auch gewichtiger Begleiter. Angaben zur Akkulaufzeit liegen noch nicht vor. Die Garantiezeit beträgt zwei Jahre.

WLAN-Zug zwischen Köln und Dortmund im Herbst

Im Herbst dieses Jahres startet auf der Bahnstrecke Köln – Düsseldorf – Dortmund ein Pilotversuch mit WLAN-Verfügbarkeit im fahrenden Zug. Wie der Chef der Deutschen Bahn AG, Hartmut Mehdorn, der Telekom-Vorstandsvorsitzende Kai-Uwe Ricke und T-Mobile-Chef René Obermann bereits auf der CeBIT angekündigt hatten, sollen ab 2006 ICE-Züge mit diesem Dienst versorgt werden. Außerdem soll WLAN auf zwanzig Großstadtbahnhöfen der Bundesrepublik flächendeckend verfügbar gemacht werden. Mit dem unter dem Namen „Railnet“ laufenden Konzept will die Bahn mit dem Slogan „Reisezeit ist Nutzzeit“ Reisende verstärkt als Kunden der Bundesbahn gewinnen.

Toshiba Notebook mit abnehmbarem Display

Toshiba hat den Prototyp eines Notebooks vorgestellt, dessen 12-Zoll-Display sich vom Unterteil trennen und separat benutzen läßt. Die Signale für Bildaufbau und per Stift auf dem Bildschirm eingegebene Kommandos werden per Funk übertragen. Das einem Tablet-PC ähnelnde Display-Teil wiegt nur 500 Gramm und kann mit einer Akkuladung zwei Stunden unabhängig benutzt werden. Bei der späteren, serienreifen Ausführung kann die Funkverbindung auch über WLAN-Netze nach 802.11b erfolgen. Es wird auch möglich sein, von einem Rechner aus mehrere Displays mit Bildinhalten anzusteuern. Das neue Gerätekonzept erlaubt es, die Rechenleistung des Notebooks sehr hoch auszulagern, weil Gewicht und Intensität des Lüftergeräusches eine untergeordnete Rolle spielen, denn das Display-Teil bleibt leicht und ohne Lüftergeräusch. Auch als Regiezentrale für die Heimanlage kann das Display-Teil genutzt werden. Ein Termin für die Markteinführung wurde von Toshiba noch nicht genannt. evo

Pinnacle ShowCenter 200

Ab Ende April soll Pinnacles Video-Streaming-Client der zweiten Generation, das „ShowCenter 200“, im Markt verfügbar sein. Das mit 30 Zentimeter Breite im Vergleich zu seinem Vorgänger schlankere Gerät kann jetzt neben den gängigen Videoformaten MPEG-1, -2, -4 und XviD auch HD-Programminhalte im Windows-Media-Video-Format (1080i) zum Bildschirm im Wohnzimmer übertragen. Das ShowCenter 200 unterstützt Microsofts DRM 10 (DRM = Digital Right Management) und ermöglicht damit die Wiedergabe von bezahlten Inhalten aus Musikportalen oder Video-on-Demand-Angeboten. Auf dem zur Wiedergabe benutzten Bildschirm oder TV-Gerät können auf einem PC oder Notebook gespeicherte Programminhalte auf einer einfach zu bedienenden grafischen Benutzeroberfläche ausgewählt und zusammengestellt werden. Unterstützt werden Dateien in den

Formaten WMV, AVI, MPEG sowie komprimierte Audio-Titel und digitale Bilddateien und Grafiken. Die Übertragung erfolgt wahlweise über Ethernet-Kabel oder Wireless LAN nach 802.11g. Über den an der Gerätefront befindlichen USB-Port lassen sich auf USB-Sticks, Flash Memory Cards und USB-kompatiblen Digitalkameras gespeicherte Fotos direkt auf den Bildschirm übertragen und abspielen. Musikfans können in Online-Musikbörsen bevorzugte Musiktitel auswählen und automatisch auf dem heimischen Audiosystem wiedergeben. Mit einem PC empfangene Internet-Radiostationen, wie z. B. SHOUTcast, lassen sich auf dem im Wohnbereich befindlichen Audio System abspielen. Das ShowCenter 200 von Pinnacle verwaltet und überträgt multimediale Inhalte mit Hilfe einer unter Windows XP laufenden Server-Software und soll ab Ende April zum UVP von 279,- Euro verfügbar sein.



International operierender Elektronik-Konzern im Raum Düsseldorf sucht für die Aktivitäten im Bereich Mobilfunk den

Key Account Manager (m/w) (Mobile Terminals)

Aufgaben/Verantwortung:

- Key Account-Management, verantwortlich als Hauptschnittstelle zum Kunden, Vertragswesen, Ausschreibungen, Projekt- und After-Sales Management
- Sicherung und weitere Entwicklung der Kundenbeziehungen in qualitativer Hinsicht
- Expansion der Business-Möglichkeiten mit den Kunden
- Festigung und Ausweitung der Vertriebs-/Branchen-Kontakte
- Unterstützung bei der Entwicklung von Sales- und Marketingprogrammen,
- Markt- und Wettbewerbsanalysen

Ihr Profil:

- Betriebswirtschaftliches bzw. technisches Studium oder vergleichsweise professionelle Erfahrung in der Telekom-Industrie
- ca. 5jährige Vertriebs- oder Verkaufserfahrung auf dem Gebiet des Mobilfunks sowie von non food FMCG-Produkten (fast moving consumer goods) im B2B-Kanal
- Nachweisbare Erfolge im Vertrieb von Produkten an Mobilfunk-Hersteller und Provider

- Sehr gute Produkt- und Marktkenntnisse, gute Kontakte zur Telekom-Industrie
- Herausragende Kommunikations- und überzeugende Präsentations-Fähigkeiten auf hohem Niveau
- Sehr gute Englisch-Kenntnisse in Wort und Schrift
- Erfolgsorientierter, selbständiger Arbeitsstil

Kennziffer: 273

International operierender Elektronik-Konzern im Raum München sucht für die Aktivitäten im Bereich Mobilfunk den

Product-Manager (m/w) (Mobile Terminals)

Aufgaben/Verantwortung:

- Technisches Product-Management für Mobilfunkgeräte
- Produkt-Präsentationen und Trainings für Kunden und die eigenen Vertriebsmitarbeiter
- Aufbereitung/Erstellung von Produktinformationen und Dokumentationen
- Enge Zusammenarbeit mit dem Vertrieb und den Kunden zwecks Sicherstellung marktgerechter Produktanforderungen
- Unterstützung der Service- und Logistikbereiche
- Pre- und Post Sales Support/Technischer Service beim Kunden

Ihr Profil:

- Technisches bzw. Informatik-Studium oder vergleichbare technische Ausbildung/Erfahrung
- ca. 5jährige Erfahrung in einer vergleichbaren Funktion innerhalb der Telekom-Industrie (Inland oder Ausland)
- Profunde Kenntnisse von 2 G und 3 G Mobilgeräten sowie der drahtlosen Technologien GSM, UMTS, W-LAN, etc.
- Sehr gute Englisch-Kenntnisse in Wort und Schrift, gute Präsentations- und Kommunikations-Fähigkeiten
- Erfolgsorientierter und selbständiger Arbeitsstil
- Erfahrung in Projekten

Kennziffer: 274

International operierender Elektronik-Konzern im Raum München sucht den

Web Developer/PC Spezialist (m/w)

Aufgaben/Verantwortung:

- Konzeption, Design des Internet- und Extranet-Auftritts sowie die Anpassung an aktuelle Inhalte und Strukturen
- Neugestaltung des Intranetauftritts
- Umsetzung der Konzepte und Designs basierend auf der bestehenden Infrastruktur
- Unterstützung der EDV Abteilung bei: Administration und Überwachung der IT Infrastruktur

- Anwender-Support für Hard- und Software
- Instandhaltungs- und Reparaturarbeiten an der EDV-Anlage und den Arbeitsstationen

Ihr Profil:

- Mindestens 3jährige Berufserfahrung in einer vergleichbaren Position
- Fortgeschrittene Kenntnisse in Web-Programmierung: HTML, Style Sheets, Templates, komplexe Tabellen, Frames und Image Maps
- Erfahrung mit der Programmierung von Formularen und Webseiten unter Verwendung von PHP, Javascript, Perl und ASP sowie Webserver-Administration jeweils unter Windows und Linux
- Anbindung von Datenbanken (PortgreSQL, MySQL) sowie Grundlagen der Datenbank-Administration
- Erfahrung mit Anwendungen wie MS Word/Excel / PowerPoint und Adobe Illustrator/Photoshop
- Gestalterische Grundlagen mit starkem Sinn für Design
- Gute Kenntnisse bezüglich der Betriebssysteme Windows XP / 2000 und der Anwendersoftware Lotus Notes.
- Erfahrungen mit der Konfiguration und Installation von PCs und Servern
- Zielbewußtes, engagiertes und teamorientiertes Arbeiten
- Sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse

Kennziffer: 275

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 Tips 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



Das Überwachungsloch

Es gibt ein Loch in der Überwachung der Telekommunikationsdaten aller Bürger der Bundesrepublik einschließlich Internetverbindungen, besuchter Webseiten und versandter SMS-Nachrichten. Das Loch ist bedenklich, denn es gehört zu der Sorte, die man nicht einfach schließen oder zulöten kann und befindet sich nur zum Teil auf dem Territorium der Bundesrepublik, zum größten Teil aber in anderen Staaten, die sich der Überwachungsleidenschaft deutscher Sicherheitsbehörden beharrlich entziehen. Wie es scheint, hatte niemand bei den umfangreichen Planungen dieses Überwachungslochs vorausgesehen oder Ahnung von dessen Existenz gehabt. Wie konnte das passieren? War man bei der üblichen Vergabe hochdotierter Consulting- und Berater-

verträge zu restriktiv gewesen? Es schien doch alles so schön eingefädelt, mit der zwangsweisen Einrichtung permanent verfügbarer und unbemerkt benutzbarer Überwachungsschnittstellen bei Providern und der einjährigen Vorratspeicherung täglich milliardenfach anfallender Daten über das wer mit wem und wie lange und warum nicht. Und nun das Problem dieser „Anonymisierungsdienste“, mit deren Hilfe man sich mit einer Tarnkappe im Internet bewegen und verdächtige Webseiten und Inhalte aufsuchen kann, ohne daß es ein Jahr später noch nachweisbar ist. „Das Bundesinnenministerium prüft, ob die gezielte Protokollierung von Verbindungsdaten verdächtiger Nutzer zur Zeit überhaupt noch möglich ist. Eine Änderung der geltenden Rechtslage ist aber nicht geplant“, heißt es dazu offiziell. Und genau der letzte Satz läßt erkennen, daß das Loch kein Loch, sondern die eigentliche Falle ist, in der sich diejenigen verfangen werden, die etwas verbergen wollen. Anscheinend hat niemand ernstlich daran geglaubt, in den sich täglich auftürmenden Datenbergen gezielt etwas Brauchbares finden zu können. *evo*

Vertriebsleiter

52 Jahre, markt- und kundenorientiert, in ungekündigter Position, tätig seit 25 Jahren bei renommierten Unternehmen des Groß- und Einzelhandels in unterschiedlichen Produkt- und Dienstleistungsbereichen, mit fundierten Branchenkenntnissen und Führungserfahrung, sucht neue Herausforderung.

Meine Kernkompetenz:

- Fundierte Erfahrungen in der Konzeption und im Aufbau von Vertriebsstrukturen, Distribution Vertriebsmärkte und C Vertriebsformen.
- Nutzung direkter und indirekter Vertriebskanäle, Bildung von Vertriebsallianzen, Neukundengewinnung.
- Umsetzung neuer Servicekonzepte und Aktivierung der Fachhandelsstruktur durch Listung bei namhaften Kooperationspartnern.
- Eigene Betreuung von internationalen Key Accounts und deutschen Großkunden
- Aufbau der Distribution und Vertriebsleitung „Braune Ware“ bei einer Umsatzverantwortung im zweistelligen Mio.-Bereich.
- Organisation, Aufbau und Strukturierung von internen Bereichen sowie die Zusammenarbeit und Führung der Handelsvertreter, Personalverantwortung.

Kontaktstark und eigenständig mit multikulturellen und kommunikativen Kompetenzen stehe ich Ihnen – bundesweit – nach Absprache zur Verfügung.

Detaillierte Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter Chiffre 4250465

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
 Eva Pesch, M.A.
 Dipl. rer. pol. Karla Schulze
 Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 6 v. 1. Januar 2005

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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

Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

Erscheinungsweise:

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



Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

SlimFit™ TV – Der Erste mit geringem Tiefgang.



*Samsung SlimFit™ TV –
eine Weltneuheit!*

Eine Weltneuheit! Der SlimFit™ TV von Samsung bietet hervorragende Bildqualität auf 32 Zoll mit einer nur 40 cm flachen Bildröhre. Mit seiner geringen Tiefe und seinem schmalen Standfuß können Sie ihn überall dort aufstellen, wo Sie möchten. Dabei wird sein schlankes und elegantes Design alle Blicke auf sich ziehen – egal wo er steht. Mit dem SlimFit™ TV und seinen innovativen Funktionen wird fernsehen zu einem echten Erlebnis. www.samsung.de

SAMSUNG

Connecting Your Digital Dream



Ausgezeichnet:

Beste Bildqualität - exzellenter Ton

Digitaler SAT-Receiver S 8000 CIPVR

- > 80 GB Festplatte
- > Twin-Tuner
- > Zwei CI-Slots
- > Alphanumerisches VF-Display
- > Bild-in-Bild Funktion