



Für Individualisten gibt es nur eine Lösung.



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

**LOEWE.**

## TV-Programm aus dem Netz



Moderne Flachbild-TVs können bekanntlich mehr als Fernsehprogramme wiedergeben: Viele Modelle sind schon heute für die zentrale Bild- und Tonausgabe für audiovisuelle Daten und digitale Programminhalte aller Art ausgestattet. Umgekehrt können Film- und Musikdateien, Fotoalben und aufgezeichnete Fernsehsendungen auf dem PC gespeichert, verwaltet und bearbeitet werden. Je nach Software ist dabei die Kombination dieser Inhalte

### „Mädchen für alles“: Das Heimnetzwerk

Die Einrichtung eines digitalen Entertainment-Netzwerkes zu Hause – vor einigen Jahren noch eine Aufgabe für Spezialisten – ist inzwischen zu einem relativ unkomplizierten Vorgang geworden. Bereits bei zwei durch Ethernet-Kabel oder WLAN miteinander verbundenen Computern spricht man von einem Netzwerk. Der Vorteil: Die auf verschiedenen

Rechnern gespeicherten Daten können auch an anderer Stelle abgerufen und genutzt werden. In vielen Fällen ist das bereits Alltag: Mehrere Rechner greifen auf denselben Internet-Anschluß zu; Computer-Games werden von verschiedenen Rechnern aus miteinander oder gegeneinander gespielt; Musik-Dateien werden aus dem Internet geladen, mit speziellen Software-Programmen organisiert und dann zum Beispiel auf den MP3-Player über-

tragen. Sie könnten auch genauso gut über eine geeignete Musikanlage oder den Fernseher abgerufen werden. Das klassische „Pantoffel-Kino“ steht damit – entsprechende Schnittstellen wie zum Beispiel HDMI vorausgesetzt – vor einer völlig neuen Aufgabe: Das TV kann die Funktion des Netzwerk-Players übernehmen und die auf dem PC untergebrachten Entertainment-Programme abspielen – vom neuen

Hit über die Urlaubsfotos bis zum aktuellen Kinofilm, der aus dem Internet heruntergeladen worden ist. Immer mehr Hersteller bieten dafür spezielle Digital Media Player an, die ausschließlich für die Verbindung zwischen Fernsehgerät, Bildschirm oder Home Cinema Anlage in einem Netzwerk entwickelt wurden. Spezielle Standards stellen inzwischen sicher, daß dieses Zusammenspiel funktioniert.

Das klassische „Pantoffel-Kino“ steht damit – entsprechende Schnittstellen wie zum Beispiel HDMI vorausgesetzt – vor einer völlig neuen Aufgabe: Das TV kann die Funktion des Netzwerk-Players übernehmen und die auf dem PC untergebrachten Entertainment-Programme abspielen – vom neuen

**Packard Bell**  
[www.packardbell.de](http://www.packardbell.de)



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

**DAEWOO ELECTRONICS**  
LCD-TV DLP-42C1  
[www.daewoo-electronics.com](http://www.daewoo-electronics.com)



# Jetzt schlägt's 19

Wenn Sie diese PoS-MAIL Ausgabe erhalten, haben Sie das Weihnachtsgeschäft überstanden und können auf ein hoffentlich erfolgreiches Jahr 2006 zurückblicken. Die Branche kann zufrieden sein: In diesem Jahr, so meldete Anfang Dezember der Verband Bitkom, ist der deutsche Markt für Unterhaltungselektronik um 8,4 Prozent gewachsen.



Und 2007? 2007 kommt erst einmal die Mehrwertsteuer-Erhöhung – die für sich allein eigentlich kein Problem sein sollte. Daß sie es doch aller Voraussicht nach sein wird, ist der leider typisch deutschen Art zu verdanken, mit solchen Dingen umzugehen. Über viele Monate hinweg haben sich Politiker, Verbandsfunktionäre und andere öffentliche Klugschwätzer geradezu darin überschlagen, den deutschen Konsumenten zu verbieten, nach dem 1. Januar noch einen einzigen Euro unnützlich auszugeben. Man konnte wirklich den Eindruck gewinnen, daß drei Prozentpunkte Mehrwertsteuer die Nation in kollektive Armut stürzen werden – wohlgermerkt in einem Land, das seit vielen Jahren die niedrigsten Einzelhandelspreise in Europa hat.

Natürlich sind Preiserhöhungen für einen Händler immer unangenehm. Bei technischen Konsumgütern, wie unsere Branche sie verkauft, handelt es sich aber im Grunde um einen Sturm im Wasserglas. Eine Digitalkamera, zum Beispiel, verliert im Laufe ihres Lebenszyklus' pro Monat etwa drei Prozent an Wert – bei Flachbild-TVs, DVD-Spielern usw. sieht das nicht anders aus. Wer da behauptet, drei Prozentpunkte mehr Mehrwertsteuer brächten die Nachfrage zum Erliegen, muß hoffentlich im Stillen selber darüber lachen.

Auch für das kommende Jahr rechnet der Bitkom wieder mit Wachstum – die Prognose ist aber mit 1,6 Prozent Plus eher verhalten. Warum eigentlich? Schließlich steht die digitale Revolution im Grunde erst am Anfang – die Vernetzung der Haushalte, der leichte Austausch von Programmen und Inhalten zwischen den einzelnen Komponenten, bietet noch eine Menge Möglichkeiten, um Nachfrage zu schaffen. Damit das gelingt, müssen die Kunden informiert und beraten werden – und das kann der Fachhandel bekanntlich am besten.

Sich darüber Gedanken zu machen, wie man auch im Jahr 2007 für Wachstum sorgt, ist mit Sicherheit fruchtbarer, als über drei Prozentpunkte Mehrwertsteuer zu lamentieren.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Erfolg im Jahr 2007.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement



Sony TV-LF-PK1 mit Ethernet, WLAN und NTSC/PAL-Eingang, streamt Video-Inhalte im Heimnetzwerk über das Internet.

## Digital Living Network Alliance (DLNA)

Schon vor einigen Jahren erarbeitete die von namhaften Herstellern gegründete Industrie-Arbeitsgruppe „Digital Home Working Group“ (DHWG) erste Richtlinien für die Heimvernetzung und das komplikationsfreie Zusammenarbeiten von über ein Heimnetzwerk miteinander verbundenen Geräten. Die DHWG wurde später in Digital Living Network Alliance umbenannt (DLNA). Bis zur Fertigstellung des Zertifizierungs- und Logo-Programms kam es zu mehreren Verzögerungen. Im Juni 2004 wurden die „Interoperability Guidelines v1.0“ veröffentlicht. Sie spezifizierten die Formate für Bild-, Audio- und Video-Übertragungen vom Server („Media Server“) zum Netzwerk-Player („Media-Rendering Device“). Mit DLNA-Logo ausgestattete Geräte müssen JPEG, unkomprimiertes Audio (LPCM) und MPEG2 unterstützen. Version 1.0 der DLNA-Richtlinien schreibt vor, daß Daten mittels Internet-Protokoll (IPv4) und HTTP 1.0/1.1 über Ethernet (802.3i, 802.3u mit 10 oder 100 MBit/s) oder drahtlos per WLAN (IEEE 802.11a/b/g) ausgetauscht werden. Die Geräte müssen sich über Universal Plug and Play

(UPnP) und UPnP AV 1.0 (der UPnP Device Architecture 1.0) erkennen und verständigen können. Mit den im März 2006 verabschiedeten Expanded DLNA Networked Device Interoperability Guidelines wurden als optionale Mediaformate die Bildformate GIF, PNG und TIFF und die Audioformate MP3, WMA, AC-3, AAC in die Richtlinien aufgenommen. ATRAC3plus und die Videoformate MPEG4 Part 2, MPEG4 Part 10 und WMV-9 sind als Option hinzugekommen. Digitale Inhalte in anderen optionalen Formaten müssen die Fähigkeiten des belieferten Endgeräts berücksichtigen und werden entsprechend transkodiert. Neben den ursprünglich spezifizierten Geräteklassen Digital Media Server (DMS) und Digital Media Player (DMP) sind in Version 1.5 Mobile Handheld, Digital Media Controller und Digital Media Printer hinzugekommen sowie Up- und Download-Funktionen integriert worden.

## Ethernet LAN / WLAN

Für lokale Netzwerke (LAN = Local Area Network) ist Ethernet der meist verbreitete Standard. Die Übertragung erfolgt normalerweise über Twisted-Pair-Kabel (CAT5 oder höher) und in seltenen

Fällen per Glasfaser. Dabei werden Datenraten zwischen 10 bis 1.000 MBit/s (1 Gigabit) erreicht. Das entspricht einem Datendurchsatz von bis zu 125 MByte/s. Noch ohne nennenswerte Verbreitung ist 10 Gigabit Ethernet. Im Handel werden überwiegend abwärtskompatible 1.000BaseTX Ethernet und Fast-Ethernet 100BaseTX Komponenten verkauft. Die für drahtlose Ethernet-Netzwerke (WLAN) relevanten Protokolle sind: IEEE 802.11a (54 Mbps maximal – 108 Mbps bei 40 MHz Bandbreite proprietär), IEEE 802.11b (11 Mbps maximal 22 Mbps bei 40 MHz Bandbreite proprietär, 44 Mbps bei 60 MHz Bandbreite proprietär), IEEE 802.11g (54 Mbps maximal – g+ =108 Mbps proprietär, bis 125 Mbps möglich), IEEE 802.11h (54 Mbps maximal 108 Mbps bei 40 MHz Bandbreite) und das am 20. Januar 2006 im Entwurf verabschiedete IEEE 802.11n (bis 600 Mbps maximal bei Verwendung von MIMO-Technik). In der Praxis wird der für WLAN-Verbindungen genannte Maximal-Datendurchsatz jedoch nur selten erreicht, weil ungünstige Ausbreitungsbedingungen und Funkhindernisse den Datendurchsatz reduzieren.

## Netzwerk-Media-Systeme der Sophisti-Serie: JVC DD3 & DD8

Mit der DD8 und der DD3 bringt JVC zwei leistungsfähige Netzwerk-Media-Systeme mit großer Funktionsvielfalt auf den Markt: Mit den beiden Audio/Video-Komplettanlagen mit virtuellem Surround-System und LAN-Anschluß stehen Home Entertainment Anwendern zwei hochwertige, gut klingende Heimkino-Anlagen zur Verfügung, die auch den schnellen Zugriff und die Wiedergabe von Video-, Foto- und Audio-Dateien ermöglichen, die auf einem separaten Computer oder

## Ethernet via Stromnetz: Panasonic HD-PLC Ethernet-Adapter BL-PA100

Powerline-Adapter erfreuen sich bei der Realisierung von Heimnetzwerken zunehmender Beliebtheit. Mit zwei oder mehr in die Netz-Steckdosen der Wohnung oder eines Hauses eingesteckten Powerline-Adaptoren lassen sich mit wenigen Handgriffen und ohne Kabelverlegung sichere und störungsfreie Netzwerke aufbauen. Die relativ kostengünstigen Adapter sorgen für den Transport der Daten über das Stromnetz und besitzen zum Anschluß von Netzwerk-Clients eine Ethernet- oder USB-Schnittstelle. Derartige Adapter werden von zahlreichen Herstellern wie Devolo, Linksys, Lancom und anderen mit Übertragungsraten zwischen 11 Mbps und 54 Mbps angeboten. Mit dem neuen Panasonic HD-PLC Ethernet-Adapter BL-PA100 hat Panasonic am 9. Dezember 2006 einen Power Line Ethernet-Adapter mit einem Datentransfer bis zu 190 Mbps auf dem japanischen Markt eingeführt. Der neue, nur 11 x 40 x 70 mm kleine und unauffällige BL-PA100 basiert auf „HD-PLC“-Technologie und ermöglicht neben dem hohen Datendurchsatz von 190 Mbps eine sichere und von anderen elektronischen Geräten ungestörte Kommunikation über die vorhandenen Stromleitungen. Im Vergleich zu WLAN-Netzwerken ist ein „HD-PLC“-Netzwerk immer stabil und für die schnelle Übertragung großer Datenmengen wie High Definition Videos oder HDTV-Streams bestens geeignet und arbeitet automatisch mit einer AES 128-bit Verschlüsselung, wie sie auch beim Internet Banking eingesetzt wird. Das Panasonic Starter-Kit BL-PA100KT umfaßt zwei vorkonfigurierte Adapter, von denen einer als „Master“ und der andere als Terminal-Adapter eingesetzt wird. Weitere, separat erhältliche Terminal-Adapter lassen sich zu einer Anzahl von 15 Adaptern einfach in ein Netzwerk integrieren.







JVC „Sophisti“ Netzwerk-Media-Systeme DD3 und DD8: zwei leistungsfähige Audio/Video Komplettanlagen mit LAN (optional WLAN)-Anschluß für Heimnetzwerke. Beide Systeme können auf Video-, Foto- und Audio-Dateien auf Computern eines Heim-Netzwerks zugreifen.

Client eines Heim-Netzwerks gespeichert sind. Beide „Sophisti“-Anlagen bestehen aus einem voll ausgestatteten DVD Netzwerk-Media-System mit RDS-Tuner und Boxenset sowie allen Einrichtungen zur Vernetzung mit einem PC oder Heimnetzwerk über „Media-Link“ nach DLNA-Standard für Heim-Netzwerke, wahlweise über LAN oder optionalen Router über WLAN. Durch die integrierte USB Host-Funktion lassen sich weitere USB-Geräte wie MP3-Player oder digitale Fotokameras anschließen. Ausgangsseitig verfügen die Anlagen auch über einen zukunftssicheren HDMI-Anschluß. Auswahl und Bedienung erfolgen mit Hilfe der mitgelieferten Fernbedienung über ein komfortables Bildschirm-Menü. Die beiden Netzwerk-Media-Systeme unterscheiden sich durch Form und Größe ihrer Lautsprecher und sind ausgestattet mit DVD/CD-Player, Original-JVC Front-Surround-Technologie, Direct-Drive (DD) Center-Lautsprecher, USB Host-Schnittstelle, HDMI-Digitalausgang inklusive Videosignal-Konverter auf 720p, Digital Direct Progressive Scan-Wiedergabe (PAL), Clear Voice-Funktion für bestmögliche Sprachwiedergabe, 192 KHz/24-Bit Audio-D/A-Wandler, 12-Bit/108 MHz Video-D/A-Wandler, Quick Portable Link, Aktiver Subwoofer mit 16 cm Konus-Tieftöner, Gesamtleistung (RMS): 220 W, SCART-Anschluß (mit RGB), Fernbedienung mit Leuchtfunktion, RDS-Tuner mit 45 Senderspeichern (30 FM /15 AM), komplettem 3.1-Lautsprechersystem mit zwei superschlanken Direct-Drive (DD) Hauptlautsprechern, zweikanaligem DD-Center-Lautsprecher und kraftvollem Design-Subwoofer der Gesamtleistung von 240 Watt. Der UVP der DD-3 beträgt 999,- Euro. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Netzwerk-Media-System DD-8 beträgt 1.799,- Euro.

### CyberLink Digital Home Solutions

Das durch seinen marktführenden Software-DVD-Player „PowerCinema“ bekannt gewordene taiwanische Unternehmen CyberLink Corp. ist auch bei Software-

Lösungen für Heimnetzwerke nach DLNA-Zertifizierung Technologieführer. Die aus mehreren verzahnten Komponenten bestehenden Lösungen werden bisher ausschließlich an OEM-Kunden geliefert. Auch die beiden oben erwähnten „Sophisti“-Netzwerk-Media-Systeme DD8 und DD3 von JVC sind mit CyberLink Digital Home Solutions Software ausgestattet, und Hardware-Hersteller wie Hauppauge statten Digital-TV und Home-Network-Produkte mit CyberLink Software aus. Zu den CyberLink Digital Home Solutions gehören: CyberLink SoftDMA, ein Software-basierter Media Player mit UPnP Client für PC Systeme und Intel Viiv Technologie, sowie Unterstützung von High Definition Video und MPEG-2 Streaming Formaten, ein UPnP TV Server für Digital Home als Add one zu PowerCinema und PCs mit Intel Viiv Technologie und Unterstützung der Formate MPEG-2, DivX und WMV, SuppoCyberLink TV Server als UPnP TV Server, CyberLink PowerCinema, CyberLink DRM Technology und diversen Plug-ins und Add-ons.

### Digitaler Lifestyle im Wohnzimmer: Sony Vaio XL200

Die Modelle der neuen Sony Entertainment PC-Serie Vaio XL200 bieten viel Leistung in Sachen Entertainment bei voller PC-Funktionalität. Die PCs der Vaio XL200-Serie sind mit einem DVD- oder Blu-ray-Laufwerk ausgestattet und können auch ganz ohne Netzwerk oder PC-Bildschirm als Stand-Alone-Geräte direkt an ein HD-fähiges Fernsehgerät angeschlossen werden, da neben anderen Komponenten-Ausgängen auch eine HDMI-Schnittstelle zur Verfügung steht. Tastatur und die Fernbedienung sind kabellos. Die XL200-Serie basiert auf Intel Viiv Technologie für die Nutzung von Computern für digitales Home Entertainment. Leistungsstarke Intel Core 2 Duo Prozessoren sorgen für die erforderliche Performance.



Sony PC-Serie Vaio XL200: Perfekte Entertainment-Systeme mit voller PC-Funktionalität und Ethernet-/WLAN-Schnittstelle für Heim-Netzwerke.

Als Entertainment Center arbeitet der XL200 mit Microsoft Windows XP Media Centre Edition zur leichten Steuerung der Medienfunktionen und der Steuerung des integrierten Hybrid-TV-Tuners für analogen und digitalen terrestrischen TV-Empfang (DVB-T).

Die 250 GB Festplatte des XL201 und die 500 GB des XL202 bieten viel Platz zum Speichern von Filmen und Musik. Beide Modelle können wahlweise über 10 Base-T/100 Base-TX/1000 Base-T Ethernet oder Wireless LAN 802.11 a/b/g in ein Heimnetzwerk eingebunden werden und unterstützen Direct Stream Digital (DSD) für Multimedia. Der Sony Vaio VGX-XL201 ist zum UVP von 1.499,- Euro und der VGX-XL202 zum UVP von 2.499,- Euro lieferbar.

### Konvergente Gateway-Plattform: Samsung Settop-Box SMT-7020s

Die von Samsung und T-Online gemeinsam entwickelte Hybrid Set Top Box Samsung SMT-7020s vereint die Welt des TV-Empfangs und der zahlreichen damit verbundenen Dienste mit der IP-Umgebung eines Heim-Netzwerks und dem Internet: Die Samsung SMT-7020s ist zugleich mit einem Digitalen Satelliten-Empfänger (DVB-S) mit EPG und mit einem Internet-TV-Receiver über T-DSL ausgestattet.

Der Samsung SMT-7020s übernimmt die Funktion einer konvergenten Gateway-Plattform zwischen TV-Welt und IP-Welt. Das mit einer Intel 733 MHz CPU und Microsoft Windows CE .Net 4.2, Microsoft Internet Explorer 6, Microsoft Windows Media Player 9, Macromedia Flash 6 und MPEG 2-Decoder ausgestattete Gerät stellt zur Anbindung an ein Heim-Netzwerk die Netzwerk-Schnittstellen Ethernet 10/100 MBit/s RJ-45 und 2 x USB 2.0 bereit.

Zum Anschluß eines TV-Geräts stehen die A/V-Schnittstellen 2 x SCART, 1 x Composite Video Out und 1 x SPDIF zur Verfügung.

Unterstützt werden die Internet-Protokolle TCP/IP, DHCP, NAT/PAT, IGMP und PPPoE. Die Optionen und die Verwaltung des T-DSL TV-Anschlusses werden über HTML-Seiten auf dem Bildschirm kontrolliert, die so gestaltet sind, daß sie mit Hilfe der mitgelieferten Fernbedienung komfortabel genutzt werden können.



Samsung Settop-Box SMT-7020s: Digitaler Satelliten-Empfänger (DVB-S) mit EPG und Internet-TV-Receiver über T-DSL in einem Gerät.

### „European Streaming Concept“: Sony LocationFree TV LF-PK1

Eine außergewöhnliche Lösung bietet Sony mit dem „LocationFree-Gateway“. Die „TV LF-PK1“ ermöglicht es von jedem Punkt der Erde, wo ein Breitband-Internet-Anschluß zur Verfügung steht, auf das eigene Heimnetzwerk und dort gespeicherte Video-Inhalte zugreifen zu können.

Tausende Kilometer von der eigenen Wohnung entfernt kann man auf dem Notebook, einem PC oder einer Sony PlayStation Portable (PSP) das heimische Fernsehprogramm oder zu Hause aufgezeichnete TV-Sendungen betrachten.

Die EISA-Jury 2006 prämierte das Sony LocationFree TV LF-PK1 als „European Streaming Concept“. Die TV-LF-PK1 wird mit dem Heimnetzwerk über 10/100BASE-TX Ethernet oder WLAN 802.11b/g verbunden und über den NTSC/PAL-Eingang an einen Personal-Video-Recorder oder eine Settop-Box angeschlossen. Die Auflösung des über das Internet gesendeten Video-Streamings beträgt 800 x 600 Pixel High Colour (16 Bit). Die Übertragung erfolgt mit MPEG-4 Komprimierung und automatischer Bitratensteuerung. Das Sony Media Gateway LocationFree LF-PK1 ist zum UVP von 350,- Euro lieferbar. *evo*

## Pos-MAIL INHALT

MACO SYSTEM Enterprise NEO	...4
Zertifizierte Trainer für den Fachhandel: Samsung Win Team	... 7
Toshiba mit neuen LCD-TVs und 160 GB Festplatten-Recorder	... 9
Flachdisplays: Markttrends	...10
Grundig PLUS – Programm zur Ertragssteigerung	...12
Vier Neue bei Nokia	... 13
ebay-express kommt richtig in Schwung	...15



2007 will _dug telecom die 400. Filiale eröffnen	...17
Navigieren mit Nokia 770 Internet Tablet und Navicore Personal	...18



Portable Navigationsgeräte von Blaupunkt, JVC und Thomson	...19
---	-------

Panasonic bringt erste AVCHD-Camcorder auf den Markt	...20
--	-------



Optimal aufgestellt: NEC Projektoren	...21
--------------------------------------	-------

Erfolgsbarometer Plus X Award: Wettbewerb der A-Marken	...22
--	-------



Nintendo Wii: Der Name ist Programm	...
-------------------------------------	-----



Tk-Nachrichten	... 14, 16
Tk-Neuheiten	... 16
Neuheiten	... 8, 11, 24
Aktuell	... 6, 12
Kleinanzeigen	... 26
No(?)sense	... 26
Impressum	... 26



# Alles, was man braucht: MACRO SYSTEM Enterprise NEO

Mit dem Home Entertainment System „Enterprise NEO“ stehen dem Anwender fast alle Gerätefunktionen und Software-Anwendungen der Unterhaltungselektronik in einer gekonnt abgestimmten Zusammenstellung zur Verfügung, die gestellten Aufgaben und Erwartungen auf höchstem Niveau gerecht wird. Wer nicht das Verbinden diverser Hardware-Komponenten und das Installieren zahlreicher Software-Anwendungen als eigentliches Ziel ansieht, sondern den unbeschwernten Genuß von Spielfilmen, TV-Sendungen, Videoaufzeichnungen, Dia-Shows und Musikdarbietungen sucht, findet dazu in der Enterprise NEO die ideale Ausrüstung.

Es ist kein Geheimnis mehr, daß die hohe Integration der Bauelemente und das Zusammenfassen elektronischer Baustufen in winzigen Chips hinter beeindruckenden Gerätefronten große Hohlräume entstehen lassen. Deshalb brauchen bei der Zusammenfassung mehrerer Gerätefunktionen in einem gemeinsamen Gehäuse keinerlei Kompromisse mehr eingegangen werden. Im Gegenteil: Die Vermeidung zahlreicher Verbindungskabel vermindert das Auftreten von Signal-Verlusten und Störungen. Das Home Entertainment System „Enterprise NEO“ ersetzt zugleich einen digitalen Fernsehempfänger, Festplatten- und DVD-Video-Recorder, Radio, DVD- und CD-Player, MP3 Audioplayer sowie ein Film-, Foto- und Musikarchiv und ein Studio für Video-Schnitt und Bearbeitung.

## Videorecorder für 8 TV-Kanäle gleichzeitig

Neben anderen spektakulären Funktionen macht die Möglichkeit der gleichzeitigen Aufzeichnung von bis zu acht Fernsehkanälen die Enterprise NEO einzigartig. Zwei integrierte TV-Tuner können je nach Bedarf als DVB-S/T/ oder DVB-C ausgewählt und miteinander kombiniert werden. Verfügbar

Das Home Entertainment System „Enterprise NEO“ von Macro Systems bringt alle Anwendungen der Unterhaltungselektronik digital ins Wohnzimmer.



ist Videotext mit senderübergreifendem Seitenspeicher bis zu 10.000 Seiten. Die Bedienung aller Funktionen der Anlage erfolgt komfortabel über eine drahtlose Fernbedienung mit deutscher Beschriftung. Zur Funktionsvielfalt gehören Timeraufnahmen, automatische Aufnahme-funktion für Serien, schnelles Umschalten zwischen den Sendern, senderübergreifender Time-shift, Instant Replay, EPG mit sieben verschiedenen EPG-Darstellungen, Sendersortierung nach Fernsehzeitschriften, Favoritenlisten mit freier Sendersortierung und Dolby Digital. Ein besonderes Highlight ist die verlustfreie Aufzeichnung auf DVD-Medien, bei der gesendete Zusatzinformationen wie digitaler Mehrkanalton und Sprachauswahl mitgespeichert werden. Auf Wunsch werden Werbeblöcke automatisch entfernt. Die Installation und Bedienung gestaltet sich einfach. Alle wichtigen Einstellungen führt die Enterprise NEO automatisch aus. Sie kann sogar das Antennensystem

oder Empfangsanlagen mit mehreren Satelliten erkennen. Alle Bedienfunktionen stehen auf einer gemeinsamen Benutzer-Oberfläche zur Verfügung und sind optimal auf die Hardware abgestimmt.

## Instant Replay

Ohne Zutun des Anwenders wird jedes empfangene und dargestellte Programm automatisch gespeichert (Instant Replay). Damit bietet sich jederzeit die Möglichkeit in der Sendung zurückzuspringen und sich eine angesehene oder vielleicht verpaßte Szene nochmals oder beliebig oft anzuschauen. Die laufende Sendung wird wäh-

rendessen weiter aufgenommen und kann nach der Szenen-Wiederholung weiter angeschaut werden (Time Shift). Klingelt das Telefon oder ist jemand an der Tür, braucht man nur eine Taste zu drücken, um den Zeitpunkt der Unterbrechung zu markieren. Ein weiterer Knopfdruck nach beliebiger Zeit genügt, um die Sendung von dieser Stelle aus weiter betrachten zu können. Die gleichen Möglichkeiten bestehen auch, wenn die Aufzeichnung der Sendung durch einen Aufnahme-Timer gestartet wurde. In der Praxis ergibt das eine gänzlich neue und von zeitlichen Einschränkungen befreite Form des Fernsehens.

## Musikarchiv und MP3

Auch Sendungen von Radio-Stationen lassen sich von bis zu acht Stationen gleichzeitig aufnehmen und direkt im Musikarchiv speichern. Audio-CDs können angehört, importiert, archiviert und abgespielt werden. Das „Enterprise



NEO“ nutzt eine Datenbank zur automatischen Erkennung und Anzeige von Titel und Interpret und bietet umfangreiche Sortiermöglichkeiten und die Erstellung von Play-Listen. Aus den Inhalten des Musikarchivs können direkt MP3-CDs und MP3-DVDs erstellt werden.



Alle Anwendungen und Bedienfunktionen sind optimal auf die Hardware abgestimmt.

## Fotoarchiv und Videobearbeitung

In das integrierte Fotoarchiv des Enterprise NEO werden digitale Bilder und Fotos mit einem Multi-format-Cardreader von allen verbreiteten Speicherkarten importiert oder von CD- und DVD-Medien übertragen und gespeichert. Die gespeicherten Bilder lassen sich benennen und mit Informationen ergänzen. Eine Datenbank-Funktion ermöglicht das Suchen und Sortieren nach Auswahlkriterien. Zusammengestellte Foto-Serien können als Videoformat auf einem Fernsehgerät präsentiert werden. Auf einem hochauflösenden Bildschirm läßt sich die Dia-Show mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten anschauen. Foto-Zusammenstellungen können auf CD gebrannt werden. Schnitt und Nachbearbeitung gespeicherter Videos werden mit der optional erhältlichen Video-Schnittsoftware „SmartEdit“ vorgenommen.

Das Philips Showline Media Center MCP9360I ist ein speziell auf die Nutzung im Wohnzimmer ausgelegter Multi-Media-PC.



## Allgemeines

Die Enterprise NEO von Macro Systems präsentiert sich in einem hochwertigen Design mit edler Glasfront und in unterschiedlichen Farbvarianten. Das Grafische Display besitzt die Auflösung von 320 x 64 Pixeln. Der Silence Mode sorgt durch teilweise passive Kühlung für ein nahezu unhörbares Betriebsgeräusch. Als Laufwerke stehen eine interne Festplatte mit 250 GB sowie ein 16fach DVD-Brenner für die Formate -R, +R, -RW, +RW und Double-Layer zur Verfügung sowie optionale externe Festplatten. Die Anschlüsse umfassen 2 DVB Tuner, Scart TV-Out (S-Video, RGB), Scart

## Philips Showline Media Center MCP9360I

Mit dem Philips Showline Media Center PC stehen auch im Wohnzimmer alle Anwendungen und Inhalte für „Digitales Entertainment“ zur Verfügung: Das Philips Showline Media Center MCP9360I ist ein speziell für den Einsatz im Wohnzimmer ausgelegter PC, der Zugangsoptionen zu allen digitalen Unterhaltungsmöglichkeiten bietet. Für die Bildausgabe wird das Showline Media Center an ein TV-Gerät oder geeignetes Display angeschlossen. Die Bedienung erfolgt komfortabel über Onscreen-Menü und mitgelieferte Universal-Fernbedienung, mit der sich auch Video- und Fernsehgeräte nahezu jedes Herstellers bedienen lassen. Über den integrierten TV-Tuner für analogen und digitalen TV-Empfang lassen sich beliebige Sender und Programme anschauen und aufzeichnen. Dabei stehen alle Funktionen eines Personal Video Recorders, wie EPG, Instant replay und Time Shift zur Verfügung. Das MCP9360I basiert auf Intel ViiV-Technologie, ist WLAN-kompatibel zu IEEE 802,11 a/b/g und arbeitet mit dem Windows XP Media Center Edition Betriebssystem für Philips Showline Media Center. Sobald verfügbar, kann kostenlos auf das neue Windows Vista Betriebssystem aktualisiert werden. Alle erforderlichen Anschluß-Kabel werden mitgeliefert. evo

## PackardBell: NetStore 3500 und Store&Play

Die neue „Store&Play“ von PackardBell besteht aus einer externen Festplatte mit USB-Anschluß, mit der auf der HD gespeicherte Musik, Fotos und Filme direkt am Fernseher wiedergegeben werden. Um die Festplatte mit Inhalten „aufzuladen“, wird sie über die USB 2.0-Schnittstelle mit einem Computer verbunden. Eine zum Lieferumfang gehörende Software unterstützt den Benutzer beim Kopieren der Daten. Abgespielt werden die Formate: MPEG-4 (AVI, DivX, DivX VOD, XviD), MPEG-2 Filme (AVI, VOB, ISO), MPEG-1 Filme (AVI, MPG), Audio: MP3, WMA, MPEG-4, AC3, OGG Vorbis, Bilder: JPEG. Die Soundausgabe unterstützt Dolby Digital 5.1, DTS-Durchleitung und SPDIF-Schnittstelle. Eine Fernbedienung wird mitgeliefert. Das Menü bietet drei HD-Auflösungen mit 1.080, 720 und 480 Linien an. Im gleichen Gehäuse wie die Store&Play wird das Modell „NetStore 3500“ angeboten, das neben einem USB 2.0-Anschluß zum direkten Verbinden mit einem PC auch einen 10/100 Mbit LAN-Anschluß besitzt und die Zuweisung einer IP-Adresse als Netzlaufwerk über DHCP oder manuell unterstützt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen sind: NetStore 3500 Serie 320 GB 179 Euro und NetStore 3500 Serie 500 GB 249 Euro.





# INFINIUM

**DIE NEUEN AKKUS:  
OHNE AUFLADEN SOFORT EINSETZBAR,  
AUCH NACH 365 TAGEN LAGERUNG<sup>1</sup>**



## Die neue Generation benutzerfreundlicher Akkus

- Akkus sind inzwischen – nach Alkali-Batterien – **das zweitgrößte Segment im Batteriemarkt<sup>2</sup>**
- Marktforschungsstudien von Panasonic zeigen, dass **die Höhe der Kapazität in Akkus nicht allein die Kaufentscheidung beeinflusst<sup>3</sup>**
- Es besteht eine große Nachfrage nach benutzerfreundlichen Akkus, deshalb hat Panasonic **die neuen INFINIUM-Akkus entwickelt:**
  - Sie sind bereits vollständig geladen, wenn sie gekauft werden und **können sofort eingesetzt werden**
  - **365 Tage Stand-by<sup>1</sup>**: Selbst nach 6–12 Monaten Lagerung stehen noch 80 % der Akku-Ladung zur Verfügung

<sup>1</sup> Interne Tests von Matsushita im Sommer 2006 – Raumtemperatur

<sup>2</sup> AC Nielsen, Anteil der Segmente am Batteriemarkt, MAT AS 06

<sup>3</sup> Insites Consulting, Verbraucherstudien 2006 in Frankreich und Deutschland

Mehr Informationen:

**[www.panasonic-batteries.com](http://www.panasonic-batteries.com)**

**Panasonic**  
ideas for life



## Pos Aktuell

### Thomson AVA eröffnet Thomson Link

Thomson AVA (Audio, Video, Accessories) hat sein neues Internet-Serviceportal Thomson Link eröffnet. Das Unternehmen bietet damit ein integriertes Kommunikationsportal, das Inhalte (Musik, Video), Dienstleistungen (GPS-Karten, Software-Updates) und Informationen (Benutzerhandbücher, Produktvorstellungen, Verbrauchermeinungen) unter einem Dach vereint. Seit November stehen auf der Website zwei Download-Dienste in deutscher und französischer Version zur Verfügung: für Musik sowie für Karten und Reiseführer zu den neuen GPS-Produkten der Marke. Der Musik-Service wurde in Partnerschaft mit OD2 entwickelt und hat bereits jetzt einen Katalog von 1,3 Millionen Titeln, deren Download auf alle Audiogerätetypen ab einem Einzelpreis von 0,99 Euro exkl. Steuern möglich ist. Der GPS Service wird in Zusammenarbeit mit Gate5 zur Verfügung gestellt und nutzt die Smart2go Lösung. Über ihn können Besitzer von Thomson AVA GPS-Systemen die Nutzungsmöglichkeiten ihrer Produkte durch zusätzliche Inhalte und Dienstleistungen erweitern. Thomson Link dient den Verbrauchern außerdem als Informationsportal für ihre digitalen Produkte und bietet unter anderem einen „Kabel-Assistenten“ mit interaktiven Ratschlägen für den einfachen und schnellen Anschluß und die Vernetzung der verschiedenen elektronischen Geräte im Haushalt (Audio, Video, PC, Telefon, usw.). Auf diese Weise kann der Nutzer von den zahlreichen Vorteilen der digitalen Konvergenz profitieren. Thomson Link stellt den Mehrwert der vollständigen Integration des gesamten Angebots der Marke unter Beweis (Audio, Video, GPS, Zubehör und Dienstleistungen). Das Thomson Link-Portal wird in mehreren Sprachen zur Verfügung stehen – in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch in diesem Jahr, weitere europäische Sprachen folgen in 2007.

### 25 Jahre Kensington

Kensington feiert Geburtstag: Den Hersteller von mobilen Computer-Lösungen gibt es nun seit 25 Jahren. Das Unternehmen wurde 1981 von Philip Damiano und Andrew Newmark in einem Büro in Kensington gegründet. Heute bietet Kensington weltweit in 39 Ländern mehr als 400 Lösungen im Bereich Laptop- und PC-Zubehör sowie iPod-Zubehör. „Wir feiern dieses Jahr unser silbernes Firmenjubiläum. 25 Jahre stellen für viele Technologieunternehmen eine Ewigkeit dar. Dieser Meilenstein in unserer Firmengeschichte ist auch für unsere Mitarbeiter und unsere Kunden auf der ganzen

Welt von großer Bedeutung“, erklärt Boris Elisman, President bei Kensington. „Wir sind sehr stolz, daß wir unseren Kunden immer die neuesten Lösungen auf dem Markt bieten.“

### Grundig ist Sponsor des 1. FC Nürnberg

Grundig ist bis 2009 Sponsoring- und offizieller Unterhaltungselektronik-Partner des 1. FC Nürnberg. Zum einen wird das Grundig Logo daher künftig auf den Werbeanzeigen, den Videowänden und dem Partnerboard des 1. FCN zu sehen sein, zum anderen stattet Grundig die gesamte VIP-Area des easyCredit-Stadions mit hochwertigen Flat-TVs aus. Für Grundig-Chef Hans-Peter Haase hat das Engagement neben der Werbewirkung auch einen hohen symbolischen Wert: „Der Club und Grundig haben viel gemeinsam“, so Haase. „Beide spielen in der ersten Liga, und beide haben Ambitionen, sich wieder dauerhaft im Spitzenfeld zu positionieren. Und außerdem liegt das Grundig Areal ja genau zwischen dem Club-Gelände und dem Stadion. Da ist es doch selbstverständlich, daß wir Flagge zeigen.“

### Philips und Audi geben Kooperation bekannt

Philips und Audi haben eine weitreichende Zusammenarbeit angekündigt, deren erstes sichtbares Zeichen ein Fahrzeug der Deutschen Tourenwagen Masters (DTM) ist. Der DTM Audi wird den Philips Schriftzug tragen und erstmalig in der Saison 2007 zum Einsatz kommen. Das DTM-Sponsorship ist Teil einer breit angelegten Kooperation beider Unternehmen im deutschen Markt, die unter anderem gemeinsame Auftritte am Point of Sale (PoS) und in der Kommunikation sowie die gegenseitige Unterstützung von Handelsaktionen und Events vorsieht. Als Gegenleistung für das Sponsoring erhält Philips die Kommunikationsrechte als Audi Motorsport-Partner für den Bereich Consumer Electronics. Danach kann Philips sein Engagement als Audi-Partner für seine Werbung nutzen, ist zudem Partner für Produkte wie Flat-TVs, MP3-Player und Home Audio Center. Die Philips Flat-TVs mit der Hintergrundbeleuchtung Ambilight werden dabei eine besondere Rolle spielen, die sich unter anderem auch durch die Abbildung des Ambilight-Logos auf dem Audi DTM-Fahrzeug widerspiegelt. Weitere Ideen für Cross-Marketing-Maßnahmen werden derzeit von beiden Partnern entwickelt.

### Euronics mit neuen Fachmärkten

Die Euronics Deutschland eG setzt ihre Fachmarkt-Expansion erfolgreich fort. Fünf Neueröffnungen von Fachmärkten

### Torsten Stapel übernimmt das Marketing bei Sennheiser Deutschland

Seit dem 1. Oktober 2006 ist Torsten Stapel bei der Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG in Hannover für die Marketingaktivitäten verantwortlich. Neben der Entwicklung, Implementierung und Steuerung aller Marketingaktivitäten verantwortet Stapel auch den Bereich Public Relations der deutschen Vertriebsniederlassung. In dieser Position berichtet der Diplom-Betriebswirt direkt an den Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG, Hans-Joachim Weymer. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit ist die Stärkung der Marke Sennheiser im Consumer- und Profi-Geschäft des Elektroakustik-Unternehmens. Nach ersten Berufserfahrungen als Consultant bei der TBWA Werbeagentur und Healthy People, einem Tochterunternehmen der Grey-Werbeagentur Gruppe, wechselte Torsten Stapel 1999 zu Sony nach Köln. Während seiner erfolgreichen Karriere im Bereich Product Communications war er für die deutsche Vertriebsgesellschaft und mehrere Jahre für die europäische Sony Zentrale in Amsterdam, Niederlande, tätig. Zuletzt hatte er die Stelle des Advertising & Steering Managers mit der Verantwortung für alle AV- & IT-Produkte des japanischen Konzerns in Köln inne.



verzeichnet die Fachhandelsgruppe im vierten Quartal dieses Jahres. „Wir bauen unsere Marktstellung kontinuierlich aus“, so Werner Winkelmann, Vorstandssprecher des Unternehmens. Auch für 2007 seien bereits acht neue Fachmarktstandorte in konkreter Planung. Die Euronics Deutschland eG mit rund 2.000 Mitgliedern und über 2.100 Verkaufsstellen beschäftigt bundesweit mehr als 12.000 Mitarbeiter. Mit einem Gesamtumsatz von 3,15 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2004/2005 ist Euronics der zweitgrößte Marktteilnehmer der Branche in Deutschland.

### Auszeichnung für Loewe

Als „Unternehmen mit Weitblick“ zeichnete Arbeitsminister Franz Müntefering die Loewe AG im Rahmen des Bundesprogramms „Perspektive 50plus“ aus. Die Würdigung nahm Loewe Vorstandsmitglied Oliver Seidl in Fulda entgegen. Insgesamt 62 herausragende Unternehmen aus dem gesamten Bundesgebiet setzen sich besonders für die Beschäftigung älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Vor 200 Gästen würdigte Franz Müntefering dieses aktive und erfolgreiche Engagement, den Herausforderungen des demografischen Wandels und den sich daraus ergebenden Anforderungen zu begegnen. „Das Unternehmen mit Weitblick“, so der Minister, „verfügt im Bereich Personalpolitik über einschlägige Erfahrungen mit alternden Belegschaften oder mit der Einstellung älterer Mitarbeiter.“ Hierzu zählen vor allem Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Beschäftigungsfähigkeit, Möglichkeiten einer Flexibilisierung der Arbeitszeit sowie Qualifizierungsangebote auch für Ältere. Bei Loewe reicht das Engagement bei der „Perspektive 50plus“ von der Karriereplanung bis zum Fitnessprogramm und gesundheitsbewußter Ernährung. „Für Loewe ist dies – genauso wie die Ausbildung junger Menschen – eine wesentliche Investition in die Zukunft“, betonte Oliver Seidl.

### Eine Million Ambilight Flat TVs von Philips

Philips Consumer Electronics hat die Produktion des millionsten Ambilight Flat TV gemeldet. Produziert wurde das Jubiläumsmodell in der Produktionsstätte Brügge (Belgien). Es handelt sich um einen Ambilight Flat TV mit einem 42-Zoll LCD HD ready Display und dem innovativen Philips Ambilight Full Surround Umgebungslicht. „Wir sind sehr stolz, diesen für Philips Consumer Electronics so wichtigen Meilenstein erreicht zu

haben“, sagt Rudy Provoost, Chief Executive Officer, Philips Consumer Electronics. „Ambilight hat sich in der Tat zum Renner bei den Konsumenten entwickelt. Denn es verbessert nicht nur das Fernseherlebnis als Ganzes, sondern macht Fernsehen auch augenschonender. Wir freuen uns schon heute auf unsere nächste Million Ambilight Flat TVs und fühlen uns auch weiterhin unserem Markenversprechen ‚sense and simplicity‘ verpflichtet – Produkte und Lösungen zu liefern, die einfache Bedienung mit intelligenter Technologie verbinden und auf die Bedürfnisse der Konsumenten zugeschnitten sind.“

### iF Design Award für Sharp LCD-Fernseher

Mit dem international renommierten iF Product Design Award wurden zwei Sharp Aquos LCD-TVs der XD1E-Serie ausgezeichnet. „Mit dem iF Product Design Award wurden nicht nur zwei Sharp

Aquos LCD-TVs der Spitzenklasse ausgezeichnet, sondern auch die neue Produktstrategie unserer Geräte“, freut sich Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria. „Design ist neben der technischen Leistungsfähigkeit und dem hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnis ein wesentliches Entscheidungskriterium für den Kauf eines LCD-TVs. Die Sharp LCD-Fernseher erfüllen sowohl wegen ihrer technologischen Features als auch in Sachen Design höchste Ansprüche. Die Auszeichnung mit dem renommierten und international bekannten iF Label sehen wir als Bestätigung für unsere Produkte“, so Bolten weiter.

### Metz baut Serviceleistung aus

Mit dem Ausbau der Serviceleistungen geht Metz in die nächste Runde der angekündigten Markenoffensive. Zur direkten Unterstützung in den neuen Vertriebsregionen wurden neben den eigenen Werkstätten in den Vertriebszentren Nord, West und Süd zusätzlich fünf Metz Service-Stützpunkte eingerichtet. Seit dem 1. Dezember stehen in Dortmund, Chemnitz, Karlsruhe, Reutlingen und München die intensiv und kontinuierlich geschulten Metz Servicepartner dem Fachhandel bei Reparaturen und technischen Problemen zur Seite. So wird die „First Class“-Serviceorientierung des Metz Fachhändlers aufrechterhalten und kann direkt an den Endkunden weitergegeben werden. Die bewährten Metz Serviceleistungen wie z. B. die 24-Stunden-Vorausersatz-Garantie bleiben natürlich bestehen. Ebenfalls abgeschlossen sind die Vorbereitungen zur Zentralisierung der Hotline. Das bisherige Routing-System wird zum 2. Januar 2007 abgeschafft. Mit der weiterhin gültigen Hotline-Nr. 01805 / 63 89 46 36 erreicht man dann direkt die Metz Kundendienstzentrale. Dort stehen drei zusätzliche Metz Mitarbeiter dem Fachhandel von 8:00 bis 17:30 Uhr beratend zur Seite. Das bereits installierte und bewährte Hotmail-System, welches im Falle eventueller technischer Probleme direkt, schnell und aktiv über Lösungen informiert, bleibt erhalten.

### Samsung TV-Sparte baut Mannschaft weiter aus

Mit Frédéric Martin, Keith Wrampling und Michael Willenborg hat Samsung drei erfahrene Fachleute ins Team geholt, die einem gemeinsamen Credo verpflichtet sind: Das Unternehmen weiter als Premium-Anbieter zu etablieren.

Frédéric Martin, 39, ist als Senior Marketing Manager Visual Products für die Leitung dieses TV-Teams, die Planung und Koordination der deutschlandweiten Produkt- und Marketingstrategien zuständig und verantwortet die mittel- und langfristige strategische Ausrichtung des Produktbereichs. Bei seinen früheren Stationen bei Grundig, Thomson und zuletzt als Marketing und Business Manager bei Sony hat der gebürtige Franzose eine umfangreiche Branchen- und Marketingexpertise erarbeitet.

Seit Anfang Oktober wird Frédéric Martin von Michael Willenborg unterstützt. Der 30jährige, der bereits wertvolle Erfahrungen im Bereich Vertrieb und Produktmanagement in der CE-Branche gewonnen hat, ist in der Position als Product Marketing Manager TV der Ansprechpartner für Presse und Handel. Er verantwortet das operative Geschäft in den Bereichen Produkt, Preis, Promotion und Vertrieb.

Keith Wrampling als drittes neues Mitglied des TV-Teams ist seit Juli bei Samsung, seit November arbeitet er als TV Produkt Manager für die Erfolgssparte des koreanischen TV-Spezialisten. Mehrjährige Erfahrung in der Consumer Electronics-Branche hat der 29jährige

zuvor bei Sony gesammelt. In seiner neuen Position trägt Wrampling nicht nur die Verantwortung für die Entwicklung des Line-Ups, sondern vertritt die TV-Division von Samsung Electronics Germany auch im internationalen Marketing des Konzerns. Zudem ist er mit der Planung und dem Controlling im Bereich Produkt-Marketing befaßt.

Tatkräftige Unterstützung erfährt das ehrgeizige Trio durch Nathalie Supé, die seit November als Team Assistentin für das Samsung-TV-Team tätig ist.



Frédéric Martin



Michael Willenborg



Keith Wrampling

### Reparaturservice für defekte Sony Digitalkameras

Im Oktober 2005 hat Sony ein kostenloses Reparaturprogramm für einige digitale Kameras gestartet, die mit einem von Sony hergestellten CCD-Chip ausgerüstet sind. Im Kamera-Modus zeigt das LC-Display und/oder der elektronische Bildsucher ein verzerrtes oder gar kein Bild. Nun hat man festgestellt, daß diese Mängel auch bei weiteren Modellen auftreten könnten.

Um die Zufriedenheit der Kunden sicherzustellen, erweitert Sony die kostenlose Reparatur auf diese zusätzlichen Modelle, sofern der Defekt durch den CCD-Chip (Aufnahmechip) verursacht wird. Entsprechend können die Besitzer von den unten stehenden Sony Digitalkameras, die eines der o.g. Verhaltensmerkmale aufweisen, sofern der Defekt durch den CCD-Chip (Aufnahmechip) verursacht wird, sich unter folgender Sonderrufnummer zwecks einer kostenlosen Reparatur melden: 0221-5372005 (Montag bis Freitag, 8.00 – 18.00 Uhr). Betroffen sein könnten folgende Kamera-Modelle: DSC-F88, DSC-F717, DSC-M1, DSC-P10, DSC-P12, DSC-P2, DSC-P31, DSC-P32, DSC-P51, DSC-P52, DSC-P7, DSC-P71, DSC-P72, DSC-P8, DSC-P92, DSC-T1, DSC-T3, DSC-T11, DSC-T33, DSC-U10, DSC-U20, DSC-U30, DSC-U40, DSC-U50, DSC-U60, DSC-V1, MVC-CD400, MVC-CD500, MVC-FD200. Die Mängel traten bisher vereinzelt in Gebieten mit hoher Luftfeuchtigkeit auf.



# Zertifizierte Trainer für den Fachhandel

## Samsung Win Team

**Samsung Electronics macht sein hauseigenes Trainer-team kontinuierlich fit für den Fachhandel: Das sechsköpfige Win Team ließ sich in diesem Herbst in einem zweitägigen Spezialtraining vom amerikanischen Videospezialisten Joe Kane schulen und zertifizieren.**



„Wir werden sowohl mit der Unterstützung unseres Win Teams als auch mit dem CE-Premium-Partner-Konzept unsere starke Position im CE-Markt ausbauen und auch in diesem Jahr die zuverlässige Partnerschaft mit dem Handel fortführen“, so Hans Wienands, Business Director CE bei Samsung.

Die Mitglieder des Samsung Win Teams hatten zwei Tage Zeit, sich von Joe Kane höchstpersönlich zum Thema Kalibrierung, Displaytechnologie sowie Videostandards informieren zu lassen. Joe Kane Productions (JKP) ist ein in Hollywood, Kalifornien, ansässiges Unternehmen. Es ist spezialisiert auf Displaytechnologien, Einhaltung der Videostandards, Display-

ins Detail. Kane berät neben Samsung auch Unternehmen wie Microsoft, Stewart Filmscreen Corporation und diverse Filmstudios.



Videoprofi Joseph Kane schulte das Samsung Win Team an zwei Tagen und bot detailliertes Wissen aus dem Bereich Videotechnik. Themenschwerpunkte des Trainings waren auch Kalibrierung und Displaytechnologie.

kalibrierung, Videoproduktionen und Post-Produktionen. Sein Inhaber und Videoprofi Joseph Kane schulte das Win Team und trainierte mit den Samsung-Mitarbeitern die optimale Displaykalibrierung, lehrte fundiertes Wissen aus dem Bereich Videotechnik und erklärte Videostandards bis

### Schulungsqualität für den Fachhandel

Die JKP-zertifizierten Trainer können nun ihr aktuell erworbenes und umfassendes Wissen weitergeben und die Samsung-Händler schulen. Mit neuem Equipment wie mobilen Shuttle-PCs werden

sie in den Schulungen nun auch Unterschiede in der HDTV-Bildqualität vermitteln (zum Beispiel Unterschiede zwischen verschiedenen Encoding-Verfahren) und erstklassige HDTV-Videosequenzen zu Schulungszwecken vorführen. Wie wichtig eine Displaykalibrierung und die Einhaltung der Videostandards ist, wird Schwerpunkt der Schulung im Fachhandel sein. Ziel der Produktentwicklung ist es, Displays zu entwickeln, die eine Darstellung des Bildmaterials ermöglichen, die den Qualitätsansprüchen von Produzenten und Regisseuren entspricht. Die JKP-zertifizierten Win-Team-Trainer haben jetzt nachweislich das Know-how erworben, Kalibrierung, Displaytechnologie sowie Videostandards detailliert weiterzugeben. Das Ziel dabei: durch hochwertige Displaykalibrierung dem Kunden eine bis dato nicht bekannte Bildqualität ins Wohnzimmer zu bringen. Als Beweis der frisch vertieften Trainerkompetenz werden die Samsung-Trainer künftig das JKP-Logo auf ihrer Visitenkarte tragen.

Das Samsung Win Team hatte bereits zu Beginn dieses Jahres ein Intensivtraining bei Joe Kane absolviert, der einen tieferen Einblick in die Welt der Videotechnik bot. Themenschwerpunkte des Workshops waren unter anderem Farblehre in der Displaywelt und Displaykalibrierung, Bildformate und Signaltypen sowie Bildauflösungen und Encodierungsverfahren wie MPEG-4 (H. 264) und Windows Media HD. Unter dem Motto „Willkommen in der Zukunft – jetzt erst recht!“ startete das zweite Schulungsprogramm für die Samsung Trainer im August dieses Jahres und knüpfte damit an den Slogan zur ersten Schulung für den Fachhandel „Willkommen in der Zukunft“ an.

### Samsung Premium Partner-Konzept

Samsung hat zur Stärkung des qualitätsorientierten Fachhandels im Herbst dieses Jahres das CE-Premium Partner-Programm ins Leben gerufen. Honoriert werden damit besondere Vertriebsleistungen des Fachhandels mit Premium-Produkten und einer besonderen Verkaufunterstützung. Wer als Fachhändler die



Samsungs JKP-zertifizierte Win Team Trainer können nun ihr aktuell erworbenes und umfassendes Wissen weitergeben und die Samsung-Händler schulen.

Voraussetzungen für die Autorisierung eines Samsung Premium Partners erfüllt, darf sich auf eine Vielzahl von Unterstützungsleistungen freuen. Zum Premium-Sortiment gehören neben hochwertigen LCD-Fernsehern mit Bilddiagonalen von 32 bis 46 Zoll ein Blu-ray-Player und ein Highend-Home-Theater. Überregionale Werbung für Premium-Produkte sowie die Bereitstellung von hochwertiger Präsentationsunterstützung und Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien sollen den Vermarktungserfolg für die an dem Konzept teilnehmenden Fachhändler sicherstellen. „Mit diesen Maßnahmen

wollen wir unseren Premium-Partnern eine noch höhere Wertschöpfung bei der Vermarktung von Samsung-Produkten ermöglichen“, so Hans Wienands, Business Director CE bei Samsung.

Mit dem Premium Partner-Konzept setzt Samsung erneut ein deutliches Zeichen in Richtung Fachhandel. „Wir werden sowohl mit der Unterstützung unseres Win Teams als auch mit dem CE-Premium Partner-Konzept unsere starke Position im CE-Markt ausbauen und dem Fachhandel auch in diesem Jahr ein zuverlässiger Partner sein“, führt Wienands weiter aus. *miz*

### Samsungs wichtiger Geschäftsbereich Digital Media

Der Bereich Digital Media von Samsung Electronics spielt eine zentrale Rolle bei der digitalen Konvergenz. Mit einem Umsatz von 18,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2005 trägt der Bereich Digital Media circa 23 Prozent zum Gesamtumsatz von Samsung Electronics bei. Als einer der wenigen Elektronikanbieter, die sowohl auf dem AV- als auch auf dem IT-Markt tätig sind, konnte Samsung im High-End-Segment des Marktes ein bedeutendes Wachstum verzeichnen – insbesondere bei Flachbildschirm-Fernsehern. Besonders gut hat Samsung dabei im Premium-Bereich abgeschnitten.

Der Geschäftsbereich Digital Media Business besteht aus vier Divisionen – Visual Display, Digital AV, Computer System und Digital Printing. Die Visual Display Division ist der weltweit größte Hersteller von Digital-TVs und Monitoren. Sie verfügt über ein komplettes Spektrum von TV-Technologien: LCD, Plasma und DLP-TVs sowie konventionellen Röhrenfernsehern. Die Digital AV-Division hat sich zum Ziel gesetzt, mit innovativen Produkten auf der Basis von Audio/Video-Technologie Märkte zu schaffen und auf diesen die Führungsposition zu übernehmen. Die Computer-Systeme Division konnte ihre Position im „Schmal und Leicht“-Segment des Notebook-PC-Marktes weiter stärken. Im Mai 2006 hat die Division in enger Zusammenarbeit mit Intel und Microsoft den ersten Ultra Mobile PC der Welt, den „Samsung Q1“ auf den Markt gebracht. Die Digital Printing Division ist bei Innovationen im Bereich kleiner Laserdrucker führend und baut ihr Farblaserdrucker-Geschäft mit Mid- bis High-Speed-Druckern zügig aus.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung von globalen Partnerschaften bei der Lieferung von Inhalten und Services mit seinen Produkten hat Samsung starke Beziehungen zu anderen Branchenführern geknüpft. Samsung arbeitet eng mit Filmstudios im Bereich Blu-ray zusammen und hat die Führung eines Konsortiums von Unternehmen im Rahmen der High Definition Audio Video Network Alliance (HANA) übernommen.

### Samsung Monitore in Automobilen der Premium-Klasse

Samsung beliefert einen der Premiumhersteller auf dem Automobilmarkt mit Flachbildschirmen. Mit den hochwertigen Samsung-Displays deckt der Fahrzeughersteller seinen Bedarf für die nächsten zwölf Monate. Bei Projekten dieser Größenordnung zählen vor allem Qualität, hohe Leistungsfähigkeit und eine maximale Lebensdauer. Die IT-Abteilung des Automobilherstellers hat verschiedene Monitormodelle im Vorfeld auf Herz und Nieren geprüft. Die Auslieferung und Installation der Displays erfolgt in mehreren Stufen über den langjährigen Samsung-Systemhauspartner Computacenter, der eine hohe Expertise in der Realisierung derartiger Großprojekte besitzt.



POS **Neuheiten**

„MoGo“ Mouse für Road Warriors

Das US-Unternehmen Newton Peripherals Inc. kündigt in einer offiziellen Meldung an: „Road Warriors atmen auf: Die MoGo Mouse ist da“. Wer sich nach dem Lesen der frohen Botschaft den Begriff „Road Warrior“ mit Hilfe einer Suchmaschine erklären lassen muß, erfährt: Ein „Road Warrior“ ist a.) Im IT-Bereich ein reisender Geschäftsmann, der eine mobile Internetverbindung zu seinen Kunden nutzt, oder b.) Ein aggressiver Autofahrer. Die offensichtlich dem IT-Bereich zugeordnete, nur kreditkartengroße MoGo Mouse läßt sich bei Nichtgebrauch bequem im PC-Karten-Slot des Notebooks unterbringen und wird dort auch aufgeladen. Die MoGo Mouse ist eine Bluetooth-fähige Maus in der Größe einer Kreditkarte, die Notebook-Anwender als Eingabegerät bei der Arbeit mit dem mobilen Rechner akrobatische Kunststücke mit dem Trackpoint erspart. Wegen ihres Volumens sind übliche Desktop-Computermäuse beim Einsatz an einem Notebook recht unhandlich. Für Abhilfe sollte der Trackpoint sorgen, mit dem jedoch viele Notebook-Besitzer nur bedingt zurecht kommen. „Schon seit Jahren war für mich das Mitschleppen der Maus aufgrund ihrer Sperrigkeit immer ein echtes Ärgernis“, erklärt Matthew Westover, CEO und Präsident von Newton Peripherals, einem hochinnovativen US-Unternehmen, das anwenderfreundliche Lösungen für die Herausforderungen des Mobile Computings entwickelt. „Ich habe mich deswegen immer geweigert, eine externe Maus mitzunehmen, da sie zu viel Platz in meiner Tasche beansprucht. Aber in dem Moment, in dem ich die MoGo Mouse das erste Mal sah, in die Hand nahm und damit arbeitete, wußte ich, daß mein Problem der Vergangenheit angehört. Das gilt für viele Menschen, die ständig mit Notebooks unterwegs sind.“ Die MoGo Mouse wird in Kürze in Deutschland zum UVP von 69,95 Euro verfügbar sein. Ein „MoGoMercial“, mit dem die Fähigkeiten der Maus demonstriert werden, steht unter [www.mogomouse.com](http://www.mogomouse.com) zur Verfügung.

Handlicher Massenspeicher von Freecom

Eine attraktive Speicherlösung mit bis zu 1 TerraByte Speicherkapazität, mit S-ATA/RAID-Technik, USB- und FireWire 800/400-Schnittstelle, bringt Freecom auf den Markt: Ganz gleich, ob umfangreiche Office-Dokumente oder große Video-, Audio-, Foto- oder Grafikdateien, Freecom's neuer „DataTank“ bietet für alle ausreichend Platz: Auf das Doppel-Festplattensystem im schlichten Aluminiumgehäuse mit LE-Display passen bis zu einem TerraByte. Der mit den Hi-Speed-Schnittstellen USB 2.0, FireWire 800 und FireWire 400 ausgestattete Data Tank läßt sich durch einfachen Tastendruck von jedem PC oder Mac aus „betanken“. Das 3,5-Zoll Festplatten-Duo im Inneren arbeitet mit höchster Datensicherheit. Auf der Gehäusefront des



Sandisk Sansa MP3-Player jetzt mit FM-Tuner



Die beiden preisgekrönten SanDisk Sansa e200 und c200 MP3-Player-Serien sind in EU-Ländern nun auch mit FM-Funktion erhältlich. Bisher wurden die Sansa e200- und c200-Serien wegen überhöhter Lizenzforderungen in Europa ohne FM-Tuner angeboten. Wegen der hohen Nachfrage hat sich SanDisk entschlossen, mit einer geringfügigen Preisdifferenz Geräte mit und ohne FM-Tuner anzubieten. Sowohl die Top-Modelle der Sansa e200 Serie wie auch die Sansa c200 werden mit FM-Funktion erhältlich sein. Die Sansa Player verfügen über zahlreiche Features: Erweiterungssteckplatz für Flash-Speicherkarten zum Speichern von bis zu 500 zusätzlichen Songs, 2 GB microSD-Karte, lange Akku Lebensdauer, Foto-Diashows, Sprachaufnahmen über integriertes Mikrofon sowie ein (nicht-lizenziertes) Digital Rights Management System (DRM), mit dem Anwender bei unterschiedlichen digitalen Musikquellen



Songs beziehen können. Die Sansa e200 mit FM-Funktion werden seit Anfang Dezember 2006 an den Einzelhandel geliefert. Die Sansa c200 mit FM-Tuner kommen im Januar auf den Markt.

Unverbindliche Preisempfehlung, exkl. MwSt.

Modell	Ohne FM-Tuner	Mit FM-Tuner
<b>Sansa e200 MP3-Player</b>		
Sansa e250, 2.048 MB	111,24 Euro	122,36 Euro
Sansa e260, 4.096 MB	145,46 Euro	160,00 Euro
Sansa e270, 6.144 MB	171,13 Euro	nicht verfügbar
Sansa e280, 8.192 MB	196,80 Euro	216,49 Euro
<b>Sansa c200 MP3-Player</b>		
Sansa c240, 1.024 MB	57,46 Euro	63,21 Euro
Sansa c250, 2.048 MB	81,93 Euro	90,12 Euro

Speicherkapazität

Modell	Musiktitel (MP3)	Wiedergabezeit
Sansa – 1,0 GB	250	16 Std., MP3
Sansa – 2,0 GB	500	32 Std., MP3
Sansa – 4,0 GB	1.000	64 Std., MP3
Sansa – 6,0 GB	1.500	96 Std., MP3
Sansa – 8,0 GB	2.000	128 Std., MP3

DataTanks befindet sich eine Taste zur Bedienung der Datenverschlüsselung. Nach Drücken der Taste und Paßworteingabe erhält der Anwender Zugriff auf eine verschlüsselte Partition, deren Speichergröße bei ihrer Anlage gewählt werden kann. Die gespeicherten Daten werden mit 128 Bit AES (Advanced Encryption Standard) verschlüsselt. Diese Methode ist weltweit als höchster Sicherheitsstandard anerkannt. Bei sorgfältiger Konfiguration ist der unauthorisierte Zugriff auf Daten so gut wie unmöglich. Die Synchronisierung von Datenbeständen im DataTank mit Beständen auf einem PC- oder Mac wird durch Betätigung des „SYNCButtons“ eingeleitet. Die S-ATA-Festplatten des DataTanks lassen sich wahlweise als RAID-Variante 0, 1 oder JBOD betreiben. Zum Lieferumfang gehört eine Vollversion der Acronis Backup-Software True Image, mit der sich nach vorheriger Sicherung auch ein komplettes Betriebssystem mit allen Anwendungen und Daten wiederherstellen läßt. Der Freecom DataTank ist wahlweise mit der Kapazität von 500/800 oder 1 TB zum UVP von 359,- / 479,- / oder 589,- Euro erhältlich. Zum Lieferumfang gehören drei Anschlußkabel für USB und FireWire 800, 400, ein Netzteil, Vollversionen der Programme Freecom Personal Media Suite und Acronis True Image Backup-Software, Handbuch auf CD und Quick Install Guide. Freecom leistet zwei Jahre Herstellergarantie und kostenlosen Helpdesk-Support.

USB Blue Ice Stick bis zu 8 GB



Die Designer von Chips and More, Freiburg, haben mit dem USB-Speicherstick „Blue Ice Stick“ einen attraktiven Hingucker geschaffen, der mit Speicherkapazitäten von 1 GB, 2 GB, 4 GB und 8 GB in den Handel kommt. Das kleine Gehäuse des Blue Ice ist vollkommen transparent. Sein Innenleben besteht aus einer blauen Platine und darauf befestigten blau leuchtenden Mini-LEDs. Mit seinem Gewicht von nur 14 Gramm und den Abmessungen von 65 x 20 x 8 mm ist der Blue Ice Stick ein ideales Speichermedium zum Mitnehmen. Im Betriebszustand leuchten acht blaue LEDs

geheimnisvoll auf. Die Lesegeschwindigkeit des sehr schnellen SLC-Chip beträgt 30 MB/s, und die Schreibgeschwindigkeit



ist mit 23 MB/s beeindruckend. Chips and More legt nach eigener Aussage besonderen Wert auf dauerhafte Qualität. Dem

Blue Ice werden deshalb zehnjährige Datensicherheit und mindestens 100.000 Lese-/Schreibzyklen garantiert. Blue Ice Sticks werden mit der „CnMemory Safe“ Suite des Security Spezialisten und mehrfachen Testsiegers Steganos vorkonfiguriert ausgeliefert und bieten Anwendern höchste Sicherheit für private Daten. Pro Stick können maximal drei paßwortgeschützte Partitionen angelegt werden. Ein Datenschredder, der Daten für nicht-authorized Benutzer unlesbar macht, ist integriert. Der Blue Ice ist mit 1 GB Kapazität zum UVP von 29,99 Euro zu haben. Außerdem sind Blue Ice Sticks mit 2 GB, 4 GB und 8 GB verfügbar. Die Garantiezeit beträgt 5 Jahre.

NEC Projektor-Studie: Kino in der Hosentasche



Bei der von dem japanischen Hersteller NEC gegen Jahresende 2006 in Deutschland veranstalteten Road-Show „Mit Vollgas zum Erfolg“ konnte man neben zahlreichen neuesten Projektoren und Plasma-Displays auch ein kleines, unspektakulär erscheinendes Gerät mit der Typenbezeichnung „NP1“ bewundern. Wer in dem zierlichen, etwa 85 x 150 x 70 mm großen Gerät, mit runden, handschmeichelnden Linien eine Taschenlampe oder einen Laserpointer zu erkennen glaubte, lag nicht total falsch. Der „NP1“ ist, wie NEC-Mitarbeiter auf Nachfrage erklärten, „die Studie eines microportablen Projektors, den NEC in diesem oder einem ähnlichen Design vielleicht im Jahr 2008 auf den Markt bringen wird.“ Mehr war nicht zu erfahren, aber es war Motivation genug, um sich den NP1 noch einmal genauer anzuschauen: Das Projektions-Objektiv läßt sich mit Hilfe eines wenige Millimeter aus der Gehäuseoberseite ragenden Drehrades manuell einstellen. Auf der dem Objektiv gegenüberliegenden Seite befinden sich Steckerbuchsen für die Energieversorgung und den Video-signal-Eingang. Die zugehörige Fernbedienung ist mehr als halb so groß wie der Projektor selbst und steht höchstwahrscheinlich über Bluetooth mit dem NP1 in Verbindung. Das würde es ermöglichen, Inhalte der in die Fernbedienung eingelegten Speicherkarten zur Projektion per Bluetooth auf den NP1 zu übertragen. Die an vier Stellen des NP1 befindlichen, großflächigen Belüftungsöffnungen weisen auf eine hohe Leuchtstärke des Miniatur-Beamers hin, deren Abwärme es zu kühlen gilt. Wenn man sich den aktuellen DLP-Projektor NP60 mit seinen 3.000 ANSI-Lumen und ca. 1,9 kg Gewicht anschaut, dann sind 1.000 ANSI-Lumen für den NP1 im Jahr 2008 ganz sicher keine Utopie, sondern Licht genug, um beeindruckende Bilder an die Wand zu werfen, dies aber bitte erst nachdem man den winzigen Projektor aus der Hosentasche gezogen hat.



Sony Multiformat-DVD-Brenner DRX-830UL-T



Die IT Peripherals Division von Sony Europe stellt den ersten Multiformat-DVD-Brenner vor, der sowohl von Mac OS wie auch von Windows unterstützt wird. Der externe DVD-Brenner mit dem Produktnamen DRX-830UL-T spricht Anwender neben den technischen Eigenschaften durch sein attraktives Design an und wird mit zwei umfangreichen, leistungsstarken Softwarepaketen ausgeliefert: Nero 7 Essential für Windows und Toast 6 Lite für Mac OS. Mit dem neuen Produkt steht dem Anwender, völlig unabhängig vom verwendeten Betriebssystem (Mac OS bzw. Windows) eine DVD-Komplettlösung zur Verfügung. Der Brenner kann vertikal aufgestellt werden und ist dann äußerst platzsparend. Er ist



sowohl mit i.LINK (Firewire / IEEE-1394) und mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgestattet. Der Brenner unterstützt das Beschreiben von standardmäßigen 16x-DVD±R-Medien mit 18facher Geschwindigkeit und benötigt dann für die Aufzeichnung von 4,7 GB (Daten, Musik, Videos oder Fotos) nur etwa 5 Minuten. Auch mit den neuen 8,5 GB Dual-Layer-DVD±R-Medien sowie DVD Rewritable- und CD-R/-RW-Discs werden Brenngeschwindigkeiten auf dem aktuellsten Stand der Technik erreicht. Bei DVD-RAM-Discs wird eine 12fache Geschwindigkeit erreicht. Der externe Sony DRX-830UL-T-Brenner ist zum UVP von 135,- Euro erhältlich.

V7 mit portablen Multimedia-Navis



V7, bekannt als Anbieter von LC-Displays und LCD-TVs, steigt in den Markt für Navigationsgeräte ein. Als erstes wird es drei Navigations-Geräte aus dem Hause V7 geben, die mit TMC-Funktion, zahlreichen Multimedia-Funktionen und aktueller GPS-Technik mit SIRFIII-Chipsatz ausgestattet sind. Daß der Markt für Navigationsgeräte boomt, bestätigt eine aktuelle Studie der Bitkom, laut der der Absatz in Westeuropa von ca. 2 Mio. Geräten in 2005 auf rund 5 Mio. Geräte in 2006 angestiegen ist und die Zuwachsraten in 2007 noch höher liegen werden. V7 hat sich nach eingehender Marktevaluierung für die Erweiterung seines Produktportfolios um portable Navigationssysteme entschieden, die bis Q1/2007 auf dem Markt verfügbar sein sollen. Alle drei Geräte sind mit umfangreichen Kartenoptionen von Tele Atlas, bis zu 3 Mio. Points of Interest und mit 3,5" bis 4,3" großen TFT-Displays, vorinstallierten Games, MP3-/MP4- und Picture Viewer-Funktion ausgestattet.



Das erste der drei neuen V7 Navigationsgeräte ist zum UVP von 299,- Euro bereits verfügbar. V7 gewährt Kunden auf jedes Navigationsgerät eine zweijährige Send-in Garantie.



# Toshiba mit neuen LCD-TVs und 160 GB Festplatten-Recorder



Das 4:3-Modell 20VL64G eignet sich ideal als Zweitgerät für Kinder-, Schlaf- oder Arbeitszimmer. Mit zwei Scart-Buchsen ausgestattet, können externe Geräte wie DVD-Player oder Sat-Receiver unabhängig voneinander angeschlossen werden.

**Toshiba stellt einen neuen DVD-Festplatten-Recorder, den RD-XS25-S-TE, und drei attraktive LCD-Fernseher vor. Der Recorder zeichnet sich durch eine integrierte Festplatte mit einer Speicherkapazität von 160 GB aus und bietet mit Satellite Link hohen Bedienkomfort. Die neuen LCD-TVs 27WL65G (69 cm), 20VL64G (51 cm) und 15VL64G (38 cm) eignen sich besonders gut für kleinere Wohnzimmer oder das Schlafzimmer.**

Der RD-XS25-S-TE glänzt als universelles Aufnahmetalent. Der DVD-Recorder zeichnet bis zu acht Stunden auf DVD-R/RW auf und spielt neben den gängigen DVD-Formaten Video-CDs, SVCDs, JPEGs und DivX ab. Die integrierte Festplatte bietet eine Speicherkapazität von 160 GB für 272 Stunden Film- und Fernsehaufzeichnung. Hohen Bedienkomfort gewährleistet SatelliteLink. Dank diesem kann der Recorder über einen DVB-Receiver für Aufnahmen über Scart gesteuert werden.



Der RD-XS25-S-TE hat eine Festplatte, die eine Speicherkapazität von 160 GB bietet. Somit sind 272 Stunden Film- und Fernsehaufzeichnung möglich. Das Gerät liest zudem alle gängigen DVD-Formate.

Mit Hilfe des integrierten FotoViewers können JPEG-Aufnahmen abgespielt werden. Beste Bildqualität ermöglicht der Komponentenausgang (YUV), über den PAL Progressive-Bilder an den angeschlossenen Fernseher übertragen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für den RD-XS25-S-TE lautet 399 Euro.

Die Toshiba-LCD-Neuheit 27WL65G ist HD ready und bietet eine Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten. Der HDMI-Eingang sorgt für eine verlustfreie Übertragung von Bild- und Tonsignalen. Durch das hohe Kontrastverhältnis von 1.200:1 und die schnelle Reaktionszeit von 8 msec wird ein brillantes und detailreiches Bild gewährleistet. Der hohe Betrachtungswinkel von 176° bietet Fernsehvergnügen aus fast jeder Perspektive. Der empfohlene Verkaufspreis für den 27WL65G lautet 899 Euro.

Ideal als Zweitgerät für Kinder-, Schlaf- oder Arbeitszimmer eignen sich die 4:3-Modelle 20VL64G mit einer Bildhöhe von 20 Zoll und 15VL64G mit einer Bildschirmgröße von 15 Zoll. Mit zwei Scart-Buchsen ausgestattet, können externe Geräte wie DVD-Player und Sat-Receiver unabhängig voneinander angeschlossen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für den 20VL64G beträgt 599 Euro, der 15VL64 G soll 399 Euro kosten.

Sowohl der DVD-Recorder als auch die beiden größeren LCD-Fernseher sind ab sofort lieferbar. Der 15-Zöller soll im Februar in den Handel kommen. *miz*

MP3

Das komplette Sortiment von Samsung finden Sie im

**SAMSUNG PRODUKTE-CENTER**

unter [www.dexxit.de](http://www.dexxit.de)

Edles Aluminiumgehäuse

## Samsung YP-Z 5

Seine hochwertige Verarbeitung, sein 1,82 Zoll großes Farb LC-Display und der FM-Tuner lassen erahnen, welche musikalischen Leistungen in ihm stecken. Auch für das Auge hat er einiges zu bieten. Seine Dia-Show-Funktion präsentiert Erlebtes mit akustischer Begleitung ... und nicht zuletzt durch sein TouchPad sowie eine Akkulaufzeit von 35 Stunden, wird der YP-Z 5 zum idealen Begleiter!

Artikelbez.	Bestellnr.	HEK €
FZ 1GB schwarz	112245	97,98
FQ 2GB schwarz	112252	113,26
FA 4GB schwarz	112259	151,00

Preis Stand 11.12.06

ab HEK € **97,98**



1,8" TFT LD-Display

## Samsung YP-T 9

Der YP-T 9 ist „Radio- und Video-Player-to-go“ mit farbstarkem 1,8" TFT LD-Display. Er unterstützt mit OGG, MP3, ASF und WMA selbstverständlich alle relevanten Audio-Formate. Damit unterwegs mehr als die eigene Musiksammlung zur Verfügung steht, ist das ultrakompakte Gerät mit Video-Funktion und FM-Tuner ausgestattet.

Artikelbez.	Bestellnr.	HEK €
JQ 2GB schwarz	130774	134,83
JA 4GB schwarz	119784	173,48

Preis Stand 11.12.06

ab HEK € **134,83**



Mit integr. Slide-out-Lautsprechern

## Samsung YP-K 5

Mit nur einem Handgriff verwandelt sich der YP-K 5 in eine Stereoanlage im Miniformat und jeder Ort wird zum Dancefloor. Es stehen 30 Stunden Musikwiedergabe im Kopfhörerbetrieb und sechs Stunden raumfüllender Klang zur Verfügung. Merkmale: innovativer Touchscreen, FM-Tuner, JPEG-Wiedergabe, Weckfunktion.

Artikelbez.	Bestellnr.	HEK €
JZ 1GB schwarz	112273	138,43
JQ 2GB schwarz	112280	173,48
JA 4GB schwarz	112287	211,23

Preis Stand 11.12.06

ab HEK € **138,43**



DISTRIBUTOR FOR MEDIA TECHNOLOGY  
**dexxit**

dexxit GmbH & Co. KG · Postfach 5444 · 97004 Würzburg  
Tel. 0931/9708496 · Fax 0931/9708499 · [www.dexxit.de](http://www.dexxit.de)



# Flachdisplays: Markttrends

## Corning baut Glas-substrat-Fabrik in China

Wie in einschlägigen Publikationen verlautet, bezieht der in China ansässige LCD-Panel Hersteller BOE Optoelectronics Technology (BOE OT) den überwiegenden Teil der für die Produktion benötigten Glassubstrate (Glas Shields/Mutterglas) von Corning, während der Mitbewerber SVA-NEC Glasssubstrate von NEG verarbeitet. Im November 2006 hat Corning in China mit dem Bau einer Fabrikationsanlage für Glassubstrate begonnen. Die in Beijing, Economic Technological Development Area, errichtete Fabrik soll, wie Corning mitteilt, im ersten Halbjahr 2008 die Produktion aufnehmen. (Gesamt wären das 23.000!)

## Großformatige Flachbildschirme auch 2007 im Aufwind

Wie der Marktbeobachter iSuppli prognostiziert, wird die Nachfrage für großformatige Flach-TV-Geräte und Bildschirme im ersten Halbjahr weiter ansteigen und von saisonal bedingten Abschwüchungen nicht beeinflusst werden: „Large-size panel demand to be unseasonably strong in 1H 2007“, sagt iSuppli und sieht im ersten Halbjahr 2007 für große Bildschirme einen Absatz von 154,3 Millionen Stück weltweit voraus, was im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2006 (124,7 Millionen) einen Zuwachs von 23,7 Prozent und im Vergleich zum zweiten Halbjahr 2006 (145,2 Millionen) einen Zuwachs von 6,3 Prozent nach Stückzahl mit sich bringt. „Typischerweise flacht die Nachfrage in der ersten Jahreshälfte merklich ab“, erklärt Sweta Dash, Director of LCD and Projection Research, iSuppli. „Was wir zur Zeit beobachten, spricht für einen langfristig ungebrochenen Aufschwung in diesem Markt-bereich mit weiterhin hohen Zuwachsraten. Die starke Nachfrage trifft bei den oberen Bildschirmgrößen zusätzlich auf Lieferengpässe bei den Herstellern, wodurch sich eine hohe Anzahl der geplanten Anschaffungen in das neue Jahr verlagert. Zusammen mit den teilweise aggressiven Preisreduktionen der Anbieter ergibt das ein optimales Substrat, auf dem ein Boom bestens gedeihen kann.“

## Hitachi weiterhin stark engagiert bei Flachdisplays und HDs

Mit einem außerordentlichen, gegenüber der Presse energisch vorgetragenen Statement dementierte der japanische Elektronik-Hersteller Hitachi nachdrücklich den Inhalt einiger im asiatischen Raum veröffentlichten Pressemeldungen, die über Online-Portale später auch im Internet verbreitet wurden. Die besagten Artikel suggerierten, daß Hitachi sich entschieden habe, seine Produktparten Flach-TV-Geräte und Harddisk aufzugeben oder zu veräußern. Wie der Hitachi-Sprecher erläuterte, hat Hitachi zu keinem Zeitpunkt derartige Pläne erwogen oder diskutiert. Das Unternehmen beabsichtigt, die beiden genannten Pro-

duktbereiche wie bisher auf einer äußerst aktiven Basis fortzuführen und weiterzuentwickeln. Hitachi gehört zum engen Kreis der weltweit führenden Elektronik-Unternehmen und beschäftigt weltweit rund 356.000 Mitarbeiter in zahlreichen Ländern. Der Unternehmensumsatz erreichte im japanischen Wirtschaftsjahr 2005/2006 ca. 80,9 Milliarden US-Dollar.

## Dell bezieht 27“ Widescreen-Panels von Samsung

Wie der Marktbeobachter DigiTimes berichtet, haben der Computer-Hersteller Dell und Samsung einen Vertrag über die Lieferung von LCD-Panels unterzeichnet. Dell soll vor allem an dem Bezug von Samsung-Panels mit 27 Zoll Bildhöhe im Widescreen-Format 16:10 interessiert sein. Die von Samsung mit der Produktbezeichnung „LTM270M1“ gefertigten Panels haben eine native Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten (WUXGA) und sollen, wie verlautet, auch von Samsung selbst zu Monitoren verarbeitet werden. Die Panels sind in S-PVA-Technologie gefertigt, verfügen über eine hervorragende Bildqualität, weite Betrachtungswinkel und geringe Reaktionszeiten von 8 ms. Das Kontrastverhältnis erreicht maximal 3.000:1 und der Helligkeitswert 500 Candela pro m<sup>2</sup>. Wie Samsung auf seiner Website betont, sind die neuen 27-Zoll Wideformat-Panels auch für den Einsatz in LCD-Fernsehgeräten geeignet, vor allem weil sie mit ihrer hohen



Samsung TFT SyncMaster 305T: 30-Zoll Widescreen-Display mit PVA-Panel, 2.560 x 1.600 Bildpunkten, Kontrastverhältnis 1.000:1, Helligkeit von 400 cd/m<sup>2</sup>, DVI-D-Anschluß.

Auflösung Full-HD-tauglich sind. Erste mit den neuen LTM270M1-Panels bestückte Produkte könnten Dell und Samsung schon im Januar 2007 auf den Markt bringen. Preisvorstellungen wurden bisher noch nicht genannt. Samsung ist bisher der einzige Hersteller von 27-Zoll Widescreen-Displays. Im Spätsommer hatte HannStar angekündigt, zum Jahresende 2006 in Europa und den USA ebenfalls 27-Zoll Widescreen-Displays auf den Markt zu bringen.

## Iiyama: 22-Zoll Breitbild-LCD unter 400 Euro

Als dritter Anbieter, nach Samsung und Acer, bietet nun auch Iiyama einen 22 Zoll großen Breitbildschirm zu einem Endverkaufspreis von unter 400,- Euro an: Der neue Iiyama 22-Zoll TFT-Bildschirm mit der Gerätebezeichnung E2200WS besitzt eine

Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten, erreicht den Helligkeitswert von 300 cd/m<sup>2</sup> und ein Kontrastverhältnis von 1.000:1. Die Reaktionszeit beträgt laut Herstellerangaben nur 5 Millisekunden. Mit diesen Werten ist das Iiyama-Display auch für 3-D Spiele-Anwendungen und das Betrachten von Video-Programm-Material mit schnell bewegten Inhalten wie Actionfilme und Sportreportagen hervorragend geeignet. Der Betrachtungswinkel ist mit 170 Grad horizontal und 160 Grad vertikal im oberen Durchschnitt vergleichbarer Displays einzustufen. Der sowohl mit einer VGA- als mit einer DVI-Video-Schnittstelle ausgestattete Bildschirm läßt sich optimal für die Bildwiedergabe im 16:10-Breitbildformat einstellen und einsetzen. Das mit integrierten Stereo-Lautsprechern ausgestattete Gerät wird ausschließlich in schwarzem Design angeboten. Die unverbindliche Preisempfehlung von Iiyama für den E2200WS liegt bei 367,- Euro. Bei Online-Anbietern wie z. B. Alternate war das Display bei Vorbestellung aber auch schon zu 359,- Euro erhältlich.

## V7 unterbietet Mitbewerber bei 22-Zöllern

In den Wettbewerb um Käufer für die neue, im Trend liegende Klasse der 22-Zoll Widescreen-Displays ist kurz nach Iiyama als vierter Anbieter auch V7 mit einem aggressiven Preis eingestiegen. Damit bieten inzwischen Samsung, Acer, Iiyama und V7 ein Breitformat-Display mit 22 Zoll Bildhöhe an. Der „V7 L22WD“ besitzt die Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten und erreicht das Kontrastverhältnis von 700:1 und einen Helligkeitswert von 280 cd/m<sup>2</sup>. Der V7-Bildschirm ist mit im Bildschirmstandfuß integrierten Lautsprechern ausgerüstet. Als Video-Schnittstelle steht ein VGA D-Sub Eingang zur Verfügung. Der silbergraue 22-Zöllers Widescreen-Monitor ist mit 3 Jahren Vor-Ort-Austauschservice zum UVP von 339,- Euro erhältlich.

## Philips trennt sich von allen LG. Philips LCD-Anteilen

Wie nach diversen Gerüchten Gerard Kleisterlee, Chairman und CEO von Philips, in einem ersten Statement bekanntgab, beabsichtigt Philips den Verkauf aller Anteile an dem bisher gemeinsam mit LG Electronics und Philips gehaltenen Unternehmen LG. Philips LCD. Begründet wird der Entschluß mit fallenden Verkaufspreisen für LCD-Panels und dem Bestreben, die je nach Geschäftslage höchstmöglichen Erträge zu erwirtschaften. Der Verkauf der Anteile wurde unter Berücksichtigung der marktüblichen Prinzipien und des maximal erzielbaren Profits für die Anteilseigner abgewickelt werden, ergänzte Kleisterlee auf entsprechende Fragen der Pressevertreter. Kleisterlee wies Spekulationen entschieden zurück, nach denen Philips bereits über einen Verkauf der Anteile an den japanischen Hersteller Toshiba verhandele. Auch ein Zeitplan für Anteilsverkäufe existiere nicht. Schon aus Respekt für den Investitionspartner LG Electronics werde Philips

sein Handeln so koordinieren, daß Irritationen und ungewöhnliche Kursschwankungen am Aktienmarkt weitgehend vermieden werden können. Kang Yoon-heum, Analyst von Daewoo Securities, vermutet, daß es Philips nicht gelungen ist, einen Interessenten zu finden, der sämtliche Anteile zusammen übernehmen kann. Börsenexperten erwarten, daß Philips im kommenden Juli mit den Verkäufen beginnen wird. Dann endet nämlich das mit dem Partner LG Electronics vereinbarte 30 Prozent Stock Holding Limit.

## 22-Zoll Widescreen-LCD von Belinea

Auch das über Maxdata vertriebene Monitor-Brand Belinea erweitert sein Angebot mit einem 22 Zoll großen LC-Display mit 55,8 Zentimetern Bildhöhe und 1.680 x 1.050 Bildpunkten. Die Betrachtungswinkel betragen 170 Grad horizontal und 160 Grad vertikal. Das Kontrastverhältnis liegt bei 1000:1. Die Reaktionszeit wird vom Hersteller mit 5 Millisekunden angegeben. In dem silberfarbenen Gehäuse sind zwei Lautsprecher integriert. Das 22 Zoll Belinea Wide-Screen-Display ist zum UVP von 350,- Euro erhältlich. Belinea gewährt eine dreijährige Garantie.

## Hitachi, Pioneer und Panasonic fördern Plasma-TV

Drei führende japanische Unternehmen der Unterhaltungselektronik bündeln ihre Kräfte, um die Bedeutung der Plasma-TV-Technologie in Europa breiter zu kommunizieren und die Umsätze mit Plasma-Displays weiter zu steigern. Die japanischen Elektronik-Hersteller Hitachi, Pioneer und Panasonic wollen durch eine umfangreiche paneuropäische „Above-the-line-Werbekampagne“ und einen sachbezogenen Internetauftritt unter HYPERLINK „http://www.plasma-lcd-fakten.de“ www.plasma-lcd-fakten.de die Vorteile der Plasma-Technologie und ihr Potential als Zukunftstechnologie besser begreifbar machen. Die Kampagne basiert auf den Ergebnissen einer Studie, die von Hitachi, Pioneer und Panasonic in Auftrag gegeben wurde. Wie das Marktforschungsinstitut Synovate bei einem mit mehr als 600 Konsumenten in Großbritannien, Frankreich und Deutschland durchgeführten Vergleich der Flachbild-Technologien Plasma und LCD ermittelt hat, findet die überwiegende Mehrheit der Befragten die auf Plasma-Displays dargestellten Bilder besser. 61 Prozent der Teilnehmer nahmen das auf Plasma-Bildschirmen bei normaler Wohnzimmer-Beleuchtung dargestellte Bild als das schärfere Bild wahr. Nur 21 Prozent der Teilnehmer bewerteten auf LCDs dargestellte Bilder als schärfer. Ähnlich sah es bei der Bewertung der Farbbrillanz aus: 65 Prozent pro Plasma-Technologie, 24 Prozent pro LCD-Technologie. Bei der Darstellung schnell bewegter Bildinhalte ohne Unschärfen und Bewegungsartefakte fiel das Urteil mit 62 zu 15 Prozent eindeutig pro Plasma aus. 61 zu 26 Prozent beurteilten das Kontrastverhältnis der Plasma-Bildschirme als das bessere. 72 Prozent der Interessenten sprachen Plasma-Displays die höhere Schwarzsättigung zu.

## USA: HD-TV-Gerätepreise fallen

In den USA führt der Preiskampf zwischen Anbietern von Plasma HD-TV-Geräten und LCD HD-TV-Geräten zu einem Absinken der durchschnittlichen Verkaufserlöse für hochauflösende Bildschirme. Laut Business Week erreichten die Verkaufspreise gegen Ende 2006 einen neuen Tiefstand:

50-Zoll Plasma-TVs von Toshiba und HP werden Online ab 2.000 US-Dollar angeboten. Sonys 50-Zoll Einsteiger-Modell war schon ab 1.348 US-Dollar zu bekommen. 50-Zoll DLP-Rückprojektions-TV-Geräte von Samsung wurden in Zeitungsinseraten zu Verkaufspreisen von 1.135 US-Dollar beworben. Wie Business Week berichtete, sind die Verkaufspreise für 40-Zoll- und 44-Zoll-TV-Geräte seit August 2006 um 9 Prozent gefallen. Den Hauptgrund für die ungewöhnlich sprunghaft verlaufende Preisentwicklung sieht Business Week im zunehmenden Angebot großformatiger LCD-Bildschirme, die inzwischen bei Größe und Preis mit vergleichbaren Plasma-TV-Geräten gleichziehen können.

## NuVision, USA: „Deep Black“ LED DLP Rückpro

Der US-amerikanische HD-TV-Hersteller NuVision in Arizona hat die Produktion eines auf „New Advanced Display Technology“ basierenden Rückprojektionsgeräts mit voller 1080p HDTV-Auflösung angekündigt: Der neue „NuVision Deep Black LED DLP-TV“ arbeitet mit einer neu entwickelten „PhlatLight LED Light“ Lichtquelle und soll dadurch eine für diese Geräteklasse revolutionäre Verbesserung bei der Farbdarstellung, der feinen Abstufung von Grautönen und der Schwarz-Sättigung erzielen: Wie NuVision mitteilte, wird das erste Modell der neuen Deep Black LED DLP Produktreihe ein 52-Zoll-Gerät mit der Produktbezeichnung 52LEDLP zum Verkaufspreis von 4.399 US-Dollar sein. Modelle mit größeren Bildhöhen sollen bald folgen. Den neuen 52LEDLP hatte NuVision bereits auf der CEDIA Expo in Denver und der EHX Expo in Long Beach, Kalifornien, vorgestellt. Das von NuVision eingesetzte LED Lichtsystem basiert auf der von dem US-Hersteller Luminus Devices, Inc. entwickelten „PhlatLight LED“ Lichtquelle, die von Nu Vision durch einen speziellen Signal-Processor Controller ergänzt wird und, laut Angaben von Nu Vision, neue Referenz-Standards für High Performance Video-Wiedergabe setzt. Die wesentlichen Vorteile der NuVision „Deep Black LED Light Engine“ sind: lange Lebensdauer der Lichtquelle, keine Abschwächung der Helligkeit während der Lebensdauer, volle Helligkeit in weniger als vier Sekunden nach dem Einschalten, frei von gefährlichen Substanzen für die Umwelt, geringerer Energieverbrauch als herkömmliche Lichtquellen, um 40 Prozent vergrößerter Farbraum, natürlichere und höher gesättigte Farben als bisher möglich, kein Einsatz von Farbrädern und dadurch Geräuscharm und Vermeidung von Bewegungsunschärfen und Regenbogen-Effekten, große Helligkeit und ein hohes Kontrastverhältnis von 5.000:1. Außerdem: „DSDB“, NuVisions „Digital Switching Deep Black“-Technologie, ermöglicht die präzise sequentielle Steuerung der LED-Lichtquellen und damit die Darstellung von tiefenschwarzen Bildbereichen.

## Günstiger 19-Zoll Hyundai Breitbild-TFT

Einen Widescreen-LCD/TFT mit 19 Zoll Bildhöhe für 250,- Euro bietet Hyundai an. Der bei 22-Zoll-Displays zu beobachtende Trend zum Widescreen-Format scheint sich nun auch bei 19-Zoll-Bildschirmen fortzusetzen: Der Hyundai X91W bietet mit 1.440 x 900 Bildpunkten und 8 Millisekunden Reaktionszeit gute Voraussetzungen für den Einsatz mit Office-Anwendungen und Multimedia-Software. Der Hyundai X91W besitzt einen analogen VGA- und einen digitalen DVI-D Video-Eingang. *evo*

## TFT/LCD Monitor-Panels: Line up nach Herstellern

Größe Zoll:	15	17	17W	19	19W	20.1	20.1W	21W	21.3	22W	23W	24W	26W	27W	30W
Samsung	15	17	-	19	19W	20.1	20.1W	21W	21.3	22W	-	24W	-	27W	30W
LG.Philips	15	17	-	19	-	20.1	20.1W	-	-	22W	23W	24W	26W	-	30W
AUO	15	17	-	19	-	20.1	20.1W	-	-	-	23W	24W	-	-	-
CMO	-	17	-	19	19W	20.1	-	-	-	22W	-	24W	-	-	30W
CPT	15	17	17W	-	-	-	20.1W	-	-	-	-	-	-	-	-
HannStar	15	17	-	19	19W	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Innolux	15	17	-	-	19W	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



## Neuheiten

### Neue TFT-LCD-Fernseher von Daewoo



Die auf der IFA 2006 vorgestellten TFT-LCD-TVs von Daewoo mit den Produktbezeichnungen DLP-32C1 und DLP-42C1 sind nun lieferbar. Der DLP-32C1 mit 80 cm sichtbarer Bild-diagonale und der DLP-42C1 mit 106 cm sind „HD ready“ und haben einen HDMI-Eingang mit HDCP. Durch ihren PC-Eingang können sie auch als Computermonitor eingesetzt werden. Als weitere Anschlussmöglichkeiten stehen zwei Scart-Buchsen, jeweils ein S-VHS-, AV- und Component-Eingang sowie ein digitaler optischer Audio-Ausgang zur Verfügung. Die Displays haben eine Auflösung von 1.366 x 768, eine Helligkeit von 500 cd/m<sup>2</sup>, ein Kontrastverhältnis von 3.000:1 und eine Reaktionszeit von



acht Millisekunden. Die Fernseher sind außerdem mit 2 x 100 Watt Lautsprechern ausgestattet. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die neuen TFT-LCD-TVs der C1-Serie von Daewoo Electronics sind 1.399 Euro für den DLP-32C1 und 2.099 Euro für den DLP-42C1.

### Neuer Full-HD-Projektor von Epson



Lebendige Bilder, satte Kontraste, lebensechte Farben, tiefes Schwarz – der Epson EMP-TW1000 schafft ein beeindruckendes Kinoerlebnis. Die eindrucksvolle Bildqualität erreicht der TW1000 durch das völlig neu entwickelte Crystal Clear

Fine 3-LCD-Panel mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, dem Herzstück des Full-HD Projektors. Gleichzeitig vermindert die deutlich verbesserte Optik Streulicht und erhöht so zusammen mit der Auto-Iris-Funktion das Kontrastverhältnis auf 12.000:1. Selbst in dunklen Filmszenen kommen auf diese Weise feinste Details zur Geltung. Ein Zoomfaktor von 1:2,1 sorgt auch bei geringem Wandabstand für ein großes Bilderlebnis. Die Qualität der Projektion hängt stark vom Umgebungslicht ab. Daher setzt Epson in seinem neuen Premium-Heimkinoprojektor den komfortablen Cinema Filter ein. Er bietet



sechs Modi zur optimalen Einstellung von Bildhelligkeit, Kontrast und Farbsättigung für unterschiedliche Umgebungsbedingungen. Außerdem steht die von Epson entwickelte Auto-Iris-Funktion zur Verfügung, welche zusätzlich die Intensität der Lampe steuert, um den Kontrast zu erhöhen. Dank der Lens-Shift-Funktion kann das Gerät übrigens auch seitlich oder vertikal versetzt von der Projektionsfläche aufgestellt werden, ohne daß das Bild verzerrt wird. Besten Anschluß an die digitale Multimediawelt bietet die umfangreiche Anschlußleiste mit der neuen HDMI V1.3 nebst anderen gängigen AV-Schnittstellen. Und um den Heimkinokomfort der Premium-Klasse perfekt zu machen, gibt Epson drei Jahre Garantie auf den Projektor und die Lampe.

### Grundigs neue LCD-Serie Cinema



Unter der Bezeichnung Cinema präsentiert Grundig neue LCD-Fernseher mit Bilddiagonalen von 32“, 40“ und 46“. Die Geräte bieten Auflösungen von 1.366 x 768 Pixeln und ein Kontrastverhältnis von 1.200:1. Die Leuchtdichte von 500 cd/m<sup>2</sup> und das Active Matrix TFT LC-Display der neuesten Generation sorgen für ein brillantes, detailgetreues Bild – auch bei einem horizontalen oder vertikalen Blickwinkel von 178°. Mit zahlreichen digitalen Anschlüssen ist der Grundig Cinema zudem bestens für die digitale Zukunft gerüstet. Die HDMI-Anschlüsse verarbeiten den digitalen Kopierschutz HDCP, eine der Euro-AV-Buchsen ist RGB-tauglich. Ein S-Video- und zwei YUV-Eingänge runden das Spektrum der Anschlussmöglichkeiten ab und stellen sicher, daß jedes Gerät optimal mit dem Grundig Cinema verbunden werden kann. Und wer die elegante Erscheinung nicht durch zusätzliche Settop-Boxen stören will, nutzt für den digitalen Empfang via Satellit, DVB-T oder Kabel ganz einfach den Micro-Receiver von Grundig, der platzsparend und unsichtbar in der



Scartbuchse verschwindet. Design-Puristen werden sich darüber hinaus auch über die Systemfernbedienung TP 170 C des Cinema freuen. Passend zum TV-Gerät ganz in Schwarz gehalten, rundet sie das elegante Erscheinungsbild perfekt ab und steuert zudem alle Grundig Peripheriegeräte gleich mit. Die neue Cinema-Serie ist ab sofort lieferbar. Die

empfohlenen Verkaufspreise lauten: Cinema 46: 2.999 Euro, Cinema 40: 1.999 Euro und Cinema 32: 1.199 Euro.

### 9 Zoll Photo Frame von Philips im Sortiment bei Jobo



Die Jobo AG erweitert mit dem Philips Photo Frame in 9 Zoll seine Reihe an digitalen Bilderrahmen und reagiert damit auf die steigende Nachfrage, Digitalfotos stilvoll in Szene zu setzen und Erinnerungen über Photo Frames mit anderen zu teilen. Der Photo Frame hat eine Auflösung von 800 x 480 Pixeln, die höher ist als die eines handelsüblichen High-End-17“-Monitors. Zudem hat der Bilderrahmen einen internen Speicher, auf dem bis zu 150 Fotos abgelegt werden können. Bilder können außerdem schnell und einfach via USB von einem PC heruntergeladen werden. Ein Memory-Card-Manager erlaubt das direkte Anzeigen, Bearbeiten, Speichern und Organisieren der Fotos auf der Speicherkarte. Für die Verwaltung der Fotos sorgt die Smart Album Software, mit deren Hilfe sich Fotoalben einrichten und Diashows mit Übergangseffekten erstellen lassen – und das alles ohne PC. Der Photo-Effect-Assistent ermöglicht darüber hinaus das Drehen, Vergrößern, Verkleinern und Zuschneiden der Fotos, Farbeffekte in Schwarzweiß oder Sepia sowie phantasievolle Collagen und Foto-Berathungen. Jobo bietet den digitalen Bilderrahmen in zwei verschiedenen Versionen an: das Modell „Modern“ in edlem Acryl-Style und in vier verschiedenen Farben sowie das Modell „Classic“ in exklusivem, hochwertigem Holz-Design. Auch der Photo Frame in 7“ ist im neuen Design und in beiden Versionen verfügbar. Der UVP für den 9“ Photo Frame lautet 279 Euro (Version „Modern“) bzw. 299 Euro (Version „Classic“).

### Neues InternetRadio 1 von TechniSat



TechniSat startet die Auslieferung seines neuen Internet Radios an den Fachhandel. Das neue Produkt heißt „Internet-Radio 1“, ist mit integrierten, abnehmbaren Lautsprechern ausgestattet, hat WLAN und bringt weit über 1.000 vorselektierte Radiostationen aus 33 Ländern der Welt ins Haus – und das ohne zusätzlichen PC. Die Konfiguration und Bedienung des Gerätes ist leicht zu handhaben. Es kann einfach an den vorhandenen Router per LAN oder WLAN angeschlossen werden. Dank Plug & Play ist das Gerät sofort startklar – ohne komplizierte Installation. Die Einstellungen erfolgen über die mitgelieferte Fernbedienung. Zusätzlich zu den zahlreichen Radiostationen bietet TechniSat InternetRadio die Möglichkeit, das TechniSat-Radio Bouquet befristet kostenlos zu empfangen. Das TechniSat-Radio Bouquet ist normalerweise CONAX-verschlüsselt über ASTRA 19,2o Ost für nur 20 Euro im Jahr empfangbar. Das TechniSat-Radio Bouquet deckt mit seinen 15 Hörfunkspartenkanälen eine Menge unterschiedlicher Genres ab. Der empfohlene Verkaufspreis für das InternetRadio 1 beträgt 249,99 Euro.

### Micro Stativ von Hama



Hama hat jetzt ein Micro Stativ auf den Markt gebracht, das so klein ist wie ein Einwegfeuerzeug und damit auch an einem Schlüsselbund Platz findet. Dann kann es zum Beispiel immer dann eingesetzt werden, wenn Erinnerungsfotos per Selbstauslöser gemacht werden sollen oder freihändiges Fotografieren mit der Kompaktkamera aus anderen Gründen nicht möglich ist. Im einsatzfertigen Zustand sind die in zwei Etappen ausziehbaren Beine des Hama Micro-Pods etwa 10 cm lang. Dank der Gummifüße steht das Stativ auch auf unebenen und rutschigen Untergründen sicher. Mit einem Kugelneiger können Schrägen ausgeglichen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für das nur 21 Gramm leichte Stativ beträgt 9,99 Euro.



### Neue Receiver von Strong



Mit dem SRT 6020 bringt Strong einen neuen Sat-Receiver auf den Markt. Neu im Sortiment ist außerdem der DVB-T-Receiver 5004. Der SRT 6020 bietet 4.800 Programmspeicherplätze für 64 Satelliten und blitzschnelle Programmwechsel. Auf dem VFG-Monitor lassen sich sämtliche Vorgänge präzise ablesen und auf Wunsch auch editieren (Vergabe von TV- und HF-Programmnamen sowie Satellitennamen). Exklusiv ist der integrierte SD Kartenleser, der das Ansehen von Fotos im JPEG-Format sowie das Abspielen von Musikdateien im MP3-Format erlaubt. Darüber hinaus können beim SRT 6020 über einen vorbereiteten Slot zukünftige Verschlüsselungsangebote eingelesen und genutzt werden. Der empfohlene Verkaufspreis für den SRT 6020 beträgt 99 Euro. Der erstmals auf der IFA 2006 vorgestellte DVB-T-Receiver SRT 5004 macht es auch technisch weniger versierten Verbrauchern vom ersten Moment an einfach. Der Installations-Wizzard führt Schritt für Schritt sicher durch die Erstinstallation. Nicht weniger intuitiv: die unkomplizierte Menüführung via Fernbedienung mit automatischem Sendersuchlauf und dem elektronischen Programmführer (EPG) mit der praktischen 7 Tage Programmübersicht. 1.000 Programmspeicherplätze, Favoritenliste für die meistgesehenen und gehörten Sender, Teletext und vor allem die brillante digitale Bild- und Tonqualität lassen keine Wünsche an die Vorteile des Digitalfernsehens offen. Der Strong SRT 5004 ermöglicht über RS-232 Anschluß das unkomplizierte Aktualisieren der Software. UVP: 89,05 Euro.



2+1 Jahr Garantie

vom 01.11.06 – 31.03.07

# Das Testbild. Auf einem Grundig mit HD Evolution.



HD Evolution

HD ready

magic fidelity

Mit HD Evolution von Grundig erlebt Fernsehen eine neue Faszination. Damit führt Grundig nicht nur seine Chassis-Kompetenz bei der neuen digitalen Bildtechnologie fort, sondern setzt auch wieder Maßstäbe: Der neue LCD-TV Lenaro 37 mit HD Evolution bietet mit Full HD natürliche Bildwiedergabe, erstklassigen Sound, Connectivity Pro und eine ausgezeichnete Benutzerführung dank Easy Dialog. Das ist engineering made by Grundig.

**GRUNDIG**  
made for you



# Grundig PLUS – Programm zur Ertragssteigerung

**Unter der Leitung des neuen Geschäftsführers Hans-Peter Haase hat die europäische Traditionsmarke Grundig ein Programm zur Ertragssteigerung entwickelt. Unter der Bezeichnung Grundig PLUS werden drei zentrale Zielrichtungen verfolgt.**

Die Garantiezeit für ausgewählte LCD-Fernseher, die im laufenden Geschäftsjahr verkauft werden, wurde um drei Jahre erweitert. Eine eigene Grundig High-End-Produktionslinie, die im Werk des Anteilseigners Beko speziell für Grundig aufgebaut wurde, läuft bereits auf Hochtouren. Insgesamt 140 speziell ausgesuchte und trainierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten in Istanbul an der Grundig Fertigungslinie

bei Beko. „Wir haben in dieser Produktionslinie die Erfahrungen der vergangenen zwei Jahre gebündelt“, so Hans-Peter Haase. „Gemeinsam mit Beko haben wir ein eigenes Qualitätskonzept entwickelt, das allen unseren Ansprüchen gerecht wird und für optimale Produktionsergebnisse sorgt.“

Zu den technischen Besonderheiten der Grundig Produktion zählt unter anderem ein sogenannter Pixel-Defekt-Checkplatz, der sicherstellen soll, daß die neuen Geräte vollkommen ohne Pixelfehler sind. An einem speziellen Vibrationsplatz werden schlecht gesteckte Kabel oder kalte Lötstellen aufgespürt. Für die optimale Bildeinstellung ab Werk sorgt unter anderem ein hundertprozentiger Weißabgleich, den jedes Gerät durchläuft. Die

neue Produktionslinie, auf der LCD-Geräte mit mindestens 32 Zoll Bildschirmdiagonale hergestellt werden, ist der erste Schritt im Rahmen der Qualitätssicherung bei Grundig. Gegen Ende des Jahres soll das Qualitätskonzept auf weitere Linien für kleinere LCD- und für Plasma-Geräte ausgeweitet werden. Die Kapazität liegt bei maximal 600 Geräten pro Schicht. „Die 1.800 Fernseher am Tag sind die absolute Obergrenze“, so Peter Dennerlein, Chef der Qualitätsabteilung bei Grundig. „Ein Massenausstoß ist mit diesen strengen Kontrollen gar nicht möglich. Und es kommt bei der neuen Linie ausschließlich auf die Qualität an.“

Der ertragreiche Produktbereich Personal Care wird bei Grundig ebenfalls weiter ausgebaut.



Unter der Geschäftsführung von Hans-Peter Haase wurde Grundig PLUS, das neue Programm zur Ertragssteigerung, gestartet.

Der europäische Vertrieb des Unternehmens wurde bereits im Oktober von 13 Landesgesellschaften in vier regionale Organisationen überführt, die nach Angaben der Verantwortlichen wesentlich schneller auf Veränderungen des Marktes reagieren

können. In diesem Zuge werde auch die Anzahl der Warenlager von derzeit elf auf fünf reduziert. Parallel dazu werden der Bereich Service und IT weiter optimiert. Aufgrund von Restrukturierungsmaßnahmen wird Grundig seine Organisation in allen Ländern und in der Nürnberger Zentrale verschlanken. In diesem Zug ist es geplant, die Belegschaft von derzeit 450 Mitarbeitern auf 360 zu verringern – auch in Deutschland sind davon 50 Arbeitsplätze betroffen. Durch dieses Programm werde Grundig es schaffen, den Umsatz im neuen Geschäftsjahr auf 500 Millionen Euro zu steigern und in die Gewinnzone zurückzukehren. Das Programm Grundig PLUS habe die volle Unterstützung aller Anteilseigner, heißt es seitens des Unternehmens. *miz*

## PoS Aktuell

### Ingram Micro: Verified by Intel Produkte

Ab sofort vertreibt der Dornacher Distributor Ingram Micro Intels neueste Generation von Notebook-Komponenten. Mit den „Verified by Intel“ (VBI)-Produkten wollen Hersteller eine bessere Kompatibilität von Notebook-Komponenten erreichen. Intel arbeitet zu diesem Zweck mit drei Notebook-Lieferanten (ODMs) zusammen: Quanta2, ASmobile2 und Compal2. Das Ziel ist es, austauschbare Schlüsselbestandteile für Notebooks auf den Markt zu bringen, die eine einfachere Beschaffung und Lagerhaltung und mehr Spielraum für Build-to-Order-Systeme ermöglichen. Notebook-Barebones mit dem Prädikat „Verified by Intel“ wurden bereits auf Austauschbarkeit der Common Building Blocks-Festplatten, optischen Laufwerken, Tastaturen, Akkus, LC-Displays, individualisierbaren Notebookdekorföhen und Netzteilen getestet und entwickelt.

### Packard Bell kommt zur CeBIT 2007

Packard Bell, eines der führenden Unternehmen Europas im Consumer-IT-Segment, hat seine Teilnahme an der ITK-Leitmesse CeBIT 2007 mitgeteilt. Bisher war Packard Bell nur als Teil der NEC-Corporation auf dem gemeinsamen CeBIT-Stand vertreten. Mit dem neuen Eigentümer John Hui wird Packard Bell zukünftig einen Auftritt auf der CeBIT organisieren. Vom 15. bis 21. März 2007 wird Packard Bell im Händlerzentrum „Planet Reseller“ in Halle 25 Notebooks, Desktop-PCs, MP3-Player, HDD-Rekorder und DVD-Player vorstellen. „Die CeBIT ist weltweit die Leitmesse in unserer Branche und bietet für eine internationale Firma wie Packard Bell eine erstklassige Medienplattform. Dadurch können wir hier den deutschen Markt mit unserem Engagement genauso bedienen wie die anderen europäischen Länder und Südamerika, Afrika und Asien. Um mit Verbrauchern und vor allem mit Resellern noch intensiver zusammenzuarbeiten,

bietet sich die CeBIT wie keine andere Messe an“, so Hugues Gontier, Marketing Director von Packard Bell in der französischen Zentrale des Unternehmens. Die Ausstellungsfläche von Packard Bell wird die Unternehmens-Aussage „your digital playground“ („Deine digitale Spielwiese“) widerspiegeln. Den Schwerpunkt werden Notebooks und Desktop-Computer bilden. Peripherie-Geräte wie Monitore oder externe Festplatten kommen genauso zum Zuge wie das große Entertainment-Programm mit MP3-Playern. Anspruchsvolles Design, exzellente Usability und faire Preise, das alles werden CeBIT-Besucher direkt und hautnah bei Packard Bell entdecken können“, so Gontier. Laut den von IDC im Quartal 1/2006 ermittelten Verkaufszahlen für Desktop-PCs ist Packard Bell die Nummer drei in Westeuropa und Deutschland. Das Portfolio des Unternehmens umfaßt die beiden Schwerpunkte Desktop PCs und Notebooks sowie TFT-Displays, MP3-Player, DVD-Player, HDD-Rekorder und Speicherlösungen für Consumer.

### Toshiba baut Minifestplatte mit 100 GB

Toshibas neue Miniatur-Festplatte ist laut offiziellen Erklärungen des Herstellers als erstes Laufwerk dieser Größe und Kapazität speziell für den Einsatz in ultraleichten Notebooks und Unterhaltungselektronik wie MP3-Playern, digitalen Videorekordern, mobilen Spielekonsolen und Videoplayern konzipiert und entwickelt worden. Die neue Miniatur-Festplatte „MK1011GAH“ ist anstatt der üblichen 78,5 Millimeter Tiefe im sogenannten „Small Form Factor“ mit 71 mm Tiefe erhältlich. Zusätzliche Platzersparnis wird durch den LIF-Steckanschluß erreicht. Das ATA-7-Interface ermöglicht Transferaten bis zu 100 Megabyte pro Sekunde. Preisangaben oder das Datum der Verfügbarkeit wurden von Toshiba noch nicht genannt.

### Neuer Geschäftsführer bei Strong Deutschland

Andreas König wird in Kürze die Geschäftsführung des TV-Receiver Herstellers Strong in Deutschland übernehmen. Der profilierte Manager ist bereits



seit Anfang November im Unternehmen tätig. König, der nach einer Einarbeitungsphase durch seinen Vorgänger Helmut Rieder in die neue Position wechseln wird, verfügt über zehn Jahre Erfahrung in leitender Position im Consumer Electronics Business. Zuletzt war er als Sales Manager für die Imaging Systems Division des Foto-Unternehmens Pentax in Deutschland verantwortlich. Helmut Rieder wird in die Strong Zentralgesellschaft Europa nach Wien wechseln. Strong International ist die aktuelle Nummer vier im deutschen Set-Top-Boxen-Markt für Satelliten- und terrestrischen Antennenempfang und hat in innerhalb weniger Jahre einen Marktanteil von derzeit sieben Prozent übernommen. Auch in Frankreich, wo Helmut Rieder parallel die Geschäftsführung innehat, hat sich Strong positiv entwickelt und steht nach nur 18 Monaten auf Platz drei.

### Neues Epson Service-Konzept

Epson baut in Deutschland mit den „Epson Express Centern“ ein flächendeckendes, regionales Servicenetz im Bereich der Consumer-Produkte auf. Es ergänzt das vorhandene, teils zentral organisierte Servicekonzept. Die Business-Produkte werden auch zukünftig von zertifizierten Epson Fachhändlern, den „Epson Service Centern“, vor Ort repariert. Epson Vertriebsdirektor Paul Schmidt erklärt: „Kunden wünschen sich schnellen, effektiven und ortsnahen Service. Diesem Bedürfnis kommen wir mit unserem Konzept nach. Wir suchen jetzt Fachhändler, die uns künftig als Epson Express Center oder als Epson Service Partner in Sachen Kunden-

bindung aktiv unterstützen.“ Wichtigste Partner in dem Konzept sind die Fachhändler: Sie bieten als Epson Express Center ortsnahe Service und können auf diese Weise neue Kunden gewinnen. Epson Express Center können alle jene Händler werden, die bereits im Epson ontop Programm registriert sind (oder sich neu anmelden), ein Ladenlokal besitzen und eine Affinität zur Technik aufweisen. Ihre Aufgabe ist es zu prüfen, ob die Funktionsfähigkeit der Geräte mit Erklärungen oder kleineren Reparaturen wiederhergestellt werden kann, dem so genannten Screening. Ist der Fehler nicht zu beheben, wird das Gerät ausgetauscht (SWAP): Epson sendet das Austauschgerät unverzüglich nach einer SWAP-Meldung an den Express Partner. „Der Kunde bekommt auf diese Weise einen schnellen und kompetenten Service“, erklärt Schmidt. Epson stellt in den Express Centern eine Verbrauchsmaterialienwand mit den gängigsten Produkten in Kommission zur Verfügung. Auf diese Weise werden die Kunden auf die Epson Original Verbrauchsmaterialien aufmerksam, und die Fachhandelspartner haben die Chance, ein attraktives Zusatzgeschäft zu generieren. Epson strebt auf Sicht eine Zahl von 200 Epson Express Centern an. Die Epson Service Center sind für alle Epson Produkte mit Ausnahme von Large-Format-Druckern autorisiert und erhalten attraktive Service- und Fahrpauschalen, so daß die Fachhändler einen größeren Umkreis als bislang bedienen können. Epson hat das Ziel, in Deutschland etwa 70 Epson Service Center zu ernennen. Sie werden zunehmend zu strategischen Partnern von Epson.

### Sony verstärkt IT-Vertrieb

Peter Hollmann und Timo Meißner verstärken seit dem 1. Oktober 2006 das Sales Team der Sony Deutschland GmbH am Standort Berlin. Der neue Head of IT Sales, Peter Hollmann, 50, zeichnet als Gesamtvertriebsleiter für die drei Sony VAIO Vertriebskanäle Retail, Distribution und Reseller verantwortlich. Hollmann kommt von Viewsonic, wo er zuletzt als Regional Director Central Europe tätig war. Timo Meißner, 39, neuer Head of IT Sales Reseller & Distribution bei Sony,

wechelte von der Position als Business Group Manager bei Acer zu Sony Deutschland. „Ich freue mich, mit Peter Hollmann und Timo Meißner zwei ausgewiesene Sales-Experten für Sony gewonnen zu haben“, sagt Frank Lubnau, Director Sales der Sony Deutschland GmbH. „Die personelle Verstärkung in diesem sehr wichtigen Segment ist die Grundlage dafür, unsere ambitionierten Ziele im Bereich des VAIO-Vertriebs zu erreichen.“ Besonderen Schwerpunkt legt Lubnau dabei auf den Ausbau des Reseller Segments. „Im Retail haben wir bereits einen Platz unter den Top five Brands erreicht. Doch im Reseller Channel steckt noch sehr viel Potential, unseren Marktanteil deutlich zu erhöhen“, definiert Lubnau die Vertriebs-Zielsetzung.

### S3+ Technologies bei BHS Binkert

BHS Binkert, Distributor in den Bereichen Foto, Digital Imaging, Unterhaltungselektronik und IT, vertreibt ab sofort Speicherlösungen von S3+ Technologies in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zum Sortiment von RAM- und Flash-Memory-Produkten gehören SD/MMC-Karten und USB Sticks, die speziell auf den stark wachsenden Speicherbedarf in der Digitalfotografie und bei Multimedia-Anwendungen zugeschnitten sind. Auf der photokina präsentierte S3+ Technologies SD HC-Speicherkarten mit garantierten Mindestgeschwindigkeiten für die Datenübertragung nach dem 2.0-Standard der SD Association, die besonders für Anwendungen mit hohem Datenvolumen wie HD-Video geeignet sind. Das Angebot an USB-Speichersticks verbindet große Datendichte mit originellem Design, zum Beispiel einer Schutzhülle aus buntem Gummi, die sich leicht mit Logos, Schriftzügen usw. gestalten läßt. Die in der Schweiz beheimatete Unternehmensgruppe S3+ Technologies wurde 1998 als Vertriebsunternehmen für Bauelemente, unter anderem von Micron, Samsung, AMD und Hynix, gegründet. 2003 begannen die Aktivitäten als eigenständige Herstellermarke mit der Produktion in Taiwan und Hong Kong. In Deutschland ist das Unternehmen, das 2005 40 Millionen US-\$ umsetzte, seit Frühjahr vergangenen Jahres aktiv.



# Mobiltelefone für das mittlere Preissegment Vier Neue bei Nokia

**Nokia hat vier neue Mobiltelefone vorgestellt, darunter drei Mobiltelefone im mittleren Preissegment – das Nokia 6300, Nokia 6290 und Nokia 6086 – sowie das Nokia 2626, das für Verbraucher in Wachstumsmärkten entwickelt wurde. Alle vier Modelle sollen dem Handel im ersten Quartal 2007 zur Verfügung stehen.**

„Diese neuen Produkte sind ein weiterer Beleg für unser Engagement, eine Reihe von Handys anzubieten, die dem Verbraucher die Wahl lassen, das Verhältnis von Technik und Design so auszuwählen, daß es seinem Lebensstil und seiner Kaufkraft entspricht“, meinte Kai Öistämö, Executive Vice President und General Manager im Unternehmensbereich Mobile Phones von Nokia, der die neuen Mobiltelefone zusammen mit der unternehmerischen Vision

für das kommende Jahr präsentierte. Die vier neuen Geräte, die anlässlich der Nokia Capital Market Days in Amsterdam vorgestellt wurden, sind das Nokia 6300, das sich durch eine klare Linie und kompaktes Design auszeichnet, das Nokia 6290, das durch moderne Technik und hohen Bedienkomfort gekennzeichnet wird, das Nokia 6086, das durch eine Vielzahl von Funktionen und flexible Verbindungsmöglichkeiten überzeugen soll, und das

Nokia 2626, ein farbenfrohes Gerät, bei dem neben der Telefonie die Musikfunktion im Mittelpunkt steht.

Das Nokia 6300 ist im mittleren Preissegment angesiedelt. Es handelt sich bei diesem Gerät um eine Weiterentwicklung des modernen Monoblock-Designs. Das Gerät ist 13,1 mm flach und präsentiert sich mit einem Rahmen aus Edelstahl, der dem Gerät ein interessantes Design und eine klare Linie verleiht. Neben seiner organischen Form-



gebung und dem attraktiven Äußeren bietet das Nokia 6300 ein solides Angebot an bedienerfreundlichen Funktionen. Dazu zählen: Zwei-Megapixel-Kamera, QVGA-Display, Synchronisierung mit dem PC via USB, 135 MB interner Speicher, Unterstützung für microSD-Karten,

Musikplayer und Radio. Der Verkaufspreis wird ohne Vertrag und Mehrwertsteuer bei voraussichtlich 250 Euro liegen.

Das Nokia 6290 verbindet die Leistungsfähigkeit der S60 3rd Edition und UMTS-Technik

in einem intuitiv zu nutzenden Handy im ansprechenden Design. Es unterstützt eine Reihe neuer Funktionen, darunter verschiedene Erinnerungsmöglichkeiten und praktische Schnellzugriffstasten, die den direkten Zugriff auf Anwendungen ermöglichen, beispielsweise die interaktive Anwendung „World Mate“, die eine Fülle an Informationen für Menschen bereitstellt, die in aller Welt unterwegs sind. Zur Ausstattung gehören: Zwei-Megapixel-Kamera, QVGA-Display mit 5,6 cm Displaydiagonale (2,2 Zoll) und 16,7 Mio. Farben, umfassende E-Mail-Funktionen mit Unterstützung für Anhänge im PPT-, PDF-, Word- und Excel-Format, Musik-Player für MP3-Dateien mit ausgezeichnetem Stereo-Surround-Klang, Videotelefonie. Der Verkaufspreis wird ohne Vertrag und Mehrwertsteuer bei voraussichtlich 325 Euro liegen.

Mit dem Nokia 6086 Mobiltelefon bleiben Nutzer jederzeit und in jeder Umgebung in Verbindung. Das Quadband-Handy mit Unterstützung für UMA-Technik (Unlicensed Mobile Access) und integrierter Kamera bietet umfassende Funktionen und dank großer Tastatur und intuitiver Bedienführung einen hohen Bedienkomfort in einem klassischen Design. Wei-



tere Merkmale sind: Videokamera-Funktion und Video-Player, Bluetooth, VGA-Kamera mit vierfacher Digitalzoomfunktion, 6 MB Speicher für Nutzerdaten und Steckplatz für microSD-Speicherkarten, bis zu fünf Stunden Sprechzeit und bis zu zehn Tage Stand-by-Zeit.

Der Verkaufspreis ohne Vertrag und Mehrwertsteuer wird bei voraussichtlich 200 Euro liegen.

Das Nokia 2626 ist ein farbenfrohes Mobiltelefon, das speziell für den stilbewußten Verbraucher in Wachstumsmärkten außerhalb Westeuropas entwickelt wurde. Nokia will das neue Nokia 2626 in vielen ansprechenden Farbtönen auf den Markt bringen, zum Beispiel „Fiery Red“ und „Spatial Blue“. Darüber hinaus bietet es UKW-Radioempfang für den mobilen Musikgenuß.

Der Verkaufspreis wird ohne Vertrag und Mehrwertsteuer bei voraussichtlich 75 Euro liegen.

## Nokia N80 Nutzer können günstig übers Internet telefonieren

Nutzer der Nokia N80 Internet Edition mit der VoIP-Software (Voice over IP) Gizmo von SIPphone können zukünftig bequem Dienste für günstige Telefongespräche über das Internet nutzen. Die Nokia N80 Internet Edition ist für SIP-basierte Internettelefonie optimiert, und Nokia und SIPphone haben zusammen eine einfache Methode entwickelt, mit der das Konfigurieren und Telefonieren mit Hilfe der Gizmo-VoIP-Software direkt vom Multimedia-Computer des Anwenders genutzt wird. Nutzer der Nokia N80 Internet Edition können die VoIP-Einstellungen von Gizmo kostenlos aus dem Download-Ordner ihres Gerätes herunterladen und den Installationsprozeß automatisch starten. Während der Installation werden Nutzer durch einen einfachen zweistufigen Prozeß geführt, bei dem ein kostenloses Konto für die Internettelefonie erstellt wird. Weitere Funktionen, darunter das Anpassen von Ansagen der Sprach-Mailbox, der Kauf von Gizmo-Gesprächsguthaben für Gespräche ins Fest- oder Mobilfunknetz sowie das Verwalten der Gizmo-Kontoeinstellungen sind über den Zugriff auf die Internetseiten [www.gizmovoip.com](http://www.gizmovoip.com) mit der Nokia N80 Internet Edition verfügbar.

## Yahoo! Dienste sollen künftig auch über eine Vielzahl von Series 40-Handys von Nokia zu nutzen sein

Nokia und Yahoo! arbeiten seit Anfang Dezember noch enger zusammen als zuvor: Zukünftig werden Dienste der Marke Yahoo!, darunter Yahoo! Mail und Yahoo! Messenger, auch über eine Vielzahl von Nokia Mobiltelefonen auf Basis der Series 40-Plattform zu nutzen sein. Die Yahoo! Dienste werden dabei über die bereits vorgestellten Handys Nokia 6300, Nokia 5300 Xpress-Music und Nokia 5200 angeboten. In Zukunft werden diese Dienste sowie die Möglichkeit, im PC gespeicherte Yahoo! Kontakte, Aufgaben und Kalenderdaten mit dem Mobiltelefon zu synchronisieren, für eine noch breitere Auswahl an Nokia Mobiltelefonen der Series 40 zur Verfügung stehen.

Series 40 ist die Benutzeroberfläche, auf der die größte Auswahl an Nokia Handys basiert. Die Plattform bietet dem Nutzer eine intuitive Benutzeroberfläche und unterstützt eine Vielzahl von Anwendungen und Funktionen, wie etwa Messaging-Funktionen, Internetzugang, Musik- und Video-Standards sowie die Verwaltung persönlicher Daten und Organizer-Funktionen.

„Seit der Einführung der Series 40-Plattform im Jahr 2002 hat Nokia mehr als 400 Millionen Mobiltelefone verkauft, die auf dieser Benutzeroberfläche basieren“, so Kai Öistämö, Executive Vice President und General Manager, Mobile Phones, Nokia. „Neben den Millionen von Nutzern, die Yahoo! Dienste über ihre S60-basierten Smartphones bereits nutzen können, erhalten jetzt mehrere zehn Millionen Menschen über eine noch größere Auswahl an Nokia Mobiltelefonen Zugang zu den von ihnen bevorzugten Yahoo! Diensten.“

Nokia und Yahoo! arbeiten seit April 2005 zusammen, um Möglichkeiten zur optimalen Nutzung des Internets zu entwickeln und bereitzustellen. Dazu gehört unter anderem auch eine Suchfunktion, die Nutzer über ihr Mobiltelefon einsetzen können. Dank dieser Zusammenarbeit haben inzwischen Millionen Nutzer von Smartphones über die sich schnell weiterentwickelnden Internet-Dienste von Yahoo! jederzeit Zugang zu Informationen und Unterhaltungsmöglichkeiten und

können mit anderen in Verbindung bleiben. Die aktuelle Vereinbarung erweitert die bereits starke Partnerschaft der beiden, in ihren Bereichen führenden Unternehmen – Yahoo! als Anbieter von Internetdiensten und Nokia im Bereich mobiler Geräte.

Ziel von Yahoo! ist es, dem Kunden seine wichtigsten Dienste auch über andere Geräte als den PC bereitzustellen. Zu diesem Zweck ermöglicht Yahoo! ein integriertes Internet-Erlebnis über mobile Geräte und hilft Kunden, ihre mobilen Geräte optimal zu nutzen.

Yahoo! stellte im Jahr 1999 seinen ersten mobilen Dienst vor und arbeitet nach wie vor kontinuierlich an der Erweiterung und Erneuerung seines Angebots für mobile Kunden.

Das Unternehmen arbeitet eng mit den wichtigsten Netzbetreibern und Geräteherstellern zusammen, um seine Dienste einem größtmöglichen Nutzerkreis zugänglich zu machen.

Das Angebot an Yahoo! Diensten für Nokia Mobiltelefone auf Basis der Series 40 umfaßt unter anderem die folgenden Komponenten:

Yahoo! Mail: Nutzung des vertrauten Yahoo! Mail-Kontos direkt über das Nokia Mobiltelefon, einfache Verwaltung von Mitteilungen über den Posteingang im Mobiltelefon, lokales Speichern neuer E-Mails auf dem Mobiltelefon, um zu einem späteren Zeitpunkt offline auf diese zugreifen zu können.

Yahoo! Messenger: Senden und Empfangen von Mitteilungen und zur Nutzung von Emoticons mit dem Mobiltelefon auf eine mit dem PC vergleichbare Weise, Festlegen von Erreichbarkeitsinformationen, um Freunde und Familie zu informieren, ob man zu einem Chat bereit ist, sowie zum Anzeigen von Erreichbarkeitsinformationen anderer Nutzer, um zu erfahren, ob diese ebenfalls online sind.

Yahoo! Personal Information Management: Damit im Mobiltelefon gespeicherte Kontaktdaten nie mehr verlorengehen, Synchronisierung von Yahoo! Kontaktdaten, Aufgaben und Kalenderdaten auf dem PC mit den Daten im mobilen Gerät.



Kai Öistämö



## Pos Aktuell

### Talkline verzichtet auf Mehrwertsteuererhöhung für aktuelle Tarife

Der Mobilfunk Service Provider Talkline verzichtet zum Jahreswechsel bei seinen aktuell vermarkteten Tarifen auf die Erhöhung der von der Bundesregierung beschlossenen Mehrwertsteuer. „Wir befreien im Rahmen dieser Aktion zum einen alle Kunden, die sich für einen unserer aktuell vermarkteten Talkline Tarife entschieden haben, von der Mehrwertsteuererhöhung“, erklärte Sven Sönksen, Geschäftsbereichsleiter Produkt-Management bei Talkline. „Diese Befreiung gilt dabei automatisch für alle Neu- und Bestandskunden in diesen Tarifen.“ Im Detail heißt dies, daß alle aktuellen 9,9-Cent-Tarife von Talkline, alle aktuell vermarkteten Free-Tarife sowie die Talkline SMS-Tarife und der Talkline Pure XS Tarif von der Mehrwertsteuer-Erhöhung ausgenommen sind. „Zum anderen hat sich Talkline entschlossen, auch die wesentlichen, aktuell vermarkteten Tarife der vier Mobilfunk-Netzbetreiber von der Mehrwertsteuer-Erhöhung auszunehmen“, betonte Sönksen. „Wir freuen uns dabei besonders, daß wir auch diese Vergünstigungen nicht nur für unsere Neu-, sondern auch für unsere Bestandskunden anbieten können.“

### ENO und Nokia entwickeln gemeinsam Produktpakete

Egal ob Navigation mit dem Mobiltelefon, Musikgenuß zu jeder Zeit und an allen Orten oder eine perfekte Business-Lösung: Mit den Nokia Solutions von ENO kann der Fachhandel die Wünsche seiner Kunden optimal befriedigen. Aufgrund der stetig wachsenden Produktvielfalt sowie der immer spezielleren Features wird es zunehmend wichtiger, Kunden zielgruppenspezifisch anzusprechen. Der Fachhändler bietet seinen Kunden mit ENO den Komfort von Bundles für die unterschiedlichsten Anwendungen. Er profitiert von den Komplettpaketen zu aktuellen Mobilfunklösungen. Mit den Produktbündeln von ENO und Nokia verkauft der Fachhandel nicht nur die Geräte,

sondern auch das entsprechende Zubehör. Die Margen bei den Geräten schrumpfen immer mehr, so daß der Handel verstärkt auch Zubehör vermarkten sollte, denn hier sind die Gewinnspannen noch deutlich attraktiver. Passend zu den Solutions kann der Händler direkt bei ENO die passenden Flyer mit freien Preisfeldern bestellen. Bestellen kann er Flyer kostenlos online unter [www.eno.de](http://www.eno.de).

### Fast alle deutschen Expeditionen nutzen mobile Kommunikationslösungen

Schon seit Anfang der 90er Jahre rüsten Expeditionen ihre Fahrer und Fahrzeuge mit Mobiltelefonen und mobilen Kommunikationslösungen aus. Mittlerweile nutzen nahezu 100 Prozent der deutschen Expeditionen Mobilfunk. Dies geht aus einer aktuellen Studie der Bergischen Universität Wuppertal, Lehr- und Forschungsgebiet Straßenverkehrsplanung und -technik und dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH im Auftrag von E-Plus Mobilfunk hervor. Eine gesteigerte Effizienz und eine bessere Auslastung sind die Gründe für den hohen Einsatz von Mobilfunk in der Transportlogistik. Laut Studie konnten Expeditionen bisher mehr als drei Prozent der gefahrenen Kilometer einsparen. Dies bezieht sich in erster Linie auf Sammel- und Verteilfahrten im Stückgutbereich. Dank der mobilen Kommunikationslösungen sind Disponenten stets über kurzfristige Routenänderungen, Routenwahl und Standorte während der Fahrt informiert. Dies hat große Einsparungen zur Folge, da zeitnah und schnell reagiert werden kann.

Gleichzeitig hilft die mobile Datenübertragung, die Servicequalität zu erhöhen und Fehlerquoten zu senken: Beispielsweise lassen sich Lieferscheine und Auftragsdaten mobil übertragen. Darüber hinaus sind Telematiksysteme, die mit Mobilfunk-Modulen arbeiten, in der Lage, Fahrzeuge ständig zu überwachen und bei Verschleiß oder Ausfall von Komponenten Reparaturintervalle zeitnah zu planen. Teure Ausfallzeiten sind dadurch vermeidbar. Ein weiterer wichtiger Punkt ist der Sicherheitsaspekt. Durch mobile Datenkommunikation werden Fahrer in ihren Ruhezeiten nicht mehr gestört oder während der Fahrt abgelenkt.

Die erhöhte Wirtschaftlichkeit der Spedi-

### Konvergenz der Medien soll spätestens 2015 selbstverständlich sein

Die derzeitige Konvergenz der Medien – die Verknüpfung zwischen Fernsehen, Internet und Handy – wird zwischen 2010 und 2015 selbstverständlich sein. Dies ist jedenfalls die Kernaussage einer Umfrage des eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft unter sechzig Experten aus den Bereichen Telekommunikation, IT und Fernsehen. 42 Prozent der Befragten gaben an, daß sie mit einer flächendeckenden Verbreitung im Jahre 2010 rechnen, 46 Prozent äußerten, daß dies erst 2015 der Fall sein werde. „Meine bevorzugten Sendungen und Formate werden mich dann überall hin begleiten, und ich kann entscheiden, wann ich sie nutze“, meinte Dr. Bettina Horster, Leiterin des Arbeitskreises M-Commerce bei eco. Minderheiten von jeweils sechs Prozent gehen davon aus, daß die Konvergenz der Medien bereits 2008 beziehungsweise erst 2020 zum Alltag gehöre. Die breite Masse der Fachleute glaubt, daß noch einige Hindernisse überwunden werden müssen, bevor die für viel Gesprächsstoff sorgende Einheit zwischen den verschiedenen Konsummedien bei den Verbrauchern Normalität ist.

An welchen Stellen gilt es noch Steine aus dem Weg zu räumen, um der Konvergenz zum Durchbruch zu verhelfen? Auch diese Frage wurde den Experten gestellt und die Antworten (Mehrfachantworten waren möglich und erwünscht) sind teilweise erstaunlich: „In der Hauptsache muß in den kommenden Jahren an einer deutlichen Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit gearbeitet werden“, sagte Horster. Für neunzig Prozent der Befragten stellt die mangelnde Nutzerfreundlichkeit nämlich ein Haupthindernis dar. Immerhin mehr als drei Viertel halten darüber hinaus das derzeitige Digital Rights Management, das eine wesentliche Rolle bei der Verteilung der Inhalte spielt, für zu kompliziert.

Etwas unschlüssig reagierten die Fachleute auf die Frage, ob die Anbieter im Moment noch keine ausreichende Strategie für die Umsetzung der Konvergenz vorlegen könnten. 38

Prozent bejahten diese Frage, 42 Prozent sagten, dies stimme „in gewisser Weise“, zehn Prozent sprachen den Anbietern diesbezüglich das Vertrauen aus.

Ähnlich sieht es bei der Frage aus, ob die Technik noch nicht ausgereift sei: 42 Prozent sagen ja, 31 Prozent meinen, daß dies nur bedingt der Fall sei, immerhin knapp ein Fünftel der Befragten geht davon aus, daß es in keinem Fall an der Technik liege, wenn der Durchbruch noch auf sich warten ließe. Eine eher untergeordnete Rolle scheint die Tatsache zu spielen, daß künftig auf internetfähige Rechner GEZ-Gebühren erhoben werden. Knapp ein Viertel hält diese Entwicklung in bezug auf die Verbreitung konvergenter Medien für kritisch, 42 Prozent sehen darin nur in Kombination mit anderen Schwierigkeiten ein Problem, ein weiteres Viertel hält diese neue Regelung für unwesentlich. Am meisten profitieren (auch hier waren Mehrfachantworten zulässig) werden von der Konvergenz der Medien laut Aussage der Experten die Inhaltsproduzenten (92 Prozent), gefolgt von den Mehrwertdienstpartnern mit 85 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgen die Internet Service Provider (achtzig Prozent) und Werbeagenturen (79 Prozent). Einbußen werden die Fernseh- und Rundfunkanstalten verbuchen müssen: 25 Prozent der Befragten glauben, daß diese kaum von der neuen Art des Medienkonsums profitieren.

„Eine weitere herausragende Erkenntnis ist, daß die heutige Form der Werbung vollständig verschwinden wird. Diese wird laut Meinung der von uns befragten Fachleute auf der einen Seite einen sehr starken inhaltlichen Bezug auf das gerade Gesehene nehmen und auf der anderen Seite viel mehr Möglichkeiten zu unmittelbaren interaktiven Reaktionen des Verbrauchers bieten“, so Horster. Es sei durchaus zu erwarten, daß dem Zuschauer beispielsweise nach Betrachtung eines James-Bond-Filmes sofort eine Probefahrt mit dessen neuem Wagen angeboten wird oder die günstigsten Ägypten-Flüge nach einer entsprechenden Kultursendung.

tionsunternehmen wirkt sich auch positiv auf die Umwelt aus: Die Wuppertaler Wissenschaftler schätzen, daß sich der CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch den Einsatz von Mobilfunk in der Transportlogistik bis zum Jahre 2020 um drei Millionen Tonnen reduzieren wird. So konnte bereits im Jahre 2005 soviel CO<sub>2</sub> eingespart werden, wie 50.000 Haushalte in einem Jahr im Durchschnitt erzeugt haben.

### Herweck und O<sub>2</sub> fliegen Tk-Händler nach Mauritius

Insgesamt acht Fachhändler haben sich im Rahmen des Big Step Incentives von O<sub>2</sub> und Herweck für eine Traumreise nach Mauritius qualifiziert. Der Verkaufswettbewerb „Tiefenrausch“ versprach eine aufregende Reise mit Wassersportaktivi-

täten über und unter Wasser. Im noblen Heritage Golf&Spa Hotel in Bel Ombre auf der Insel im Indischen Ozean entdeckten die Händler Land und Leute. Im Tiefenrausch tauchten sie neben Delphinen, fuhren Wasserski und konnten bei einer ausgiebigen Katamaran-Tour die trüben Novembertage in Deutschland hinter sich lassen. Dem Motto der Insulaner „Just relax and no stress“ ist die Truppe nur allzu gerne nachgekommen. Bei tropischem Klima unternahm man außerdem eine Jeep-Ralley und begutachtete eine mauritanische Teeplantage. „Eine unvergessliche und einmalige Reise, wie man sie sicher selten erleben kann und die allen noch lange in Erinnerung bleiben wird“, so Hans-Jürgen Witfeld, Vertriebsleiter Herweck AG.

### T-Online Sicherheitspaket schützt jetzt zwei Rechner

Kunden des T-Online Sicherheitspakets können ab sofort zwei Computer besser schützen: Das T-Online Sicherheitspaket ist das bislang einzige Paket, das automatisch jeweils zwei Lizenzen für Norton Internet Security und die T-Online Dialerschutz-Software mitliefert. So kann nicht nur der heimische PC mit dem T-Online Sicherheitspaket ausgestattet werden, sondern auch ein weiteres Gerät wie zum Beispiel das mobil genutzte Notebook. Gegenüber der 2006er Version wurde vor allem der Schutz vor Online-Identitätsdiebstahl auf betrügerischen Websites (Phishing), Rootkit-Viren und der proaktive Schutz vor nicht behobenen Sicherheitslücken erhöht. Die verbesserte Bedienung der Software erleichtert es dem Nutzer, Gefahren nun noch schneller zu erkennen und sicher abzuwehren. Automatische Updates, die täglich erfolgen, halten das Sicherheitstool aktuell. Deutlich erhöht wurde die Geschwindigkeit, mit der die neue Norton Internet Security 2007 Computer auf Bedrohungen untersucht. Dennoch wird dabei mit den Systemressourcen sparsam umgegangen. Um die Performance der Software zu verbessern und die Updatefunktion zu beschleunigen, wurden deshalb einzelne Bestandteile wie Spamschutz, Werbe- und Popup-Blocker sowie die Internetzugangskontrolle in einem optional erhältlichen Add-on Pack zusammen-

gefaßt. Nutzer melden sich für das T-Online Sicherheitspaket direkt unter [www.t-online.de/sicherheitspaket](http://www.t-online.de/sicherheitspaket) an und können die Software sofort herunterladen oder auf CD-ROM anfordern. Kunden, die das Sicherheitspaket bereits abonniert haben, können die neue Software ohne Aufpreis beziehen. Kunden mit einem T-Online Internettarif oder einem Komplettpaket von T-Com, die das T-Online Sicherheitspaket erstmals abonnieren, erhalten das Paket sechs Monate lang zum Testen kostenlos.

### ENO bietet jetzt Premiere ohne Abo und Vertrag

ENO vertreibt ab sofort an seine Fachhändler – unstrittig Spezialisten im Bereich des Verkaufs von Prepaid-Paketen – das aktuelle Premiere Flex. Mit diesem Prepaid-Angebot bietet Premiere die Möglichkeit, ohne Abonnement und Vertragsbindung Pay-TV zu sehen. Einfach Guthaben kaufen, telefonisch aktivieren und Premiere sehen. Die Vorteile für den Endkunden liegen darin, daß er nur das bezahlt, was er sehen möchte, daß er volle Kostenkontrolle hat und ganz einfach und flexibel sein Guthaben bei Bedarf aufladen kann. Gerade Händler der Tk-Branche kennen sich mit diesem Thema bestens aus und können Kunden hier optimal beraten und gegebenenfalls Vorbehalte ausräumen. Der Händler hat den Vorteil, daß der Kunde immer wieder in seinen Shop kommt, um sein Guthaben aufzuladen. Der Endkunde verpflichtet sich nicht für lange Zeiträume, braucht nicht an Stornierungen zu denken und kann sein Programm zusammenstellen wie er möchte. Mit Premiere Flex kann der Zuschauer täglich aus einem vielfältigen Film- und Sportangebot auswählen und Einzel- und Tagestickets bestellen. Egal, ob er sich für Sport oder Kinohighlights interessiert, ein Fußballspiel sehen oder einen „Sport-Tag“ einlegen möchte, er hat mit Premiere Flex immer das richtige Angebot. Ab Anfang 2007 sind auch die sieben Premiere Programmpakete über Premiere Flex erhältlich. Ist das Guthaben erschöpft, lädt der Kunde einfach sein Guthaben wieder auf und kann das Angebot weiter nutzen. Guthaben kann in Höhe von 25, 50 oder 75 Euro erworben werden.

### Das Mobiltelefon entwickelt sich immer mehr zum Multimedia-Center

Das Handy wird sich schon in naher Zukunft immer mehr zu einem Multimedia-Center für den Nutzer verändern. Eine Umfrage des eco Verbandes der deutschen Internetwirtschaft unter sechzig Experten aus den Bereichen Telekommunikation, IT und Fernsehen hat ergeben, daß die Mobiltelefone immer mehr Funktionen im Zusammenhang mit dem Medienkonsum übernehmen werden. Immerhin gehen 15 Prozent der Fachleute davon aus, daß das Handy in Zukunft „häufig“ die Rolle des Fernsehers für unterwegs übernehmen wird, weitere 69 Prozent, daß dies zumindest „gelegentlich“ der Fall sein wird. Was die Inhalte betrifft, spielen erwartungsgemäß Nachrichten die Hauptrolle. „Die Umfrage hat ergeben, daß der Kunde die kleinen ‚Appetitbäppchen‘ wünscht. So gut wie alle Verbraucher würden Informationen über das Tagesgeschehen und das Wetter auf ihrem Handy abrufen. Knapp achtzig Prozent werden diese Inhalte sogar ‚häufig‘ nutzen“, so Dr. Bettina Horster, Leiterin des Arbeitskreises M-Commerce bei eco.

An zweiter Stelle in der Gunst der Medienkonsumenten wird die Berichterstattung über Sportereignisse – vor allem beim Fußball – stehen. Knapp die Hälfte der Befragten geht davon aus, daß solche Inhalte „häufig“ abgerufen werden, weitere 44 Prozent denken an die „gelegentliche“ Nutzung. „Sicher wird sich niemand ein komplettes Fußballspiel auf dem kleinen Bildschirm eines Handys ansehen. Aber für eine kurze Zusammenfassung beispielsweise der Samstagsspiele der Fußball-Bundesliga oder der Europacupspiele unter der Woche besteht eine große Nachfrage“, sagte Horster.

Auch Musikvideos sind im Trend: Mehr als neunzig Prozent der Experten rechnen hier mit einer entweder „häufigen“ oder „gelegentlichen“ Inanspruchnahme. Kaum eine Rolle spielen werden Spielfilme und Serien sowie Dokumentationen. „Wir

stellen fest, daß es immer die Formate mit einer kurzen Zeitdauer sind, die offensichtlich sehr gut für das Handy geeignet sind. Längere Beiträge werden dagegen weiterhin in den klassischen Medien wie Fernsehen und Internet verfolgt.“

Schon heute wird das Handy von vielen regelmäßig zum Download von Inhalten aus dem Netz genutzt. Dieses Verhalten wird sich laut der Studie künftig kaum ändern, 77 Prozent der Fachleute erwarten weiterhin ein entsprechendes „häufiges“ beziehungsweise „gelegentliches“ Herunterladen. Im Kommen ist die Weitergabe von Content an andere Personen. Sicherlich eine Folge davon, daß Handys heutzutage beinahe standardmäßig Bluetooth-Technologie bieten. Mehr als drei Viertel rechnen damit, daß diese Form der Nutzung stark zunehmen wird.

Eine echte Neuerung ist die sofortige Interaktion über verschiedene Kanäle. Im Internet und Fernsehen werden beispielsweise vermehrt Wetten angeboten. Künftig wird der Nutzer regelmäßig die Möglichkeit haben, mit seinem Mobiltelefon sein Glück zu versuchen. Auch die Teilnahme an Quizsendungen via Handy eröffnet laut Ansicht der Experten ein ganz neues Marktpotential.

„Die Umfrageergebnisse zeigen, daß das moderne Informationszeitalter aufgrund der neuen Funktionen des Handys die nächste Stufe erreicht hat: Web 2.0 ist auch auf dem Handy angekommen. Dadurch wird unsere Mediengesellschaft nachhaltig verändert“, so das Fazit von Horster. „Die Menschen haben zu jeder Zeit und an jedem Ort Zugriff auf aktuelle Geschehnisse oder aber, wie die U-Bahnanschläge in London zeigten, ist jeder auch ein potentieller Anbieter von Bildern. Auf diese Weise werden sich der Austausch von Informationen und die Kommunikation über verschiedene Kanäle noch einmal nachhaltig beschleunigen.“



# Plattform ausschließlich für gewerbliche Händler

# ebay express kommt richtig in Schwung

Im August hat das Online-Auktionshaus ebay das neue Angebot ebay express freigeschaltet, das sich ausschließlich an gewerbliche Händler wendet, die über diese Plattform nur originalverpackte Ware zum Festpreis anbieten dürfen. Die dynamische Entwicklung von ebay express zeigt, daß mit diesem Angebot offensichtlich eine Lücke innerhalb der Online-Auktionen und -Shoppingmöglichkeiten geschlossen wurde: Bereits im Oktober hatten sich über 7.000 Händler registriert, bei Redaktionsschluß dieser Ausgabe hatte sich die Zahl um einen vierstelligen Wert erhöht, und täglich kommen neue Anbieter in allen Rubriken sowie neue Produkt-Kategorien hinzu.

Seit dem Start von ebay express ist der Technikhandel hervorragend vertreten: Unter dem Stichwort „Technik“ finden sich die Kategorien Telekommunikation, Computer & Peripherie, Comput zubehör, Foto & Camcorder, TV & Heimkino, Audio & HiFi sowie Auto-HiFi & Navigation mit diversen Untertiteln, in denen im Dezember durchschnittlich über 200.000 Produkte pro Tag angeboten wurden. Die hohe Seriosität dieser Plattform wirkt inzwischen auch anziehend auf Markenartikelproduzenten und andere Anbieter, die bislang beim „normalen“ ebay nicht zu finden waren. „Wir

registrieren mit großer Aufmerksamkeit, daß sich bei ebay express auch Unternehmen wie Tchibo oder Buch.de registriert haben, um ihre Produkte anzubieten“, sagte ebay Public Relations Specialist Alexander Witt in einem Gespräch mit PoS-MAIL. „Offensichtlich erweisen sich die Zahl von 20 Millionen potentiellen Kunden, die hohe Sicherheit bei der Kaufabwicklung und die Vorteile der Handhabung als positive Argumente für ebay express.“ Ist die Handhabung der Plattform für Anbieter zunächst aufwendiger als bei ebay.de (siehe Kasten rechts unten), so haben Kunden

es bei ebay express deutlich angenehmer, einzukaufen. Denn wie in einem Warenhaus können sie in den verschiedenen Abteilungen shoppen, die verschiedenen Artikel in den Warenkorb legen und schließlich einmal an der Kasse bezahlen – unabhängig davon, ob die Artikel aus einer Rubrik oder aus mehreren stammen und ob sie von einem oder mehreren Anbietern gekauft werden sollen. Die finanzielle Abwicklung des Kaufs mit den verschiedenen Verkäufern läuft zentral über ebay.

Sollte trotz der hohen Sicherheitsanforderungen, die ebay express an Anbieter und Kunden stellt, doch einmal etwas schiefgehen, bleibt das Risiko für beide Seiten sehr gering. Denn die Kunden profitieren vom kostenlosen Käuferschutz, der alle Käufe über ebay express in Höhe des gesamten Kaufpreises abdeckt. Verkäufer erhalten eine Zahlungssicherheit für Artikel, die sie nach der Information über den Zahlungseingang versenden. Das Risiko geplatzter Kreditkartenzahlungen oder Rücklastschriften, etwa bei Konto-Unterdeckung, wird damit gezielt von ebay express bzw. PayPal getragen.

Um den Kunden die Bezahlung der Waren so bequem wie möglich zu machen, bietet ebay express mit der Lastschrift-Option eine weitere Zahlungsart für das Einkaufen im Internet an. Mit der Einführung dieses Angebots hat ebay express Schlüsse aus der Studie „eCommerce 2006“ von EuPD Research in die Tat umgesetzt, derzufolge schon über die Hälfte aller Online-Käufer mit dem Lastschriftverfahren Waren im Internet bezahlt haben. Über 40 Prozent der Online-Shopper setzen beim Bezahlen die Kreditkarte ein, mehr als 17 Prozent nutzen PayPal.

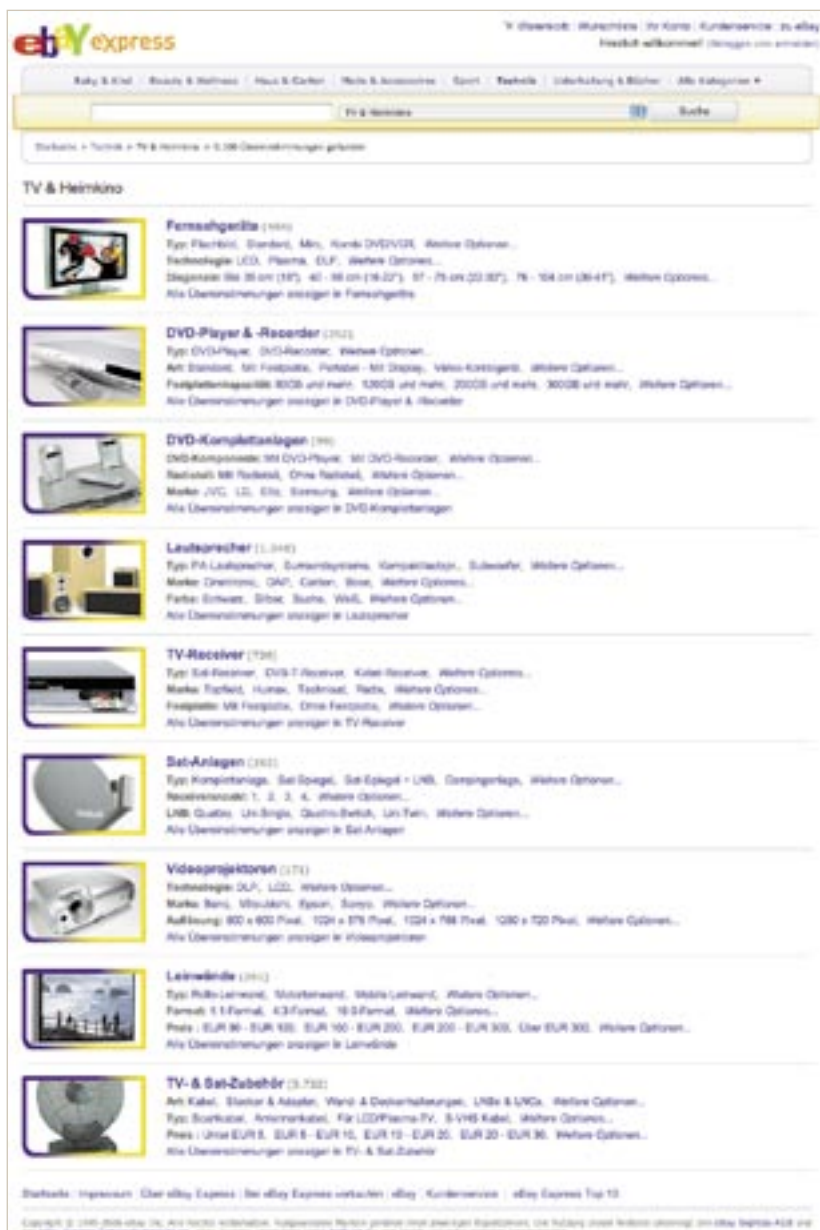
Nach wie vor stehen natürlich die Bezahlungsmöglichkeiten Kreditkarte und Online-Zahlungsservice PayPal zur Auswahl. Dazu brauchen Kunden lediglich ein Konto bei einer Bank in Deutschland. Nach Erteilung der Einzugsermächtigung zieht ebay express das Geld direkt vom Konto ein und leitet es



Schon auf der Startseite unter [www.ebayexpress.de](http://www.ebayexpress.de) erfährt der Surfer, worum es bei dieser Plattform hauptsächlich geht: Neuware zum Festpreis von Profis.

an die Anbieter weiter. Diese müssen für Zahlungseingänge per Lastschrift nur ihre Kontoverbindung hinterlegen. Um das Angebot auf der jungen Online-Plattform für mehr potentielle Kunden interessanter zu gestalten, werden die anfänglichen Produktkategorien ständig erweitert. Neu hinzugekommen ist zum Beispiel die Rubrik Beauty & Wellness. Sie ergänzt die bisherigen Kategorien Mode & Accessoires, Unterhaltung & Bücher, Technik, Sport, Haus & Garten sowie Baby

& Kind. Entsprechend des Interesses auf Anbieter- und Käuferseite werden in den nächsten Monaten weitere Kategorien gelauncht. Um trotz des großen Angebots schnell fündig zu werden, bietet ebay express eine gut funktionierende Suchfunktion. Durch eine komfortable Eingrenzung nach Produktmerkmalen, zum Beispiel über Marke, Größe, Preisklasse, Farbe oder Form, findet jeder Interessent schnell das passende Angebot.



Tausende von Produkten gewerblicher Händler finden sich allein in der ebay express-Rubrik TV & Heimkino – und täglich werden es mehr.

## Voraussetzungen und Servicestandards für Anbieter

Hier ein Auszug der Voraussetzungen und Servicestandards für Anbieter. Genaue Informationen finden Interessenten unter dem Punkt „Kundenservice“ auf der ebay express Startseite.

- Anbieter müssen bei ebay Deutschland als gewerblicher Verkäufer angemeldet sein.
- Anbieter haben ein verifiziertes PayPal-Business- oder PayPal-Premiumkonto.
- Anbieter haben einen gültigen Gewerbeschein oder Handelsregistrauszug.
- Anbieter haben ihre Adreßdaten über das PostIdent Spezial-Verfahren für Unternehmen verifizieren lassen.
- Anbieter informieren ebay express über ihre geplanten Handelsaktivitäten in den ersten Monaten (Kategorien, Anzahl Angebote) und erbringen, falls erforderlich, einen Nachweis über den Besitz der Ware.
- Falls Anbieter ein bestehendes ebay-Mitgliedskonto verwenden möchten, muß das Bewertungsprofil zu mindestens 98 Prozent positiv sein.
- Anbieter müssen einer Bonitätsprüfung zustimmen, die zum Beispiel auch bei der Eröffnung von Bankkonten üblich ist.
- Anbieter müssen alle gewerblichen Informationspflichten einhalten.
- Anbieter müssen ein Widerrufs- oder Rückgaberecht im Rahmen der gesetzlichen Pflichten anbieten.



## Pos Aktuell

### O<sub>2</sub> Kunden können jetzt auch mit HSDPA surfen

O<sub>2</sub> hat Anfang Dezember HSDPA gestartet. Das Highspeed-Surfen ist zu Beginn in sechs deutschen Städten verfügbar. Mit einer Datenübertragungsrate bis zu 1,8 Mbit/s kann der Kunde ganz ohne Aufpreis mobil surfen und arbeiten. Mit dem Start von HSDPA bietet das Unternehmen seinen Kunden eine neue und schnellere Welt des mobilen Surfens. Vorerst profitieren Kunden in Hamburg, Berlin, Köln, Düsseldorf, Frankfurt und München von dem Angebot. Dabei stehen den Nutzern Datenübertragungsraten von bis zu 1,8 Mbit/s zur Verfügung. Bestandskunden von O<sub>2</sub> Germany, die bereits heute über den Surf@home-Router II HS oder ihr HSDPA-fähiges Handy surfen, können diesen Service zu Hause sogar ohne Aufpreis nutzen. Mit der aktuellen O<sub>2</sub> Notebook Card und dem Xda Trion HS ist via HSDPA zusätzlich auch mobil ein schneller und einfacher Internetzugang möglich. Ebenso nutzbar ist HSDPA mit dem Samsung Z630 sowie dem Motorola V3xx. Bestehende UMTS-Datentarife können mit HSDPA ohne Aufpreis weitergenutzt werden, ein Aufpreis für diesen Service ist nicht vorgesehen.

### Epsilon-Partner können professionelle Ansagen für Mailboxen vermarkten

Epsilon Telecom bietet seinen Vertriebspartnern eine brandneue Vertriebsoption: Durch eine Kooperation mit dem Unternehmen HiProCall aus Unterföhring erhalten Epsilon-Partner die Möglichkeit, professionelle Mailboxansagen zu vermarkten. „Mit dem neuen Epsilon-Angebot können Händler ihr Produkt-Portfolio ergänzen und lukrative neue Verdienstmöglichkeiten erschließen“, so Epsilon-Geschäftsführer Wolfgang Hüttner. Seine Mailbox kann der Kunde dank des neuen Services der Epsilon Telecom vollkommen individuell gestalten. Eine Vielzahl unterschiedlicher Sprecher, diverse Ansagetexte und variable Hintergrundmusik ergeben dabei eine Fülle von Kombinationsmöglichkeiten. Die vermittelten Mailbox-Ansagen werden anschließend automatisch auf den jeweiligen Anrufbeantworter des Kunden überspielt. „Gerade bei mittelständischen Firmen sehen wir enorm hohe Marktpotentiale für unser Angebot, da man durch unsere Ansagen die CI eines Unternehmens auch auf den Mailboxen der Mitarbeiter einheitlich vermitteln und ferner das Branding auf das telefonische Erscheinungsbild transportieren kann“, so Karl-Heinz Häuslein, Vertriebsleiter von HiProCall. Auch Epsilon-Geschäftsführer Hüttner ist vom neuen Produkt sehr angetan: „Wir haben die Systeme von HiProCall umfangreich getestet und für sehr gut befunden, zudem gibt es auch interessante Referenzkunden, die den Service bereits erfolgreich nutzen.“

### Carphone Warehouse eröffnet den 2.000. Shop

The Carphone Warehouse setzt seinen Wachstumskurs weiter fort. Der britische Telekommunikationsanbieter, der auf dem europäischen Festland unter dem Namen The Phone House auftritt, hat in Sevilla (Spanien) seinen 2.000sten Shop eröffnet. Seine weltweit führende Position als unabhängiger Mobilfunk-Filialist will das Unternehmen künftig durch weitere Shop-eröffnungen in Europa sowie Flagship Stores in Deutschland stärken. In Deutschland zählt das Unternehmen derzeit 140 The Phone House-Shops. Bis

März 2010 will das Unternehmen die Zahl seiner Shops bundesweit nahezu vervierfachen und mit rund 500 Shops vertreten sein. „Im Zuge der Expansionsstrategie unserer Muttergesellschaft werden wir im kommenden Jahr zudem Flagship Stores in den Top-Lagen deutscher Großstädte eröffnen“, sagte Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House in Deutschland. Die Flagship Stores sollen mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von über 100 Quadratmetern größer als die bisherigen Shops des Unternehmens sein und sich durch ein neuartiges Ladenbaukonzept auszeichnen. Zentrale Elemente des Konzeptes sind unter anderem separate Serviceplätze, an denen sich Kunden im Sitzen beraten lassen können, sowie Weiterentwicklungen in der Art der Warenpräsentation.

### „Deutschland Online 4“ stellt Prognosen für das breitbandige Internet vor

Der Siegeszug des breitbandigen Internets verändert die deutsche Wirtschaft: Der Markt für Informationstechnologie und Telekommunikation wird bis 2015 um zwei Drittel auf dann 223 Milliarden Euro wachsen. Gleichzeitig entsteht ein intensiver Konvergenz-Wettbewerb zwischen Branchen, die historisch getrennt waren. Parallel dazu verändert sich das gesellschaftliche Leben der Deutschen zunehmend durch Online-Anwendungen, bei denen die Interaktion der Nutzer untereinander deutlich zunimmt. Im internationalen Wettbewerb läuft Deutschland Gefahr, bei innovativen Entwicklungen auf Basis der breitbandigen Gesellschaft den Anschluß an die USA und Asien zu verlieren. Das sind zentrale Ergebnisse der Studie „Deutschland Online 4“. Der Schwerpunkt von „Deutschland Online 4“ liegt auf den wichtigsten aktuellen Entwicklungen wie Branchenkonvergenz, Triple Play, Internet-TV und Social Web. Zentrale Ergebnisse der Untersuchung sind:

**Branchenkonvergenz:** Durch die Digitalisierung verändert sich der Wettbewerb. Eine der wesentlichen Herausforderungen dieser Konvergenz besteht für die Unternehmen in einem intensiven Wettbewerb mit neuen, zumeist branchenfremden Konkurrenten. Dabei konkurrieren Tk-Anbieter, Internet-Unternehmen, Medienhäuser und Kabelnetzbetreiber miteinander. In diesem neuen Wettbewerb gestehen die Experten den Internet-Unternehmen derzeit die beste Ausgangsposition zu, den Kabelnetzbetreibern die schwächste. Einvernehmen herrscht bei der Prognose, daß im konvergenten und weiter wachsenden Breitband-Markt der Zukunft die Tk-Anbieter die größten Marktanteile haben werden.

**Triple Play:** Nach der Markteinführung erster Triple Play-Angebote in Deutschland – also Angeboten, die den Internet-Zugang mit IP-Telefonie und Internet-Fernsehen bündeln – sind die Experten optimistisch: Für 2010 erwarten sie 2,6 Millionen Nutzer von Triple Play-Angeboten, für 2015 7,5 Millionen Nutzer. Als wichtigste Bestandteile eines Highspeed-Triple Play-Angebotes nennen die Experten die IP-Telefonie (85 Prozent), einen Video-on-Demand-Dienst (78 Prozent), hochauflösendes Fernsehen (HDTV – 74 Prozent) und ein integriertes Gateway für den Internet-Zugang, Internet-TV und IP-Telefonie (74 Prozent).

**Internet-Fernsehen:** Die für „Deutschland Online 4“ befragten Experten sind sicher, daß sich Internetfernsehen in Deutschland in den kommenden Jahren etablieren wird. Für 2010 erwarten sie 2,6 Millionen Nutzer, für 2015 7,2 Millionen. Bis 2015 wird sich die Nutzungsintensität des Internet-Fernsehens an die des klassischen TVs angleichen. Die befragten Konsumenten erwarten mehrheitlich ein Zusammenwachsen beider Angebots-

formen. Die Nutzer haben zudem klare Vorlieben, was die Angebote betrifft, die sie vom Internetfernsehen erwarten: 48 Prozent haben Interesse an Video-on-Demand, 45 Prozent möchten die bestehenden Angebote der TV-Sender über das Internet sehen. 44 Prozent fordern ein TV-Angebot, das sie individuell zusammenstellen können. Um möglichst schnell eine große Zahl von Kunden zu gewinnen, raten die Experten den Anbietern, zunächst bestehende TV-Vollprogramme über das breitbandige Internet anzubieten. Interessant ist die vergleichsweise hohe Zahlungsbereitschaft der Mediennutzer: Während sich 58 Prozent der Befragten ein werbe-finanziertes und somit kostenloses Internetfernsehen wünschen, sind 25 Prozent bereit, eine geringe Grundgebühr zu zahlen und darüber hinaus individuell für besondere Angebote wie etwa Sportübertragungen zu zahlen.

**Social Web:** Daß die neuen Anwendungen des „Social Web“ das Internet verändern, ist ein eindeutiges Ergebnis der Studie. 84 Prozent der Experten sind davon überzeugt, daß sich das Internet zu einem Medium wandeln wird, das in hohem Maße durch die Interaktion der Nutzer untereinander geprägt ist. Erwartet wird, daß die Zahl vergleichbarer Angebote in Deutschland schnell anwächst. Eines der Ergebnisse von „Deutschland Online 4“ ist hier eine klare Rangliste der Anwendungen bezogen auf ihre künftige Nutzung. An der Spitze stehen Plattformen für den Handel zwischen Endkunden (C2C-Commerce – 86 Prozent), Online-Communities (81 Prozent) und File-Exchange & Sharing-Dienste (71 Prozent). Blogs, Wikis und Bewertungsportale folgen mit geringeren Zustimmungsraten. Diese Plattformen werden sich vor allem durch eine Spezialform der Onlinewerbung finanzieren, den „Pay for Performance-Ads“. Weitere Finanzierungsmodelle basieren auf Provisionsmodellen und den klassischen Online-Werbeformaten. Nur jeder Zehnte der befragten Experten erwartet hingegen, daß sich Angebote im „Social Web“ aus Nutzergebühren finanzieren lassen.

**Globale Innovationen:** Handlungsbedarf zeigt „Deutschland Online 4“ bei der Stellung Deutschlands im globalen Wettbewerb um innovative Breitband-Dienste. Im Innovationsranking führender Industrienationen landet Deutschland nur auf Platz sieben – hinter Südkorea, Japan, Singapur, den USA, Hongkong und Schweden. Europa liegt in der Entwicklung zur Informationsgesellschaft klar abgeschlagen hinter Asien und den USA – und wird diesen Rückstand auch bis 2015 nicht aufholen können. In keinem der großen Entwicklungsfelder breitbandiger Zukunftsdienste (Zugang, Inhalte, Kommunikation, Suche und E-Commerce) verorten die befragten Experten eine Mehrheit der innovativen Unternehmen in Europa.

**Die Studie „Deutschland Online 4 – Die Zukunft des Breitband-Internets“** untersucht die neuesten Entwicklungen und Perspektiven des breitbandigen Internets. Experten und Konsumenten geben detailliert Auskunft über aktuelle Entwicklungen. Die Kombination der Experten- und Verbrauchermeinung führt zu besonders validen Ergebnissen. Konzipiert wurde „Deutschland Online 4“ von Prof. Dr. Bernd W. Wirtz gemeinsam mit der Deutschen Telekom AG, T-Com und der Hubert Burda Media; die Durchführung übernahm Prof. Dr. Bernd W. Wirtz. Die Schirmherrschaft hat der hessische Ministerpräsident Roland Koch inne. Im Rahmen der Studie sind 115 nationale und internationale Experten befragt worden. An der Konsumentenbefragung nahmen 6.347 Personen teil. Damit ist „Deutschland Online 4“ eine der umfassendsten kombinierten Experten- und Konsumentenbefragungen, die bisher in Deutschland zum Thema Breitband-Internet durchgeführt wurde.

## Pos Neuheiten



### Fritz!Fon 7150 ist die erste Fritz!box mit Telefon



Mit Fritz!Fon 7150 hat AVM die erste Fritz!Box mit Telefon vorgestellt. Fritz!Fon sieht aus wie ein schnurloses Telefon, beherbergt aber alle für die Kommunikation wichtigen Technologien in einem Gerät. Der Berliner Kommunikationsspezialist hat dazu in der Basisstation

DSL-Modem, WLAN-Router, DECT-Telefon und VoIP-Telefonanlage integriert. Ob schnurloses Telefonieren über Internet und Festnetz, Breitbandsurfen im Web, Computeranschluß über Funk und Kabel oder Drucken im Netzwerk, Fritz!Fon erfüllt alle Wünsche, und das ohne Kabelwirrwarr und mit nur einem Netzteil. Telefonate lassen sich mit dem neuen Fritz!Fon 7150 wahlweise über das Internet oder das Festnetz führen, der Computer bleibt dabei ausgeschaltet. Die geringe Größe und das elegante Gehäuse im Silberlook erlauben den Einsatz an jeder Stelle der Wohnung. Durch die Integration aller Bestandteile für Sprach- und Datenkommunikation in das Fritz!Fon 7150 bietet AVM eine neue Form der Qualität bei Internetzugang und schnurloser Internettelefonie. Für kostengünstige Gespräche über das Internet bleibt der PC ausgeschaltet. Der gesamte Sprachverkehr wird über das neue Schnurlos-VoIP-Gerät abgewickelt. Das Fritz!Fon 7150 wird am DSL- und optional auch am Festnetzanschluß (ISDN oder Analog) betrieben. Computer erhalten Anschluß über LAN und Wireless LAN. Die Funkverbindungen zum PC sind nach den Standards 802.11b, 802.11g und 802.11g++ (125 Mbit/s) möglich und mit werkseitig aktivierter WPA-Verschlüsselung und individuellem Kennwort geschützt. Der WLAN-Funk läßt sich per Tastendruck direkt an der Basisstation ein- und ausschalten.

### Beim Sony Ericsson Z310i kann man Kontakten verschiedene Lichteffekte zuordnen



Mit dem Z310i stellt Sony Ericsson sein neues Klapphandy vor, das neben diversen Features auch die Möglichkeit bietet, Kontakten im Telefonbuch unterschiedliche farbige Lichteffekte zuzuordnen. Mit seinem eleganten Äußeren ist das Handy stets ein adretter Begleiter.

Die glänzende Oberfläche des Z310i verbirgt im Standby-Betrieb zwei Displays. Das Symbol-Display bleibt so lange unter der Oberfläche „versteckt“, bis sich am Handy etwas Neues tut, beispielsweise eine SMS eingeht. Das zweite verborgene Außendisplay zeigt Nummer oder Namen des Anrufers an. Eine weitere Neuerung

stellt die Möglichkeit der Zuordnung von Lichteffekten dar. Personen, deren Anrufe besonders signalisiert werden sollen, kann man „farbkodieren“: Man weist ihnen einfach ein farbiges Licht zu. So erkennt man auf den ersten Blick, ob der Anrufer ein Arbeitskollege ist, die Freundin oder die Schwiegermutter. „Mit den Clamshell-Handys haben wir in der letzten Zeit eine Reihe hochwertiger Produkte auf den Markt gebracht. Insbesondere das Z610i, welches vom Design her durchaus verwandt mit dem neuen Z310i ist, stößt bei unseren Kunden auf großes Interesse. Neben außergewöhnlichen Details wie versteckten Außendisplays haben wir aber vor allem darauf geachtet, daß das Z310i auch im Alltag einfach zu bedienen ist und Spaß macht. Eine VGA-Kamera, MP3-Klingeltöne und Bluetooth sind daher integriert“, erklärt Martin Winkler, Head of Marketing Sony Ericsson Deutschland. Für mehr Individualität sorgt die Möglichkeit, „Look and Feel“ des Menüs und des Screen-Displays an die Tageszeit anzupassen, indem man etwa tagsüber ein farbintensiveres Displayprofil wählt und abends eines, das eher entspannend wirkt. Bei der Entwicklung des Z310i wurde nach Angaben des Herstellers viel Wert auf einfache Benutzerführung gelegt, ohne auf Entertainment-Funktionen zu verzichten. Mit der VGA-Kamera lassen sich Schnappschüsse machen und auch direkt via Picture Blogging ins Internet stellen. Dank einer Standby-Zeit von bis zu 300 Stunden und einer Sprechzeit von bis zu sieben Stunden hält das Z310i auch längere Reisen oder Telefonate durch. Das Gerät erweitert die Palette der Clamshell-Handys bei Sony Ericsson, zu der auch Handys wie das Z610i, Z710i oder Z550i gehören. Das Z310i ist in drei Farben erhältlich: Jet Set Black, Blush Bronze oder Lush Pink. Es ist ein Tri-Band Mobiltelefon mit dem schnellen EDGE Datendienst und wird ab dem 1. Quartal 2007 verfügbar sein.





# 2007 will \_dug telecom die 400. Filiale eröffnen

„Es sind die Mitarbeiter, die für den Erfolg und die Qualität unseres Unternehmens verantwortlich sind.“ \_dug telecom Gründer und Vorstandsvorsitzender Lars Dittrich führt das rasante Wachstum des Brandenburger Telekommunikations-Spezialisten vor allem darauf zurück, daß alle Stellen innerhalb des Unternehmens konsequent mit fachlich kompetentem Personal besetzt werden.

„Nur so ist das rasante und wirtschaftlich gesunde Wachstum zu erklären, das uns in die Lage versetzt, derzeit pro Woche bundesweit durchschnittlich zwei bis drei

stets 25.000 Einwohnern entstehen sollen. „Auf Flächen zwischen 40 und 80 Quadratmetern präsentieren wir in unseren einheitlich gestalteten Shops gebündelte Kompetenz in Sachen Mobilfunk, Festnetz und Breitband, und auch beim Reparaturservice sehen wir uns als Partner des Endkunden, der bei einem Defekt möglichst schnell wieder mit seinem eigenen Handy telefonieren will“, erläuterte Mirko Kottke, Leiter Expansion bei \_dug telecom, im Gespräch mit PoS-MAIL. Wer als Shopleiter oder Shopmitarbeiter bei \_dug telecom aktiv

werden will, braucht keine formalen Mindestvoraussetzungen zu erfüllen. Kottke: „Wenn die potentiellen Mitarbeiter einen beruflichen Hintergrund im Telekommunikations- oder Technikhandel vorweisen können, ist das vorteilhaft, zwingend notwendig ist es

besonderen Stärken liegen und wodurch wir uns von Wettbewerbern unterscheiden.“ An die Theorie schließt sich die einwöchige Praxisausbildung in einem \_dug telecom Shop an. Am Ende dieser Schulungsphase soll der neue Mitarbeiter nicht nur \_dug



In unverwechselbarem Design zeigen sich die Filialen von \_dug telecom sowohl außen als auch innen.



telecom kennen, er soll sich auch in allen Bereichen mit dem Unternehmen identifizieren können. „Wir investieren eine ganze Menge in diese Schulungsphase, sind aber davon überzeugt, daß dieser Weg richtig ist, um beiden Seiten die Chance zu geben, herauszufinden, ob wir miteinander klar kommen können“, so Kottke. „Denn wir wollen unsere neuen Mitarbeiter natürlich möglichst langfristig binden und brauchen Menschen, die unsere Philosophie und unsere Visionen verstehen und mit uns teilen wollen.“

Hat man sich auf eine Anstellung geeinigt, kann sich der neue Mitarbeiter auf vielfältige Unterstützung durch die Unternehmenszentrale verlassen. Dazu gehört beispielsweise die Ausstattung des Geschäftes nach einem einheitlichen Design. Hier werden die verschiedenen Marken und die von ihnen repräsentierten Anwendungsbereiche, Entertainmentwelten und Lösungen durch einen hellen und ansprechenden Auftritt in den Mittelpunkt gerückt, der den Endkunden in allen Filialen des Unternehmens ein identisches Wohlfühl-Erlebnis verschaffen soll.

Unterstützung bei der Warenversorgung bietet darüber hinaus auch das eigene Logistikzentrum, das sich ebenfalls am Unterneh-

menssitz in Oberkrämer befindet. Von dort aus werden nicht nur die eigenen Filialen und Vertreter des unabhängigen Fachhandels mit Geräten versorgt, sondern auch Großkunden aus der Telekommunikations- und anderen Branchen. Auch die Abwicklung von Reparaturen hilft den Mitarbeitern bei der täglichen Arbeit am PoS. Denn da \_dug Telecom über Lizenzen für die Reparatur aller großen Fabrikate verfügt und zudem eine Servicetiefe bis Level 2,5 gewährleistet, werden Reparaturfälle schnell und zuverlässig erledigt – rund 100.000 reparierte Kundengeräte allein im Jahr 2006 zeugen dabei von der Leistungsfähigkeit des Unternehmens.

## Kurzprofil der \_dug telecom ag

Die \_dug telecom ag mit Sitz im brandenburgischen Oberkrämer (im Nordwesten von Berlin) ist mit mehr als 230 Filialen einer der größten unabhängigen Telekommunikations-Filialisten in Deutschland. Das Produktportfolio von \_dug umfaßt die aktuellen Produkte und Lösungen für Festnetz und Breitbandkommunikation. Die \_dug-Filialen sind darüber hinaus Spezialisten für Mobilfunk, sie bieten Tarife und Produkte aller vier Netze und führen die neuesten Handys sowie attraktives Zubehör. Überdies bietet \_dug maßgeschneiderte Kommunikationslösungen für Geschäftskunden und Unternehmen jeder Größenordnung, betreibt ein Handy-Repaircenter in der Firmenzentrale, in dem etwa 30 Experten im Zwei-Schicht-Betrieb arbeiten. Die Unternehmensgeschichte in Stichworten:

- 1993: Gründung des Direktvertriebes Dittrich und Grella GbR
- 1997: Eröffnung des ersten TelecomShops in Oranienburg
- 1998: fünf Filialen
- 1999: 12 Filialen
- 2000: 29 Filialen; Umwandlung der Gesellschaft in eine AG; Einweihung des Callcenters
- 2001: 54 Filialen; Eröffnung des Handy-Repaircenters
- 2002: Die D&G Telecom AG gehört zu den Finalisten der Unternehmerwettbewerbe „Entrepreneur des Jahres“ und „Oscar des Mittelstands“
- 2003: 75 Filialen
- 2004: Die 100. \_dug Filiale wird eröffnet, Umfirmierung der Filialen in \_dug; Ausbau \_dug Business
- 2005: 149 Filialen; Einweihung der neuen Firmenzentrale
- 2006: 232 Filialen (Stand Mitte Dezember); \_dug telecom ag ist Finalist des Unternehmerwettbewerbes „Entrepreneur des Jahres 2006“.



neue Standorte zu eröffnen“, so Dittrich. „Und wir sehen im Moment noch große Chancen für weitere Expansion.“ Konkret heißt das, daß im Jahr 2007 die Zahl der eigenen Filialen auf mindestens 400 ansteigen soll, und zusätzlich wollen die Brandenburger im Auftrag der T-Punkt Vertriebsgesellschaft rund hundert T-Punkte betreiben. Derzeit sucht das Unternehmen sowohl Standorte als auch Mitarbeiter für die geplanten Filialen, die im gesamten Land in 1a-Lagen von Städten mit minde-

aber nicht.“ Stattdessen sollten die neuen Mitarbeiter Eigenschaften wie Flexibilität, Spontanität und vor allem Spaß am Verkauf und Spaß an der Arbeit für \_dug telecom mitbringen.

Um sicherzugehen, daß die richtigen Mitarbeiter eingestellt werden, hat das Unternehmen eigens eine Akademie gegründet. 14 Tage werden Interessenten dort, am Unternehmenssitz in Oberkrämer, zunächst theoretisch auf ihre Aufgabe vorbereitet. „Dabei geht es natürlich zum einen um Produkte und Dienstleistungen“, führte Kottke aus, „zum anderen wollen wir den zukünftigen Mitarbeitern aber auch die Philosophie des Unternehmens nahebringen, ihnen klarmachen, worin unsere

## Hermann Riedl optimiert Abläufe beim Retail

Hermann Riedl (40) hat bei der \_dug telecom ag die Aufgabe übernommen, die Abläufe im Bereich Retail dem schnellen Wachstum des Unternehmens anzupassen und diese noch effektiver und effizienter zu gestalten. Erfahrungen mit Filial-Strukturen hat Riedl in seiner bisherigen beruflichen Laufbahn reichlich gesammelt, vor allem während seiner rund fünfjährigen Tätigkeit für den McDonalds Konzern, zuletzt als Geschäftsführer der Tochtergesellschaft Donatos. Während dieser Zeit lernte er auch die Strukturen kennen, die hinter Unternehmen mit einer hohen Anzahl an Verkaufspunkten und den daraus resultierenden komplexen Prozessen stehen. „Um beim Kunden die Nummer eins zu sein, kommt es auf möglichst effiziente und effektive Abläufe innerhalb der Organisation an, um einen Top-Kundenservice zu bieten“, meint Riedl. Mit der Einstellung Riedls will \_dug telecom seine Fähigkeit ausbauen, sich verändernden Rahmenbedingungen schnell anpassen zu können. Die Arbeit Riedls soll dabei vor allem der Fein-Justierung der Prozesse dienen.







In Verbindung mit der neuen Navicore Navigationssoftware und dem ebenfalls neuen ultrakompakten GPS-Empfänger kann das Nokia 770 Internet Tablet auch bequem von Fußgängern benutzt werden.

# Navigieren mit Nokia 770 Internet Tablet und Navicore Personal

**Navicore, einer der führenden europäischen Anbieter von GPS-Navigationssoftware für Smartphones, und Nokia haben bekanntgegeben, daß die GPS-Navigationssoftware von Navicore als komplettes Navigations-Kit für das Nokia 770 Internet Tablet erhältlich sein wird.**

mit Navicore Personal. Indem wir unsere Navigationssoftware mit dem beliebten Nokia 770 Internet Tablet kombinieren, sind wir in der Lage, eine großartige Navigationslösung anbieten zu können, die mehr Spaß und mehr Funktionalität für die mobile Art zu leben verspricht“, sagte Navicore-CEO Juha Murtopuro.

Die Navicore Personal 2007 Navigationssoftware ist erhältlich für das Nokia 770 in Form eines separaten Navigations-Kits, das neben der Software auch einen GPS-Empfänger und eine Halterung für das Auto enthält. Alternativ wird ein All-in-one-Bundle erhältlich sein, das sowohl das Nokia 770 als auch die Navicore-Navigationssoftware sowie den GPS-Empfänger enthält.

Das Navigations-Kit für das Nokia 770 Internet Tablet und das Navigations-Bundle werden voraussichtlich zu Weihnachten in ausgewählten Outlets sowie über Nokia online unter [www.nokia.com](http://www.nokia.com) erhältlich sein.

Die bewährten Funktionen der Navigationssoftware werden dabei durch die Anbindung an das Internet erweitert und profitieren darüber hinaus sowohl vom hochauflösenden Widescreen-Display als auch von der WiFi-Fähigkeit des Nokia-Gerätes. Mit internetgestützter Navigation können die

Internet-Erlebnis über WiFi-Breitband oder eine Mobilfunkverbindung.

„Mit seiner schnellen mobilen Internetanbindung und seinem hochauflösenden Widescreen-Display ist das Nokia 770 die perfekte Plattform für die an jedem Ort verfügbare GPS-Navigation



Das Widescreen-Display macht die Navigation mit dem Nokia 770 Internet Tablet sehr komfortabel.

Nutzer unterwegs direkt über die Karte auf diverse Internet-Services zugreifen und so auf einfache Weise zu all den interessanten Orten finden, die sie über das Internet ausfindig gemacht haben.

Navicore Personal ist ein leicht zu bedienender GPS-Navigator, der speziell für Mobilfunkgeräte mit Webzugang entwickelt wurde. Die Software bietet ein komplettes Navigationssystem zur Nutzung im Auto, auf dem Fahrrad oder zu Fuß und ist darüber hinaus auch ein Taschen-Guide mit Tausenden von Points-of-Interest wie Restaurants, Hotels, Tankstellen und touristisch interessanten Orten.

## Intuitive Handhabung

Das Nokia 770 Internet Tablet ist ein innovatives tragbares Gerät, das für das Surfen im Internet wie auch für zusätzliche Webanwendungen wie Medienwiedergabe, E-Mail, VoIP und Instant Messaging konzipiert wurde. Mit einem beeindruckenden hochauflösenden Widescreen-Display und einem intuitiv zu bedienenden Interface ermöglicht das Nokia 770 Internet Tablet ein nahtloses

## Navicore stellt ultrakompakten GPS-Empfänger vor

Navicore hat den nach eigenen Angaben kleinsten Bluetooth GPS-Empfänger der Welt vorgestellt. Er liegt der neuesten Version des GPS-Navigationsprodukts für Mobilfunkgeräte mit Webzugang, Navicore Personal 2007, bei. Der Navicore Bluetooth GPS-Empfänger berechnet seine Position mit Hilfe der Signale von 20 GPS-Satelliten, die die Erde umkreisen, und kommuniziert mit der Navicore Personal-Software über eine Bluetooth-Verbindung. Der Bluetooth GPS-Empfänger speichert Satelliteninformationen wie beispielsweise den Status des Satellitensignals, den letzten Standort sowie das Datum und die Zeit der letzten Nutzung. Er aktualisiert die Positionsdaten im Sekundentakt.

Das Design des neuen Navicore Bluetooth GPS-Empfängers ist laut Navicore einzigartig am Markt. Mit den Abmessungen 64 x 22 x 15 mm und einem Gewicht von 30 Gramm ist es den Angaben zufolge das gegenwärtig kleinste und leichteste verfügbare GPS. Das heißt, daß es auch außerhalb des Autos einfach und bequem benutzt werden kann. Für die Navigation zu Fuß oder per Fahrrad kann das GPS beispielsweise mit dem mitgelieferten Schlüsselband um den Hals getragen werden.

Trotz der kompakten Abmessungen des Gerätes muß der Nutzer keinerlei Kompromisse hinsichtlich der Qualität des Empfängers oder dessen Leistung eingehen. Es wird mit dem SiRF Star III GPS-Chipsatz betrieben und bietet bis zu acht Stunden Batterielaufzeit bei durchgehender Nutzung. Die eingebaute Batterie läßt sich einfach aufladen, indem man diese per mitgeliefertem USB-Kabel an ein Notebook, einen PC oder einen Zigarettenanzünder anschließt. Der Navicore Bluetooth GPS-Empfänger ist mit allen Navicore Personal-Produkten kompatibel, die die folgenden Plattformen unterstützen: Symbian S60, S80, UIQ 3 und Linux Internet Tablet OS 2006 Edition.



## Navicore Personal steht jetzt in der Version 2007 zur Verfügung

Navicore hat die neue Version seiner preisgekrönten GPS-Navigationssoftware, Navicore Personal 2007, angekündigt. Navicore Personal ist die einfach zu bedienende GPS-Navigation für Mobilfunkgeräte mit Webzugang. Navicore Personal ist nicht nur ein vollwertiges Navigationssystem, das von Autofahrern, Fahrradfahrern und Fußgängern genutzt werden kann, sondern auch ein praktischer Taschen-Guide, der die meisten öffentlichen Straßen und Tausende von Points-of-Interest wie Restaurants, Hotels, Tankstellen und lokale Sehenswürdigkeiten enthält. Navicore Personal 2007 erweitert die GPS-Navigation über mobile Telekommunikationsgeräte um eine Reihe von Funktionen:

- **Erweiterte Kartenabdeckung:** Navicore Personal 2007 verwendet die neuesten digitalen Karten von Tele Atlas und Navteq, den führenden Anbietern von Karten. Navicore Personal 2007 enthält detaillierte Straßenkarten, in denen Straßennamen und Hausnummern angegeben sind. Zusätzlich zu dem ausführlichen Kartenmaterial für Kontinental-Europa und Skandinavien wird Navicore Personal 2007 in den nächsten Monaten um optionales Kartenmaterial für Nordamerika sowie ausgesuchte Länder in Afrika und Asien erweitert.
- **Ausweitung der unterstützten Plattformen:** Navicore Personal 2007 wird weiterhin alle Symbian Plattformen unterstützen – darunter S60 (auch die S60 3rd Edition) und S80, genauso wie Symbian UIQ 3. Zusätzlich wird Navicore auch für die neue Linux Internet Tablet OS 2006 Edition erscheinen.
- **Navicore Update Online Service:** Navicore Update ist ein Online-Service auf dem neuesten Stand der Technik, der Nutzer von Navicore Personal mit Software- und Karten-Updates versorgt und herunterladbare Inhalte wie Points-of-Interest und Erweiterungen für Sprachanweisungen bereitstellt. Dieser computer-basierte Dienst steht Navicore-Kunden kostenlos zur Verfügung.
- **Kostenlose Upgrade-Aktion:** Navicore-Kunden, die die Vorgängerversion, Navicore Personal 2006, zwischen dem 1. September und 31. Januar 2007 freigeschaltet haben, können diese Software mit Navicore Update bis zum 31. Januar 2007 kostenlos einem Upgrade unterziehen.
- **Einfache und flexible Benutzeroberfläche mit zahlreichen Navigationsfunktionen:** Navicore Personal 2007 zeichnet sich durch klare Anweisungen über Sprache und das Display sowie ein extrem schnelles Routing aus und stellt jeweils die schnellste und die kürzeste Route zur Auswahl. Außerdem erfolgt ein zügiges Re-Routing bei Abweichungen von der vorgegebenen Route oder bei Verkehrshindernissen. Dynamisches Routing hilft dabei, Stau, Mautstraßen, Fährverbindungen und andere ungewollte Hindernisse zu umfahren. Fußgänger-, Fahrrad- und Auto-Navigations-Modi können gewählt werden, um die optimale Route für jede Reiseart zu finden. Location Messaging erlaubt es dem Benutzer, die Position von Freunden und Familie auf der Karte anzuzeigen und diesen den eigenen Standort zu schicken. Navicore Personal enthält kostenlose Verkehrsinformationen sowie kostenlose Updates zu Informationen über Sicherheitskameras.

Navicore Personal 2007 wird als Standalone-Software und als Paket erhältlich sein, das alles enthält, um ein Smartphone zu einem kompletten GPS-Navigationsgerät zu machen. Das Paket umfaßt die Software Navicore Personal 2007 mit ausgewähltem Kartenmaterial, einen Bluetooth GPS-Empfänger, Hardware-Zubehör sowie ein ausführliches Handbuch. Eine komplette Liste kompatibler Geräte und aller Händler findet sich unter [www.navicoretech.com](http://www.navicoretech.com).



# Portable Navigationsgeräte von **Blaupunkt**, **JVC** und **Thomson AVA** **Routenplanung neu definiert**

**Sie sind handlich, portabel und mit allem an Bord, was komfortable Navigation ausmacht. Portable Navigationsgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Zum einen sind die modernen Pfadfinder einfach zu installieren und zum anderen mit zahlreichen Features ausgestattet, die genau und sicher ans Ziel führen.**

Einen attraktiven Einstieg in die portable Navigationswelt von **Blaupunkt** ermöglicht der neue TravelPilot Lucca 3.3. Er ist klein, unkompliziert und einfach in der Handhabung, ortet sehr schnell

und navigiert überaus präzise in mehr als 20 Ländern Westeuropas. Optional lassen sich auch die Daten von 20 osteuropäischen Ländern laden. Die Menüführung des Navigationsgerätes ist logisch aufgebaut. Die Bedienoberfläche bietet gute Übersichtlichkeit und jederzeit leicht nachvollziehbare Bedienbarkeit. Auf dem 3,5-Zoll-Farbdisplay werden jeweils nur die momentan relevanten Bedienelemente als berührungsempfindliche Tasten eingeblendet. Sie reagieren auf kurzen Fingerdruck. Die Straßenansichten und Routenempfehlungen werden in 2D- oder 3D-Ansichten besonders anschaulich dargestellt. Die Navigationsdaten sind bereits im Gerät vorkonfiguriert und in einem

„internal flash“ mit 512 MB RAM gespeichert. Dabei kann der Anwender unter acht Varianten vorab installierter Dateien auswählen wie beispielsweise Deutschland/Österreich/Schweiz, Benelux, Spanien/Portugal oder andere. Darüber hinaus gehört eine DVD mit umfangreichen Navigationsdaten von insgesamt 21 Ländern Westeuropas zum Lieferumfang. Optional bietet Blaupunkt zudem Daten für 14 osteuropäische Länder an. Der im kompakten Flatscreen-Design gehaltene Lucca 3.3 erlaubt auch während der Navigation die Wiedergabe von MP3-Musikdateien von einer SD-Speicherkarte. Das Laden von Musik- oder Navigationsdaten läßt sich über den SD-



Kartenschacht realisieren. Zudem können auch Fotos im JPEG-Format auf dem Display des Gerätes dargestellt werden. Für die automobilgerechte Integration des neuen Lucca hat Blaupunkt spezi-

ell angepaßte Halterungen entwickelt. Flexibilität beweist der TravelPilot Lucca 3.3 aber auch als kompaktes Navigationsgerät für den Fahrradfahrer oder Fußgänger. UVP: 299,- Euro.

Mit dem KV-PX70 stellt **JVC** ein ultrakompaktes und portables „All-in-One“-GPS-Navigations-system mit integriertem TMC-Receiver vor. Das Navigationsgerät ist kaum größer als sein bedienungsfreundlicher 4,3 Zoll großer 16:9-Touchscreen. Es benötigt kein Kabel und ist sofort und überall einsetzbar – im Auto, auf dem Fahrrad oder beim Stadtrundgang. Dank des integrierten TMC-Receivers und vorbereitet für den Empfang von TrafficMaster Informationen in Echtzeit stehen immer die aktuellsten Verkehrs-informationen zur Verfügung. Das vorinstallierte Europa-Kartenmaterial sowie die Routenansage und Textanzeige in 16 Sprachen machen die Navigation sicher,



bequem und punktgenau. Die Karten können wahlweise in 2D- oder 3D-Ansicht dargestellt werden. Städte und Straßennamen, Richtung sowie TMC-Verkehrsinformationen erfolgen

per Sprachausgabe. Verschiedene Suchfunktionen, z. B. nach Kategorie, Name, Adresse oder Postleitzahl, und die Speichermöglichkeiten für bis zu 30 Zielorte und der letzten 30 Ziele (jeweils

mit bis zu fünf Zwischenstationen) unterstreichen die Leistungsfähigkeit des neuen Navi-Gerätes. Je nach Präferenz lassen sich verschiedene Routen berechnen, nämlich die schnellste, kürzeste oder ökonomischste. Dabei besteht die Möglichkeit, Fernstraßen, Fähren und Mautstraßen auszuschließen. Hinzu kommen noch die Routen-Neuberechnungsfunktionen sowie die Anzeige von Verkehrs-, Routen- und Entfernungsinformationen. Für die schnelle und präzise Navigation sorgt der empfindliche SiRFstarIII GPS-Hochleistungs-chip. Mit einem Gewicht von nur 210 Gramm und Abmessungen von 132 x 91 x 22 mm ist das portable KV-PX70 besonders flach

und handlich. Autofahrer werden bei dem JVC-Neuling auch die Bluetooth-Unterstützung für die Verbindung mit Bluetooth-fähigen Handys zu schätzen wissen. Das Navi fungiert gleichzeitig als Freisprecheinrichtung und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit. Das Gerät ist zudem in der Lage, die auf der mitgelieferten Speicherkarte abgelegten Fotos und Videos wiederzugeben und macht auch als MP3-Player eine gute Figur. Das Gerät verarbeitet die Formate MP3, WMA, JPEG und WMV. Neben einem Anschluß für den mitgelieferten Stereo-Kopfhörer ist der KV-PX70 außerdem noch mit einer USB-Buchse ausgestattet. UVP: 499,- Euro

**Thomson AVA** hat ebenfalls drei neue GPS-Geräte im Sortiment. Das Modell Thomson Intuiva GPS 420 GE schwarz (4,2 Zoll) ist eine kompakte On-board-Lösung mit übersichtlichem Display für die Orientierung bei langen Fahrten oder im Stadtverkehr. Thomson Intuiva GPS 280 GE in Crème-Weiß und das in Gold gehaltene Thomson GPS 281 GE (beide 2,8 Zoll) sind handtellergrößer und eignen sich dank ihrer sehr kompakten Maße besonders gut für den mobilen Einsatz zu Fuß. Die Thomson GPS-Geräte kombinieren ansprechendes Design und ausgezeichneten Bedienkomfort: Die extrem schlanken Gehäuse verfügen über ein Touchscreen, der die direkte Eingabe ermög-

licht. Die Menüführung der Thomson AVA GPS-Reihe ist einfach und intuitiv gestaltet. So kann das Ziel beispielsweise durch Eingabe der Postleitzahl oder über eine Auswahl innerhalb der mehr als zwei Millionen POI (Points of Interest) gesucht werden. Eine interaktive Vorschlagsliste während der Eingabe beschleunigt die Suche; dabei ermöglichen übersichtliche Icons eine schnelle Eingabe. Zudem wird Fußgängern ein echter Mehrwert geboten, denn zu den eingespeicherten POI gehören auch Museen, Theater, Shops oder Restaurants. Das Navigationsgerät kann somit leicht zum ständigen Begleiter werden, denn alle Modelle sind aufgrund des sehr schlanken



Gehäuses bequem in der Tasche zu verstauen. Beim häufigen Wechsel des Fahrzeuges sind die Geräte ganz einfach mit der Kfz-

Halterung an der Windschutzscheibe zu befestigen. Im Zubehör der Thomson GPS-Geräte ist detailliertes Kartenmaterial für

West-Europa enthalten. Aufgrund des kostenlosen TMC Services, der die Dienste „aktive Staumfahrung“ und „Stauliste“ anzeigt, werden Staus vermieden. Eine TMC-Antenne ist im Lieferumfang enthalten.

Für die schnelle Routenberechnung sorgt der SiRFstar III-Hochleistungsprozessor der jüngsten Generation. Alle drei GPS-Modelle haben ein Kartenslot, um den internen Speicher von 512 MB mit einer SC/MMC-Karte zu erweitern. Die Navigationsgeräte können zudem Musik (MP3/WMA), Fotos (JPG) und Filme (MPEG4) abspielen. UVP: GPS 420 GE = 499,- Euro; GPS 280/281 GE = 399,- Euro.

miz



# Panasonic bringt erste AVCHD-Camcorder auf den Markt

## Aufnahmen in High-Definition

In vielen Wohnzimmern stehen bereits HD-fähige Flachbildfernseher und Heimkino-Komponenten. Ab März 2007 können Deutschlands Videofilmer mit den neuen Camcordern HDC-SD1 und HDC-DX1 eigene brillante High Definition Videos in Full HD-Qualität (1080i) mit 5.1 Surroundsound aufnehmen.

Der HDC-SD1 nimmt auf SD/SDHC Speicherkarten auf und ist nach Angaben von Panasonic der kleinste und leichteste 3CCD Camcorder für High Definition Videos. Da seine Aufnahme-Einheit keine beweglichen Bauteile aufweist, ist er extrem robust und liefert auch bei holprigen Kamerafahrten fehlerfreie Aufnahmen in bester Qualität.

Der HDC-DX1 zeichnet hochauflösende Bilder und Multikanal-Ton direkt auf 8 cm DVDs auf. Die Disc ist ein einfaches Aufnahme-, Wiedergabe- und Archivierungsmedium in einem und dank direktem Szenezugriff praktisch und schnell zu bedienen.

Sowohl der HDC-SD1 als auch der HDC-DX1 filmen im AVCHD-Format. AVCHD ist ein neu entwickelter Standard, in dem die Spezifikationen zur Verarbeitung von digitalen, hochauflösenden Videos in Camcordern und zahlreichen Abspielgeräten festgelegt sind. Der HDC-SD1 nimmt rund 90 Minuten High Definition Material auf einer 4 GB SDHC Speicherkarte auf. Mit dem HDC-DX1 sind bei Einsatz einer Dual-Layer DVDR rund 60minütige High-Definition-Aufnahmen möglich.

### 3CCD-Kamerasystem

Gerade bei der Wiedergabe z. B. auf hochauflösenden Plasma-TVs mit großer Bilddiagonale werden Farbverfälschungen und Bildfehler schonungslos entlarvt.

Das von Panasonic entwickelte 3CCD-Kamerasystem hat seit den Olympischen Spielen 1992 das Bild der Broadcast-Industrie maßgeblich verbessert. Heute kommt kaum ein Profi-Kamerasystem ohne 3CCD-System aus. Das 3CCD-System liefert brillante, lebensechte Farben, mehr Bild-details und feinere Abstufungen als konventionelle 1CCD-Systeme. Hierfür wird das einfallende Licht

in die drei Primärfarben Rot, Grün und Blau zerlegt und separat durch drei Bildsensoren verarbeitet.

### Optischer Bildstabilisator – OIS

Panasonics neue Camcorder setzen auf den optischen Bildstabilisator (OIS). Dieser reduziert die Auswirkung von Verwacklungen bei Freihand-Aufnahmen. Als optisches System korrigiert es Verwacklungen bereits vor der CCD-Bildwandlerstufe und beeinträchtigt daher nicht die Bildqualität. In Zeiten großformatiger,

hochauflösender Flachbildfernseher, die jede Unvollkommenheit in der Aufnahme sichtbar machen, ist der OIS ein unverzichtbares Leistungsmerkmal. Seine bildverbessernden Fähigkeiten setzt der OIS nicht nur beim Videodreh, sondern auch bei der Aufnahme von Digitalfotos ein.

### Hochwertiges Objektiv

Das Leica Dicomar Objektiv, das im HDC-SD1 und HDC-DX1 zum Einsatz kommt, setzt sich aus 13 Linsenelementen mit insgesamt 21 mehrfach-vergüteten Linsenoberflächen in zehn Gruppen

zusammen. Das hochentwickelte Objektiv minimiert störende Reflexionen und sorgt für knackige Aufnahmen ohne Schleier- und Geisterbilder.

### 5.1 Kanal-Surround

So faszinierend wie die Bildqualität ist auch der mit den neuen Panasonic Camcordern aufgezeichnete Ton. Fünf integrierte Mikrofone nehmen die gesamten Umgebungsg Geräusche beim Videodreh im 5.1-Kanal-Surroundsound auf. So erfolgt beispielsweise bei einem Kamerazoom auf einen Vogel, der in einem entfer-

ten Baum singt, auch eine akustische Fokussierung, und das Gezwitscher wird über andere Geräuschquellen hinweg aufgenommen. Abgerundet werden die Camcorder-Features durch zahlreiche manuelle Funktionen, wie z. B. Zebra-Muster Überbelichtungswarnung, Farbbalken-Testbild und eine manuelle Tonaussteuerung, die anspruchsvolle Videofilmer zu schätzen wissen.

Die beiden Camcorder sind ab März 2007 lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

miz

## HDC-DX1



## HDC-SD1





Mit einem Angebot von 19 aktuellen Projektor-Modellen in acht Modellreihen kann der japanische Elektronik-Hersteller NEC für nahezu jeden Einsatzbereich die optimale Lösung anbieten. Die Bandbreite des Angebots erstreckt sich vom 1.000 Gramm leichten DLP Micro-Portable mit 1.000 ANSI-Lumen über Modelle für den Home Cinema Einsatz und Business-Präsentationen bis hin zum 120 kg wiegenden professionellen Digital Cinema Projektor mit 24.000 ANSI-Lumen Leuchtstärke. Das außergewöhnlich dicht gestufte Angebot von Projektoren auf neuestem Technologie-Stand dürfte neben anderen Faktoren ein Hauptgrund für NECs Marktführerschaft in Deutschland und Europa sein. Wie das in Großbritannien ansässige Marktforschungs-Institut Decision Tree Consulting auf der Grundlage konkreter, ermittelter Verkaufszahlen belegt, führt NEC bereits im fünften Jahr in Folge auch den deutschen Projektor-Markt an.



# Optimal aufgestellt: NEC Projektoren

## Mit Vollgas zum Erfolg – NEC Projektoren-Roadshow

Bei der im vergangenen November erstmalig in Deutschland veranstalteten Road-Show stellte NEC seine neuesten Projektor-Modelle und Plasma-Displays für das Jahr 2007 vor. Unter dem Motto „Mit Vollgas zum Erfolg“ wurde dem Fachhandel auf mehreren Tour-Stationen in München, Hamburg, Karlsruhe, Köln und Berlin Gelegenheit geboten, sich mit den Features und technischen Leistungsdaten der neuen Produkte vertraut zu machen. Das Projektor-Highlight der Road-Show war der erstmalig gezeigte ultraportable NP60. Trotz der hohen Leuchtstärke von 3.000 ANSI-Lumen wiegt der NP60 weniger als 2 kg und ist mit diesem geringen Gewicht mit Abstand der kleinste verfügbare Projektor seiner Klasse. Der NP60 verfügt über zahlreiche Automatikfunktionen wie Autofokus und automatische Trapezkorrektur, mit der die Ausrichtung und Bedienung des Gerätes zum Kinderspiel wird:

Man braucht den Projektor nur aufzustellen und anzuschalten, damit er automatisch ein perfektes Bild erzeugt. Präsentiert wurden auch die Nachfolger der wegen ihres günstigen Preis-/Leistungsverhältnisses und der großen Vielseitigkeit beliebten NEC VT-Serie. Die sechs neuen VT-Modelle sind für nahezu jeden Präsentationszweck geeignet. Das Modellangebot der Serie reicht vom Einsteigermodell über stark nachgefragte Crossover-Produkte, die sowohl für Heimkino- wie für Business-Anwendungen einsetzbar sind, bis hin zu professionellen Projektoren für anspruchsvolle Präsentationsaufgaben. Die Road-Show bot auch einen Ausblick auf die Zukunft der Lichtspielhäuser, denn „Digitales Kino“ hält in die Filmtheater Einzug. Mit dem NC800C bietet NEC den kleinsten und leichtesten Kino DLP-Projektor der Welt an. Er kann bis zu acht Meter breite Leinwände bespielen und ist mit seiner Leuchtstärke von rund 4.000 ANSI-Lumen für sehnsüchtige Blicke der Heimkinofans verantwortlich.

## Lechtwunder: NEC Projektoren der NP-Serie

Mit der neuen NP-Projektorenserie präsentiert NEC drei Modelle, die sich durch ihr geringes Gewicht von nur 1,6 Kilogramm und die große Leuchtstärke von bis zu 3.000 ANSI-Lumen auszeichnen. Das spezielle Kühl-



Die NP-Projektorenserie von NEC umfaßt drei Modelle (NP40, NP50 und NP60) mit nur 1,6 Kilogramm Gewicht und der Leuchtstärke von bis zu 3.000 ANSI-Lumen.

system der NP-Serie ermöglicht eine extrem kompakte Bauweise und sorgt für lange Lampen-Lebensdauer. Die drei DLP-Projektoren NP40, NP50 und NP60 arbeiten mit einem neu entwickelten Hybrid Cooling System, bei dem die Kühlung der Lampeneinheit nicht nur durch den Ventilator, sondern zusätzlich über eine Pumpe erfolgt, die einen gezielten Luftstrom auf die Lampe leitet. Durch diese Lösung wird die Lampen-Lebensdauer auf bis zu 3.000 Stunden verlängert (Eco Mode), und das Gewicht wie auch die Gehäusegröße spürbar reduziert. Mit den Abmessungen von 246 x 72 x 177 mm ist der NP60 der weltweit kleinste Projektor mit 3.000 ANSI-Lumen und ideal für den mobilen Einsatz geeignet. Selbst Präsentationen in taghellen Räumen bewältigt der NEC NP60 mühelos. Die XGA-Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten und das hohe Kontrastverhältnis von 1.600:1 (NP50/NP60) schaffen ideale Voraussetzungen für brillante und kontrastreiche Bilder. (1.500:1 beim

NP40). Alle drei Modelle verfügen über die gleiche umfangreiche Ausstattung. Die Leuchtstärken sind mit 2.200 / 2.600 ANSI-Lumen für den NP40 und NP50 etwas geringer als bei dem Top-Modell der Reihe. Funktionen wie „Quick Start“ und „Direct-Power-Off“ sorgen für äußerst kurze Wartezeiten vor dem Beginn und nach dem Ende einer Präsentation. Deshalb ist es nicht mehr erforderlich, die lästige Abkühlphase abzuwarten, bevor das Gerät ausgeschaltet werden kann.

Ohne manuelle Justage sorgt das Autofokus-System blitzschnell und automatisch für scharfe Bilder. Sämtliche Eingangssignale werden durch die Autosignal-Funktion sofort identifiziert. Anwender, die die manuelle Bedienung bevorzugen, können Feineinstellungen selbst vornehmen. Die automatische Wandfarbkorrektur sorgt auch bei farbigen Projektionshintergründen für Farbtreue. Eine automatische digitale Trapezkorrektur ermöglicht hohe Flexibilität beim Aufstellen des Projektors. Zum Lieferumfang gehört eine Fernbedienung. Auf alle drei NP-Modelle gewährt NEC eine dreijährige Garantie mit 24 Std. Vor-Ort-Service.

Für den NP50 bietet NEC als besonderen Service eine Staub- und Rauchschutzgarantie an. Das Innere des Projektors ist so abgekapselt, daß der NP50 ohne Nachteile auch in staub- und rauchbelasteten

Umgebungen eingesetzt werden kann, z. B. in Restaurants, Bars und Diskotheken. Falls ein NP50 innerhalb der ersten drei Jahre Schäden durch Staub und Rauch aufweisen sollte, erfolgt die Reparatur durch NEC kostenlos.

## NEC VT49 und VT59: Crossover-Projektoren

Großes Kinoerlebnis in den eigenen vier Wänden bieten die neuen Crossover-Modelle VT49 und VT59: Sie sind besonders leuchtstark und hervorragend für die Projektion von DVD-Filmen und Fernseh-Programmen unter Wohnraumbedingungen geeignet. Auch für Präsentationen im Businessbereich bieten beide Geräte eine hervorragende Lösung. Als echte Crossover-Produkte zeichnen sie sich durch exzellente Helligkeitswerte aus. Der VT49 und der VT59 erreichen 1.600 ANSI-Lumen und das Kontrastverhältnis von 600:1. Mit der XGA-Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten des VT59 und den 800 x 600 Bildpunkten (SVGA) des VT49 lassen sich Bilder scharf und detailreich darstellen. Heimkinofreunde werden die geringe Geräuschkentwicklung

von nur 25 dB zu schätzen wissen. Für die brillante Farbwiedergabe beider Geräte ist die 3LCD-Technologie verantwortlich. Die automatische Wandfarbkorrektur garantiert auch dann farbecht projizierte Bilder, wenn die Projektionswand nicht mehr blütenweiß ist. Anwender, die öfter mit einem Projektor unterwegs sind, z. B. um bei Kunden Präsentationen vorzuführen, werden sich über das geringe Gewicht von 2,8 kg freuen. Die VT-Modelle sind mit 309 x 112 x 258 mm (B x H x T) sehr kompakt. Zu den Schnittstellen gehört auch ein VGA-Anschluß, der sich mit Hilfe eines Adapters für die Ansteuerung mit einem Komponentensignal nutzen läßt. Besonders unterstützt wird PAL Progressive, weil es für Projektoren die höchstmögliche Zuspieldqualität bietet und bereits in viele DVD-Zuspieler integriert wird. Der VT49 und der VT59



Die leuchtstarken Modelle NEC VT49 und VT59 sind für die Projektion von DVD-Filmen und TV-Programmen in Wohnräumen und Präsentationen im Businessbereich ausgelegt. Der VT49 und VT59 erreichen 1.600 ANSI-Lumen und das Kontrastverhältnis von 600:1. Das Betriebsgeräusch beträgt nur 25 dB.

besitzen auch einen Video- und einen S-Video-Anschluß. Das ermöglicht den Anschluß von zahlreichen anderen Zuspieldgeräten wie z. B. Videorekorder oder Set-Top-Boxen. evo



Digitale Projektoren erobern die Kino-Theater: Der NEC DLP-Projektor NC800C ist der kleinste und leichteste Kino DLP-Projektor der Welt. Er bespielt bis zu acht Meter breite Leinwände und erreicht eine Leuchtstärke von 4.000 ANSI Lumen.



# Erfolgsbarometer Plus X Award

# Wettbewerb der A-Marken

Produkte, die das Plus X-Siegel tragen, haben Erfolg. Diese einfache Feststellung hat zwei Erklärungen: Zum einen besteht die Jury des größten Technologie-Contests Europas aus absoluten Marktexperten. Folglich werden nur Produkte prämiert, deren Innovationen konsumgemäß überzeugend sind – also sinnvoll für Handel und Endkunden. Insofern ist die Auszeichnung auch ein Erfolgsbarometer. Zum anderen garantieren die Siegel eine beachtliche Signalwirkung und laden damit die siegreichen Produkte kräftig auf.

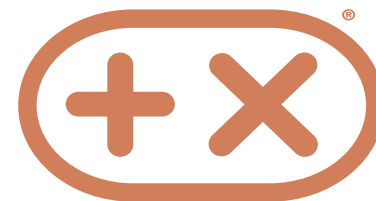
Namhafte Marken können nur mit hochinnovativen Produkten erfolgreich sein, wie Jürgen Wilkin, General Manager Public Relations & Communications bei JVC Deutschland, sieht den Plus X Award als wichtiges Marketing-Instrument für den Point of Sale.



Jürgen Wilkin, General Manager Public Relations & Communications bei JVC Deutschland, sieht den Plus X Award als wichtiges Marketing-Instrument für den Point of Sale.

tions & Communications bei JVC Deutschland, erklärt: „Unsere Entwicklungsbereiche sind bestens aufgestellt, denn Markterfolge erzielen wir maßgeblich durch Höchstqualität und Innovationen. Eine A-Marke wie JVC steht in der kontinuierlichen Verpflichtung, mit jedem Produkt zu überzeugen. Auszeichnungen wie der Plus X Award sind wichtige Bestätigungen, die wir natürlich im Marketing und am PoS umfassend transportieren.“

Top-Entscheider nutzen die hohe Auszeichnung mit dem Plus X Award entsprechend in allen Handelskanälen. Darüber hinaus hält der Technologie-Wettbewerb ein millionenschweres Marketing-Budget für alle Gewinnerprodukte bereit: Die 17 offiziellen Partner



PLUS X AWARD®

des Plus X Awards, unter anderem der Digital-Lifestyle-TV-Sender GIGA, die Handelsketten EP: und MediMax sowie die Zeitschriften des C.A.T.-Verlages imaging+foto-contact und PoS-MAIL, präsentieren die Sieger in attraktiven Kampagnen.

Auch Bose überzeugte die Jury in den vergangenen Jahren regelmäßig. PR-Manager Jürgen Imandt: „Bose steht für Spitzenklang, Eleganz und einfachste Bedienung im HiFi- und Heimkino-Bereich. Über die Plus X-Siegel, beispielsweise für Innovation und Bedienkomfort beim 3-2-1 DVD Home Entertainment System, freuen wir uns sehr. Wir verstehen die Auszeichnung als Bestätigung, aber auch als Ansporn für zukünftige Produktkonzepte. Natürlich kommunizieren wir diese Anerkennung deutschlandweit und international.“



Auch Bose überzeugte die Jury in den vergangenen Jahren regelmäßig mit Produkt-Innovationen für den guten Ton. Bose PR-Manager Jürgen Imandt (links) bei der Preisverleihung mit einem der Jury-Mitglieder.

Seit Anfang Dezember werden die Siegerprodukte im neuen und äußerst hochwertig produzierten Fernsehformat Plus X Award TV redaktionell präsentiert. Erfolgreich startete damit die in Deutschland einzige Fernsehsendung für Consumer Electronics.

Herstellern, um die innovativen Produkte des neuen Portfolios teilnehmen zu lassen. Im Frühjahr kommt die hochkarätig besetzte Jury zusammen, um über besondere Produktleistungen in den vier Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie zu entscheiden. Alle Informationen stehen unter [www.plusxaward.de](http://www.plusxaward.de) bereit.

Die für dieses Jahr letzte Ausgabe läuft am 22. Dezember ab 18 Uhr bei GIGA, empfangbar beispielsweise über Astra Digital, in einigen digitalen Kabelnetzen und via Internet ([www.giga.de](http://www.giga.de)). Kernthema des Weihnachts-Specials wird die visuelle Heimkino-Vielfalt aus Beamern, LCD- und Plasma-Fernsehern sein.

Die Nominierungsphase des Plus X Awards 2007 kommt unterdessen in die heiße Phase. Nur noch wenige Wochen bleiben den

## Plus X Award-Highlights 2007

Die neue Zusammenarbeit mit GIGA kommt nicht von ungefähr: Schon auf der IFA 2006 überzeugte der TV-Sender mit täglichen Sondersendungen aus der Hall of Fame, dem Messestand des Plus X Awards.

Alljährlich, und 2007 in erheblich vergrößertem Ausmaß, werden die Sieger des Technologie-Wettbewerbs ansprechend ausgestellt und erlebbar gemacht. Die Hall of Fame wird von Publikum und Medien quasi überrannt: Das Plus X Award-Areal zeigt nicht nur eine edle Markenlandschaft, sondern ausschließlich prämierte Spitzentechnologie dieser renommierten Hersteller. Kein Wunder, daß Berichterstatter und Messebesucher sich zuerst in dieser „neutralen Zone“ einen Überblick über die IFA-Innovationen verschaffen wollen. Die Grundlage für diese

Medienpräsenz schaffen Technologie-Hersteller zur Zeit durch die Anmeldung ihrer Produktneheiten beim Plus X Award 2007. Bereits Ende September waren über 100 Produkte nominiert. Voraussichtlich im Mai 2007 werden die neuen Preisträger offiziell verkündet: Die Plus X Award-Night bildet einmal mehr den festlichen Rahmen für die neuen Träger der Plus X-Siegel. Auf der Preisverleihung werden darüber hinaus zum zweiten Mal die „Most Innovative Brands of the Year“ gekürt: Die über zehn Kilogramm schwere Trophäe geht in einer feierlichen Übergabe durch die Juroren an die erfolgreichsten Hersteller innerhalb einer Gerätesparte. Unter anderem sind Produkte aus den Bereichen Car Entertainment, IT, Fototechnologie, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Wohntechnologie beim Plus X Award zugelassen.



Seit Anfang Dezember werden die Siegerprodukte im neuen und äußerst hochwertig produzierten Fernsehformat Plus X Award TV redaktionell präsentiert.



**Ausgezeichnete Innovationen  
sind der Schlüssel zur Zukunft.**



**Die Nominierungsphase für Europas  
größten Technologie-Contest hat begonnen.**

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



## POS Neuheiten

### ViewSonic mit neuer „VG“ LCD-Bestseller-Serie



ViewSonic, eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich visueller Technologien, hat die neuesten Modelle der komplett überarbeiteten VG-Serie vorgestellt, bei denen Design, Ergonomie und Performance ausgewogen verbunden sind. Die 17 Zoll bis 22 Zoll großen Monitore der oberen Mittelklasse überzeugen durch modernste LCD-Technologie und zeitlos klassisches Design, das sich in nahezu jedes Umfeld einfügt. Die insgesamt zehn neuen Modelle der VG-Serie eignen sich mit ihren Leistungsdaten sowohl für große wie für mittlere und kleine Unternehmen. Mit ihren attraktiven Preisen sind diese Modelle mit Profi-Qualität auch für Privatanwender problemlos bezahlbar. Zur Auswahl stehen folgende Modelle: Widescreen 16:10 oder traditionelles Seitenformat 4:3 oder 5:4 mit analogen oder analogen/digitalen Eingängen (DVI-I). Die Displays sind mit integrierten Stereo-Lautsprechern ausgestattet und liefern bei Multimediaanwendungen einen respektablen Sound zum exzellenten Bild. Wer seine optimale Betrachterposition gerne verändert, um Arme, Nacken und Rücken spürbar entlasten zu können, findet auch höhenverstellbare und bis 360° schwenkbare Modelle im Angebot. „Die LC-Displays der VG-Serie haben in den vergangenen Jahren eine breite Käuferschicht in aller Welt begeistert und ent-



scheidend zum Erfolg von ViewSonic beigetragen“, so Brigitte Kommer, Leiterin Marketingkommunikation EMEA. „Bei der Runderneuerung der Serie standen für uns das Thema Ergonomie und die



Anforderungen von Angestellten und Arbeitgebern im Mittelpunkt. Wir gehen deshalb davon aus, daß wir mit diesen Nachfolgemodellen nahtlos an das vielfach ausgezeichnete Produktkonzept anknüpfen und noch mehr Anwender von unserer neuen VG-Serie überzeugen können. Nicht zuletzt auch deshalb, weil wir diese hochwertigen LCDs zu sehr attraktiven Preisen anbieten.“ Die UVPs der 17-Zoll- bis 19-Zoll-Modelle bewegen sich zwischen 219,- bis 439,- Euro.

### Toshiba mit neuen Notebooks für Business-Kunden



Mit dem neuen Portégé M400 bietet Toshiba jetzt ein Convertible im 12.1-Zoll-Format an, bei dem der Komfort eines Tablet PCs mit den Vorteilen eines ultramobilen Notebooks vereint sein soll. Das neue Portégé M400 ist mit einem Intel Core 2 Duo Prozessor T5500 ausgestattet. Toshiba erneuert seine Business-Notebook-Reihe Tecra mit zwei Konfigu-

rationsvarianten. Das solide Arbeitsgerät im kompakten 14.1-Zoll-Formfaktor zielt in erster Linie auf mobile Mitarbeiter im Unternehmen. Die neuen Modelle überzeugen mit der beim Tecra-Konzept gewohnten Plattform- und Imagestabilität. Das funktionale Design wird durch die Toshiba EasyGuard-Komponenten für optimale Datensicherheit, Systemschutz und Konnektivität ergänzt. Ein weiteres neues Modell der multimedialen Plattform im 17-Zoll-Format bringt Toshiba mit dem Satellite P100-239 auf den Markt. Das Satellite P100-239 ist für Anwender konzipiert, die für Büro und Freizeit ein hochwertiges mobiles Gerät benötigen, aber das Notebook gleichzeitig auch als leistungsfähige Alternative zum stationären PC betrachten.

### Archos mit portablem Media Player 604 WiFi



Der neue Archos 604 WiFi mit integrierter Wireless-Technologie und einem Touch-Screen-Display ist als zukunftsweisender Portable Media Player einzustufen. Neben dem Anhören von Musik und dem Betrachten von Bildern und Videos ist das vielseitige Gerät auch zum mobilen Browsen im Internet und zur Nutzung eines eMail Accounts geeignet. Auch der direkte Austausch von Daten über das Netzwerk gestaltet sich unkompliziert. Der 604 WiFi ist bisher der erste und einzige Portable Multimedia Player mit integrierter Wireless-Technologie. Er ermöglicht es seinem Anwender, sich überall zum Browsen oder E-Mails mit dem Internet zu verbinden oder den Archos 604 in ein WLAN-fähiges Heimnetzwerk zu integrieren. Die gesamte Bedienung ist perfekt für den mobilen Betrieb eingerichtet. Allein durch Berührung mit der Fingerspitze oder mit einem speziellen Stift kann der Anwender bequem und intuitiv durch das übersichtliche Menü navigieren. Der Touch-Screen und das WLAN Interface im Standard 802.11g machen den 604 WiFi für diejenigen User attraktiv, die jederzeit Zugriff auf das Internet haben möchten oder müssen. Zukünftige Firmware Upgrades werden SHOUTcast Internet Radio und einen integrierten Archos Podcatcher für das automatische Erfassen von Audio- und Videodateien ohne PC unterstützen. Der Archos 604 WiFi ist eines der beiden 604 Modelle der Generation 4-Serie. Beide Geräte verfügen über 30 GB große Festplatten. Ihre elegante Form und die geringen Abmessungen machen die schlanken und leichten Player mit ihren großzügigen 4,3 Zoll Displays sehr attraktiv. Die 30 GB große Festplatte bietet Platz für 85 Spielfilme, 130 Stunden Fernsehprogramm, 300.000 Fotos oder 15.000 Musiktitel. Die optional erhältliche DVR Station (Digital Video Recording Station) macht aus dem 604 WiFi einen tragbaren Videorekorder mit hochwertigem Audio/Video-Output, mit dem Lieblingsfilme oder Fernsehprogramme automatisch direkt vom Fernseher, DVD-Player oder einer Kabelbox zum gewünschten Aufnahmezeitpunkt aufgenommen werden können. Der Archos 604 WiFi ist zum UVP von 449,99 Euro verfügbar. Alle portablen Archos Videoplayer werden mit Kopfhörern, USB-Kabel, Schutztasche und DVR-Adapter für die Verbindung zum DVR-Rekorder geliefert.



### Panasonic Toughbook CF-19: Notebook und Tablet PC



Im Dezember hat Panasonic mit dem Toughbook CF-19 das Nachfolgemodell des CF-18 in Europa eingeführt. Das CF-19 ist der weltweit einzige, robuste mobile Rechner, der sich vom klassischen Notebook einfach in einen Tablet PC verwandeln läßt. Das 10,4 Zoll große Aktivmatrix-Farbdisplay wird zu diesem Zweck um vertikal 180 Grad gedreht und dann über die Tastatur geschwenkt. Neben den flexiblen Einsatzmöglichkeiten profitiert der Anwender vor allem von dem hohen Bedienkomfort des CF-19. Selbst unter schwierigen Bedingungen läßt sich das Gerät über den Touchscreen mit Fingern oder Stylus Pen zielgenau bedienen. Das entspiegelte und kontrastreiche Display weist eine geringe Reflexionsrate und eine Bildschirmhelligkeit von 460 Candela auf. Displayinhalte lassen



sich selbst bei grellem Tageslicht und von unterschiedlichsten Betrachtungswinkeln aus in ausgezeichneter Qualität betrachten. Das ist eine besonders wichtige Eigenschaft beim Outdooreinsatz, für den das CF-19 ja konzipiert ist. Das LCD-Scharnier ist äußerst robust und staubgeschützt konstruiert. Das stoßfeste Vollmagnesium-Gehäuse und die in einem Aluminiumrahmen liegende, von Spezialschaumstoff umgebene Festplatte lassen das CF-19 externe Schocks, starke Vibra-



tionen, breite Temperaturschwankungen und nach US-Militärstandard MIL-STD 810F Stürze aus einer Höhe von bis zu 90 Zentimetern ohne Schaden überstehen. Als „Full Ruggedized“-Notebook ist es nach IP54-Norm wasser- und staubgeschützt. Das CF-19 bringt nur 2,25 Kilogramm auf die Waage und erweist sich mit bis zu acht Stunden Akkulaufzeit als ausdauernder Marathonläufer. Für die Leistung sind die 1,06 Gigahertz des Intel Core Duo U2400 (ULV)-Prozessors und der schnelle Intel 945GM Express-Notebookchipsatz zuständig. Die 512 Megabyte RAM Arbeitsspeicher lassen sich bis zu 4 Gigabyte erweitern. 80 Gigabyte

Festplattenkapazität bietet für gespeicherte Daten und anspruchsvolle Anwendungen ausreichend Platz. Für die mobile Kommunikation stellt die Intel Centrino-Technologie eine WLAN-Funktion mit den aktuellen Standards IEEE 802.11 a/b/g bereit. Damit sind Datenübertragungsraten von bis zu 54 Megabit/s möglich. Externe Hardware wird über integriertes Bluetooth einfach und kabellos an das CF-19 angeschlossen. Das Panasonic Toughbook CF-19 ist zum UVP von 3.793,- Euro erhältlich.

### Linksys: Wireless-N USB Network Adapter WUSB300N



Linksys hat die Markteinführung eines Wireless-N USB Network Adapters mit der Typenbezeichnung WUSB300N bekanntgegeben. Mit dem neuen Produkt ergänzt Linksys sein Portfolio von Wireless-N-Produkten auf Basis des 802.11n-Draft. Der WUSB300N ist ab sofort erhältlich. Der UVP beträgt 129,- Euro. Der neue drahtlose WLAN-Adapter bietet eine einfache Lösung, um ein Notebook nachträglich mit WLAN-Konnektivität auszustatten. Der WUSB300N braucht nur in einen USB-Port gesteckt zu werden, um WLAN-Verbindungen mit hoher Übertragungsgeschwindigkeit nutzen zu können. Der USB-Adapter nutzt das aktuellste WLAN-Protokoll draft 802.11n und ist zu



Wireless-B (802.11b) und Wireless-G (802.11g) Standards kompatibel.

### devolo bringt 200 Mbit/s Produkte für Inhouse Powerline



Der Aachener Netzwerkspezialist devolo AG, ein engagierter Vertreter der HomePlug-Technologie und Marktführer in Europa, hat seine ersten beiden HomePlug AV-basierten Produkte für Business-Anwendungen vorgestellt. Das dLAN 200 AVpro und das dLAN 200 AVpro i können Daten, Video- und TV-Inhalte sowohl über das hausinterne Stromnetz wie auch über Coax-Kabel (Fernsehkabel) übertragen und erreichen dabei Übertragungsraten von bis zu 200 Mbit/s. Typische Anwender für das neue Produkt sind laut devolo nicht so sehr Privathaushalte, sondern eher Hotels, Wohnungsgesellschaften, Krankenhäuser und Kabelnetzbetreiber. Mit dem neuen

### devolo dLAN 200 AV: Steckdose mit 200 Mbit/s



Mit dem neuen dLAN 200 AV stellt devolo das jüngste Mitglied seiner dLAN-Familie vor: Der kleine Adapter in der Größe eines Steckernetzteils steht stellvertretend für die neueste Generation von Inhouse-Powerline-Geräten und kann Daten mit Übertragungsgeschwindigkeiten bis zu 200 Mbit/s über hausinterne Stromleitungen übertragen. Der Adapter basiert auf dem internationalen HomePlug-Standard und stellt Anwendern an jeder Steckdose im Haus eine breitbandige Netzwerkverbindung zur Verfügung, ohne daß ein einziges Kabel neu verlegt werden muß. Die einzige Voraussetzung ist eine freie Netz-Steckdose. Durch die integrierte Quality-of-Service-Funktion ist sogar das kontinuierliche Verteilen von HDTV-Streams in alle Räume des Hauses problemlos möglich, ohne daß es zu ruckelnden Bildständen kommt. Heiko Harbers, Vorstandsvorsitzender der devolo AG, hat den potentiellen Anwender und seine Wünsche im Blick: „Die beliebte Bauform des dLAN 200 AV hilft dem Kunden. Er weiß schon beim Kauf, daß er dieses Steckernetzteil selbständig und problemlos installieren kann.“ dLAN 200 AV verfügt über einen Ethernet-Anschluß, über den sich PCs und andere ethernetfähige Geräte schnell und einfach in ein Heimnetzwerk integrieren lassen. Das dLAN 200 AV ist als Einzeladapter zum UVP von 109,90 Euro und für 199,90 Euro als Starter Kit mit zwei Adaptern erhältlich.



dLAN 200 AVpro und dem dLAN 200 AVpro i, das sich von Erstgenanntem durch ein Metallgehäuse unterscheidet, ist es nun erstmals möglich, über eine Coax-Leitung Breitband-Internet in alle Zimmer eines Hotels oder Krankenhauses zu bringen. Weil Antennendosen in derartigen Räumen in der Regel bereits vorhanden sind, fallen keine weiteren Kosten an. Die Adapter devolo dLAN 200 AVpro und dLAN 200 AVpro i sind zum UVP von 159,90 Euro und 179,90 Euro erhältlich.



### Blu-ray Entertainment von Sony



Mit dem Vaio VGX-XL202 bringt Blu-ray Disc Association (BDA) Gründungsmitglied Sony das High Definition-Zeitalter ins Wohnzimmer. Als all-in-one Entertainment-Center für das digitale Zuhause setzt das Gerät neue Maßstäbe. Der Vaio VGX-XL202 markiert Sonys Start in die Welt der Blu-ray-Technologie. Neben einem Blu-ray-Laufwerk für Aufnahme und Wiedergabe verfügt das edle all-in-one Entertainment-Center über die volle Funktionalität eines hochwertigen Multimedia PCs – eine Festplatte mit 500 Gigabyte Speicherkapazität und Intels neueste Core 2 Duo Prozessor-technologie inklusive. Den besten Fernsehempfang liefert der integrierte Hybrid-Tuner sowohl für analoges als auch digitales terrestrisches Fernsehen, das dank des integrierten Festplatten-Recorders mit Time-Shift selbstverständlich auch aufgenommen oder zeitversetzt geschaut werden kann.



Der extrem leise Vaio VGX-XL202 läßt sich dabei wahlweise über eine Fernbedienung oder eine Funktastatur fernsteuern und ist mit der benutzerfreundlichen Windows Media Center Edition ausgestattet. Neben dem schicken, in Schwarz und Silber gehaltenen XL202 und einem HD-Fernseher ist für feinsten Filmgenuß in High Definition kein weiteres Gerät mehr nötig. Sonys Blu-ray Player ist ab sofort lieferbar. UVP: 2.499 Euro.





# Nintendo Wii: Der Name ist Programm

**In der Nacht des 7. Dezembers, von Donnerstag auf Freitag, startete Nintendo in Deutschland den Verkauf seiner neuen Videospielekonsole „Wii“. In den großen Städten versuchten Tausende schon vor dem Morgen des 8. Dezembers ein Exemplar der neuen Konsole zu ergattern. Vor den Geschäften hatten sich lange Schlangen gebildet. Punktgenau zum angekündigten Verkaufsstart um Mitternacht öffneten sich die Türen, um die Käufer einzulassen. Bis Jahresbeginn 2007 bringt Nintendo weltweit vier Millionen Konsolen auf den Markt. Davon wurde eine Million schon vor dem europäischen Verkaufsstart in den USA und Japan verkauft. In Europa hatten sich viele Käufer bereits vor Monaten ihre Wii reservieren lassen. Wer zum Weihnachtsfest noch „ohne“ geblieben ist, darf hoffen: Bis März will Nintendo weitere sechs Millionen Wii-Konsolen in die Geschäfte bringen.**

## „Wii“, sind „mii“ und „mii“, also „Wir“

Lange Zeit berichtete Nintendo nur unter dem Arbeitstitel „Revolution“ über die neue Konsole. Erst kurz vor Verkaufsstart wurde das Geheimnis um den Markennamen der neuen Videospielekonsole gelüftet. Dazu Nintendo: „Revolution“ gab die Richtung vor – und ‚Wii‘ ist das Ziel. ‚Wii‘ wird die Trennwände zwischen Videospielern und Nicht-Videospielern niederreißen und Menschen mit ihren Spielen und mit anderen Menschen enger zusammenbringen. ‚Wii‘ klingt wie das englische ‚we‘ für ‚wir‘, denn Wii ist die Konsole für uns alle. Wii läßt sich leicht merken und wird von allen Menschen auf der Welt, welche



In der OVP befinden sich Wii-Konsole, Wii-Fernbedienung „Wiimote“, Nunchuk-Controller, Sensorleiste, Wii-AV-Kabel, Wii-Konsolenständer und die Spielesammlung „Wii Sports.“

Sprache sie auch immer sprechen, verstanden.“ Das englische „wir“ heißt „we“ und wird im Deutschen wie Wii ausgesprochen. Unter den zahlreichen Kanälen, die ein Wii-Besitzer ansteuern kann, ist der „Mii“-Kanal einer der wichtigsten. Hier kann er für sich selbst einen Avatar erstellen, indem er eine Figur auswählt und sie von den Augen bis zum letzten Barthaar selbst gestaltet. Bis zu 100 „Miis“ lassen sich kreieren und als Spielfiguren in Titeln wie Wii Sports oder Wii Play einsetzen. Miis können auch über den Wi-Fi-Service „Wii Connect 24“ an die Wii eines Freundes geschickt oder im „Wiimote“ abgespeichert und überallhin mitgenommen werden. Unzählige „Miis“ (me = englisch für „ich“), die über Wii-Kanäle und das Internet miteinander spie-



Auch in Deutschland versuchten Tausende schon vor dem Morgen des 8. Dezembers ihr Exemplar der neuen Konsole zu ergattern.

len und kommunizieren, werden zum Wii, dem „Wir“. „Wii wird zum Meilenstein in der Geschichte des Videospieles“, verspricht Dr. Bernd Fakesch, General Manager Nintendo Deutschland. „Der außergewöhnliche Name der Konsole spiegelt zugleich auch ihre außergewöhnlichen Eigenschaften wider.“

## Was ist in der (Wii Verkaufs-) Box?

Wer das Glück hat, eine Wii-Konsole ergattert zu haben, der wird zum UVP von 249,- Euro in der Verpackung folgendes finden: Die Wii-Konsole, die Wii-Fernbedienung „Wiimote“, einen Nunchuk-Controller, eine Sensorleiste, ein Wii-AV-Kabel, einen Wii-Konsolenständer, mit dem sich die Wii-Konsole senkrecht aufstellen läßt, und die Spielesammlung „Wii Sports“, die aus fünf lustigen Spielen wie Bowling



Die Wii kann auch in dem mitgelieferten Konsolenständer aufgestellt werden.

und Boxen besteht und anschaulich und beeindruckend das Können der Wii demonstriert.

## Der Controller macht die Revolution

Als Nintendo-Präsident Satoru Iwata vor Besuchern der Tokio Games Show erste Details über den neuartigen Controller der Wii bekanntgab, kam das einer Weltsensation gleich: Nach mehr als 20 Jahren Videospiegelgeschichte ersetzt Nintendo den mit beiden Händen gehaltenen herkömmlichen Controller durch eine kabellose Bedienungseinheit, mit der die Steuerung des Spielgeschehens mit nur einer Hand ermöglicht wird. Mit Hilfe der intuitiven Schnittstelle zwischen Spieler und Spiel können Videospiele frei wie nie zuvor in virtuellen Spielwelten bewegen, rennen, springen, herumwirbeln, gleiten, schießen, lenken, beschleunigen, sich in die Kurve legen, tauchen, kicken oder werfen. Mit den Steuerelementen der Wii lassen sich komplexeste Bewegungsabläufe kinderleicht und absolut präzise ausführen. „Alles wirkt absolut natürlich und real. Sobald ein Spieler den Controller in die Hand nimmt, wird ihm klar, wie sehr dessen neue Möglichkeiten das Videospiele, so wie wir es heute kennen, verändern werden“, erklärte

Satoru Iwata. „Das ist extrem aufregende Innovation und echte Pionierleistung. Es wird heutige Videospieler wie noch nie begeistern und der Wii zahlreiche neue Freunde zuführen.“ Mit dem neuen Controller und seinen Bewegungssensoren werden blitzschnelle Interaktionen wortwörtlich „zum Spiel“.

Bewegungen, Raumtiefe, Positionen und Ziele werden durch mit dem Controller ausgeführte Bewegungen bestimmt und ermöglichen eine Vielzahl von Erweiterungen, einschließlich der analogen Steuerungseinheit im „Nunchaku-Stil“, wie sie Videospiele-Profis lieben.

## Das innovative System der Wii-Kanäle

Die Wii revolutioniert nicht nur das Videospiel, sondern bietet zusätzlich ein umfangreiches System von Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationskanälen für die ganze Familie. Wii-Kanäle machen

Bewegungssteuerung mit dem neuen Controller erfordert allerdings ausreichenden „Spielraum“.



die Angebote spielend leicht zugänglich und die Konsole selbst zum universellen Helfer im Alltagsleben. Sofort nach dem Einschalten der Konsole begrüßt das auf vier Seiten für 48 wählbare Kanäle ausgelegte Wii-Bildschirm-Menü den Anwender. Zum europäischen Marktstart waren schon folgende Kanäle verfügbar: der Disc-Kanal, über den man Wii- oder Nintendo GameCube-Spiele anwählen kann, der Mii-, der Foto- und der Wii-Shop-Kanal. Wenig später wird auch der Internet-Kanal verfügbar sein, gefolgt von einem Wetter- und einem Nachrichten-Kanal. Weitere Kanäle werden folgen, die man über den Wii-Shop-Kanal erwerben kann.



Stefan Gundelach, Pressesprecher der Nintendo Deutschland, demonstriert auf einer Veranstaltung für die Presse in Köln das interaktive Gamen mit der neuen Konsole.

## Zum Jahreswechsel schon 24 Wii-Launch-Titel

Schon beim Verkaufsstart ist eine große Auswahl an Wii-Launch-Spielen in den Handel gekommen. Dazu zählen das sehnsüchtig erwartete The Legend of Zelda, Twilight Princess, Wii Play, Red Steel, Rayman Raving Rabbids, Need for Speed Carbon, Tony Hawk's Downhill Jam und Super Monkey Ball Banana Blitz. Bei Jahresbeginn sind insgesamt schon 24 Wii-Spiele auf dem Markt.

Die revolutionäre Technik der Wii verlangt geradezu nach revolutionären Spielen. Neben „Twilight Princess“ ist mit „The Legend of Zelda“ ein absolut hitverdächtiger Titel an den Start gegangen. Die Fans der Kultserie werden das Fantasy-

Reich Hyrule völlig neu entdecken. Die ebenso intuitive wie präzise Steuerung mit Wii Remote und Nunchuk-Controllers sorgt für eine nie gekannte Spieltiefe. Mittels der Virtual Console läßt sich eine interessante Auswahl von Nintendo-, SEGA- und PC Engine-Spielen herunterladen, darunter Meisterwerke wie Donkey Kong, The Legend of Zelda, Super Mario 64 und Sonic the Hedgehog. Zum Jahresbeginn sind schon 36 Virtual Console-Spiele verfügbar. *skyrocket*





## Unterhaltungs-Elektronik

Metz zählt zu den bedeutenden deutschen Unternehmen in der Branche der Unterhaltungselektronik, das am Standort Deutschland mit etwa 700 Mitarbeitern hochwertige Produkte entwickelt, herstellt und vertreibt. Zukunftsweisende Technologien, hoher Qualitätsanspruch, modernes Design und ein umfassender Service stehen für ein unverwechselbares Markenprofil.

Für unseren Bereich Marketing suchen wir den/die

### Produkt Manager/in

Unterhaltungselektronik

#### Ihre Aufgaben:

Sie erarbeiten Produktdefinitionen und erstellen Anforderungsprofile sowie Projektpläne in Zusammenarbeit mit den Bereichen Marketing und Entwicklung. Sie sind verantwortlich für die Erstellung von Produktpositionierungen nach Markt- und Kundensegmenten sowie die konsequente Umsetzung und Einhaltung von Designlinien und Bedienphilosophien einschließlich des dazu gehörenden Projektmanagements. Hierzu gehört auch die Koordination von Kooperationsprojekten mit externen Partnern sowie OEM-Lieferanten. Für den Bereich Marketing führen Sie Markt- und Trendbeobachtungen von Produkten und Technologien sowie Wettbewerbsvergleiche durch.

#### Ihr Profil:

Nach einem einschlägigen Studium im Bereich Marketing in Verbindung mit einer technischen Qualifikation (Elektrotechnik) oder einer vergleichbaren abgeschlossenen technischen Ausbildung mit Kenntnissen und Erfahrungen im Marketing oder Vertrieb, verfügen Sie bereits über erste nachweisbare Erfolge im Produkt Management erklärungsbedürftiger elektronischer oder technischer Markenartikel im Konsumgüterbereich. Verhandlungssichere Englischkenntnisse setzen wir voraus. Sie sind eine überzeugende Persönlichkeit und können Ihre methodisch erarbeiteten Ideen und Projekte fundiert vertreten und durchsetzen.

Wir wenden uns an Sie, wenn Sie diese Herausforderung anspricht und Sie ihr gewachsen sind. Auch jüngeren Fachleuten bieten wir die Chance, ihre bereits gesammelten Kenntnisse und Erfahrungen umzusetzen. Wenn Sie sich in dieser herausfordernden Aufgabenstellung weiter profilieren wollen, dann wenden Sie sich bitte mit Ihren aussagefähigen Unterlagen an:

**Metz-Werke GmbH & Co KG, Leitung Personalwesen, Ohmstraße 55, 90513 Zirndorf, Telefon 0911/97 06 248**

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

## Marketing auf-den-Punkt

**3MAXX ist eine Consulting-Firma für Projektbetreuung und -umsetzung im Marketing- und Kommunikationsbereich. Wir unterstützen die Marketingleitung temporär bei Projektspitzen, limitiertem Headcount oder fehlender Expertise. Dabei verknüpfen wir, je nach Aufgabenstellung, verschiedene Bereiche zu gesamtheitlichen Kommunikationslösungen und bieten alle relevanten Leistungen an:**

- Beratung/Betreuung
- Konzeption
- Umsetzung

**Unsere Philosophie ist der Blick auf die wesentlichen Berührungspunkte, bei denen Endkunden und Partner mit Ihrem Unternehmen in Verbindung treten: die Touch-Points.**

**Ihre Website, eine Anzeige, eine Produktdemo am POS, Ihr Messestand oder ein Anruf bei Ihrer Service Hotline... Was es auch ist – diese Touch-Points müssen durch ansprechende Maßnahmen vernetzt und derart gestaltet werden, daß sie für den „Besucher“ zu einem positiven Erlebnis werden.**

**Die gesamte Kommunikation konzentriert sich auf die Punkte, auf die es wirklich ankommt: die Touch-Points mit Ihren Kunden oder Handelspartnern!**

#### Das Ergebnis:

- Verbesserte Kundenbindung!
- Positiv erlebte Markenpräferenz!



#### 3MAXX

Stommeler Weg 1 • 50259 Pulheim

Deutschland

Tel. +49 (0)2238 958 124

Fax +49 (0)2238 969 4878

[www.3maxx.com](http://www.3maxx.com)

Email [info@3maxx.com](mailto:info@3maxx.com)



## Behördliche Online-Durchsuchung privater Computer

Koalitions-Fraktionen und Oppositions-Abgeordnete streiten sich zur Zeit über Bedingungen, unter denen Behörden private Computer Online über die Internet-Verbindung untersuchen dürfen. Während die Grünen eine Lösung befürworten, bei der betroffene Bürger über die Computer-Durchsuchung informiert werden müssen, scheint die Regierungs-Koalition den geheimen Zugriff ohne Wissen der Durchsuchten zu befürworten. Daß demokratisch gewählte Volksvertreter eine Online-Computer-Durchsuchung überhaupt als sinnvolle Maßnahme diskutieren, ermöglicht denkenden Bürgern ganz ohne Durchsuchung und vollkommen offline einen erschrockenen Blick auf den Inhalt der Köpfe der betreffenden Abgeordneten. Freie Bürger dieses freien Landes fühlen sich angesichts solcher Pläne an die in tausenden Einmachgläsern verwahrten „Geruchsproben“ verdächtiger DDR-Bürger erinnert, die der Staatssicherheitsdienst mit Suchhunden effektiver überwachen wollte. Vielleicht genießen ja noch nicht alle früheren Mitarbeiter der Stasi ihre aus „BRD“-Rentenkassen bezahlte Altersrente? Einige scheinen den Aufstieg in die Hierarchien der alten Länder geschafft zu haben. Da es bei der geplanten Schnüffelei um Sicherheit gehen soll, ist die Frage erlaubt, warum Deutschland als letztes Land Europas noch einen leicht abzuhörenden analogen Polizeifunk hat? Selbst Rumänien und Albanien arbeiten mit einem sicher verschlüsselten, digitalen Polizeifunk. Doch es gibt Wichtigeres zu tun: Bill Gates muß unbedingt dazu überredet werden, einen geheimen Behörden-Port in die Firewall von Vista zu programmieren, den sogenannten „Fritz-Port“. Und zahllose deutsche Familienväter haben sich zur Speicherung geheimer Familiendaten bereits einen USB-Stick gekauft, der nur noch bei gezogenem DSL-Kabel an den Computer gesteckt werden darf. *evo*

## Das erste Who is Who der CE Branche

Büchenbronn/Düsseldorf im November 2006



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

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

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

Das Werk gibt Auskunft über Historie, Unternehmensphilosophie, Sortimentsschwerpunkte und Persönlichkeiten der führenden Lieferanten.

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

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

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

MMC Verlag – Who is Who der CE Branche,

Büro Düsseldorf, Franz Müntz,

Annastraße 17, 40477 Düsseldorf,

Tel.: +49(0)172-6846612; Fax: +49(0)211-5560566,

E-Mail: [ranz.muentz@mmcverlag.de](mailto:ranz.muentz@mmcverlag.de); [franz.muentz@mmcverlag.de](mailto:franz.muentz@mmcverlag.de)

[www.who-is-who-ce.de](http://www.who-is-who-ce.de)

## IMPRESSUM

### PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

#### Herausgeber:

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

**Verlegerische Leitung:** Thomas Blömer, DGPh.

**Objektmanagement:** Franz Wagner

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

**Text- und Bildbeiträge:** Georg Reime

**Anzeigen:** Ralf Gruna  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 8 v. 1. Januar 2007

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

**Vertrieb:** Silke Gräbel

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

**Druck:** Druckerei Bachem; Köln-Mülheim



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner  
des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

**Erfüllungsort und Gerichtsstand:** Ratingen.  
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635





## Stellen Sie sich vor: Zeit für einen Neustart.

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

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

**SAMSUNG**





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



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

you can  
**Canon**