

Agfeo DECT 15-Telefon in der Praxis

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

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



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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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



Die animierten Icons bereiten Freude.

PoS Aktuell

mobilcom und impulse initiieren Wettbewerb für Existenzgründer

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

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

Colt-Chef Wolfgang Essig in den Hauptvorstand des Bitkom gewählt

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

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

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

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

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

Samsung eröffnet Vertriebsniederlassung in Düsseldorf

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

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

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

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