

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

Neuss, 1. September 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 21 Neuheiten aus verschiedensten 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. Als IFA-HD-Highlight stellt Toshiba den ersten HD DVD-Player für Europa vor. Im Flachbildsegment setzt Toshiba mit neuen LCD-TV-Serien – und in Zukunft mit SED-TV – neue Akzente. Den aktuellen Erfolgskurs belegen auch jüngste Marktzahlen. So hat Toshiba seinen Marktanteil bei LCD-Fernsehgeräten im Zeitraum Mai bis Juli 2006 im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt und wurde 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, dem Kunden den Mehrwert der Produkte zu vermitteln. Einen entscheidenden Beitrag leisten hierbei produktübergreifende Sportsponsoring-Aktivitäten und gezielte Kampagnen wie 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 adäquat präsentieren.

Zum anderen wollen wir das Wachstum sichtbar machen, das wir im vergangenen Jahr generiert haben und unmissverständlich klar machen, dass wir unseren Erfolgskurs mit innovativen Neuentwicklungen fortsetzen werden.“

## Presseinformation

### Kontakt:

<b>Harvard Public Relations</b> Lisa Ostermaier / Alexander Fuchs Implerstraße 26 81371 München Tel.: 089/ 53 29 57 -22 / -23 Fax: 089/ 53 29 57 -888 lisa.ostermaier@harvard.de alexander.fuchs@harvard.de	<b>Toshiba Consumer Products</b> Kerstin Oppermann Hammfelddamm 8 41460 Neuss Tel.: 02131/ 158 482 Fax: 02131/ 158 835 Kerstin.Oppermann@toshiba-teg.com
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------