

Auf Erfolgskurs: Toshiba mit deutlich vergrößerter Ausstellungsfläche auf der IFA 2006

Neuss, 4. Juli 2006

Zum diesjährigen IFA-Messeauftritt in Berlin hat die Toshiba Europe GmbH die Ausstellungsfläche fast verdreifacht und unterstreicht damit den konsequenten Erfolgskurs. Auf etwa 2900 Quadratmetern bekommen Besucher in Halle 21a Neuheiten in allen Produktsegmenten zu sehen.

Das Unternehmen, das sich derzeit in der Unterhaltungselektronik auf steilem Wachstumskurs befindet, setzt aktuell auf zwei Zukunftstechnologien, um den positiven Trend fortzuführen: High Definition (HD) als Entertainment-Qualitätsstandard der Zukunft und Flachbild-Displays als zweites zukunftsorientiertes Standbein. Insbesondere mit LCD-TV-Serien und zukünftig mit SED-TV will Toshiba neue Akzente im Flachbild-Segment setzen. Den aktuellen Erfolgskurs belegen auch jüngste Marktzahlen. So hat Toshiba seinen Marktanteil bei LCD-Fernsehgeräten im Vergleich zu Mai 2005 mehr als verdoppelt und wurde im Mai diesen Jahres vom Marktforschungsinstitut GfK mit 9 Prozent Marktanteil in Deutschland auf Platz 3 eingestuft.

Darüber hinaus hat sich Toshiba zum Ziel gesetzt, den Bekanntheitsgrad der erfolgreichen Marke weiter zu steigern. Allgemeine Kommunikationsaktivitäten zur weiteren Aufwertung der Marke sollen maßgeblich dazu beitragen, den Mehrwert der Produkte an die Kunden zu vermitteln. Einen entscheidenden Beitrag leisten hierbei produktübergreifende Sportsponsoring-Aktivitäten und gezielte Kampagnen wie etwa aktuell für die LCD-TV-Serie REGZA. Auch der deutlich vergrößerte Messeauftritt auf der IFA ist Teil dieser Strategie. Damit unterstreicht Toshiba einmal mehr sein Ziel, das Wachstum des Unternehmens im Markt für Unterhaltungselektronik weiter voranzutreiben.

Klaus-Dieter Dahl, General Manager bei Toshiba Consumer Products, kommentierte: „Wir haben uns bewusst für eine deutlich vergrößerte Ausstellungsfläche auf der diesjährigen IFA entschieden. Zum einen können wir somit das beeindruckende Produktportfolio von Toshiba gut präsentieren. Zum anderen wollen wir das Wachstum sichtbar machen, das wir im vergangenen

Jahr generiert haben und unmissverständlich klar machen, dass wir den Erfolgskurs mit innovativen Neuentwicklungen fortsetzen werden.“

Kontakt:

Harvard Public Relations

Petra Pflüger / Lisa Ostermaier

Implerstraße 26

81371 München

Tel.: 089/ 53 29 57 -13/ -22

Fax: 089/ 53 29 57 -888

petra.pflueger@harvard.de

lisa.ostermaier@harvard.de

Toshiba Consumer Products

Kerstin Oppermann

Hammfelddamm 8

41460 Neuss

Tel.: 02131/ 158 482

Fax: 02131/ 158 835

Kerstin.Oppermann@toshiba-teg.com