

## **"UMTS für alle" – Nokia 6151 bietet die Vorteile von UMTS im preisgünstigen Package!**

**Nokia stellt kostengünstiges UMTS- Handset und bedienerfreundliches Camera-Phone vor.**

19. Juni 2006

Nokia stellte heute im Rahmen der jährlichen Nokia Connection zwei neue GSM Handsets vor, mit denen das Unternehmen sein marktführendes Portfolio an Midrange-Devices erweitert. Darunter das Nokia 6151, das bisher preisgünstigste UMTS Phone von Nokia. Klassisch im Design bietet das Nokia 6151 3G-Performance in einem schlanken und kompakten Package. Das Nokia 6080 ist ein elegant designtes Camera-Phone mit attraktivem Preis und sehr bedienerfreundlichen Funktionen. Das Nokia 6151 wird voraussichtlich ab dem dritten Quartal 2006 zum Preis von ca. EUR 240 ohne Vertrag und Steuern erhältlich sein.

"Angesichts von weltweit mehr als 100 UMTS-Dienste-Anbietern erkennen die Konsumenten in aller Welt jetzt die zahlreichen Vorteile von UMTS – vom schnelleren Browsen, Streaming und Email bis zu Musik-Downloads und Multiplayer Games," erklärt Kai Öistämö, Executive Vice President and General Manager, Mobile Phones, Nokia. "Sein schlankes Design und die strategische Preisgestaltung machen das Nokia 6151 zu einem ansprechenden UMTS Handset mit einem attraktiven Preis. Modelle wie das Nokia 6151 werden zweifellos einem breiteren Publikum den Zugang zu UMTS Services eröffnen."

### **Nokia 6151: Die Vorteile von UMTS zu GSM-Preisen**

Das Nokia 6151 bringt den Konsumenten die Vorteile von UMTS – wie etwa Multimedia-Streaming von Audio- und Video-Contents oder das Downloaden von Musik und Videos – zu herkömmlichen GSM-Preisen. Das klassisch designte, kompakte Handset besticht mit einem umfassenden Feature-Angebot und kombiniert dabei die bedienerfreundliche Benutzeroberfläche der Nokia Series 40 mit modernen Musts wie einer 1,3-Megapixel-Kamera, Bluetooth und Music Player. Das Nokia 6151 ermöglicht einfachen und intuitiven Zugriff auf UMTS-Dienste und Anwendungen.

### **Features des Nokia 6151:**

- 1,3-Megapixel-Kamera mit einer eigenen Kamerataste und 4x Zoom sowie Landscape-Modus
- 30MB interner Speicher, der optional mit einer MicroSD Memory Card erweitert werden kann
- Music Player, Stereo FM Radio und Visual Radio
- Bluetooth
- Push-to-Talk

Das 98 Gramm leichte Nokia 6151 bietet bis zu 4,5 Stunden Sprechzeit in GSM-Netzen und bis zu 3,5 Stunden via WCDMA. Die Stand-by-Zeit beträgt bis zu 10 Tagen. Das neue UMTS Handset unterstützt den Betrieb in WCDMA 2100 und GSM/EDGE 900/1800/1900 Netzen und wird in Europa, im Nahen Osten, in Afrika und in Asien lieferbar sein.

### **Nokia 6080: Camera-Phone in Schwarz, Silber und Gold.**

Das Triband-Mobiltelefon Nokia 6080 ist ein stylisches und kompaktes Phone mit integrierter Kamera zu einem erschwinglichen Preis, das sich in erster Linie an Konsumenten in Asien wendet. In elegantem, schwarzem Design mit silber- oder goldfarbenen Akzenten kombiniert dieses Phone Kamera- und Videorecorder-Funktionen mit einem Stereo FM Radio. Das große Farbdisplay und das beleuchtete Tastaturfeld machen das Nokia 6080 in Kombination mit der intuitiven und gut bekannten Benutzeroberfläche der Nokia Series 40 zu einem besonders bedienerfreundlichen Begleiter für den Alltag. Das Nokia 6080 wird voraussichtlich ab dem vierten Quartal 2006 zum Preis von ca. EUR 180 ohne Vertrag und Steuern verfügbar sein.

### **Stereo FM, MP3 Klingeltöne und Wallpapers sorgen für Spaß und Unterhaltung**

Das Nokia 6080 sorgt mit Stereo FM Radio und MP3 Klingeltöne sowie dem im Lieferumfang enthaltenen Stereo-Headset für Spaß und Unterhaltung. Wer dem Mobiltelefon einen persönlichen Touch verleihen will, kann es mit Wallpapers, Themes und sogar einem eigens für das Nokia 6080 entwickelten Sudoku Game personalisieren. Das elegante neue Handset verfügt zudem über eine Blinklichtfunktion, durch die versäumte Anrufe oder eingelangte Nachrichten angezeigt werden.

Fürs einfache Kontakthalten mit Freunden und Familie bietet das Nokia 6080 umfassende Funktionen für einfache Nachrichten- und Sprachkommunikation, darunter MMS, Nokia Xpress Audio Messaging, Email und Push-to-Talk. Das Browsen nach Neuigkeiten und das Hochladen von Bildern und Videos ist mit dem XHTML Browser des Phones und den schnellen Datenverbindungen über EDGE ein Kinderspiel. Das 91 Gramm leichte Nokia 6080 bietet eine Sprechzeit von bis zu 3,5 Stunden und eine Stand-by-Zeit von bis zu 12 Tagen. Es wird in eleganten Schwarz-, Gold- und Silber-Farbvarianten erhältlich sein.

## **Neuer Nokia Alps Geschäftsführer Martin Pedersen stellt globale Trends und neue Nokia Produktkategorien vor**

### **Nokia Connection 2006: Weltweit größte Konsumenten-Studie zur Mobilkommunikation und zwei neue Produkte präsentiert**

Wien/Singapur, 19. Juni 2006

Martin Pedersen, seit 1. Juni 2006 Geschäftsführer von Nokia Österreich und Schweiz, präsentierte heute die Ergebnisse einer internationalen Studie zur Mobilkommunikation – der größten und umfassendsten Studie, die jemals in diesem Bereich durchgeführt wurde. Eine der Schlussfolgerungen, die der neue Geschäftsführer hervorhebt, lautet, dass aktuelle Nutzungsmuster einen großen Handlungsspielraum für Hersteller ermöglichen. Basierend auf den Ergebnissen der Studie, die heute auch auf der jährlich stattfindenden Nokia Connection in Singapur vorgestellt wurde, definiert Nokia ein neues Segmentierungsmodell für sein komplettes Portfolio, das auf vier neuen Produktkategorien basiert. Weiters stellte Pedersen heute im Rahmen der Nokia Connection zwei neue Mobiltelefone vor, mit denen das Unternehmen sein marktführendes Portfolio an Midrange-Devices erweitert: Nokia 6151 ("UMTS für alle") und Nokia 6080, ein Camera-Phone in stylishem Design.

Martin Pedersen wies auf das kontinuierliche Bestreben von Nokia hin, die Bedürfnisse der Konsumenten zu verstehen und entsprechende Lösungen anzubieten: "Weltweit nutzen rund 800 Millionen Menschen täglich ihr Nokia Handset und mehr als 400 Millionen Menschen sind durch Netzwerke verbunden, die von Nokia bereitgestellt wurden. Als weltweit führendes Unternehmen in der mobilen Kommunikationsindustrie ist es unser Ziel, den Menschen Produkte, Services und Lösungen anzubieten, die genau auf ihre persönlichen Erfordernisse ausgerichtet sind – egal ob sie in Österreich, Dänemark, Brasilien oder Australien leben," erklärte der gebürtige Däne Pedersen. "Hinter allem, was Nokia macht, steht die große Vision "Connecting People". Wir wollen eine Welt mitgestalten, in der die Menschen immer und überall Zugang zu den Dingen haben, die ihnen wichtig sind."

### **Die umfassendste Studie in der Geschichte der Mobilkommunikation**

Im Rahmen der von Nokia geleiteten Studie wurden 42.000 Interviews mit Konsumenten in 16 Ländern weltweit durchgeführt. Ziel der Untersuchung war, das Verhalten der Konsumenten im Umgang mit mobiler Kommunikation kennen zu lernen und so Erkenntnisse über ihre Bedürfnisse und Wünsche zu gewinnen. Die Studie eröffnet einmalige Einblicke in die Rolle, die mobile Kommunikation im Leben von Menschen rund um den Globus spielt.

"Wie die Untersuchung zeigt, haben sich sowohl der Markt als auch die Gewohnheiten der Konsumenten weiter segmentiert", erklärte Pedersen. "Beispielsweise gelten 50% der Handybesitzer als ‚uninvolved‘- d.h. sie kaufen selten ein neues Mobiltelefon bzw. nutzen sie dessen Funktion nur in einem sehr beschränkten Ausmaß. Hier sehen wir ein großes Entwicklungspotential".

Die Untersuchung eruierte insgesamt elf Konsumententypen, die sich hinsichtlich ihrer Anforderungen und ihres Verhaltens im Umgang mit mobiler Kommunikation

unterscheiden. Diese elf Konsumentengruppen lassen sich in allen Märkten weltweit wieder finden.

### **Nokia definiert vier neue Produktkategorien**

Nokia entwickelte aus diesen elf Konsumenten-Typen vier Kategorien, in die sämtliche Produkte des eigenen Portfolios eingeordnet werden. Jede dieser vier Kategorien wird eine spezifische Rolle innerhalb des Gesamtportfolios einnehmen und Produktlösungen innerhalb dieser vier neu definierten Dimensionen – "live", "connect", "achieve", "explore" – vorantreiben. Im Sinne der unbedingten Kundenorientierung von Nokia wird dieses neue Segmentierungsmodell den Konsumenten die Navigation durch das Nokia-Produktportfolio leichter machen. Nicht zuletzt können sämtliche Aktivitäten im Bereich Marketing und Verkaufunterstützung an diesen neuen Kategorien ausgerichtet werden. Die neue, klare Einteilung der Produkte in vier Dimensionen wird auch die Kommunikation nach innen und außen vereinfachen.

### **Neue Segmente: Live, Connect, Achieve und Explore**

Jede der vier Produkt-Kategorien wird eine eigene Identität erhalten. Nokia hat bereits zwei Sub-Brands kreiert, die Eseries und die Nseries, die zwei der vier neuen Kategorien abdecken.

- **ACHIEVE:** Die mobilen Devices der Eseries stehen für intelligente Lösungen im Business-Segment, die mit umfassenden Sprach-, Email- und Datenfunktionen speziell für Business User optimiert sind. Hier zeigen die Geräte der Nokia Eseries, wie z.B. das Nokia E61, ihr ganzes Können.
- **EXPLORE:** Sämtliche Produkte der Nseries – aufgrund ihrer technischen Möglichkeiten "Multimedia Computer" genannt – gehören zur Kategorie "Explore". Diese steht für Entdeckungen, die man gemeinsam teilt, indem sie sämtliche technischen Möglichkeiten, die derzeit möglich sind, ausschöpft und den Konsumenten zugänglich macht.

Neben den Kategorien Achieve und Explore wird das Produktportfolio an den Dimensionen "live" und "connect" orientiert.

- **LIVE** steht für "Self Expression". Geräte dieser Kategorie sind speziell auf die Bedürfnisse von Menschen ausgerichtet, die eine große Affinität zu Mode haben und sich durch starkes Trendbewusstsein auszeichnen. Das erfolgreiche Nokia 8800 zählt zu dieser Kategorie.
- **CONNECT:** Die Kategorie Connect steht für Einfachheit und umfasst jene Geräte, die durch gewohnt einfache Bedienung das Kommunizieren ("verbinden") ermöglichen. Die Geräte dieser Kategorie – Beispiel 6131 – verbindet ein vernünftiges Verhältnis zwischen Stil und technischen Funktionalitäten.

"Wir haben durch diese Untersuchung essentielle Einblicke in die mobilen Gewohnheiten von Menschen gewonnen und unsere Erkenntnisse in den vier Produktkategorien umgesetzt. Nokia beweist, dass die "Ära des Massenmarktes" in der Mobilkommunikation vorbei ist: Wir liefern maßgeschneiderte Lösungen und Produkte für jeden einzelnen Konsumenten", schlussfolgerte Martin Pedersen.

## **Nokia erweitert sein Portfolio an Midrange-Devices**

Nokia stellte heute im Rahmen der Nokia Connection auch zwei neue GSM Handsets vor, mit denen das Unternehmen sein marktführendes Portfolio an Midrange-Devices erweitert: Nokia 6151 und Nokia 6080.

### **Nokia 6151 bringt UMTS für alle**

Das Device mit 1,3 Megapixel-Kamera ist das bisher preisgünstigste UMTS-Phone von Nokia und bietet den Konsumenten die Vorteile der 3G-Technologie: vom Multimedia-Streaming von Audio- und Video-Contents bis hin zu Downloads von Musik und Videos. Das Phone im klassischen Design verfügt über Bluetooth, Push-to-Talk und einen 30 MB großen internen Speicher, der optional mit MicroSD Memory Card erweitert werden kann. Unterhaltung liefert das Mobiltelefon durch Music Player, Stereo FM Radio und Visual Radio. Das Nokia 6151 wird voraussichtlich ab dem dritten Quartal 2006 zum Preis von ca. EUR 240 ohne Vertrag und Steuern erhältlich sein.

### **Nokia 6080: Ein Camera-Phone in stylishem Design**

Das Nokia 6080 kombiniert in elegantem, schwarzem Design mit silber- oder goldfarbenen Akzenten sowie Kamera- und Video-Funktionen mit einem Stereo FM Radio. Das große Farbdisplay und das beleuchtete Tastaturfeld machen das Nokia 6080 in Kombination mit der intuitiven und vertrauten Benutzeroberfläche der Nokia Series 40 zu einem bedienerfreundlichen Begleiter für den Alltag. Das Phone wird voraussichtlich ab dem vierten Quartal 2006 zum Preis von ca. EUR 180 ohne Vertrag und Steuern verfügbar sein.