

INHALT

Mit Paybox sicher im Internet bezahlen	...S. 3
Panasonic präsentiert auf der electronica seine Techno-Story	...S. 6
E-Plus verstärkt das Engagement für Businesskunden	...S. 8
dnt macht dem Handel Mut für Nischenprodukte	...S. 10
Bei Panasonic darf Mehrwert mehr kosten	...S. 12
Canons Bubble Jet-Printer mit High Colour-Tinten	...S. 13
Samsung steigt ins GPRS Zeitalter ein	...S. 14
Philips erneuert PC-Kamera-Reihe mit „ToUcam“	...S. 15
Philips und LG Electronics fusionieren bei der Bildröhrenherstellung	...S. 15
Die Zukunft der LCD TVs hat schon begonnen	...S. 16
Comdex Fall 2000 – der Glanz wird matter	...S. 17
Neuigkeiten von MP3	...S. 18
Fujifilm zeigt mit Super CCD und Co. umfassende technologische Kompetenz	...S. 19
Games	...S. 20
Telekom-Neuheiten	...S. 9
Telekom-Nachrichten	...S. 11
Neuheiten	...S. 5, 6
Aktuelles	...S. 4, 8
Kleinanzeigen	...S. 22
Impressum	...S. 23

E-Commerce: Das Internet als neue Filiale

Den Einstieg nicht verpassen



Experten sind sich einig: In den nächsten Jahren wird es ein enormes Wachstum im Bereich E-Commerce geben. Das Internet wird für viele Handelsunternehmen zum neuen Vertriebskanal und wichtigen Instrument für Kundenbindung. Der Deutsche Industrie und Handelstag (DIHT) hat das Jahr 2001 zum Jahr des E-Business erklärt und möchte insbesondere kleine Unternehmen an die neuen Medien heranzuführen. Doch noch lassen sich die kleineren Einzelhändler mit ihrem Online-Einstieg viel Zeit. Kein Wunder, denn das Angebot an Shoplösungen ist nach wie vor ziemlich unübersichtlich und geht oft an den Ansprüchen vorbei. Allgemeiner Tenor: Kauf-

In Deutschland haben im September und Oktober insgesamt 3,1 Millionen Privatanwender das Internet als Einkaufsstätte genutzt und insgesamt für über 676 Millionen DM online geordert, heißt es in einer Pressemeldung der GfK. Laut der Untersuchung der Bonner empirica Gesellschaft für Kommunikations- und Technologieforschung haben mittlerweile zwei Drittel der 500 befragten deutschen Unternehmen Zugang zum Weltweiten Netz. Fast die Hälfte ist

mit einer eigenen Website im Internet vertreten. Gut ein Viertel der Betriebe kaufen online ein. 14 Prozent vertreiben ihre eigenen Produkte über das Internet. Allerdings sehen kleine und mittelständische Unternehmen immer noch keinen Nutzen im E-Business. Gemäß der Studie bleiben die ostdeutschen Firmen bei der elektronischen Geschäftsabwicklung via Internet insgesamt deutlich hinter West-Unternehmen zurück. Es heißt, je höher die Beschäftigtenzahl, desto

shops sind überdimensioniert, schwierig zu implementieren, personalaufwendig und zu teuer. Alternative Standardprodukte, wie z. B. Mietshops oder Einsteigerpakete, sind aber im Kommen. Immer mehr Anbieter, darunter Branchengrößen wie die Deutsche Telekom oder AOL, stoßen in diese Marktlücke und bieten Lösungen „von der Stange“, die zukünftigen Shop-Betreibern einen risikoarmen Einstieg in den Online-Handel ohne größere Investitionen ermöglichen sollen. Es gibt inzwischen eine Menge von Komplettsystemen, die unterschiedliche Ausstattungsmerkmale und Preise haben. Auch Kooperationen bieten ihren Partnern oft vorteilhafte Lösungen.

häufiger werden Informationstechniken wie E-Mail, Internet oder Videokonferenz genutzt. Unter den einzelnen Wirtschaftszweigen seien hingegen keine größeren Unterschiede zu erkennen. Bundeswirtschaftsminister Werner Müller sieht in der Studie die Notwendigkeit für das Aktionsprogramm „Innovation und Arbeitsplätze für die Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts“ bestätigt, das die Bundesregierung aufgelegt hat.

Wege zum eigenen Online-Shop

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten für den Aufbau einer Internet-Filiale: Miete oder Kauf. Der Kauf erfordert hohe einmalige Investitionen in die Software sowie unter Umständen in die Hardware. Dafür ist der Shop-Besitzer nicht an die Restriktionen seitens des Shop-Vermieters gebunden (wie z. B. Shop-Umfang, Besucherzahl etc.). Mietet man einen Shop, so

Bei Panasonic darf Mehrwert mehr kosten

Mit einem breiten Sortiment für die private und die Büro-kommunikation gehört Panasonic zu den Anbietern, die komplette TK-Lösungen aus einer Hand bieten. ... S. 12



Bubble Jet-Printer mit High Colour-Tinten

Canon hat fünf neue Bubble Jet-Tintenstrahldrucker vorgestellt, die alle mit einer neuen High Colour Tintengeneration ausgestattet sind. ... S. 13



Philips erneuert die PC-Kamera-Reihe

Mit vier neuen Modellen der PC-Videokamera-Reihe „ToUcam“ erneuert Philips sein erfolgreiches Sortiment an digitalen PC-Kameras. ... S. 15



Die Zukunft der LCD TVs hat begonnen

Das Jahr 2000 wird in die Chronik der technischen Entwicklungen auch als das Jahr eingehen, ab dem die ersten flachen TFT/LCD TV-Geräte serienreif wurden. ... S. 16



hat man dafür kalkulierbare monatliche Kosten und in aller Regel einen „Mindestservice“ inklusive. In den meisten Fällen wird nicht nur die Software gemietet, sondern auch der notwendige Server mit anderen Unternehmen geteilt. Bereits ab 450,- DM pro Monat können einfache Shops samt Server gemietet werden. Shopbetreiber,

die neu ins Webbusiness einsteigen und die Größenordnung des möglichen Absatzvolumens nur schwierig einschätzen können, sind mit Mietshops häufig auf der sicheren Seite.

Shoplösungen für den Mittelstand

Als die „Online-Shop-Lösung für

den Mittelstand“, hat Attrada seine Dienste ins Netz gestellt. Hier können Unternehmen auch mit wenig Internet-Know-how und ohne technischen Aufwand unter <http://store.attrada.de> sofort in den E-Commerce einsteigen und einen zusätzlichen Absatzkanal eröffnen. Die Angebote eines Attrada Store werden gleichzeitig auch auf den Internet-Handelsplattformen Attrada.de bzw. AttradaPro.de offeriert und damit automatisch einem Kundenpotential von derzeit 320.000 Marktteilnehmern, so heißt es in einer Pressemitteilung von Attrada, angeboten. Der Store basiert auf einer ASP-Lösung (Application Service Providing), für deren Nutzung bzw. Administration ein Internet-Zugang und eine E-Mail-Adresse ausreichen. Eine Installation von Software auf den unternehmensinternen Rechnersystemen und eine Standleitung entfallen, da Attrada die Überwachung und Weiterentwicklung des Online-Shops komplett übernimmt. Attrada zählt zu den Mietshops mit Shop- und Produktsuchmaschinen. Das selbe gilt für die Mietshops Shopfinder, Vivendo oder auch den Pionier der deutschen Shopping-Mall, Netzmarkt, der mittlerweile zwei



Als die „Online-Shop-Lösung für den Mittelstand“ hat Attrada seine Dienste ins Netz gestellt. Hier können Unternehmen auch mit wenig Internet-Know-how in den E-Commerce einsteigen.

Feindesliebe?

Mancher CE-Fachhändler legte die Stirn in Falten, als er in der vorigen Ausgabe von PoS-MAIL las, daß sich ElectronicPartner ebenso wie die Media Saturn Holding an der Berliner Jamba AG beteiligt hat. Hat sich die große CE-Kooperation EP da nicht mit ihrem ärgsten Feind verbündet – womöglich noch zum eigenen Nachteil?



Ein Blick auf die Fakten zeigt, daß eine Allianz keine Ehe ist. EP hat sich ja keinesfalls für gemeinsamen Einkauf oder gar kooperatives Marketing mit Media Saturn entschieden und damit die Grenze zwischen den Vertriebsformen Fachmarkt und Fachhandel verwischt. Es geht vielmehr um die Kapitalbeteiligung an einem Portal für E-Commerce und M-Commerce, im Klartext Internet und WAP, das ohne Zweifel auch ohne die Beteiligung der führenden deutschen CE-Fachhandelskooperation gegründet worden wäre. Die Verantwortlichen der neuen AG wollen Jamba erklärtermaßen zur Startseite auf jedem mobilen Internetgerät machen und in Deutschland Marktführer werden. Daß sich mit Debitel einer der führenden Anbieter aus dem Bereich Mobilfunk an dem Unternehmen beteiligt hat, zeigt deutlich, wohin diese Reise geht. Das EP-Management stand im Grunde vor der Alternative, den Mitbewerbern bei MediaMarkt und Saturn allein das Feld auf der Jamba-Startseite zu überlassen. Dann gäbe es dort keinen EP-Button, den man anklickt und dann mit Hilfe einer einfachen Suchfunktion den EP-Fachhändler in der Nähe finden kann.

Ware wird auf der Jamba-Startseite von keinem der Beteiligten angeboten – die Verkaufsaktivitäten bleiben in der jeweils eigenständigen Regie der einzelnen Unternehmen. Mit einem umfangreichen Internet-Angebot, das den Mitgliedern zur Verfügung steht, hat EP hier bereits frühzeitig dafür gesorgt, daß die kooperierten Fachhändler keinen Vergleich mit MediaMarkt und Saturn zu scheuen brauchen.

Emotionen sind meistens schlecht fürs Geschäft. Der Umbruch der Technologien und Märkte macht nicht nur für den Fachhandel Allianzen mit potentiellen Mitbewerbern attraktiv. Die Industrie macht es schon lange vor: Da kauft man schon seit Jahren die Bildröhre, den CCD-Chip für die Digitalkamera oder ein anderes elektronisches Bauteil bei der lieben Konkurrenz – und zwar bestimmt nicht aus Feindesliebe, sondern weil es sich lohnt.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Millionen Seitenabrufe pro Monat und damit genügend „Laufkundschaft“ vorweisen kann, was den Shopbetreibern zugute kommt. AOL bietet in Kooperation mit der Strato AG ebenfalls den schnellen Start ins E-Commerce-Segment. Dabei stehen zwei Shop-Varianten zur Auswahl. In den sogenannten Kompakt Shops können bis zu 20 Produkte angeboten werden. Diese Variante eignet sich insbesondere für Einsteiger. Im Premium Shop dagegen kann der Händler eine wesentlich größere Produktvielfalt präsentieren. Von A wie Audiogeräte bis Z wie Zipp-Laufwerke kann das komplette Sortiment angeboten werden. Dabei können die Produkte in einzelnen Katalogen präsentiert werden – der Shop ist zu einer besseren Übersichtlichkeit nach Warengruppen struk-



AOL bietet in Zusammenarbeit mit der Strato AG den schnellen Start ins E-Commerce-Segment. Dabei stehen zwei Shop-Varianten zur Auswahl.

turiert. So können sogar bis zu 99 Kataloge in bis zu 99 Ebenen (Katalogtiefe) erstellt werden. In Zusammenarbeit mit der Intershop AG, dem Marktführer für E-Commerce, bietet Strato erweiterte e-Pages-Lösungen, d.h. die Software mit einem schlüsselfertigen Shop Design. Dabei kann unter 30 Alternativen gewählt werden.

Lösungen für den Fachhandel

Neben Smartshop, Lösungen für kleine Mietshops und Shop Complete, der Möglichkeit, einen größeren Shop im Netz einzurichten,

und dessen Vertriebspartnern umgesetzt. Auf der Homepage des Herstellers erhält der Endverbraucher einen Einblick in die Verkaufssortimente und insbesondere in die Promotionsartikel. Bei Kaufinteresse an einem bestimmten Compaq-Produkt braucht er lediglich seine bevorzugte Einkaufsregion auszuwählen und landet automatisch beim Compaq-Fachhandelspartner. Im Händler-shop angekommen, legt der Kunde den gewünschten Artikel in den virtuellen Warenkorb, wählt die Versandart (z. B. Zustellung oder Abholung) und das Bezahlfahren aus und bestellt per Mausclick. Bietet der Fachhändler ein größeres Produktsortiment als Compaq selbst, so kann der Kunde auch weitere Artikel wie beispielsweise Software oder Zubehör aussuchen.

BusinessWelt

Mit CompuServe Office für die berufliche Tagnutzung und dem Portal www.compuserve.de startete CompuServe im Mai eine umfassende Mittelstandsoffensive. Mit der BusinessWelt geht CompuServe noch weiter. Unter www.businesswelt.de findet der



BusinessWelt ist eine B2B-Plattform, die neben Zielgruppen-spezifischen Informationen auch umfassende Web-Anwendungen für Mittelständler und Selbständige präsentiert.

bietet die Deutsche Telekom auch Lösungen für Fachhändler und deren Partner, die Handelssortimente im Internet plazieren und regional distribuieren wollen. Erstmals hat die Deutsche Telekom dieses Konzept mit dem IT-Anbieter Compaq

Anwender eine B2B-Plattform, die neben Zielgruppen-spezifischen Informationen auch umfassende Web-Anwendungen für Mittelständler und Selbständige präsentiert. Ein B2B-Katalog bietet eine Übersicht mit weiterführenden

Mit Paybox sicher im Internet bezahlen

Schneller als von den Verantwortlichen erwartet, setzt sich Paybox durch: Am 11. Mai war die weltweit erste massenfähige Zahlungsmethode per Handy mit 50 angeschlossenen Internet-Shops an den Start gegangen, und Anfang Dezember akzeptierten bereits rund 3.000 virtuelle und mobile Händler allein in Deutschland das neuartige Bezahlverfahren.

„Paybox ist eine ausgesprochen sichere, einfache und bequeme Zahlungsmethode und stellt damit eine hervorragende Alternative zu Bargeld und den verschiedenen Plastikkarten dar“, sagte Mathias Entenmann, Erfinder und Vorstandsvorsitzender der paybox.net AG, im Gespräch mit PoS-MAIL. Neben der einfachen Handhabung mache vor allem die Universalität Paybox bei Händlern und Verbrauchern so erfolgreich, „denn keine andere bargeldlose Zahlungsmethode bietet eine solche Anwendungsvielfalt.“

Paybox wird inzwischen auch bei Überweisungen zwischen Privatpersonen sowie beim mobilen Aufladen von Prepaid-Karten genutzt,



Mathias Entenmann, Erfinder der Paybox und Vorstandsvorsitzender der paybox.net AG

aber Haupteinsatzgebiet bleibt nach wie vor der Einkauf im Internet. Entenmann: „Unsere Kunden schätzen hier die gegenüber anderen Zahlungsmethoden höhere Sicherheit.“ Denn Voraussetzungen zur Paybox-Nutzung sind lediglich ein Mobiltelefon und ein Girokonto. Die Bedienung ist einfach: Beim Online-Einkauf füllt der Kunde den Warenkorb, wählt „Paybox – Zahlen per Handy“ und gibt seine Mobilfunknummer ein. Wenige Sekunden später klingelt das Handy, und eine Stimme nennt Betrag und Zahlungsempfänger. Durch Eingabe der vierstelligen Paybox-PIN am Handy autorisiert der Kunde die Zahlung. Der Vorgang dauert rund 30

Sekunden. Der Rechnungsausgleich erfolgt per Lastschriftverfahren. Die Zahlung selbst wird über die Deutsche Bank abgewickelt. Der Ablauf der Zahlungsbestätigung im Mobilfunknetz wird damit von der eigentlichen Abwicklung der Zahlung, die im Bankennetz erfolgt, getrennt. Außerdem braucht kein Kunde sensible Daten wie Kreditkartennummer oder Bankkonto in ein Internet-Formular einzutragen. Den bisherigen Erkenntnissen zufolge werden im Internet eingekauft und mobil mit Paybox bezahlt vor allem CDs, Computer- und Telekommunikationszubehör sowie Bücher. Zunehmende Akzeptanz erzielten in den vergangenen Wochen darüber hinaus

Dienstleistungen rund um die Mobiltelefonie, etwa das Herunterladen von Klingeltönen oder Icons, das Bezahlen von Taxifahrten und das Ordern von Speisen beim Pizzadienst. Läßt man diese relativ preiswerten Angebote außer Betracht, ergaben sich nach Untersuchungen der Paybox.net AG in den ersten Monaten, je nach Branche, durchschnittliche Transfergebühren zwischen 40 und 70 Euro pro Paybox-Nutzer.

Um die Paybox-Anwendung weiter zu vereinfachen, hat die Paybox.net AG gemeinsam mit Oracle und Sesa eine WAP-Anwendung entwickelt, bei der sich das WAP-Handy automatisch ins Internet einwählt (sogenannte WAP-Push-Anwendung). Die neuartige WAP-Anwendung basiert auf dem zukünftigen WAP-Standard 1.2., der voraussichtlich Anfang 2001 von den Handyherstellern eingesetzt wird.

Und so funktioniert es: Ein Kunde will seine Waren bezahlen, entweder im Internet oder bei einem mobilen Händler, und gibt dabei seine Paybox-Nummer an. Wenn der Kunde ein WAP-Handy hat, löst die Paybox im Hintergrund die Einwahl des WAP-Handys in den Paybox-WAP-Server aus. Das Handy wird erkannt, und der Kunde wird aufgefordert, den auf dem Display seines Handys stehenden Betrag durch die Eingabe seiner Paybox-PIN zur Zahlung freizugeben. Der ganze

Vorgang dauert nur wenige Sekunden. Diese „WAP-Push-Funktion“ hat Sesa als erster Hersteller in seine WAP-Gateways implementiert. „Wann wir die WAP-Push-Paybox massenfähig umsetzen, hängt letztlich vom Markt ab. Diese Entwicklungskooperation mit Oracle und Sesa zeigt aber deutlich, daß wir für jegliche Zahlungsabwicklung von zukünftigen M-Commerce-Anwendungen gerüstet sind“, stellte Eckhard Ortwein, Vorstand der paybox.net AG für Produktentwicklung und Integration, fest. Obwohl Paybox bislang in erster Linie im Internet-Handel eingesetzt wird, kann auch der stationäre Handel das neuartige Zahlungsverfahren nutzen. Entenmann: „Wir sehen uns auch hier nicht als Konkurrenz zu bestehenden Zahlungssystemen, sondern als Ergänzung. Schließlich gibt es immer noch viele Geschäfte, in denen die Zahlung per Kredit- oder Euroscheckkarte nicht möglich ist. Für diese stellt Paybox zweifelsohne eine interessante Alternative dar.“

Zudem zahlt die Paybox.net AG Händlern, die Paybox-Teilnehmer werben, eine Prämie. Leicht verdientes Geld für denjenigen, der seine Kunden aktiv auf das Angebot aufmerksam macht.

Herbert Päge



Im Oktober letzten Jahres hat Electronic Partner den EP:Netshop vorgestellt. 400 Händler haben sich allein zur Startphase für den EP:Netshop entschieden.

Links und Kurzbeschreibungen von 500 Anbietern von Online-Lösungen, Business Content und branchenspezifischer Software. Von Web-Hosting-Angeboten über Shops bis zu weltweiten Online-Konferenzen ermöglicht es die CompuServe BusinessWelt, das Internet effektiv in den täglichen Arbeitsablauf einzubinden.

Kooperationen

Namhafte Kooperationen wie beispielsweise Bild und Ton, Interfunk, Ruefach, Ringfoto sowie Großlabors bieten ihren Partnern

ebenfalls die Möglichkeit, in das E-Business einzusteigen. Im Oktober vergangenen Jahres hat zudem Electronic Partner, die größte europäische Verbundgruppe, auf einer Pressekonferenz den EP:Netshop vorgestellt. 400 Händler haben sich allein zur Startphase für den EP:Netshop entschieden. In dem Shop stehen alle bekannten Markenartikel per Mausclick zum Einkauf bereit. Nach Ansicht von Harmut Haubrich, Sprecher der Geschäftsführung von Electronic Partner, wird E-Commerce in der Zukunft eine „Renaissance des lei-

stungsfähigen Handels“ einläuten. In der Zentrale ist man sich sicher, die Zahl von anfangs 400 Shops bereits bis zum Februar dieses Jahres auf 700 bis 800 Mitglieder steigern zu können. Das Konzept – inklusive der Preisgestaltung – ist rechtlich abgesichert, da der einzelne EP Shop in einer Art Agentursystem für den Netshop auftritt. Die einzelnen Netshop Partner haben gegenüber der Zentrale eine präzise definierte, standardisierte Leistung für den Endkunden bereitzuhalten, die einer permanenten Revision und Teststellung unterliegt. Die Zusammenarbeit der Industriepartner wurde von der Zentrale über ein Jahr lang diskutiert, und die Einbindung ist sichergestellt, so daß nicht nur eine Shop-in-Shop-Konstellation der Hersteller auf dem EP Netportal erwartet wird. Es ist vielmehr vorstellbar, daß bereits in naher Zukunft eine Vernetzung von den Herstellerseiten zum EP:Netportal realisiert werden kann. Seit April 1999 hat die EP Zentrale rund 20 Millionen DM investiert, um den Partnern den Einstieg ins E-Commerce zu ermöglichen und um die Geschäftsabläufe einfach und sicher zu gestalten, wobei an monatlichen Kosten nur 50 Euro für den Partnershop anfallen. *miz*

Übersicht der Anbieter – Mietshops

Mietshops

@-OmniShop-Serie: www.msg_at.net

AOL/Strato: www.aolwebprofi.de

ClickShop: www.clickshop.de

Cybermedia: www.mietshop.de

Cyberline: www.cybershop.de

DEU.Net.: www.microshop.de

Deutsche Telekom:

www.telekom.de/t-mart/smartshop (kleine Mietshops)

www.telekom.de/t-mart/shopcomplete (große Mietshops)

Dresdner Bank Cybershops: www.cybershops.de

Einkaufsmall.de: www.einkaufsmall.de

Frankfurt-mall.de: www.frankfurt-mall.de

IShop 2000: www.ishop2000.de

Musicaliens: www.musicaliens.de

Shopmatic-Bestellsysteme: www.shopmatic.com

ShoptoShop: www.e-commerce.shoptoshop.com

Supernet AG: www.supershops.de

Websale AG: www.websale-ag.de

Mietshops mit Shop- oder Produktsuchmaschinen:

Attrada: www.attrada.de

MicroShop Mall: www.mall.shoppingserver.de/find.mv

Netzmarkt: www.netzmarkt.de

Shopfinder: www.shopfinder.de

Vivendo: www.vivendo.de

Webmart: www.webmart.de

www.



PoS Aktuell

Dr. Kathrein übernimmt den Aufsichtsratsvorsitz der Grundig AG

Mit sofortiger Wirkung hat Professor Dr. Anton Kathrein den Vorsitz im Aufsichtsrat der Grundig AG übernommen. Der Aufsichtsrat hat in seiner Sitzung am 21. November 2000 einstimmig beschlossen: „Im Zuge der beabsichtigten Übernahme der industriellen Führung durch Prof. Dr. Anton Kathrein übergibt Burkhard Wollschläger mit sofortiger Wirkung den Vorsitz im Aufsichtsrat an Prof. Dr. Kathrein und scheidet aus dem Aufsichtsrat aus. Der Aufsichtsrat und der Vorstand der Grundig AG danken Burkhard Wollschläger für seine hervorragenden Leistungen, die den unternehmerischen Neubeginn der Grundig AG ermöglicht haben.“

Compaq erzielt im dritten Quartal Gewinn von 550 Mio. US-Dollar

Die Compaq Computer Corporation hat für das dritte Quartal des Geschäftsjahres 2000 einen Reingewinn von 550 Millionen US-Dollar bekanntgegeben. Der Gewinn entspricht einer Steigerung von 23 Cent je Aktie bzw. 288 Prozent. Ohne Berücksichtigung der Nettokapitalerträge von 25 Millionen US-Dollar nach Steuern liegt

damit der Gewinn je Aktie bei 30 Cent. Das Betriebsergebnis im dritten Quartal betrug 789 Millionen US-Dollar, was im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung um 669 Millionen US-Dollar oder 558 Prozent entspricht.

Microsoft und Compaq wollen Internetdienste gemeinsam vermarkten

Die Microsoft Corporation und die Compaq Computer Corporation dehnen ihre Zusammenarbeit weiter aus. Ziel der neuen strategischen Vereinbarung ist die gemeinsame Vermarktung der mobilen Internet Dienste von Microsoft und der vorkonfigurierten Pro Liant Server von Compaq. Die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen erleichtert den drahtlosen Zugang zu Microsoft Exchange-basierten Funktionen wie dem Kalender, der Adreßverwaltung, personalisierten Web-Inhalten und Multimedia-Anwendungen. Microsoft und Compaq haben bei der weltweiten Vermarktung von Microsoft Internet Cellular Smart Acces (ISCA)-basierten Lösungen für Mobilfunknetzbetreiber eng zusammengearbeitet. ISCA dient als Plattform für neue Mehrwertdienste und beinhaltet unter anderem verbesserte E-Mail-Funktionen für den mobilen Zugriff. In Zusammenarbeit mit ihren Kunden wird von beiden Firmen ein Betatest des Microsoft Mobile Information 2001 Servers durchgeführt, zu dem Compaq Global Services pro-

fessionelle Dienstleistungen anbietet.

Produktwissen fördert nach gfu-Meinung die Kaufbereitschaft

Nach Aussagen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) ist die gestiegene Kaufbereitschaft für Fernseh- und Videogeräte, Camcorder, Mobiltelefone und Heimcomputer offenbar auf eine „Wissensexplosion“ in der deutschen Bevölkerung zurückzuführen. Tatsächlich stieg das Produktwissen der „jungen“ Geräte der Konsumelektronik nach Angaben der gfu in den letzten beiden Jahren außerordentlich stark an, wobei der Internationalen Funkausstellung 1999 als Informationsbörse offensichtlich eine Schlüsselrolle zukam. Waren Breitbildgeräte im Januar 1998 lediglich 25 Prozent der Konsumenten bekannt, schnellte dieser Prozentsatz – so die gfu – bis zum Juli 2000 auf 80 Prozent hoch. Die Vergleichszahlen für Dolby Surround TV kletterten sogar von zwölf auf 84 Prozent und für Flat/Panel Plasma-TV von 19 auf 86 Prozent. Das Produktwissen über Settop-Boxen stieg in den zweieinhalb Jahren von 26 auf 70 Prozent. Absoluter Wachstums-Spitzenreiter war der DVD-Spieler, dessen Bekanntheitsgrad sich von drei auf 67 Prozent erhöhte. Daneben nimmt sich der Wissenszuwachs bei Mobiltelefonen, der um 91 Prozent von 54 auf 98 Prozent kletterte, geradezu moderat aus. Es ist offensichtlich, daß der Konsument ein Produkt „kennen“ muß, ehe er sich zum Kauf entschließt. Deshalb ist es verständlich, daß sich parallel zum Wissensanstieg auch das Kaufinteresse sehr positiv entwickelte. Bei den „Produktkennern“ stieg dieses Interesse zum Beispiel für Breitbild-TV-Geräte von 44 auf 75 Prozent, für Digital-TV von 27 auf 59 Prozent, für Flachbild/Plasma-TV von 50 auf 65 Prozent und für Settop-Boxen von 28 auf 58 Prozent. Auch Mobiltelefone sind heute begehrter als vor zwei Jahren, und zwar bei 67 Prozent (1998 = 35 Prozent) der Konsumenten. Dolby Surround findet aktuell ein Kaufinteresse bei 68 Prozent und der DVD-Spieler bei 66 Prozent der „informierten“ Bevölkerung.

Fernbedienungen von One For All über das Internet aktualisieren

Neue Gerätecodes für die Universal-Fernbedienungen von One For All können aus dem Internet nachgeladen werden. Sollten die Modelle One For All 6, Topline 5 sowie Topline 8 trotz ihrer umfang-

Sony meldet neuen Umsatzrekord

Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) hat im November Aufträge im Wert von über 100 Millionen DM Umsatz fakturiert und damit einen neuen Rekordumsatz eingespielt. Das Produktsegment PSone schlug dabei mit 30 Millionen DM und das Produktsegment PlayStation 2 mit über 70 Millionen DM zu Buche. „Am erfreulichsten bei der 100-Millionen-Rekordmeldung ist, daß der überwiegende Teil unserer umsatzbringenden Produkte vom Handel sofort durchverkauft werden konnte“, erklärte Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland. „PlayStation 2 übertrifft unsere Erwartungen.“ Für den Handel bedeutet



Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland

dieses Ergebnis, daß in den Monaten November und Dezember ausschließlich mit PSone und PlayStation 2 Hardware-, Software- und Zubehörprodukten ein Umsatz von fast 250 Millionen DM (zu Endverbraucherpreisen) realisiert werden konnte. Der erste große Kundenansturm am ersten Adventswochenende zeigte, daß PS-Produkte von Sony Computer Entertainment Deutschland zu den Rennern dieses Weihnachtsgeschäftes gehörten. Der Handel profitiert hierbei auch von den gestiegenen Verkaufszahlen der PSone. Die PSone verkauft sich im Windschatten des PlayStation 2 Launches zur Zeit sehr gut. Wegen der besseren Verfügbarkeit und des geringeren Verkaufspreises sind viele Kunden von der PlayStation 2 auf die PSone umgestiegen.

reichen bereits eingespeicherten Code-Bibliothek bestimmte Geräte nicht auswählen können, schafft die Website www.oneforall.de Abhilfe. Der Nutzer klickt sich durch die Menüpunkte Produktunterstützung und Universal-Fernbedienungen und wählt dann seine Fernbedienung aus. Kurz nach Anmeldung unter dem Internet Download erhält er per E-Mail den zum Nachladen erforderlichen

Zugangscode. Nun wählt er Marke und Gerät aus, deren Daten noch fehlen, und hält die Fernbedienung an den PC-Lautsprecher. Dadurch wird eine wav.-Datei auf die Universal-Fernbedienung geladen, die danach sofort wieder einsatzbereit ist. „Mit dem Internet-Download sind unsere Fernbedienungen immer auf dem neuesten Stand, das Veralten ist nicht möglich“, erklärte Dave Muncie, Chef der Datenbank bei One For All und damit Herr über rund 80.000 Codes für Fernseher, Videorecorder, Satellitenreceiver, DVD-Player und andere audiovisuelle Geräte.

Philips verkauft fünf Broadcast-Sparten an Thomson Multimedia

Royal Philips Electronics Niederlande und Thomson Multimedia Frankreich haben sich auf ein Abkommen über den Verkauf von fünf Philips Broadcast-Sparten an Thomson geeinigt. Demnach wird Thomson 67 Prozent der Anteile einer von Philips Electronics neu gegründeten Holding-Firma erwerben, in der fünf verschiedene Sparten der Philips Broadcast Group zusammengefaßt sind. Den Vereinbarungen entsprechend hat Philips das Recht, jeweils im ersten Monat der Jahre 2002 und 2003 die entgeltliche Übernahme von je 16,5 Prozent der restlichen Anteile durch Thomson zu fordern. Thomson Frankreich hat das Recht, jederzeit die entgeltliche Übertragung der noch bei Philips verbleibenden 33 Prozent in einem Stück oder zwei Transaktionen à 16,5 Prozent vorzunehmen. Die fünf Teilbereiche Cameras, Film Imaging, Signal Processing, Media networking und Control & Systems erzielten im Jahre 1999 mit 1.050 Beschäftigten einen Gesamtumsatz von 250 Millionen Euro.

Vivanco setzt auch im dritten Quartal Umsatzwachstum fort

Die Vivanco AG, Ahrensburg, Hersteller von Zubehörprodukten für High-Tech-Endgeräte, hat auch im dritten Quartal 2000 ihr Umsatzwachstum fortgesetzt. Der Umsatz des Unternehmens stieg um knapp 37 Prozent auf 226,9 Mio. DM. Wesentlichen Anteil an dem hohen Zuwachs hatte das interne Wachstum (ohne Akquisition) mit einem Plus von 25 Prozent. Das unverändert deutlich über den Planungen liegende Wachstum bestätigt die Erwartung des Umsatzziels von 330 Mio. DM (1999: 246,7) für das Gesamtjahr 2000. Ursprünglich war für dieses Jahr lediglich ein Jahresumsatz von 290 Mio. DM geplant.

Promotion-Kampagne von Osram stellt Energiesparlampen in den Mittelpunkt

Die Osram GmbH will Schwung in den Energiesparlampen-Markt bringen: Im Mittelpunkt der aktuellen Promotion stehen die beiden Saver Osram Dulux EL Economy und Osram Dulux EL Longlife. Mit Garantieleistungen von zwei Jahren (Economy) bzw. fünf Jahren (Longlife) sowie zahlreichen Verkaufsmaßnahmen, die die „Ägypten“-Motive der laufenden TV-Kampagne aufgreifen, unterstützt Osram den Absatz.

Displays mit Aufstecker im Pyramiden-Outfit sowie Stromspar-Handzettel mit Sonnenpriester-Motiven promoten die Osram Dulux EL-Familie.

„Sprechende Verkäufer“, Regalstopper und PoS-Plakate verstärken die Verkaufsmaßnahmen zusätzlich. Die Slogans „Spart sagenhaft. Hält fast ewig“ (für Longlife) und „Markenqualität. Sagenhaft preiswert“ (für Economy) unterstreichen gemeinsam die Garantieaussagen für die Langlebigkeit und das günstige Preis-/Leistungsverhältnis der Osram-Produktfamilie Dulux EL.

„Der Handelsmarkt ist geprägt von unzähligen Marken-, Handelsmarken- und Importprodukten, so daß der Verbraucher zunehmend den Überblick verliert“, erläuterte Bernhard Buley, Abteilung Verkaufsförderung, Osram.

„Mit seiner Vorteilrolle für langfristige Garantie schafft Osram neues Vertrauen in den Qualitätsartikel Lampen.“ Eine Glücksrad-Promotion rundet die PoS-Maßnahmen ab: In frequenzstarken Outlets winken den Verbrauchern interessante Preise. Der Erwerb von Dulux EL Produkten soll zum Erlebniskauf werden. Insgesamt sind 100 Veranstaltungen à zwei Tage geplant.



Neuheiten

3,3 kg Portable Projector VPL-CS10 von Sony

Mit einer Helligkeit von 1.000 ANSI-Lumen garantiert der ultra-portable LCD-Projektor VPL-CS10 von Sony auch in nicht abgedunkelten Räumen helle und farbgesättigte Bilder. Seine ausgezeichnete Helligkeit erzeugt der VPL-CS10 mittels drei getrennter LCD-Arrays in 0,9-Zoll Poly-Silizium TFT/LCD-Technologie. Das Gerät ist mit einem Zoom-Objektiv ausgerüstet. Die projizierten Bilddiagonalen betragen zwischen 101 cm und 762 cm, die natürliche Auflösung 800 x 600 Bildpunkte. Video projiziert der VPL-CS10 mit 600 TV-Linien und 832 x 624 Bildpunkten. Höhere Auflösungen bis 1.280 x 1.024 werden interpoliert. Eine neuartige Höhenregulierung und die integrierte Keystone-Funktion machen das Setup leicht und einfach. Unterstützt werden die Video-Normen PAL/Secam/NTSC 4,43 und 3,58. Die Horizontalfrequenz liegt zwischen 15 bis 91 kHz. Die Lebensdauer der 132 W UHP-Lampe erreicht mindestens 2.000 Stunden. Die Abmessungen des 3,3 kg schweren Geräts betragen 285 x 90 x 249 mm (B x H x T).



Das robuste Magnesiumgehäuse mit zwei eingebauten Lautsprechern ist auch für Deckenmontage vorbereitet. Die mitgelieferte Fernbedienung mit Laserpointer übernimmt bei der Präsentation von PC-Applikationen die Maussteuerung. Durch die natürliche Auflösung von 600 x 800 Pixeln werden Inhalte von Laptop/Notebook-Displays unskaliert wiedergegeben. Optional ist ein Transportkoffer erhältlich, der nicht nur dem Projektor, sondern auch einem Laptop-Computer Platz bietet.

Erstes Rückprojektionsgerät von Grundig heißt „Accoro“

Mit dem „Accoro“ hat Grundig erstmalig ein Fernsehgerät vorgestellt, das nach dem Rückprojektionsverfahren arbeitet. Der Grundig Accoro bringt alle Eigenschaften mit, um die Position eines Flaggschiffs der gesamten TV-Geräte-Sparte des Unternehmens einzunehmen. Er besitzt eine Bilddiagonale von 102 cm im Großformat 16:9. Für ein vollkommen flimmerfreies und damit augenschonendes Bild sorgt die eingesetzte 100 Hz Technik für die Bildwechselfrequenz. Durch die Integration der bereits in anderen Grundig-Modellen der Spitzenklasse bewährten „Panorama-Zoom“-Technologie kann das Bild im sogenannten „Variable Modus“ sowohl in vertikaler wie in horizontaler Richtung formatfüllend gedehnt und komprimiert werden, ohne die ursprünglichen Informationen und Relationen der Bildinformation zu verfremden. Auf diese Weise lassen sich die störenden

schwarzen Streifen bei Cinemascope-Filmen vollkommen vermeiden. Außerdem werden Untertitel leichter lesbar. Der Accoro ist mit allen technischen Feinheiten ausgerüstet, die beim aktuellen Stand der Technik für Fernsehgeräte verfügbar sind. Zusätzlichen Komfort bringt die Integration eines Electronic Program Guide (EPG), der Informationen über die gerade laufenden Sendungen, aber auch Programminformationen für die nächsten



Tage und Wochen, zur Verfügung stellt. Beim Anschauen von Informationen des EPG bleibt die laufende Sendung durch Einsatz einer Overlay-Technik weiter sichtbar. Alle Funktionen des Accoro Großbildschirms sind mit der Fernbedienung zu kontrollieren. Das ausgewogene hochwertige Design integriert den Accoro harmonisch in Wohnlandschaften unterschiedlichster Stilrichtungen. Das Gerät wird dem Fachhandel in Polargrau zur Verfügung stehen. Der UVP soll zirka 6.800 DM betragen.

Grundig DVD-Player GDV 130 spielt auch MP3

Mit dem GDV 130 stellt Grundig einen universellen DVD-Player vor, der aufgrund seiner Ausstattung den Wünschen und Vorstellungen des Käufers entsprechend in jeder Gerätekonfiguration einzusetzen ist und dem Schwerpunkt seiner jeweiligen Nutzung optimal gerecht wird. Zur Abtastung verwendet das Gerät ein Dual-Laser-System, das optimale Qualität bei der Auslesung des Signals gewährleistet. Die horizontale Auflösung von 600 TV-Zeilen sichert exzellente Bildqualität. Durch die Ausrüstung mit Decodern für die digitalen Audioformate Dolby Digital (AC 3), MPEG2 und DTS kann der Grundig GDV 130 zum Mittelpunkt einer hochwertigen Home Cinema Umgebung werden.



Auch beim Einsatz analoger Verstärker mit zwei Boxen oder der Abstrahlung der Toninformation über die Lautsprecher des Fernsehgeräts kommt der Besitzer dieses DVD-Players in den Genuß des Raumklangerlebnisses. Durch eingebautes Virtual Dolby Surround und Dolby Prologic wird ein Klangerlebnis wie im Kino reproduziert. Die Allrounder-Eigenschaften ergänzen Multinorm-Ausgänge für Euro-AV, S-Video, Video-Cinch und Audio-Cinch. Außer DVD-Video 1.0, 2.0, 3.0 spielt der GDV 130 auch CD-R und CD-RW ab. Außerdem kann der DVD-Player auch mit MP3 bespielte CDs wiedergeben. Der UVP für das Gerät beträgt 750 DM.

viren cookies hacker
internet-shopping
e-mails
downloads
persönliche daten
projektdaten steuererklärung
datenbanken
online banking

GESCHÜTZT

... vor Attacken.

Mit den Fujitsu MO-Wechselplatten können Sie Ihre Daten vor schwer kontrollierbaren „Angriffen“ über das Internet schützen. Begeben Sie sich auf die sichere Seite durch Offline-Archivierung auf bis zu 1,3 GB fassenden MO-Disketten. Ein Knopfdruck – und verhängnisvolle Computerviren oder neugierige Besucher haben keine Chance, auf Ihre wertvollen Daten zuzugreifen!

Mehr **Infos** unter Tel. **089 - 32 37 84 00**
oder Fax **089 - 32 37 81 00**

www.fujitsu-europe.com/dynamo

FUJITSU

THE POSSIBILITIES ARE INFINITE

Alle Firmenzeichen und Produktnamen sind Herstellerzeichen und eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Inhaber. Technische Änderungen vorbehalten.



Auf einem großen Messestand gab Panasonic einen Einblick in das Techno-Story-Konzept.

Panasonics Techno-Story

Koexistenz, Partnerschaft und beiderseitiger Erfolg – das sind die Hauptinhalte der sogenannten Techno-Story der Panasonic Industrial Europe GmbH. Thomas Enderle, Vice President des in Hamburg ansässigen Unternehmens, nutzte die Münchner Messe electronica 2000, um der Öffentlichkeit das neue Konzept vorzustellen. Dazu hatte Panasonic zu einer Pressekonferenz auf seinen Messestand geladen.

Techno-Story heißt das Konzept des Unternehmens, mit dem sich Visionen und zukunftsweisende Lösungen auf Basis gemeinsamer Überlegungen des Elektronik Konzerns und seiner Kunden verwirklichen lassen. „Beispiele für diese beiden Seiten Gewinn bringende Vorgehensweise liefern vor allem die Entwicklungen in den Bereichen Mobiltelefone und Bluetooth-Technologie, aber auch in vielen anderen Bereichen“, erklärte Enderle. „Die Kernaussage der Panasonic Techno-Story lautet: Weg vom Zulieferer-Auftraggeber-Verhältnis, hin zu einer echten Partnerschaft, bei der alle Beteiligten an einem Strang ziehen.“

In der Handy-Entwicklung bedeute dies: Statt wie früher nur die bestehenden Komponenten aus der Produktionslinie (etwa Lautsprecher, AC-Adapter und Empfänger) zuzuliefern, biete Panasonic heute individuelle Lösungen an, die auf die jeweiligen Bedürfnisse des

Kunden maßgeschneidert seien. Auch bei den Bluetooth-Modulen, einer Technologie zur kabellosen Datenübertragung, stelle sich der Elektronik Konzern hundertprozentig auf die Anforderungen der Auftraggeber ein. „Mit unseren High-tech-Produkten und unserem umfassenden Know-how geben wir die Wegrichtung vor“, betonte Enderle. Panasonic verstehe sich damit als externe Forschungs- und Entwicklungsabteilung seiner Partnerunternehmen.

Von den Vorteilen des Konzeptes profitieren nach Enderles Ausführungen alle Seiten: Indem mehrere Unternehmen kooperierten, könnten sie Synergieeffekte optimal nutzen und somit noch bessere Lösungen erarbeiten. Für die Kunden verkürzten sich die Entwicklungszyklen, und nicht zuletzt erlaube dieses System eine globale Ausweitung der Geschäfte bei gleichzeitiger Schonung der Umwelt und der Ressourcen.



Thomas Enderle, Vice President Panasonic Industrial Europe GmbH, stellte auf der Münchner Messe electronica 2000 das Techno-Story-Konzept vor.

Foto: hepä

POS Neuheiten

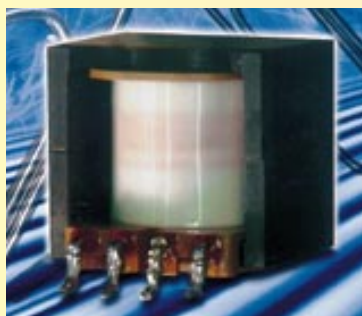
Ultrakompakte Farb-Platinenkamera



Für Videokonferenzen oder Bildtelefonie hat Panasonic die Farb-Platinenkamera GP-CX701 entwickelt. Mit ultrakompakten Abmessungen geht sie den Angaben des Herstellers zufolge als kleinste und leichteste Farb-Platinenkamera der Welt in die Serienproduktion. Hohe Bildqualität gewährleistet der 1/7 Zoll-CMOS-Bildwandler, der eine horizontale Auflösung von 100.000 Pixeln bietet. Das eingebaute Miniatur-Objektiv benötigt für die



Aufnahmen eine Mindestlichtstärke von 80 Lux bei Blende 1:2,8. Per Schnittstelle lassen sich verschiedene Parameter einstellen, zum Beispiel Weißabgleich, Verstärkungsregelung und Bildspiegelung. Mit Platinenmaßen von 13,4 x 26,2 mm und einer Höhe von 8,65 mm läßt sich die GP-CX701 in unterschiedlichste Anwendungen integrieren.



xDSL-Interface Transformer



Extrem platzsparende Abmessungen und hohe Leistung sind die Pluspunkte des innovativen xDSL-Interface Transformers, den Panasonic auf der electronica 2000 in München vorgestellt hat. Zu seinen Stärken zählen eine hohe Datentransferrate und eine exzellente Übersprechdämpfung. Mit diesen Eigenschaften eignet sich der kompakte Überträger besonders für den Einsatz in modernen High-speed-Kommunikationssystemen und Netzwerken. Der xDSL-Interface Transformer verfügt über einen vollkommen neu entwickelten Kern mit optimierter Form. Dadurch ließ sich die Größe des Bauteils um 36 Prozent im Vergleich zum Vorgängermodell verringern. Aufgrund der Maße von 10,5 x

13,3 x 12,7 mm findet der xDSL-Interface Transformer damit speziell in modernsten Kommunikationsgeräten seinen Einsatz.



Knopfzellen mit 0,4 Millimetern Höhe



Panasonic hat neue Lithium-Knopfzellen entwickelt, die sich vor allem für den Einsatz in Chip-Karten oder technischem

Equipment im Kartenformat wie Taschenrechnern oder Fernbedienungen eignen. Die beiden leichtgewichtigen Batterien CR2004 und CR2404 sind lediglich 0,4 Millimeter hoch und bieten eine konstante Leistung in einem weiten Temperaturbereich. Die CR2003-Batterien mit 20 Millimeter Durchmesser wiegen nur 0,6 Gramm, die Knopfzellen CR2404 0,8 Gramm bei einem Durchmesser von 24,5 Millimeter.

Beide Serien arbeiten mit einer Nennspannung von drei Volt. Sie bieten eine hohe Energiedichte von 400 Wattstunden pro Liter und erreichen dabei Nennleistungen von zwölf bzw. 18 Milliamperestunden. Mit Betriebstemperaturen vom minus 30 bis plus 60 Grad Celsius bleiben sie auch unter extremen klimatischen Bedingungen funktionstüchtig.

16:9-Plasma-Display von Panasonic



Mit dem TH-42PW3E präsentiert Panasonic ein Plasma-Display der neuen Generation, das Maßstäbe setzen soll: Beim Kontrast bietet das Modell aus der T[tau]-Serie mit 3.000:1 einen zum Zeitpunkt der Markteinführung nach Angaben des Unternehmens einmaligen Spitzenwert, und auch die Lichtstärke erreicht einer Pressemitteilung zufolge mit 650 Candela pro Quadratmeter (cd/m²) eine neue Rekordmarke. Die Wiedergabe auf der vollkommen planen Bildschirmoberfläche ist scharf und verzerrungsfrei. Der Monitor hat 16:9-Format und eine Bildschirmdiagonale von 106 Zentimetern. Das Gehäuse weist eine geringe Bautiefe von 8,9 Zentimetern und dezente silberne Farbe auf.

Der Einsatz asymmetrischer Phosphorstreifen, die Auflösung von 408.960 Bildpunkten (852 x 480 Pixel) und die Darstellung von bis zu 16,77 Millionen Farben gewährleisten eine detaillierte und naturgetreue Wiedergabe, unterstützt durch moderne Digitaltechnik mit künstlicher Intelligenz. So verhindert die Progressive Scan-Funktion mit Dual Scanning-Technologie Großflächen- und Zeilenflimmern. Dank eines weiten Seh winkels von 160 Grad hat der Betrachter aus nahezu jeder Position im Raum eine gute Sicht. Eine antireflektive Beschichtung verhindert außerdem störende Spiegelungen auf dem Bildschirm. Auch für Multimedia ist das Display gerüstet: Ein Computer läßt sich über die VGA-Schnittstelle anschließen, so daß zum Beispiel auch Internet-Präsentationen betrachtet werden können. S-VGA-Daten werden komprimiert ebenfalls wiedergegeben.

Die mitgelieferten abnehmbaren Lautsprecher sorgen für hervorragenden Klang. Dank eines effizienten Wärmeableitungs systems arbeitet der Bildschirm ohne Lüfter, so daß keine störenden Nebengeräusche auftreten können. Mit seiner geringen Bautiefe ist das Display auch für eine Wandaufhängung geeignet, wahlweise kann auch der mitgelieferte Standfuß genutzt werden.

Im Standby-Modus zeichnet sich das Gerät durch einen niedrigen Stromverbrauch von 2,3 Watt aus. Der mitgelieferte TV-Tuner



TU-PTA100E-S gewährleistet, daß das Plasma-Display auch zum Fernsehen genutzt werden kann. Das Gerät dient darüber hinaus als Videoprozessor und Linedoubler. Für optimale Bilder sorgt die Progressive Scan-Funktion. Drei Scart-Buchsen (1 x RGB, 2 x S-Video) und fünf Cinch-Buchsen, über die die Verbindung zum Plasma-Display erfolgt, garantieren die von herkömmlichen Fernsehern gewohnten Anschlußmöglichkeiten.

Hier können Sie Ihr Abo

POS-MAIL

bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, neue Standards wie DVD, Mini Disk oder MP3 eröffnen neue Unterhaltungswelten.

Digitalkameras setzen sie ins Bild, die Telekommunikation macht sie mobil.

Mit einem Abo wissen Sie jeden Monat über die neuen Consumer Electronics Bescheid.



Der High-Tech-Fachhandel verkauft Innovationen. Ihre Kunden brauchen Beratung über die neuen Technologien. Sie müssen sich auskennen: in Consumer Electronics, Audio und Video, Foto, Computer und Peripherie, Telekommunikation, Infotainment und Dienstleistungen.

Mit PoS-MAIL wissen Sie Bescheid.
Jeden Monat neu.

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229, D-40832 Ratingen

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Memo: Ich habe PoS-MAIL am abonniert. Die Zeitschrift kommt jeden Monat pünktlich per Post ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der ersten Ausgabe kann ich das Abonnement mit einer kurzen Mitteilung an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postf. 12 29, D-40832 Ratingen, widerrufen.

Coupon

Ja, senden Sie mir ab sofort ein Jahresabonnement der Zeitschrift PoS-MAIL gegen Rechnung zum Preis von 117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,- €). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Lieferung und Rechnung an folgende Anschrift:

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

Bei Bestellungen aus der Europäischen Union geben Sie bitte unbedingt Ihre UST-ID-Nr. (VAT) an:

Das Abonnement kann ich nach Ablauf eines Jahres kündigen. Es verlängert sich um ein weiteres Jahr, falls ich es nicht 6 Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Datum _____

Unterschrift _____

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postfach 12 29, D-40832 Ratingen, Telefon (0 21 02) 20 27-0. Die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt. Mit meiner zweiten Unterschrift bestätige ich, daß ich dies zur Kenntnis genommen habe.

Datum _____

Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Distributor | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |

Lieferanten:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hersteller | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

„Free & Easy“ jetzt auch im Ausland

Auch „Free & Easy“ Prepaid-Kunden von E-Plus können ihr Handy seit Anfang Dezember im Ausland nutzen. Dazu erhalten sie bei ihrem E-Plus Händler eine Zusatzkarte mit eigener Kunden- und Telefonnummer, die sie bei Auslandsaufenthalten einsetzen können. Das Angebot für „Free & Easy“ Kunden beschränkt sich nicht nur auf die Telefonie, sondern umfaßt auch Dienste wie SMS, WAP oder Faxversand, sofern diese vom E-Plus Roamingpartner im Ausland angeboten werden. Derzeit bestehen Roamingabkommen mit über 100 Netzbetreibern in über 75 Ländern.

E-Plus erhält dritte Vorwahlnummer

Ab sofort können E-Plus Kunden neben der 0177 und der 0178 auch über die Netzkennzahl 0163 telefonieren. Die Einführung dieser dritten Vorwahl wurde nach Angaben des Unternehmens durch das starke Wachstum notwendig. Alle Dienste, die bislang bei 0177 und 0178 möglich waren, können auch von der 0163 genutzt werden.

E-Plus checkt Tarife bei Businesskunden

Wer einen der drei neuen Business-Tarife von E-Plus nutzt, kann durch den automatischen Tarifcheck seine Mobilfunkkosten reduzieren. Der derzeit im deutschen Mobilfunkmarkt einzigartige Service empfiehlt dem Kunden alle drei Monate den E-Plus Business-Tarif, der seinem individuellen Nutzungsverhalten entspricht. Dazu wertet der Düsseldorfer Netzbetreiber regelmäßig das Gesprächsaufkommen aus und schickt dem Kunden mit der Rechnung eine Empfehlung für die optimale Tarifvariante zu. Ob der Kunde anschließend in den empfohlenen Tarif wechselt, entscheidet er selbst. Ein Anruf bei der Business-Kundenbetreuung genügt, und E-Plus stellt den Kunden umgehend auf die gewünschte Variante um. Der Wechsel innerhalb der Business-Tarife ist einmal pro Monat kostenlos.

Neukunden telefonieren ohne Grundpreis

Wer bis Ende Dezember einen Laufzeitvertrag bei E-Plus abgeschlossen hat, muß bis einschließlich März des kommenden Jahres keine Grundgebühr bezahlen. Dieses Angebot gilt für alle Laufzeitverträge. Dabei ist es gleichgültig, ob der Kunde eines der Time & More Angebote mit günstigen Inklusivminuten, den Privat-Tarif oder einen der neuen Business-Tarife wählt. Zusätzlich gilt ebenfalls bis Ende März 2001: Die Anschlußgebühr von 49 DM entfällt bei allen Laufzeitverträgen. E-Plus Kunden können

mit dem Time & More Tarif für 0,25 DM pro Minute rund um die Uhr in alle Netze telefonieren. Business-Kunden profitieren von den neuen Tarifen mit Minutenpreisen ab 0,10 DM.

Auch Festnetznummern über SMS erreichbar

Als erster deutscher Mobilfunkanbieter hat es E-Plus möglich gemacht, geschriebene Kurznachrichten auch an Festnetznummern zu verschicken. Bei dem Angebot SMS To Speech verschickt der Kunde eine SMS an eine nationale Festnetznummer. Die SMS wird dem Empfänger als Sprachnachricht vorgetragen. Eine automatische Spracherkennung gewährleistet dabei die Wiedergabe in deutscher, englischer oder französischer Sprache. Die Absendernummer, Datum und Uhrzeit der Nachricht werden im Anschluß daran bekanntgegeben.

E-Plus startete Anfang Dezember mit GPRS

Bei E-Plus ist Anfang Dezember der Startschuß für GPRS (General Packet Radio Service) gefallen. Der neue Mobilfunkstandard sorgt für den schnellen mobilen Datenaustausch und ermöglicht den Zugriff aufs Internet sowie den Intranet Access von unterwegs. E-Plus hatte bereits zum Start von GPRS rund vier Fünftel seines Netzes mit der neuen Technologie ausgerüstet. Im ersten Quartal 2001 wird dann auch das verbleibende Fünftel des Netzes GPRS-tauglich werden.

Bereits im März 2000 war das Düsseldorfer Unternehmen mit der Einführung von High Speed Mobile Data (HSMD) als erster Anbieter in Deutschland in die moderne Datenkommunikation eingestiegen.

Im Gegensatz zu HSMD ist GPRS eine Technologie, die mit Paketvermittlung arbeitet. Dabei werden Daten auf gebündelten Kanälen als Pakete durch Mobilfunknetze geleitet. Über GPRS kann der Kunde zum Beispiel WAP-Dienste optimal nutzen oder schneller als bisher mobil im Internet surfen. Am Anfang werden Geschwindigkeiten von 20 Kilobit pro Sekunde (kbit/s) erreicht. Voraussichtlich im ersten Halbjahr 2001 will E-Plus die Datenrate erhöhen, bis zu einer Verdoppelung auf 40 kbit/s. Sobald Endgeräte für noch höhere Datenraten zur Verfügung stehen, wird der Netzbetreiber die Geschwindigkeit noch einmal steigern – theoretisch sind bis zu 170 kbit/s möglich.

Wesentlicher Unterschied zum GSM-Standard ist neben der erhöhten Geschwindigkeit die Tatsache, daß GPRS-Nutzer „always online“ sind. Abgerechnet wird aber nicht die „Airtime“, sondern ausschließlich das übertragene Datenvolumen.

E-Plus verstärkt das Engagement für Business-Kunden

Ohne Prepaid- und Vertragsgeschäft mit Privatkunden zu vernachlässigen, wird E-Plus im kommenden Jahr das Engagement für Business-Kunden deutlich verstärken. „Nachdem es in den vergangenen Jahren vor allem um Quantität und Marktanteile ging, werden wir unseren Partnern im Handel mit einer Reihe von Tools die Möglichkeit schaffen, qualitativ hochwertige Geschäftsbeziehungen aufzubauen“, kündigte Bernard Garcin, Marketing-Abteilungsleiter bei E-Plus, im Gespräch mit PoS-MAIL an.

„Wir werden dabei vor allem SoHo-Kunden ansprechen, also Freiberufler, Handwerker und Unternehmen mit bis zu zehn Angestellten“, so Garcin. „Diese professionellen Nutzer gehören klassischerweise zu den Kunden des Fachhandels.“ Angeboten werden nicht nur Produkte rund

Angebote auch für unsere Partner im Handel interessant zu machen, bieten wir zum einen attraktive Margen und Prämien, zum anderen bieten wir Marketingunterstützung“, erläuterte Garcin. So greift E-Plus dem Händler etwa bei Direktmarketingaktionen unter die Arme oder besorgt Adressen-



Mit E-Plus Business VPN kann ein Unternehmen alle Mitarbeiter als Virtuale Private Network (VPN) zusammenfassen. Besonders interessant ist das Angebot für Unternehmen, die einen hohen Anteil an Außendienstmitarbeitern haben.



Zwei Broschüren informieren über die aktuellen Angebote von E-Plus für Businesskunden.



um die Sprachtelefonie, sondern auch Unified Messaging Lösungen und Datenaustausch per High Speed Mobile Data.

Den Mittelpunkt der Angebote für Geschäftskunden bilden die Businessstarife, die E-Plus Anfang Oktober einführt. Neben drei Tarifklassen, die auf das individuelle Nutzungsverhalten abgestimmt werden können, bieten sie eine Reihe von Vorteilen. Dazu gehören die sekundengenaue Abrechnung ebenso wie die kostenlose Wunsch-Rufnummer, 60 kostenlose Online-Minuten pro Monat, das kostenlose Abhören der eigenen Mailbox und der automatische E-Plus TarifCheck (siehe Kasten links). Weitere Kennzeichen sind Sonderkonditionen ab der dritten Karte und besondere Minutenpakete für das gesamte Unternehmen, die das Mobiltelefonieren ab 22 Pfennig pro Minute ermöglichen.

„Um den Verkauf der Business-

material von potentiellen Kunden im Einzugsbereich des Händlers. Auch Promotions vor Ort und Trainingsmaßnahmen, die dem Händler die Kompetenz zur Vermarktung der Business-Angebote bringen, werden angeboten. Garcin:



Besonders Geschäftskunden profitieren vom Dienst High Speed Mobile Data (HSMD), den E-Plus bereits seit März anbietet. In Kombination mit dem Nokia Card Phone ermöglicht HSMD Datenübertragungsgeschwindigkeiten bis zu 38,4 Kilobit pro Sekunde.

„Anders als beim Endkundengeschäft geht es hier nicht nur darum, einen bestimmten Tarif mit einem Gerät zu verkaufen, sondern die gesamte Bandbreite der Möglichkeiten zu vermitteln, also zum Beispiel auch die Nutzung von HSMD mit einem PDA oder das Angebot, alle Mitarbeiter eines Unternehmens in einem Virtual Private Network zusammenzufassen“, meinte Garcin. Bedingt durch diesen unterschiedlichen Ansatz käme auch eine Gruppe von Händlern als Partner in Betracht, die nicht vollkommen deckungsgleich mit den bisherigen Handelspartnern sein müsse. Garcin: „So bieten sich beispielsweise Telefonanlagenbauer und Systemhäuser als neue Partner an.“

E-Plus Virtual Private Network (VPN) ist das jüngste Angebot für Businesskunden. Anfang Dezember gestartet, integriert E-Plus Business VPN bereits vorhandene Rufnummern aus Festnetz und Mobilfunk im E-Plus Netz und erlaubt zudem, innerhalb des VPN Kurzwahlen festzulegen. So gibt es für jeden Mitarbeiter nur noch eine Durchwahl, unter der er mit der entsprechenden Netzkennzahl im Festnetz oder im E-Plus Netz zu erreichen ist. Alle Gespräche im VPN werden zu Sonderkonditionen berechnet, und zwar innerhalb des E-Plus Netzes ebenso wie für Gespräche zwischen Festnetz und dem E-Plus Mobilfunknetz. Das Angebot gilt für die Sprachtelefonie und für die mobile Datenkommunikation. *Herbert Päge*

POS Neuheiten

Philips erweitert Faxsortiment nach oben

Mit Einführung der neuen Tintenstrahl-Faxgeräte I-Jet Memo und I-Jet Vox rundet Philips sein Angebot an Faxgeräten nach oben ab. Auch die neuen Philips Tinten-



strahlfaxgeräte sind Internet- und E-Mail-fähig, besitzen einen abnehmbaren Scanner und bieten PC-Druckerfunktionen – verpackt in einem schicken Normalpapierfaxgerät mit der kleinsten Stellfläche seiner Klasse. Für den geringen Platzbedarf sorgt das vertikale Papiermanagement, das sowohl die Vorlagen als auch die Kopien nach

oben ausgibt. Den I-Jet gibt es in zwei Ausführungen: mit und ohne integrierten digitalen Anrufbeantworter (I-Jet Vox und I-Jet Memo).

Zusatzfunktionen wie Windows-kompatibler PC-Farbdruck und Scan-to-PC in Schwarzweiß ersetzen im Kleinunternehmen so manche PC-Peripherie-Geräte. Mit dem abnehmbaren Scanner, der von den Philips Magic2-Geräten bekannt ist, können I-Jet Besitzer Buchseiten, Zeitungsartikel und andere Vorlagen einlesen, die für einen konventionellen Faxeinzug zu sperrig sind. Die integrierten

E-Mail- und Internet-Funktionen bieten auch Anwendern ohne PC oder Vertrag mit einem Internet-Provider Zugang zum Web. Der I-Jet Vox bietet zusätzlich zum abnehmbaren Scanner und den E-Mail/Internet-Funktionen Farbdruck über PC, Scan-to-PC, Telefon, Schnurlostelefon-Management, Normalpapierkopierer und

Anrufbeantworter. Im Kopiermodus zieht er bis zu zehn Vorlagenseiten automatisch ein. Darüber hinaus können Benutzer bis zu 50 Kopien von einem Original anfertigen.

Der automatische Dokumenteneinzug faxt bis zu zehn Seiten sofort oder aber zum gewünschten Zeitpunkt mittels eines integrierten Timers. Wenn der Papiervorrat erschöpft ist, finden bis zu 25 Seiten im Speicher Platz (beim I-Jet Vox 50 Seiten), sofern sich keine Sprachnachrichten im Speicher befinden. Weitere Faxfunktionen sind Voice Request (Faxanforderung per Telefon), automatische Wahlwiederholung, Faxabruf und Faxversand auf Abruf (Polling) sowie Fax-Broadcasting (Massenversand).

Okifax 5650 für professionelle Nutzer

Speziell für die professionelle Nutzung am Arbeitsplatz oder in kleineren Abteilungen von Unterneh-



men hat Oki das neue Okifax 5650 entwickelt. Es ist mit einem High-Speed-Modem ausgerüstet, das Dokumente mit einer maximalen Geschwindigkeit von 33.600 bps überträgt. Mit dieser Geschwindigkeit wird eine Übertragungszeit von drei Sekunden für ein Standarddokument möglich (Bildübertragungszeit). Auch der Scanner arbeitet mit einer Geschwindigkeit von drei Sekunden pro Blatt. Dual Access ermöglicht das Eingeben neuer Faxeinträge, während andere Sendungen noch verarbeitet werden. Der Speicher des Okifax 5650 beträgt in der Standardausführung 2,5 MB (damit lassen sich rund 200 Seiten speichern). Er läßt sich bis auf maximal 6,5 MB erweitern (Kapazität für rund 520 Seiten). Die serienmäßige Papierkassette kann bis zu 250 Blatt aufnehmen. Ein optionaler zweiter Schacht faßt weitere 500 Blatt Papier. In den automatischen Vorlageneinzug können bis zu 30 Blatt eingelegt werden, und die Papierablage nimmt bis zu 100 Blatt auf. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen des Gerätes gehören Rundsenden an bis zu 200 Gegenstellen, Gruppensenden an bis zu 20 programmierbare Gruppen, zeitversetztes Senden und Fax-Polling aus dem Speicher. 40 Ziel-

Das weltweit erste Bluetooth-Headset stammt aus dem Hause GN Netcom

GN Netcom hat das GN 9000 Bluetooth vorgestellt. Dabei handelt es sich nach Angaben des Herstellers um die weltweit erste drahtlose Sprechgarnitur, die von einer Bluetooth-Zertifizierungsstelle eine



offizielle Produktzertifizierung erhalten hat. Das GN 9000 Bluetooth-System besteht aus einer Basisstation, einer leichten Hör-/Sprechgarnitur mit verstellbarem Überkopfbügel und flexiblem Mikrofonarm. Lautstärke-regelung und Mikrofonunterbrechung erfolgen per Knopfdruck am Headset oder an der Basisstation, die ebenfalls mit einer Online-Anzeige versehen sind. GN 9000 Bluetooth funktioniert zusammen mit anderen Bluetooth-Geräten in einem Umkreis von bis zu zehn Metern. Die Basisstation für das Gerät kann an jedes Standardtischtelefon angeschlossen werden. Das GN 9000 Bluetooth ist ab sofort lieferbar.



und 150 Kurzwahlnummern können eingegeben und über die Telefonbuchfunktion abgerufen werden. Bis zu 16 Mailboxen lassen sich nutzen und durch ein Paßwort werden dann nicht sofort gedruckt, sondern in der Mailbox gespeichert und erst durch Eingabe eines Paßwortes abgerufen.

Trium-Mars für das PrePaid-Geschäft

Mit dem Trium-Mars führt Mitsubishi Electric ein Handy in den deutschen Markt ein, das nach den Vorstellungen des Unternehmens wieder Bewegung in das PrePaid-Geschäft bringen soll. Das Dual-Band-Gerät bietet eine breite Palette komfortabler Funktionen. Dazu zählt beispielsweise ein WAP-



Browser, mit dem der Nutzer problemlos die speziellen WAP-Seiten des Internets ansteuern kann. Durch auswechselbare Gehäuseschalen kann der Nutzer das Aussehen seines Handys immer wieder verändern und seiner jeweiligen Stimmung anpassen.

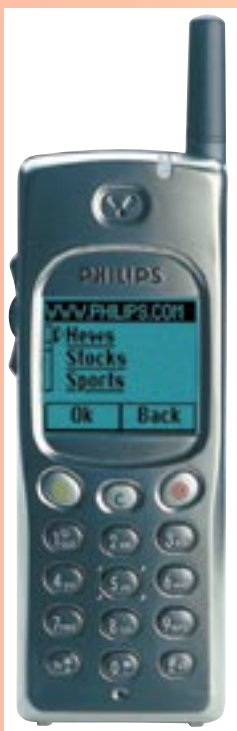
Ebenfalls austauschbar sind die Frontschalen, so daß sich eine Vielzahl individueller Farbkombinationen gestalten läßt. Mit dem integrierten Vibrationsalarm, der Anzeige von Datum und Uhrzeit sowie der Weckfunktion bietet das Trium-Mars weitere nützliche Funktionen. Beim Schreiben von Texten unterstützt das Gerät den Anwender durch die T9-Texteingabefunktion. Die Nummern der bis zu 100 im Gerät gespeicherten Gesprächspartner können bequem über eine One-Touch-Mouse angewählt werden. Mit der Freisprechfunktion und dem eingebauten Mikrofon bietet das Mars mehreren Teilnehmern die Möglichkeit, gleichzeitig an einem Gespräch teilzunehmen.

WebWatch macht die Verbindung transparent

AVM hat seine Fritz! Kommunikationssoftware um WebWatch erweitert. Das Programm ist eine leistungsstarke Kombination von IP-Tools, mit denen auf einfache Weise die Qualität einer Internetverbindung sichtbar gemacht wird. Nach Eingabe einer Internet-Adresse sendet AVM WebWatch ein Ping-Signal mit mehreren Paketgrößen zur Zieladresse. Die gemessenen Antwortzeiten werden ausgewertet und in einem Diagramm dargestellt. Aus den Kurven lassen sich die Qualität des Einwahlpunkts, dessen Anbindung an das Netz sowie die Verfügbarkeit des Zielservers ablesen. Das Programm kann auf jede IP-Verbindung aufsetzen und ist somit auch für GSM- und ADSL-Verbindungen geeignet.

Philips Xenium 9@9: Dual-Band-Handy mit sprachgesteuertem WAP-Browser

Das Xenium 9@9 Mobiltelefon von Philips öffnet die Welt des Internets via Handy. Per Sprachbefehl, der funktionellen Shortcut-Taste „@“ oder der Pilot-Taste der Benutzerführung gelangt der Anwender direkt ins Web.



Weitere Merkmale steigern die Leistung des Geräts im Web: spezielle WAP-Icons, die Ausblendfunktion der Kopfzeilenanzeige zwecks Darstellung fünf vollständiger Textzeilen sowie der deaktivierte Download von Bildern zur Beschleunigung beim Surfen. Das Xenium 9@9 ist mit der Browser-Software 4.1 von phone.com ausgestattet. Die von Philips entwickelte Spracherkennung des Xenium 9@9 erleichtert das Mobiltelefonieren. Das Xenium erkennt und befolgt Sprachbefehle zur Aktivierung wichtiger Telefonfunktionen. Ferner kann es gewünschte Gesprächspartner aus dem Telefonspeicher anwählen, indem sein Benutzer den Namen des Gesprächspartners ausspricht. Die Memoaufnahmefunktion ersetzt mit ihrem Sprachspeicher außerdem den Notizblock. Ein Kopfhörerset mit Mikrofon und ein Kfz-Einbausatz sind als Zubehör erhältlich. Die neue Benutzerschnittstelle erleichtert die Bedienung erheblich: Die patentierte Technik ermöglicht die gleichzeitige Anzeige von bis zu fünf Icons zur grafischen Darstellung der Telefonfunktionen und -features.

Die Navigation erfolgt durch einfaches Berühren der Pilot-Taste. Daraufhin erhält der Benutzer unmittelbaren Zugang zu den unterschiedlichen Funktionsmenüs. Das Xenium 9@9 ist erhältlich in einer Auswahl an Metallic-Oberflächen im Chrom- und Graphit-Outfit und unterschiedlichen Farbnuancen. Die Hintergrundbeleuchtung ist blau. Das Xenium 9@9 liefert bis zu 600 Stunden Standby und bis zu sieben Stunden Gesprächszeit. Es hat die Abmessungen 109 x 41 x 22 mm und wiegt 95 Gramm. Zu den weiteren Leistungsmerkmalen des Handys zählen eine Vibrationsfunktion, ein integrierter Euro-Umrechner, ein Taschenrechner, eine Spielfunktion sowie eine Auswahl an Rufsignalen samt Melodie-Editor, der die Komposition einer eigenen Rufmelodie erlaubt. Der integrierte Organizer plant bis zu 40 Besprechungen und Termine auf täglicher, wöchentlicher und monatlicher Basis, die Gesprächszeit- und Kostenanzeige gibt Übersicht über die Dauer der Telefonate und deren Kosten. Uhrzeit und Datum werden auch im deaktivierten Zustand angezeigt. Ein integriertes Modem ermöglicht das Versenden von SMS, E-Mail und Fax via Laptop.



Neue Generation digitaler Diktiergeräte

Mit dem FunTastic 200PC hat dnt das erste Produkt einer neuen Generation digitaler Diktiergeräte auf den Markt gebracht. Es bietet eine Aufnahmekapazität von 200 Minuten. Bis zu jeweils 100 Nachrichten lassen sich in vier Ordnern gezielt speichern. Diktate können per Datentransferkabel in einen PC überspielt, dort weiterverarbeitet oder per E-Mail weltweit an jeden Rechner versandt werden, der ans Internet angeschlossen ist. Das Schreiben der Nachrichten und Diktate erfolgt im PC im Rahmen der Textverarbeitung; die Rekorder-Funktionen (Stop, Wiedergabe, vorwärts, rückwärts) werden über die Tastatur gesteuert. Damit sind Abspielgeräte und Fußschaltersteuerung überflüssig. Automatischer Stop bei Sprechpausen und einfache Einhandbedienung per Multifunktionsrad machen die Handhabung komfortabel. FunTastic 200PC mißt 42 x 100 x 14 mm und wiegt 39 g (ohne Batterien). Systemvoraussetzungen: Windows 95/98/NT/2000 und Pentium Prozessor mit mindestens 120 MHz.

dnt Produkte sollen Kunden begeistern

Um dem Händler Mut nur hinsichtlich des Angebotes, nicht aber hinsichtlich seiner finanziellen Mittel abzuverlangen, erfordert die Zusammenarbeit mit dnt keine Vorab-Investitionen. „Bei uns gibt es weder Mindestbestellmengen noch Mindermengenzuschlag“, betonte die dnt Geschäftsführerin. „So braucht keiner unserer Partner Angst davor zu haben, daß unsere Produkte im Lager liegen bleiben und sein Kapital binden.“

Andererseits sorgt dnt dafür, daß sich die unterschiedlichen Produkte leichter verkaufen lassen: Teilweise transparente Verpackungen erlauben den direkten Blick auf das jeweilige Produkt, (zweisprachige) Kurzbeschreibungen auf den Verpackungen erläutern die Vorzüge des einzelnen Gerätes, und Werbematerialien sowie ein

kaufsaktionen geplant sind. Neben gedruckten Materialien können auch digitalisierte Bilder und Texte auf CD angefordert werden.

Darüber hinaus veranstaltet der Dietzenbacher Hersteller in Zusammenarbeit mit seinen Handelspartnern oder anderen Herstellern regelmäßig Promotions und Schulungen, mit deren Hilfe sowohl bei den Endkunden als auch bei den Verkäufern die Begeisterung für dnt Produkte geweckt werden soll.

Was aber macht das Besondere dieser Produkte aus? Ganz einfach: Der Gedanke, Nischen zu besetzen, und die Tatsache, daß keine Einzelgeräte hergestellt, sondern, wo immer möglich, Systeme angeboten werden.

Nischen entstehen einerseits dort, wo alltägliche Produkte sinnvoll um nicht alltägliche Produkte ergänzt werden können, andererseits dort, wo nur wenige Anbieter die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden befriedigen können. Für

Chipkartenleser

Mit dem neuen Chipkartenleser CKL2000 von dnt werden alle Daten sichtbar, die auf Chipkarten gespeichert sind. So lassen sich beispielsweise über das leistungsfähige Verwaltungsprogramm bequem GSM-Handy-Telefonbücher aktualisieren, PIN-Codes und Roaminglisten



bearbeiten oder Sicherheitskopien erstellen. Auch die Chips von deutschen Geld-, Krankenversicherungs- und Telefonkarten lassen sich auslesen und bei Bedarf auf einem PC speichern oder drucken. Der Chipkartenleser wird an eine freie serielle Schnittstelle des PC angeschlossen. Ein umfangreiches Handbuch und eine Online-Hilfe unterstützen den Benutzer. Systemvoraussetzungen: Windows 95/98 und NT.

Dem Handel Mut für Nischenprodukte machen

„Produkte aus unserem Haus müssen drei Kriterien erfüllen: Sie müssen dem Kunden einen Nutzen bringen, sie müssen bezahlbar sein und sie müssen unsere Freude am Einsatz moderner Technologien widerspiegeln.“ Mit diesen Worten hat Andrea Brunner, Geschäftsführerin der dnt – Drahtlose Nachrichtentechnik Entwicklungs- und Vertriebs GmbH, im Gespräch mit PoS-MAIL die Philosophie beschrieben, die hinter den dnt Produkten steht. Eine Philosophie, die das Dietzenbacher Unternehmen immer dann zu einem gefragten Partner des Handels macht, wenn Nischenprodukte gefragt sind.

„Dabei soll das Wort Nische nicht ein geringes Angebot signalisieren, sondern ein Produktportfolio, das das üblicherweise im Handel angebotene Sortiment um eine Reihe attraktiver Geräte ergänzt“, stellte Brunner fest. „Unsere Produkte haben für den Anwender stets einen hohen Nutzwert. Damit wollen wir dem Handel Mut machen, mit Nischenprodukten zusätzliche Umsätze und Margen zu erzielen und gegenüber dem Kunden Kompetenz zu beweisen.“ Denn Mut erfordert es schon, auch Dinge anzubieten, die beratungsintensiv sind und dem Kunden aktiv angeboten werden müssen, weiß Brunner. Andererseits seien gerade solche Produkte für eine hohe Zufriedenheit des Kunden verantwortlich. Brunner: „Das Standardsortiment kann jeder verkaufen, aber dafür ist er auch durch jeden anderen ersetzbar.“

detaillierter Internetauftritt geben weitere Informationen.

Die Werbematerialien stehen für alle Produktbereiche, Sprechfunk, drahtlose Produkte (wie funkgesteuerte Wetterstationen), Telekommunikation und Bürokommunikation/-automation, zur Verfügung und werden dem Händler prinzipiell kostenlos zur Verfügung gestellt – auch in größeren Mengen, etwa dann, wenn Ver-

MousePhone vereint drei Produkte in einem Gerät

Drei unterschiedliche Geräte, Wheel-Computermouse, Telefon und Freisprechgarnitur, vereint das neue dnt MousePhone in einem Produkt. Das MousePhone besteht



aus einer komfortablen PC-Mouse mit Scroll-Rad, in die ein vollwertiges Telefon integriert ist. Die

Gespräche werden per Knopfdruck entgegengenommen und freihändig über das mitgelieferte Headset geführt. Der Anschluß des MousePhone erfolgt an den PS2-Mouse-Port beim Computer sowie an ein Modem oder direkt an eine analoge TAE-Telefondose; ein entsprechender TAE-Adapter gehört zur Grundausstattung.

Das Telefon ist mit einer flachen Zehner-Wahltastatur, Flash- und Wiederwahlfunktion ausgestattet. Eine Betriebsanzeige signalisiert die Einsatzbereitschaft, eingehende Anrufe werden optisch angezeigt.

dnt liefert die PhoneMouse mit Installationssoftware und Bedienungsanleitung in englischer und deutscher Sprache aus. Systemvoraussetzungen: Windows 95/98 und NT/2000.



Andrea Brunner, Geschäftsführerin dnt

dnt bedeutet dies beispielsweise, eine Computer-Mouse mit integriertem Telefon (siehe Kasten links), einen universell verwendbaren Headset-Adapter oder spezielle Freisprechgarnituren für Motorradfahrer oder Paragliding-Fans zu entwickeln.

„Dem Systemgedanken trägt das Unternehmen dadurch Rechnung, daß nicht einzelne Produkte entwickelt werden, sondern auch das jeweilige Zubehör angeboten wird“, meinte Andrea Brunner. „So bietet dnt zum Beispiel nicht nur ‚nackte‘ Funkgeräte an, sondern mit diesem Produkt auch Zubehör wie Akkus, Ladestationen und Sprechgarnituren.“ Herbert Päge

Digitale Minikamera

Obwohl der Name CamStick XXL auf ein besonders großes Produkt hinzudeuten scheint, handelt es sich bei dem Gerät um eine Minikamera, die in einem 124 x 30 x 20 mm großen Gehäuse untergebracht ist. Ihr Aufnahmechip bietet eine Auflösung von maximal 640 x 480 Pixeln, auf dem integrierten 64 MBit Speicher lassen sich bis zu 96 Bilder (Auflösung 320 x 240 Pixel) unterbringen. CamStick XXL läßt sich als Web-Kamera (über den USB-Port), als digitale Kamera für Schnappschüsse und im Videomode als Mini-Camcorder einsetzen. Mit sechs verschiedenen Programmen, die im Lieferumfang enthalten sind, kann der Anwender die Bilddateien bearbeiten und versenden. Systemvoraussetzungen: Windows 98/Me/2000 und USB Port.



Pos Aktuell

E-Mail-Account auf genion.de kostenlos

Ab sofort kann sich jeder Mobilfunkkunde von Viag Interkom auf genion.de einen persönlichen E-Mail-Account einrichten, um immer und überall erreichbar zu sein: über das Internet, per SMS und per WAP. Zur Verfügung stehen bis zu fünf frei wählbare E-Mail-Adressen. Darüber hinaus bietet Viag Interkom seinen Mobilfunkkunden auch neue Mailbox-Funktionen. So kann man sich zum Beispiel die Rufnummer des Senders einer Nachricht ansagen lassen. Zur Freischaltung des neuen kostenlosen E-Mail-Accounts auf genion.de genügt die Eingabe der Viag Interkom-Mobilfunknummer. Innerhalb weniger Minuten bekommt der Kunde sein persönliches Paßwort per SMS zugeschickt, und er kann den Account sofort nutzen. Um die Verwaltung von E-Mails zu erleichtern, sammelt ein E-Mail-Collector eingehende Nachrichten von bis zu drei anderen E-Mail-Accounts. Den neuen Account auf genion.de können die Kunden weltweit von jedem PC mit Internet-Zugang oder per WAP-Mail über ein WAP-

Aktionstarif bringt 340 DM Provision

Befristet bis zum 31. Januar bietet Demuth & Dietl + Co., als einer der Exklusiv-Distributoren des Serviceproviders Hutchison Telecom, dem Fachhandel die Aktionstarife „Call 9 D1“ und „Call 9 D2“ zur Vermarktung an. Bei dem Aktionstarif handelt es sich um einen Tarif, der die Wenigtelefonierer unter den Endkunden ansprechen soll. Hutchison Telecom schließt damit die Lücke zwischen den Tarifen „Just Talk“ und „Fun“ bzw. „Telly“ und bietet zugleich eine Alternative zu seinen Prepaid-Produkten. „Call 9“ sieht eine monatliche Grundgebühr und einen Mindestumsatz von jeweils 9,90 DM bei 60-Sekunden-Taktung vor. Diese kann durch einen Aufpreis von fünf DM in einen einsekündigen Takt umgewandelt werden. Im Aktionszeitraum ist „Call 9“ anschlußgebührenfrei. Einen Anreiz für den Endkunden als Alternative zu den bestehenden Tarifen sollen die Minutenpreise von zum Beispiel 1,29/0,49/0,29 DM darstellen. Anreiz für den Fachhandel ist die Nettoprovision in Höhe von 340 DM, die der Partner für jeden abgeschlossenen Kartenvertrag des Aktionstarifs Hutchison Telecom „Call 9“ bekommt.

Handy nutzen. Auf Wunsch kann sich jeder Kunde per SMS über den Eingang einer E-Mail informieren lassen. Für diesen Dienst stehen täglich fünf SMS kostenlos zur Verfügung.

Für alle Viag Interkom-Mobilfunkkunden gibt es außerdem neue kostenlose Services für die Mailbox. Hat der Kunde zum Beispiel eine Nachricht auf seiner Mailbox, kann er sich die Rufnummer des Absenders ansagen lassen. Will er eine zweite Begrüßung einstellen, die nur vorübergehend gelten soll, so ist dies ab sofort möglich, ohne danach die alte Ansage neu aufnehmen zu müssen. Darüber hinaus kann der Kunde eingegangene Nachrichten an einzelne Personen oder ganze Verteiler versenden und weiterleiten. Dazu gibt er nach dem Hören der Nachricht einfach eine Nummer ein, an die die Nachricht gesendet werden soll oder er ruft einen vorher eingespeicherten Verteiler auf und leitet die Nachricht weiter.

Arcor-Gruppe startet neuen Online-Dienst

Unter dem Namen Nexgo (Next Generation Online) hat die Arcor-Gruppe Anfang Dezember einen neuen Online-Dienst gestartet. Er kombiniert Unified Messaging-Services und individualisierbare Informationskanäle. Arcor und otelo fassen ihre Online-Dienste bei Nexgo zusammen; germany.net realisiert das neue Portal www.nexgo.de, auf dem die Angebote präsentiert werden. Nexgo bietet mit PIA, dem Personal Internet Assistant, einen Kommunikations-Manager an, der für den Versand von E-Mails, SMS und Fax sorgt – ohne Zusatzkosten. Nutzer von Nexgo können sich auf ihrem Handy per SMS über eingegangene E-Mails informieren lassen. Eine Sprachfunktion ermöglicht es außerdem, den Kunden E-Mails vorzulesen.

Neben dem Unified Messaging Service integriert PIA alle „Werkzeuge“ moderner Kommunikation: Per Mausclick können Surfer auf ihr elektronisches Adreßbuch, einen Organizer oder Notizblock zugreifen. Benutzernamen, Paßwörter und PIN-Nummern lassen sich im Netpaß von Nexgo speichern. Ein Knopfdruck genügt, und sämtliche Geheim-Codes sind für den Surfer verfügbar, natürlich sicher geschützt vor dem Zugriff Unberechtigter.

Zahlreiche Themenkanäle mit News aus Politik, Wirtschaft und der Unterhaltungsbranche sowie eine Community mit Chatrooms und Foren runden den Service ab. Zum Leistungsumfang des neuen Online-Services gehören darüber hinaus zehn Megabyte Speicher-

Arcor senkt Preise für Auslandsgespräche

Mannesmann Arcor hat die Preise für Auslandsgespräche um bis zu 62,5 Prozent gesenkt. So können Kunden in die meisten europäischen Länder und nach Nordamerika rund um die Uhr für neun Pfennig pro Minute telefonieren. Gleichzeitig wurden die Tarifzonen neu geordnet und vereinfacht. Für Gespräche nach Portugal (0,19 DM) und in Staaten der Balkanregion (0,38 DM) berechnet Arcor über 20 Prozent weniger. Die Preise gelten rund um die Uhr an allen Wochentagen.

platz für E-Mail-Nachrichten sowie 50 Megabyte für die eigene Homepage.

WorldLine gehört jetzt zu tesion

Seit Ende November gehört WorldLine zu tesion. Mit der Übernahme von WorldLine will das süddeutsche Unternehmen seine Position im Geschäft mit Prepaid-Cards stärken. Alle Mitarbeiter wurden von tesion übernommen; die Prepaid-Cards von WorldLine sind ab sofort wieder einsetzbar. WorldLine, gegründet im Juni 1999, ist ein junges Unternehmen mit innovativen Produktideen im Bereich Prepaid Phone- und CallingCards. Ein Beispiel dafür ist die Entwicklung von acht verschiedenen Telefonkarten mit extrem günstigen Tarifen für bestimmte Regionen oder Kontinente. Ein Angebot, das vielen ausländischen Mitbürgern zugute kommt. In den vergangenen Wochen waren die WorldLine Karten wegen Unsicherheiten über die Zukunft des Unternehmens gesperrt. Mit dem Eigentümerwechsel sind alle Karten von WorldLine ab sofort wieder einsetzbar.

Callino stellt Profi-Service für das Internet vor

Mit „callino manager“ hat der Münchner Telekommunikationsdienstleister Callino eine Online-Lösung für Geschäftskunden vorgestellt: Telefonie, Internetzugang und Webauftritt aus einer Hand. Kernstück des „callino manager“ ist der umfangreiche Internet-service mit Domain-, Mail- und Webdienstleistungen. Dieses Angebot ist modular aufgebaut und richtet sich mit drei Ausbaustufen ebenso an Einsteiger wie an Profis. In der Premium-Variante sind beispielsweise neben eigener IP-Adresse und Domain 500 Megabyte Web- und Mailspace, wichtige Internetwerkzeuge wie E-Shopping und 30 E-Mail-Accounts ent-

halten. Über die professionellen Internetdienste hinaus ist mit „callino manager“ optional ein Paket mit weiteren Lösungen erhältlich, die sich genau auf die Bedürfnisse von Geschäftskunden, kleineren und mittleren Unternehmen zuschneiden lassen. Dieses besteht aus einem Preselection-Angebot für den Sprachverkehr und einem preiswerten Internetzugang.

D2-CallYa bietet jetzt drei Tarifvarianten

White, Blue, Red: Mannesmann Mobilfunk bietet seinen Kunden seit Mitte Dezember drei verschiedene Tarifvarianten bei D2-CallYa an. Mit dem neuen Angebot geht D2 auf die individuellen Bedürfnisse der stetig steigenden Zahl von Guthabekartenkunden ein. Von den insgesamt 16,5 Millionen D2-Kunden Ende September telefonieren rund 50 Prozent bereits über die Prepaidkarte. Für alle CallYa-Kunden ist der erste Tarifwechsel kostenlos. Die Tarife im einzelnen:

- D2-CallYa-White ist der Tarif für Kunden, die es einfach und günstig haben möchten. Rund um die Uhr kostet die Minute nur 69 Pfennige ins nationale Festnetz und inner-

halb des D2-Netzes. Wer überwiegend tagsüber telefoniert, profitiert besonders von dieser Tarifvariante, da Gespräche ins nationale Festnetz zur Hauptzeit pro Minute eine Mark günstiger sind als im bisherigen D2-CallYa.

- D2-CallYa-Blue bietet sich für den Nutzer an, der sowohl tagsüber als auch abends viel und länger telefonieren möchte. Zur Hauptzeit bezahlt der Kunde einen Verbindungspreis von 99 Pfennigen pro Minute ins nationale Festnetz und ins D2-Netz. Zur Nebenzeit, die im D2-CallYa-Blue bereits ab 18 Uhr beginnt, kostet die Gesprächsminute 49 Pfennige.
- Der bisherige CallYa Tarif bleibt bestehen und heißt jetzt D2-Call Ya-Red. Diese Tarifvariante richtet sich an Kunden, die überwiegend am Wochenende telefonieren oder häufig eine bestimmte Nummer anrufen. So kosten am Wochenende die Gespräche ins nationale Festnetz oder zur persönlichen Lieblingsnummer D2-BestFriend 15 Pfennige pro Minute.

D Plus entwickelt Flottenmanagement-System

Mit einem gemeinsam von D Plus und einigen Fachhandelspartnern entwickelten Flottenmanagement-System will D Plus dem Telematik-Markt neue Impulse geben. Das von D Plus und seinen Partnern vorgestellte System namens Ortas vereint die bislang notwendigen Einzelkomponenten zu einem Komplettsystem, das alle Anforderungen an ein modernes Flottensteuerungskonzept erfüllt.

Ortas besteht aus einer Telemetriezentrale und der Fahrzeugausstattung. Basis für die Zentrale ist ein Standard-PC, der einschließlich Monitor, Maus und Tastatur geliefert wird. An einer seriellen Schnittstelle des Zentral-PC ist ein GSM-Funkmodem mit externer Antenne angeschlossen. Die Betriebssoftware auf Windows-NT-Basis und die Ortas-Software sind bereits installiert.

In die Fahrzeuge werden jeweils ein GPS-Modul und ein GSM-Modem nebst Drucker installiert. GPS-Empfang und GSM-Kommunikation werden über eine gemeinsame Spezialantenne abgewickelt. Die beiden Module für Ortung und Mobilfunk sind in einem Gehäuse untergebracht. In dieser Telemetriebox werden die Ortungsdaten aufbereitet und in Form von Statusmeldungen an das GSM-Modem übergeben, welches diese Daten an die Zentrale sendet.

Darüber hinaus bietet das System folgende Standard-Funktionen:

- Aussenden von fünf programmierbaren Statusmeldungen über separate Tasten an unterschiedliche vordefinierte Rufnummern
- Sprachverbindungen über Handörer oder Freisprecheinrichtung
- Ausdruck von übermittelten Kurzmitteilungen (bis zu 140 Zeichen)
- Auslösen von Prozessen via Funk aus der Zentrale
- Fernkonfiguration der Telemetrie-Funktionen aus der Zentrale.

Das Standard-Softwarepaket für Ortas enthält das GSM-Kommunikationsmodul, die Visualisierungs-Software zur Darstellung und Verwaltung der Positionsdaten, digitales Kartenmaterial für Deutschland – mit 3.300 Stadtplänen – und Europa.

Im Lieferumfang enthalten sind außerdem eine Bedienungsanleitung plus technisches Handbuch, alle benötigten Lizenzen, die Installation sowie eine professionelle Schulung der Anwender. Eine Service-Hotline des D Plus-Partners MoCoTec steht für technische Fragen und zur Störungsbeseitigung zur Verfügung.

D Plus hat für Ortas einen speziellen Mobilfunktarif entwickelt. Die Verbindungsminute ins nationale Festnetz kostet hier rund um die Uhr 29 Pfennig einschließlich Mehrwertsteuer. Gleiches gilt für Verbindungen zu T-D1 oder T-C-Tel. SMS können für vier Pfennig brutto netzintern verschickt werden.

Mit einem breiten Produktportfolio für die private und die Bürokommunikation gehört Panasonic zu den Unternehmen, die komplette Tk-Lösungen aus einer Hand bieten – vom Schnurlostelefon für den Hausgebrauch bis zum intelligenten Dokumentenmanagement im vernetzten Bürobetrieb. Doch nicht allein die Breite des Sortiments gewährleistet dem Unternehmen den Erfolg, auch die innovativen Möglichkeiten, mit denen die Geräte immer wieder ausgestattet werden, sorgen für hohe Akzeptanz bei den Anwendern.

„Das jüngste Beispiel für unsere Innovationskraft zeigt sich in unserem neuen Dual-Band-Handy GD93, das vor kurzem auf den Markt gekommen ist“, meinte Henry Stümer, Leiter Telekommu-

nikation Endgeräte, Vertrieb Communication Products, bei der Panasonic Deutschland GmbH, im Gespräch mit PoS-MAIL. „So unterscheidet sich dieses Gerät von den Handys anderer Herstel-

seiner Telefonanlage gesucht hat, wird dieses Feature zu schätzen wissen. Denn es ermöglicht, ein Gespräch auch ohne den tragbaren Hörer zu führen.“

Für die CeBIT 2001 kündigte der Vertriebsleiter eine komplett neue Produktrange an DECT-Telefonen an. Mit acht Modellen, darunter ein schnurloses ISDN-Gerät, wird dieses neue Sortiment sehr umfassend sein. Besondere Kennzeichen der Neuigkeiten werden nach Stümers Ausführungen das designorientierte Gehäuse und die neue Bedienoberfläche sein – Produkt-

„Bei Panasonic darf Mehrwert mehr kosten“

Panasonic GD93 wiegt nur 80 Gramm

Mit einem Gewicht von nur 80 Gramm gehört das neue Panasonic GD93 zu den leichtesten GSM-Handys weltweit. WAP-Browser 1.1, schlankes Design in Silber, ein mit sieben Farben beleuchtbares Display, Texteingabehilfe T9, Vibrationsalarm, selbstkomponierbare und aufnehmbare Ruftöne, die ebenso wie die Displayfarben bestimmten Anrufern oder Anrufergruppen zugeordnet werden können, sowie eine Freisprecheinrichtung mit Sprachsteuerung sind weitere Ausstattungsmerkmale. Darüber hinaus bietet das Dual Band-Handy die Möglichkeit, E-Mails zu senden, online zu empfangen und offline zu lesen.



ler beispielsweise unter anderem dadurch, daß wir einen eigenen, selbstentwickelten WAP-Browser verwenden. Wir haben damit Zugriff auf den Quellcode und können etwaige Programmverbesserungen und -weiterentwicklungen unkompliziert und sehr schnell einfließen lassen, ohne uns an einen Partner wenden zu müssen.“

Eine weitere Besonderheit des neuen Handys (siehe auch Kasten links) sei der integrierte 32 MB Speicher. Dieser Sorge für extrem schnelles WAP-Surfen im Internet, da einmal aufgerufene Seiten im Cache gelagert würden und beim erneuten Ansteuern nicht wieder komplett neu geladen werden müßten. Außerdem mache der Speicher die Handhabung von E-Mails komfortabler, da diese vom Server auf das Handy runtergeladen und dann offline, also ohne Telefongebühren zahlen zu müssen, gelesen werden könnten.

Die Innovationskraft zeige sich aber nicht nur bei GSM, stellte Stümer fest, sondern auch in den anderen Produktbereichen. Zum Beispiel bei DECT-Telefonen. Hier deckt die aktuelle Produktpalette mit sechs Modellen vom Einsteiger- bis zum Komforttelefon und einer Verkaufspreisspanne von 189 DM bis 369 DM einen großen Bereich ab. Besonderheit der einzelnen Modelle sei unter anderem das Vorhandensein einer Freisprecheinrichtung und einer Tastatur in der Basisstation. Stümer: „Jeder, der bei einem Anruf schon einmal verzweifelt das Mobilteil

merkmale, die sich an den bekannten GSM-Geräten anlehnen. Innerhalb der neuen Telefonserie sei das schnurlose ISDN-Modell hervorzuheben, das über eine serielle Schnittstelle und Modemfunktionalität verfüge. Stümer: „Damit hat der Anwender die Mög-



Henry Stümer, Leiter Telekommunikation Endgeräte, Vertrieb Communication Products, bei der Panasonic Deutschland GmbH.

lichkeit, sein Notebook mit dem ISDN-Netz zu verbinden und unabhängig von der Anschlußdose mit hoher Geschwindigkeit Daten zu verschicken oder im Internet zu surfen, solange er sich in Reichweite der Basisstation befindet.“ Weiteres Betätigungsfeld für die Verwirklichung innovativer Ideen stelle für Panasonic der Telefax-Bereich dar. „Im Einsteigersegment sind wir dort derzeit mit Thermotransfergeräten vertreten, die im Vergleich zu den meisten Modellen anderer Hersteller ebenfalls etwas mehr zu bieten haben und insgesamt ein bißchen besser sind“, betonte Stümer. Und auch

Erfolgreich auch mit Funksprechgeräten

Zu einem erfolgreichen Produkt für Panasonic haben sich schon kurz nach der Markteinführung Anfang des Jahres die Funksprechgeräte KX-TR325 und KX-TR320 entwickelt, die sich gleichermaßen an private wie gewerbliche Anwender und Outdoor-Aktivisten wenden. Sie ermöglichen gebühren- und vertragsfreie Kommunikation mit einer Reichweite bis zu drei Kilometern. Für die Kommunikation sind die Geräte mit einem Mikrofon und Lautsprechern ausgestattet, die sich wahlweise als Freisprechanlage oder Ohrhörer einsetzen lassen. Weiterhin verfügen die Funksprechgeräte über eine Ruffunktion mit fünf verschiedenen Klingeltönen und Vibrationsalarm. Die Gehäuse sind spritzwassergeschützt und besitzen ein gummiertes Griffprofil sowie eine einklappbare Antenne. 14



Funkkanäle und 38 ID Codes sorgen dafür, daß die Anwender nicht durch andere Funker gestört werden bzw. andere Funker nicht stören. Die Geräte werden mit drei Mignon-Batterien (Größe AA) betrieben und verfügen über eine Leistung von 500 Milliwatt.

hier wird es zur CeBIT 2001 etwas Neues geben. Stümer: „Wir werden unser Engagement im Bereich Laser- und Tintenstrahlfax intensivieren und erstmals ein Laserfax für Privatanwender vorstellen, das weniger als 1.000 DM kosten wird.“

Neben dem attraktiven Preis wird das Gerät auch durch Ausstattung und Bedienung eine besondere Stellung im Markt einnehmen. „Wir sind der Meinung, daß Multifunktionsgeräte nicht der richtige Weg sind, weil sie keine klaren Nutzungsschwerpunkte bieten“, erklärte der Vertriebsleiter. „Wir werden deshalb ein Gerät vorstellen, das nicht nur klein und handlich ist, sondern sich auch bedienen läßt wie ein Telefaxgerät und nicht wie ein Drucker oder Kopierer.“ Das solle jedoch nicht ausschließen, daß diese zusätzlichen Funktionen vorhanden seien.

In den bestehenden, vor allem aber in den neuen Produkten zeige sich die Panasonic Philosophie, bei der Entwicklung von Geräten stets den Nutzen für den Anwender in den Vordergrund zu stellen. „Wir wollen deutlich machen, daß Panasonic Produkte etwas Besonderes sind, daß sie einen Mehrwert für den Nutzer bieten“, so Stümer. „Deshalb akzeptiert der Kunde im Laden auch, daß Mehrwert bei Panasonic mehr kosten darf.“ Attraktive Verkaufspreise mit interessanten Margen sind die eine Seite, Abverkaufsunterstützung ist die andere. Doch hier gibt es für Panasonic ebenfalls keinen Grund, sich verstecken zu müssen. Von umfangreichen Produktinformationen, Promotions und der individuellen

Betreuung der Handelspartner durch sechs Gebietsverkaufsleiter über Publikumswerbung und einen ausgefeilten Internetauftritt bis zu funktionierenden Serviceleistungen und der Händler-Datenbank „Panapool“ reichen die Angebote, die dem Handel die Zusammenarbeit mit Panasonic angenehm machen. Herbert Päge



Mit Ausstattungsmerkmalen, die von GSM-Handys bekannt sind, wartet das neue DECT-Schnurlostelefon KX-TD7590 von Panasonic auf, das speziell für Telefonanlagen in Unternehmen entwickelt wurde. Dazu gehören beispielsweise Vibrationsalarm und ein Anschluß für eine Sprechgarnitur. Das kompakte Gerät (40 x 142 x 18 mm) bietet eine Reichweite von 50 Metern in Gebäuden und 300 Metern im freien Gelände. Bis zu zwölf Basisstationen können miteinander kombiniert werden, um den Anwendungsradius auszubauen. Die Mobilteile werden dann automatisch und unmerklich von einer Basisstation zur nächsten „weitergereicht“. Drei Tasten können vom Anwender individuell mit häufig eingesetzten Funktionen belegt werden, etwa Rufweiterleitung oder Abfrage der Mailbox. Der persönliche Rufnummernspeicher nimmt bis zu 100 Einträge, der zentrale Rufnummernspeicher bis zu 500 Einträge auf.

Canon setzt auf Qualität, Speed und niedrige Kosten

Bubble Jet-Printer mit High Colour-Tinten



Canon S450

Fünf neue Bubble Jet-Tintenstrahldrucker, ausgerüstet mit einer neuen High Colour Tintengeneration, stellte Canon im November letzten Jahres auf einer Pressekonferenz vor. Sie

markieren den Anfang einer Strategie, mit der das Unternehmen die Marktführerschaft in den Bereichen PC-Drucker, Fotodrucker und im PC-losen Druckermarkt anstrebt. Hiroshi Nitanda, Chief Executive, BJ Products Operations der Canon Inc., erläuterte, wie Canon dieses Ziel erreichen will. Die Redaktion von PoS-MAIL war dabei.

Bereits im Oktober letzten Jahres hatte Canon Tokio erklärt, daß innerhalb der nächsten drei Jahre eine Summe von fünf Milliarden US-Dollar in die Produktbereiche Bubble Jet-Drucker, Digitalkameras, digitale Camcorder und in die Halbleiter-Technik investiert werden solle. Dabei habe man das Ziel vor Augen, „den Verbrauchern Produkte anzubieten, die sich durch die Faktoren Druck-Geschwindigkeit, Qualität der Ausdrucke, niedrige Produktionskosten und Miniaturisierung auszeichnen“, bekräftigte Nitanda anlässlich des Pressetermins im November die Strategie seines Unternehmens. Anschließend präsentierte er den Prototyp einer Digitalkamera mit integriertem Bubble Jet-Drucker, um die Kompetenz und die Möglichkeiten Canons auf dem Gebiet der Miniaturisierung zu unterstreichen.

Mit den vorgestellten neuen Druckern deckt Canon vom beruflichen Einsatz bis zum Foto-Druck unterschiedliche Anwendungsgebiete ab.

Alle Drucker sind mit einer neuen Generation von High Colour-Tinten ausgestattet, die für ausgewogene und besonders natürliche Farben sorgen. Die Konsistenz der neuen Tinte sorgt für eine sehr hohe optische Dichte,

was zu einem kräftigen und intensiven Druckergebnis führt. Darüber hinaus trägt bei allen Druckern Canons Single Ink Technologie, bei der einzelne Farbtanks ausgetauscht werden können, zu einem sparsamen Verbrauch der Tinten bei.

S400

Eine Auflösung von 1.440 x 720 dpi bietet der vielseitig einsetzbare S400. Er druckt bis zu vier Farb- und bis zu neun Schwarzweißseiten in der Minute. Für Schwarzweiß-Texte wird pigmentierte Tinte eingesetzt, damit Text und Strichzeichnung präzise



„Canons Ziel ist es, Qualität, Geschwindigkeit und bezahlbare Produkte in den Markt zu bringen“, erklärte Hiroshi Nitanda.

wiedergegeben werden können. Optional ist für den S400 ein Farb-Scankopf erhältlich, mit dessen Hilfe der Drucker in einen Farbscanner verwandelt werden kann. Der mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstete Drucker läßt sich sowohl mit PC- als auch mit Macintosh-Computern einsetzen. Lieferbar ist der S400 ab Februar 2001. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis lautet 249 DM.

S450

Der passende Partner für den Druck von privater



Canon S450

und geschäftlicher Korrespondenz ist Canons S450. Er bewältigt sieben Farb- und zehn Schwarzweißseiten in der Minute und druckt dabei Dokumente in einer Qualität von 1.440 x 720 dpi aus. Für Anwender, denen vier Farben nicht ausreichen, bietet Canon optional den Foto-Druckkopf BC-32e an. Mit ihm druckt der S450 dann anstatt mit vier mit sechs Farben. Besonders beim Fotodruck wirken dadurch Hauttöne noch natürlicher und Farbübergänge weicher. Auch der S450 ist mittels optional erhältlichem Farb-Scan-Kopf als vollwertiger Farbscanner einsetzbar.

Ab 1. Februar 2001 ist er lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 349 DM.

S4500

Viel Format bietet Canons A3-Drucker S4500, der in erster



Canon S800

Linie grafisch orientierte Berufszweige anspricht, obwohl das A3-Format auch innerhalb der Bürokommunikation immer beliebter wird. Der Drucker schafft sechs farbige A4-Seiten und neun Seiten in Schwarzweiß pro Minute. Auch dieser Drucker ist mit den Canon-eigenen Innovationen wie den High Colour-Tinten, Single Ink-Technologie und Aufrüstmöglichkeiten mit Foto-Druckkopf und Farb-Scan-Kopf ausgestattet. Der Liefertermin für den S4500 ist ebenfalls 1. Februar. Er kostet 799 DM (UVP).

S600

Der S600 von Canon ist ein 2.400 dpi-Drucker, der Geschwindigkeiten von zehn Farb- und 15 Schwarzweißseiten pro Minute erreicht. Für diese hohe Seitenleistung ist der hochauflösende Druckkopf verantwortlich, der mit 1.200 dpi in einem einzigen Druckdurchgang Tinte zu Papier bringt. Beim Farbdruck setzt der S600 fünf Pictoliter kleine Tintentröpfchen ein und erreicht eine Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi. Canons Microfine Droplet Technology sorgt zusammen mit den neuen Tinten für ausgewogene und natürlich wirkende Farben.

Laut Aussage von Canon behalten Ausdrucke, die auf dem Canon Professional Photo Paper PR-101 erstellt wurden, unter bestimmten Lagerungs- und Präsentationsbedingungen gemäß der unabhängigen Wilhelm Imaging Research Inc. eine Lichtechtheit von 26 bis 28 Jahren. Somit läßt

sich der S600 auch für Archivierungsaufgaben einsetzen. Er ist ab Anfang April 2001 erhältlich und kostet 499 DM.

S800

Speziell für den Fotodruck wurde der mit sechs Druckfarben arbeitende S800 konzipiert. Dank der Canon Advanced Microfine Droplet Technology, bei der bis zu 42 Tintentröpfchen (4 Pictoliter klein) übereinander mit 49 möglichen Farbabstufungen pro Pixel ausgegeben werden können, bietet er eine praktisch kornfreie Bildqualität mit ausgewogenen Mitteltönen. Der Drucker, der mit einer Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi arbeitet, benötigt für einen Fotoausdruck im Format



Canon S600

A4 knapp zwei Minuten. Auch für Ausdrucke des S800 wird unter den bereits oben genannten Bedingungen eine Lichtechtheit von bis zu 28 Jahren bescheinigt. Die Treibersoftware für PCs und Mac bietet mit der Photo Optimizer Pro-Funktion die Möglichkeit, eine mehrdimensionale Farbkorrekturfunktion anzuwenden.

Ab 1. März ist der S800 lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 899 DM. höl

Samsung steigt ins GPRS-Zeitalter ein

Samsung Electronics hat ein weiteres Tor zur Zukunft der mobilen Telekommunikation aufgestoßen: Im Frankfurter Loft House stellte das Unternehmen nicht nur sein erstes GPRS-Handy SGH-Q100 vor (siehe Kasten unten), sondern erläuterte unter dem Motto „Faster means more“ auch die zukünftigen Möglichkeiten des neuen Übertragungsstandards General Packet Radio Service und dessen Nutzen für den Anwender.

„Das GPRS-Zeitalter hat vor wenigen Tagen begonnen. GPRS bildet eine Brücke zum künftigen Mobilfunknetz UMTS, und Samsung Electronics ist mit dem neuen SGH-Q100 von Anfang an dabei“, erläuterte Harry Nemnich, Senior National Sales Manager Telecommunications bei Samsung Electro-

nics. „Mit dem neuen Handy stellen wir bereits heute ein Gerät vor, das die Ausstattung für den mobilen Lifestyle von morgen bietet.“ Daran, daß Mobilität und die mobile Telekommunikation zu den wichtigsten Faktoren zukünftigen Lebens zählen, gibt es für Nemnich keinen Zweifel. Das Surfen im In-



Harry Nemnich, Senior National Sales Manager Telecommunications bei Samsung Electronics

ternet, zum Spaß, zum Herunterladen von Dateien oder zum Abschluß von Geschäften wird das alltägliche Kommunikationsverhalten nach Nemnichs Ausführungen ebenso bestimmen wie Video-on-Demand, interaktive Online-Spiele, Voice Mail oder der Versand von Bilddateien, Grafiken und umfangreichen Textdateien – und zwar zu jedem Zeitpunkt und von jedem Punkt der Erde aus, der Empfang bietet.

„GPRS ermöglicht Übertragungsgeschwindigkeiten von maximal 115 kbps“, so Nemnich. „Damit bildet der Standard einen Meilenstein in der Zukunft der mobilen Telekommunikation.“ Das Handy werde sich zum Kommunikationsterminal Nummer eins entwickeln, und der Samsung Konzern habe als Global Player eine hervorragende Ausgangsposition inne, „um seine Marktstellung weiter auszubauen, wenn die Karten auf dem europäischen Tk-Markt neu gemischt werden“.

Mit dem GPRS-Handy SGH-100 bringe Samsung als einer der ersten Hersteller ein Class-8-Gerät auf den Markt, das bereits in der Anfangsphase der neuen Technologie die derzeit höchste Übertra-



Im Rahmen der Präsentation in Frankfurt zeigte Samsung Electronics die neuen mobilen Kommunikationsgeräte, mit denen der Anwender weit mehr machen kann, als nur zu telefonieren. Fotos (5): hepä

SGH-N100: Eines der leichtesten WAP-Handys

Mit dem SGH-N100 hat Samsung Electronics eines der derzeit leichtesten WAP-Handys ins Programm aufgenommen. Mit den Abmessungen 42 x 105 x 17,5 Millimeter wiegt das kleine Gerät lediglich 83 Gramm. Neben dem geringen Gewicht bietet das SGH-N100 zahlreiche Komfortfunktionen. So lassen sich zum Beispiel per Sprachsteuerung 20 Funktionen aufrufen – vom Internet-Zugang über Terminplaner und Rechner bis zu Spielen. Auch das Telefonieren wird durch die Spracherkennung vereinfacht: Über die Voice-Dialing-Funktion wählt das fax- und datenfähige Handy die gewünschte Nummer aus dem integrierten Telefonbuch. Das beleuchtete Grafikdisplay wartet mit 128 x 64 Pixeln auf und macht Texte bis zu drei Zeilen à 16 Zeichen sichtbar. Das Schreiben von Texten wird durch die automatische Worterkennung T9 vereinfacht. Das Personal Information Management bietet neben einem Kalender und To-do-Listen auch eine Memofunktion. Weitere Ausstattungsmerkmale sind programmierbare Ruftonkombination, Taschenrechner, Alarm- und Weck-einstellungen, Vibrationsalarm und elf Spiele. Die Gesprächszeit beträgt bis zu fünf Stunden, im Stand-by-Modus bleibt der Anwender bis zu 150 Stunden ohne Unterbrechung erreichbar. Das SGH-N100 ist in den Farben Anthrazit, Weinrot, Metallicblau und Metallicgrün ab sofort lieferbar.



gungsgeschwindigkeit ermöglichen könne. „Im kommenden Jahr werden weitere Innovationen folgen“, versprach Nemnich. „So plant Samsung beispielsweise im Herbst 2001 die Einführung eines Class-10-Handys.“

Mit dem neuen Mobiltelefon bleibt Samsung seiner Philosophie treu, immer Produkte „von oben nach unten“ einzuführen. Denn auch das SGH-Q100 ist ein High-End-Gerät, das sich vor allem an Vieltelefonierer und Business-Kunden wendet. Nemnich: „Auch bei GPRS ist denkbar, daß wir einfachere Modelle auf den Markt bringen, aber zunächst einmal wollen nicht nur wir mit den Geräten Geld verdienen, sondern wir wollen auch unseren Partnern im Handel die Chance dazu geben.“

Zukunftsforscher und Autor Dr. Rolf Homann unterstrich als Gastredner Nemnichs Erwartungen an die Entwicklung der mobilen Kommunikation. Er betonte, daß sich in den kommenden Jahren bedeutende Änderungen in der Lebensgestaltung der Menschen ergeben würden, die mobile Telekommunikation erst ermöglichen. Die Grenzen zwischen den heute noch in den meisten Fällen klar definierten Bereichen Arbeit, Freizeit und Weiterbildung würden sich bis auf wenige



Dr. Rolf Homann, Zukunftsforscher und Autor

Nischen auflösen. „Grundvoraussetzung für die neue Lebensweise ist die Möglichkeit, immer erreichbar zu sein und von jedem Ort aus kommunizieren zu können“, meinte Homann. „Weit über 90 Prozent der Telekommunikation wird mobil erfolgen, und zwar mit winzigen Geräten, im Vergleich zu denen die heutigen riesengroß und unhandlich sind.“

Mit der verkleinerten Bauweise werde die „Intelligenz“ der Computer zunehmen, stellte Homann fest. Spracherkennung und Sensoren werden dazu beitragen, dem Menschen das Leben zu erleichtern und viele Dinge automatisiert zu erledigen, die heute noch aktives Handeln voraussetzen. Homann: „Durch die Verbindung von Daten und Sprache sowie die hohe Geschwindigkeit stellt GPRS einen wichtigen Schritt in diese Zukunft dar.“ Herbert Päge

Samsung stellt neues Class-8-GPRS-Handy vor

Samsung Electronics hat das neue GPRS-Mobiltelefon SGH-Q100 vorgestellt, das Anfang 2001 lieferbar sein wird. Als Class-8-Handy nutzt das Gerät bis zu vier Empfangskanäle. Damit schöpft das SGH-Q100 die gesamte Bandbreite der neuen Übertragungstechnologie aus und ermöglicht den Datentransfer mit einer maximalen Geschwindigkeit von 115 kbps. Dies ist fast zwölfmal schneller als die derzeit gebräuchliche Übertragungsgeschwindigkeit in GSM-Netzen und fast doppelt so schnell wie ISDN. Darüber hinaus ist das Mobiltelefon auch faxfähig.

Neben der hohen Geschwindigkeit beim Datentransport zeichnet sich das neue Samsung Handy durch eine durchdachte Bedienung und Menüführung sowie umfangreiche Organizer-Funktionen aus, die vor allem anspruchsvolle Vieltelefonierer und Businesskunden ansprechen sollen. Die bedienerfreundliche Konzeption spiegelt sich unter anderem sowohl in einem Knopf wider, mit dem das Internet direkt angesteuert werden kann, als auch in der Multifunktions-taste. Sie erlaubt es dem Anwender,

bequem mit einem Finger durch das übersichtliche Grafikdisplay zu scrollen und den Cursor in vier Richtungen zu bewegen. Grafische Elemente werden im beleuchteten 128 x 128 Pixel-Display in vier hochauflösenden Graustufen dargestellt. Texte (zum Beispiel beim Schreiben von E-Mails oder SMS) erscheinen in sechs Zeilen à zwölf Zeichen auf dem Monitor. Weitere Ausstattungsdetails sind die Schnell-Text-Funktion T9, Infrarot-Schnittstelle, Vibrationsalarm und Personal Information Management mit Kalender, To-do-List und

Alarmfunktion. Außerdem haben Anwender die Möglichkeit, individuelle Rufton-Melodien zu komponieren. Das High-End-Gerät ist mit einem Slim-Akku ausgestattet, wiegt 85 Gramm und hat die Abmessungen 42 x 112 x 18,5 Millimeter (B x H x T).



Philips erneuert PC-Kamera-Reihe mit:

„ToUcam“

Mit vier neuen Modellen der neuen PC-Videokamera-Reihe „ToUcam“ (to you camera) erneuert Philips sein mit der „Vesta“-Serie überaus erfolgreiches Sortiment an digitalen PC-Kameras. Alle vier ToUcam-Modelle mit dem originellen, aufmerksamkeitsregenden Design sind auf dem Markt verfügbar.

Die neue ToUcam Reihe umfaßt vier Modelle mit unterschiedlicher technischer Ausstattung und in unterschiedlichen Farben in der Preisklasse zwischen DM 99,- bis DM 249,-. Sofort ins Auge fällt das gefällige, gegenüber den Vorgängermodellen noch kompaktere Design. Das Kameragehäuse ruht auf drei flexiblen Beinen, die zur Positionierung und zur schnellen Befestigung an TFT/LCD-Monitoren oder Laptop-Displays ideal geeignet sind und den Kameras eine cartoonähnliche Persönlichkeit verleihen. Alle vier Modelle sind

mit einer schnellen USB-Schnittstelle ausgerüstet, was die Übertragung von Life-Pictures mit hoher Auflösung ermöglicht. Die Modelle sind in der technischen Ausstattung und in unterschiedlichen Farben abgestuft:

ToUcam Pro

Das creme-gelbfarbene Top-Modell der Reihe schafft mit einem hochempfindlichen CCD-Sensor und der von Philips entwickelten Noise Reduction Technologie bis zu 60 Bilder pro Sekunde mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln und ermöglicht damit echte, nicht mehr ruckelnde Motion Pictures. Die Standbildqualität übertrifft mit 1280 x 960 Pixeln die Leistung diverser Digitalkameramodelle. Originell und schon fast eine Garantie für lächelnde Gesichter auf den aufgenommenen Bildern ist die sprachgesteuerte Schnappschuß-Funktion: Wenn das eingebaute Mikrofon das gesprochene Wort „Cheese“ empfängt, löst es eine Aufnahme aus.



ToUcam Fun

Die ToUcam Fun unterscheidet sich von der ToUcam Pro durch eine grau-rote Farbkombination, eine maximale Bildrate von 30 pro Sekunde und der Standbildauflösung von 800 x 600 Bildpunkten.

ToUcam XS

Als Einsteiger-Kamera konzipiert, löst auch die ToUcam XS bis zu 30 Bilder pro Sekunde mit 320 x 240 Pixeln auf und fertigt Standbilder mit der Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten an. Die ToUcam XS verfügt über kein Mikrofon.

ToUcam Pro Scan

Im Januar 2001 kommt mit der ToUcam Pro Scan dann eine PC-

Kamera auf den Markt, die außer den Eigenschaften der ToUcam Pro auch über die Funktionen eines vielfältig einsetzbaren Scanners verfügt. Mittels eines weit ausladenden mitgelieferten Stativs kann die Pro Scan über Vorlagen und Bücher plaziert werden, so daß sich die Vorlagen von Scan zu Scan einfach auswechseln oder umblättern lassen. Eine mitgelieferte OCR-Software ermöglicht unter Windows sogar das Verschieben von gescanntem Text durch Drag and Drop innerhalb von Dokumenten. Auch die Pro Scan ist wie die ToUcam Pro creme-gelb. Alle Modelle sind mit umfangreicher Software ausgestattet. Dazu gehören ein



Video Game, Programme für die Bildbearbeitung, für Video-Mails und -Conferencing sowie Video-Chatting. Für den Einsatz der ToUcams im Internet werden Applikationen wie Webcam, Video Chat und Videoconferencing mitgeliefert. Die ToUcam Fun und ToUcam Pro enthalten auch Anwendungssoftware für Macintosh Computer. *evo*



Preise:

ToUcam Pro: UVP DM 199,-
ToUcam Fun: UVP DM 149,-
ToUcam XS: UVP DM 99,-
ToUcam Pro Scan: DM 249,-.

Philips und LG Electronics fusionieren bei Bildröhrenherstellung

Royal Philips Electronics, Niederlande, und LG Electronics, Südkorea, gaben Ende November 2000 ihre Absicht bekannt, die gesamten weltweiten Bildröhrenaktivitäten beider Unternehmen in einem neu gegründeten Unternehmen zusammenzufassen. An der neuen Firma werden Philips und LG je einen 50:50-Anteil halten. Es wird damit gerechnet, daß die erforderlichen Prüfungs- und Genehmigungsverfahren sowie die beiderseitigen Verhandlungen in der ersten Hälfte des Jahres 2001 abgeschlossen werden können. LG Electronics wird im Rahmen dieser Transaktion von dem neuen Unternehmen eine Ausgleichszahlung in Höhe von 1,1 Milliarden US Dollar erhalten, um den Wertunterschied zwischen den jeweils eingebrachten Aktivitäten auszugleichen. Das neue Gemeinschaftsunternehmen wird weltweit Marktführer bei der Entwicklung und Herstellung von Bildröhren sein.

Das gemeinsame Joint-venture von Philips und LG Electronics umfaßt die gesamten weltweiten Aktivitäten und Produktionsstätten für Fernsehbildröhren und CRT-Monitor-Röhren sowie die zur Herstellung erforderlichen Schlüsselkomponenten. Darüber hinaus haben die beiden Firmen vereinbart, auch sämtliche Aktivitäten auf den Gebieten von Glas- und Plasma-Technologie in das gemeinsame Unternehmen einzu-

bringen, das mit circa 36.000 Beschäftigten und einer jährlichen Umsatzerwartung von 6 Milliarden US Dollar die Position eines weltweiten Marktführers bei der Bildröhrenherstellung einnehmen wird. Nach der bereits seit einiger Zeit bestehenden Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Active Matrix Liquid Crystal Displays in Form der LG/Philips LCD CO ist dies bereits der zweite Zusammenschluß von Produktions- und

Entwicklungs-Aktivitäten der beiden Partner. Mit Hinblick darauf erwägt Philips nach eigener Aussage außerdem, in größerem Umfang durch den Kauf von Vorzugsaktien in das Unternehmen LG Electronics zu investieren. Obwohl von keiner Seite Worte wie Zusammenschluß oder Übernahme benutzt wurden, zeichnet sich deutlich ab, daß Philips sich mit diesem „Zusammenrücken“ für die zu erwartende Nachfrage auf den asiatischen Wachstumsmärkten positionieren will, wobei ein Hot Spot auf der Volksrepublik China liegen dürfte. Darauf deutet auch die Wahl von Hongkong als Standort für das Hauptquartier des neuen Unternehmens hin, während der rechtliche Firmensitz des gemeinsamen Unternehmens in den Niederlanden liegen wird. Philips belegt schon bisher bei der Fernröhrenfertigung Platz eins in der Weltrangliste und liegt auf Platz fünf bei Bildröhren für Datenmonitore. An zwölf ver-

schiedenen Produktionsstandorten in Europa, Nord- und Südamerika sowie in China und weiteren asiatischen Ländern erwirtschaftete Philips 1999 mit 24.000 Beschäftigten einen Umsatz von 3 Milliarden US Dollar in dieser Produktparte. Der erzielte Gewinn lag bei 157 Millionen US Dollar. Der Joint-venture Partner LG Electronics ist der zur Zeit weltweit drittgrößte Hersteller von Bildröhren für TV-Geräte und Computer-Monitore und Marktführer bei Bildröhren für Computer-Monitore. Mit fünf hochmodernen Produktionsstätten in Asien und 12.000 Beschäftigten erreichte LG Electronics 1999 einen Umsatz von 2.2 Milliarden US Dollar und erzielte einen Gewinn von 357 Millionen US Dollar. Das neue Philips/LG Electronics Joint-venture führt die Marktführerschaft von Philips bei Fernsehbildröhren und von LG Electronics bei Datenmonitoren zusammen und vereinigt damit den jeweils bestehenden hochmoder-

nen Technologiestand bei der Entwicklung von Bildröhren und Fertigungsmethoden. Aus der Verbindung der Vorreiterrolle der LG Electronics im asiatischen Raum und den starken Marktpositionen von Philips in Europa, Nord- und Südamerika und China erwächst die Fähigkeit zu einem koordinierten weltweiten Marketing und der Bündelung innovativer Kräfte zwecks Durchsetzung gemeinsamer Ziele. Gerhard Kleisterle, Executive Vice-President und Chief Operating Officer von Royal Philips Electronics, unterstrich in einer Mitteilung u. a. die guten Beziehungen und Erfahrungen, die Philips in der bisherigen Kooperation mit LG bei LCD/TFT Bildschirmen gewonnen hat und begründete die eingegangenen Partnerschaften mit der strategischen Konzentration auf wachstumsintensive digitale Märkte. John Koo, Vice Chairman und CEO von LG Electronics, sieht die Vorteile der geschmiedeten Allianz in der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit in einem harten Kampf um Märkte und Marktanteile, in dem man die aus der Partnerschaft mit Philips erwachsenden Synergien vorteilhaft zum Tragen bringen könne. *evo*

Die Zukunft der LCD TV's hat schon begonnen!

Das Jahr der Jahrtausendwende wird in die Chronik der technischen Entwicklungen auch als Zeitpunkt eingehen, ab dem die ersten flachen TFT/LCD Fernsehgeräte die Serienreife erreichten und begannen, sich neben den noch dominierenden Röhengeräten einen Platz im Marktgeschehen zu sichern. Die plane und flache Bildfläche, die man wie ein gerahmtes Bild an die Wand hängen oder, von einer eleganten graziolen Konsole gehalten, auf einem Schreibtisch oder Möbelstück plazieren kann, begegnete uns bisher nur als Attrappe in Science Fiction Filmen. Dies verschaffte den zierlichen flachen LCD TV-Geräten, die nun zu Preisen im gehobenen Bereich erworben werden können, ein futuristisches, die Aufmerksamkeit auf sich ziehendes High-Tech-Flair. Ein Stück Zukunft ist sozusagen wahr geworden.

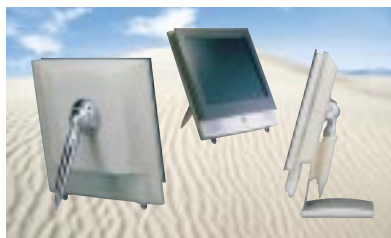
Seien wir ehrlich, zu den exzellenten Bildeigenschaften moderner Fernsehgeräte und den Nachrichten aus unserer technisierten globalen Welt des einundzwanzigsten Jahrhunderts, die wir auf dem Bildschirm betrachten, will der große, plumpe, oft mit großem Aufwand stilistisch kaschierte Rucksack hinter der Bildfläche einfach nicht mehr passen. Schwer sind die Röhengeräte konventioneller Art, sehr schwer. Das weiß jeder, der schon mal ein Gerät in der 70-cm-Klasse bewegt hat. Man kann sie nur auf einem entsprechend soliden Unterbau aufstellen. Wie erlesene Schmuckstücke wirken dagegen die ersten LCD TV-Modelle von LG Electronics und Sharp, die PoS-MAIL zur Ansicht zur Verfügung standen. Geringer Energieverbrauch und konstruktionsbedingt absolute Strahlungsfreiheit sind die weiteren Vorteile, die LCD-TV's für sich ver-

buchen können. Die Zukunft hat aber auch ihren Preis. Der rasche Abverkauf der ersten Lieferungen zeigt jedoch, daß die Käufer die Vorteile dieser neuen TV-Geräteklasse zu honorieren wissen.

Multitalent: LE-15 A 10 – LCD-TV von LG Electronics

Hochwertig und gediegen wirkt der sandwichartig aufgebaute, dezent getönte flache Rahmen des TFT/LCD-TV-Geräts mit einer Bild-diagonalen von 15,1 Zoll (38cm). Der LE-15 A 10 von LG Electronics stellt alle Funktionen eines hochwertigen TFT/LCD-Datenmonitors bereit, ist aber gleichzeitig auch ein mit einem digitalen Fernsehempfangsteil ausgerüstetes TV-Gerät mit integrierten Stereolautsprechern und Eingängen für diverse Videosignale optional anschließender Programmquellen, wie z. B. DVD-Player, Video-Kameras und Videorecorder. Das 4,9 kg leichte, flache Gerät läßt sich dank einer ausgeklügelten Konstruktion auf drei verschiedene Arten im Blickfeld des Betrachters positionieren: Wie ein Bilderrahmen mit Aufstellvorrichtung kann der LE-15 A 10 leicht geneigt auf drei Punkten ruhen, nämlich auf zwei direkt unter dem Display angebrachten kleinen Chromkappen, die an ihrer Spitze mit rutschfesten Gummi-Pads ausgerüstet sind, und einer auf der Rückseite mit einem Kugelgelenk befestigten verchromten beweglichen Metall-Stütze, die wahlweise auch wie ein Dorn in einen mitgelieferten Standfuß gesteckt werden kann, in dem das Gerät dann leicht federnd ruht. Die dritte Möglichkeit besteht darin, das Gerät einfach flach wie ein Bild an die Wand zu hängen. Die technischen Daten und Betriebsarten erschließen dem Benutzer ein multifunktionales System: Bei einem Kontrastverhältnis von 200:1 beträgt die natürliche Auflösung 1024 x 768 Bildpunkte (XGA). Kleinere Auflösungen werden extrapoliert. Fernsehsignale werden auf Dis-

playgröße konvertiert. Der große Betrachtungswinkel umfaßt 120° horizontal und 90° vertikal. Es können alle digitalen Free-TV Stationen empfangen werden und Pay-TV über Settop-Box. 100 Programmspeicherplätze, Auto-Off-Timer, Top-Videotext und automatische Lautstärkeanpassung, Kindersicherung und Kopfhöreranschluß runden die reiche Ausstattung ab. Im unteren Vorderrahmen befinden sich versenkte Soft-Touch Sensor-Bedienfelder. Eine drahtlose Fernbedienung



gehört zum Lieferumfang. Das dargestellte Bild ist bei Monitorbetrieb scharf konturiert und flimmerfrei. Dafür sorgt die bequeme Autokonfiguration. Das Fernsehsignal wird mit guter Farbsättigung und natürlichen Farbtönen dargestellt. Sehr schnell gewöhnt man sich an die leichte Handhabung, das hervorragend klare Bild und den geringen Platzbedarf dieses LCD-TV's von LG Electronics.

Elegant: Sharps Erster einer neuen Klasse

Gerade auf den Markt gekommen, war die erste Liefertranche des 12 Zoll (30,7cm) LCD-Fernsehgeräts von Sharp mit der Typenbezeichnung LC-12 A 2 E bereits ausverkauft. Das ist verständlich, wenn man das matt silberne schimmernde, elegante Gerät vor sich stehen sieht. Mit einer Auflösung von 640 x 480 und 921.600 Pixeln sowie



der ausgezeichneten Helligkeit von 400 cd/m² wird eine natürliche, farbenfrohe Darstellung des Bildinhalts erzielt. Ein eingebauter Fernsehtuner empfängt die Stationen des VHF-UHF-Bandes. Satellitentuner oder eine Settop-Box sowie DVD-Player oder Videorecorder werden über die rückwärtigen, unter einer abnehmbaren Abdeckung verborgenen Multinorm-Eingänge angeschlossen: AV/Audio1 IN, S-Video, Component-Video, AV/Audio2 IN, (vergoldete Cinch-Buchsen). Unterstützt werden die Video-Normen PAL/SECAM/NTSC. Der Bildschirm läßt sich auf dem kreisförmigen Standfuß um jeweils 45° horizontal schwenken und vertikal ankippen, um den optimalen Sichtwinkel zu justieren. Ohne Standfuß betragen die Abmessungen 298 x 295 x 45,3 mm (B/H/T), bei einem



Gewicht von 2,2 kg. Der LC-12 A 2 E kann über ein mitgeliefertes Netzteil an 250 V Wechselspannung betrieben werden, ist aber durch seine 12 V Gleichspannungsversorgung auch im mobi-

len Betrieb zu nutzen. Der Energiebedarf liegt bei 29 Watt. Bereits Ende Dezember 2000 wurde die Reihe durch ein 15-Zoll-Gerät nach oben erweitert (LC-15A2E). Gegen Ende des ersten Quartals 2001 soll das 20-Zoll-Gerät verfügbar sein. Die Krönung der Reihe, das 71 cm (20 Zoll) LCD-Fernsehgerät, soll auf der IFA 2001 vorgestellt werden.



Neuartige LCD-Fernseh-bildschirme von Sharp und Loewe

Die Loewe AG und das Unternehmen Sharp werden künftig bei der Entwicklung und Produktion neuartiger LCD-Flachbildschirme für TV-Geräte zusammenarbeiten. LCD-Fernsehgeräte basieren zur Zeit auf der für Daten-Monitore ausgelegten Auflösung der Displays. Die TV-Auflösungen werden auf die Displaygröße konvertiert. Das wollen Sharp und Loewe ändern, indem sie die LC-Displays gezielt auf die spezifischen Anforderungen des Fernsehbildes optimieren. Die langfristig vereinbarte Kooperation wird sich auf Produkte im High-End-Segment erstrecken. Ende 2000 hat Loewe bereits ein 15 cm LCD-Fernsehgerät vorgestellt. evo

Comdex Fall 2000 – der Glanz wird matter

Wie jedesmal seit nunmehr 20 Jahren eröffnete auch im letzten Jahr Mitte November die Comdex Fall im Spielerparadies Las Vegas ihre Tore. Warum dieses Ereignis noch immer von den amerikanischen Medien als „Größte Computermesse der Welt“ gefeiert wird, bleibt offen und ist nur mit amerikanischem Nationalstolz zu erklären.

Für die Veranstaltung im Jahr 2000 hatten sich 2.300 Aussteller angesagt, die nach den Aussagen der Messeleitung 100.000 erwarteten Besuchern ihre Produkte vorstellen und zeigen wollten. Selbst die Systems in München übertrifft diese Beteiligungen mit Leichtigkeit. Einen Vergleich mit der CeBIT mag man im Interesse der zwischenstaatlichen Beziehungen gar nicht erst wagen. So lag denn auch die Bedeutung der Comdex in den vergangenen Jahren mehr in der Tatsache, daß nahezu alle Firmen der Branche den Las Vegas-Termin für die Vorstellung ihrer Produktneuheiten und die Verkündung neuer Trends nutzten. Die Comdex hatte in dieser Beziehung absolute Priorität vor anderen Terminen und trug deshalb lange Zeit zumindest die Bezeichnung „Wichtigste Com-



Größte Computermesse der Welt?

Veranstalter auch durch Umbenennung in „Com.dex“ keinen Glanz verleihen konnten. Ausgliedert und in einer eigenen Veranstaltung organisiert wurde die Linux Gemeinde in der angehängten „Linux Business Expo“, ähnlich wie auch mit dem Areal für das Internet und die „Information Appliances“ verfahren wurde. Freie Journalisten benannte man im Zeichen des Internets konsequent von Freelancern zu „E-Lancern“ um.

„And the Winner is...“

Traditionell werden zum Ende der Comdex durch eine Jury von Fachjournalisten die Besten der auf der Comdex vertretenen oder im Umfeld der Ausstellung präsentierten Produkte prämiert. Dabei wurde zum ersten Mal kein Betriebssystem prämiert, weil trotz des zyklischen Outputs von Microsoft zum Zeitpunkt der Comdex nichts wirklich Neues vorgestellt werden konnte. Deshalb richtete die aus zwölf Journalisten bestehende Jury kurzentschlossen eine neue Kategorie mit dem Titel „Vision of the Future“ ein. Den Preis in dieser neuen Kategorie erhielt überraschenderweise

Microsoft für das von Bill Gates enthusiastisch vorgestellte Konzept eines „Tablet PC’s“. Es gab nach dieser Entscheidung zwar einige kritische Stimmen, die daran erinnerten, daß diese „Zukunftsvision“ schon 1991 auf der Comdex mit einem Preis geehrt wurde. Damals stellte die Firma Go ein solches Gerät auf der Comdex vor. Erfolglos blieb leider der Schwede Anoto Pen mit seiner vorgestellten, vielfach gelobten, aus einem Notizblock aus Papier mit Stift bestehenden Hardware. Der Grafik-Chip Hersteller Nvidia wurde in der Kategorie „Mobile Systeme“ für seine Grafiklösung für Laptops „GeForce 2 Go“ mit dem ersten Preis bedacht. Auf den ersten Platz der Kategorie „Online Dienste“ wurde das US-Unternehmen Ricochet gekürt, welches in den USA einen leistungsfähigen

drahtlosen Internetzugang anbietet. Compaq konnte in der Kategorie Business-Products für seinen Projektor MP 2800 den Award erringen. Den begehrten ersten Preis „Best of Show“ konnte der Microsoft-Rivale AOL für die Internet-Hardware „Connected Touch Pad“ erringen. AOL hatte dieses Internet Device als Surf Terminal für den Zugang zum AOL Online Dienst zusammen mit Gateway einen Tag vor der Comdex in New York vorgestellt. Microsoft holte als einziger Preisträger seine Trophäe nicht ab. Mehrere Unternehmen, unter ihnen Compaq, Fujitsu-Siemens, Hitachi und Toshiba, haben ihre Bereitschaft signalisiert, auf der Grundlage der Microsoft-Spezifikationen einen Tablet PC, ähnlich dem von Microsoft vorgestellten Prototyp, zu bauen.

Kampf um den höchsten Prozessor-takt tobt weiter

Weil Intel bereits zu Beginn der Comdex die Vorstellung seines Pentiums 4 mit 1,4 GHz und 1,5 GHz Taktfrequenz für den 20. November 2000 angekündigt hatte, zeigte AMD privilegierten Journalisten in einem verborgenen Kabinett schon einen Prototyp der AMD Palomino CPU mit 1,5 GHz in Betrieb, allerdings in einem geschlossenen Rechnergehäuse. Nach Aussage der AMD Techniker gibt sich die 1,5 GHz Palomino CPU mit einem normalen Mainboard und handelsüblicher Kühlung zufrieden. Wie zwischenzeitlich AMD verlautbarte, soll der Palomino im ersten Quartal 2001 in Serie gehen und ab dem zweiten Quartal 2001 die 1,5 GHz-Spezifikationen erfüllen. Auch 2 GHz-Prozessoren will AMD in Dresden ab der ersten Jahreshälfte 2002 fertigen (Codename „Hammer“). AMD wird die Reinraumflächen vergrößern und plant, die Anzahl der Mitarbeiter, die inzwischen auf 1400 angewachsen ist, im Zuge dieser Maßnahmen weiter zu erhöhen. Auch die Um-

stellung der Fertigung auf 0,13 m Technologie soll in Dresden vollzogen werden. Gerüchtweise hieß es, daß AMD auf die für den 10.12.2000 von Intel angekündigten Preissenkungen am 14.12. mit geeigneten Maßnahmen antworten würde. So sollte dann z. B. der Endpreis für den 1 GHz Athlon von 350 US Dollar auf 182 US-Dollar fallen.

Software-DVD-Player leistungsfähiger als Stand-Alone-Gerät?

Die Firma Cyberlink zeigte die Version 3.0 ihres bekannten und weit verbreiteten Software-DVD-Players „PowerDVD“. Die Software kann bei der Wiedergabe von DVD-Scheiben bis zu zwei Untertitel gleichzeitig in das Bild einblenden, was nach Aussage der taiwanesischen Herstellerfirma speziell bei Sprachunterricht mittels DVD vorteilhaft ist. Ein in den Softwareplayer integrierter Microbrowser wählt bei einer bestehenden Internetverbindung selbsttätig die zum Filminhalt korrespondierenden Webseiten an. PowerDVD 3.0 wird auch in einer Linuxversion zusammen mit den erforderlichen Treibern ausgeliefert werden.

Toshiba kündigte eigene Webserver an

Eigene Server-Appliances für kleine und mittelständische Unternehmen auf den Markt zu bringen, kündigte Toshiba an. Unter der Bezeichnung „Server-Appliances“ versteht man preisgünstige Server für Aufgaben im Lan oder als Server für das Internet. Das erste Toshiba-Gerät dieser Kategorie wird der Magnia SG 10 sein. Der Server kann alle Aufgaben für die Internetanbindung und den Web-Auftritt kleinerer Firmen übernehmen. Der Magnia SG 10 wird Bluetooth,

Kurzstreckenfunktechnik und diverse drahtlose Netzwerktechniken unterstützen und verfügt über Schnittstellen zur Fernwartung, Ferninstallation und Fernadministration durch Toshiba. Als Betriebssystem wird eine Linux-Version von Red Hat eingesetzt.

Web-Appliances dominierten

Zahlreich vertreten waren auf der letztjährigen Comdex die Web-Appliances, wie Touchpads, Web-Pads und Settop-Boxen, welche die Nutzung des Internets auch ganz ohne Computer ermöglichen sollen. Zunehmend werden diese Geräte mit einem DVD-Player und gelegentlich auch mit einem Personal Digital Videorecorder kombiniert, der komprimierte Videofilme auf einer eingebauten Festplatte aufzeichnen kann. So präsentierte z. B. die US-Firma iDVDBox Inc. einen universellen DVD-Player i2DVD für DVD, CD und MP3-Musiktitel. Das Surf-Terminal nimmt über ein 56k/V.90-Modem Verbindung zum Internet auf und unterstützt Javascript, SSL 2.1 und 3.0 sowie Macromedia Flash und verfügt über eine Adreßbuchverwaltung und Favoriten-Speicherung. E-Mails lassen sich bequem mit einer



putermesse der Welt“ zu Recht. Falls die letztjährige Veranstaltung ein Indikator für die weitere Entwicklung und nicht nur ein Ausnahmefall sein sollte, dann deutet sich eine Wandlung der Comdex zu einem Club-Meeting der gehobenen IT-Society mit kontroverser Diskussion und Las Vegas-Rahmenprogramm an. Wirkliche Highlights suchte man vergebens, und auch der Versuch, irgendwelche Events oder Produkte in diesen Rang zu erheben, gestaltete sich schwierig. Mag sein, daß unter anderem auch die enge Vernetzung durch das Internet den Sensationen ihren großen Auftritt raubt, weil ohnehin meist schon alles detailliert dort zu finden ist, bevor in den Ausstellungshallen die Scheinwerfer angehen. So geriet ausgerechnet die 20. Jubiläumsveranstaltung zu einem blassen Ereignis, dem die



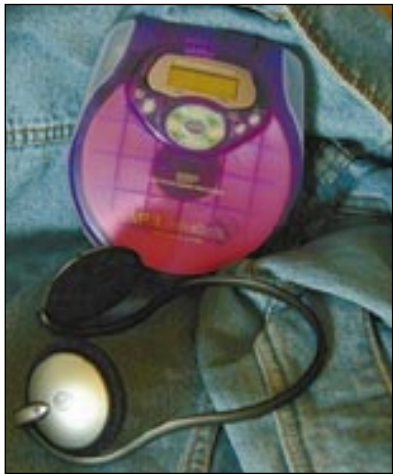
optionalen kabellosen Tastatur verfassen und mit Bildern, Sound-Dateien und Videos ergänzen. SMTP, POP3 und IMAP4 werden unterstützt. Das Gerät ist kompatibel zu ATVEF, einem Standard, der zum Fernsehprogramm passende Webseiten findet und wahlweise auf einem Splitscreen darstellt.

Auch Nokia bringt im zweiten Quartal 2001 eine Settop-Box mit open-Source-API und ATVEF-Unterstützung auf den Markt. Das „Nokia Media Terminal“ arbeitet auf Linux-Basis und benutzt den Internet-Browser Mozilla. Digitale Fernsehsendungen können auf einer integrierten Festplatte abgespeichert und zeitversetzt angesehen werden. Über eine USB-Schnittstelle lassen sich Bilder von einer Digitalkamera auf dem Bildschirm darstellen oder an die E-Mail anhängen. Auch ein Druckeranschluß ist verfügbar. Der Anschluß soll sowohl über ADSL wie über TV-Kabelnetze möglich sein. Preise sind noch nicht bekannt. *evo*



Frenzy spielt Audio- und MP3-CD's

Mit „Frenzy“ kommt nun nach dem Philips Expanium ein weiterer portabler CD-Player auf den Markt, der nicht nur das Abspielen von Audio-CD's beherrscht, sondern auch mit MP3-Musiktiteln bespielte CD's wiedergeben kann.



Der einschließlich Batterien weniger als 300 Gramm wiegende CD/MP3-Player wird zusammen mit einem 100 Gramm leichten Kopfhörer ausgeliefert und verfügt über ein LC-Display, mit dessen Hilfe sich individuelle Play-Listen erstellen lassen. Für Wiedergabe nach dem Zufallsprinzip sorgt eine „Random-Play“-Funktion. Vier verschiedene Equalizer-Modi für Rock, Jazz, Klassik und Pop sowie ein Bassbooster dienen der optimalen Klangeinstellung. Ein zehn Sekunden überbrückender Pufferspeicher arbeitet als CD-ESP (Electronic Shock Protection) und garantiert unterbrechungsfreie Wiedergabe auch bei holpriger Gangart. Eine Inaktiv-Schaltung der Bedientasten vermeidet versehentliches Betätigen von Funktionen im portablen Betrieb. Über einen Line out-Ausgang läßt sich der Player auch an einer Stereo-Anlage oder am Autoradio betreiben. Das Gewicht beträgt 290 g (incl. Batterien), Kopfhörer ca. 110 g; die Abmessungen: 14 x 13,5 x 2,5 cm; 6 Monate Garantie; Farbe: lila, Stromversorgung über 4,5 V Netzteil oder 2 x Standard-Alkali Batterien nach ISO 9660. Im Lieferumfang enthalten sind: „Frenzy“, Netzteil, Kopfhörer und Handbuch. Interessant ist der moderate UVP von 378,- DM. *evo* Informationen bei WTN-Online: Tel: +49 (0)2741 8451, <http://www.wtn-online.de>

MP3-Entwickler erhielten Deutschen Zukunftspreis

Mit dem jährlich vergebenen Deutschen Zukunftspreis, der mit 500.000 DM dotiert ist,

wurden die drei Erfinder des Audio-Kompressionsformats MP3 ausgezeichnet. Bundespräsident Johannes Rau verlieh den Preis an die drei Mitarbeiter des Fraunhofer-Instituts für Integrierte Schaltungen: Prof.-Dr. Karl-Heinz Brandenburg, Dipl. Ing. Bernhard Grill und Dipl. Ing. Harald Popp, „für eine Spitzenleistung in Wissenschaft und Technik“. MP3 wurde inzwischen zu einem Weltstandard und ermöglicht durch die Kompression von Audiodateien eine äußerst geringe Speichergröße bei gleichzeitiger Erhaltung der HiFi-Qualität von Musikaufnahmen. Die Jury hob bei der Begründung ihrer Entscheidung besonders die große Innovationsleistung der drei Erfinder hervor, durch die die Wettbewerbsfähigkeit der einschlägigen deutschen Industrie gestärkt wird. *evo*

In HipZip von Iomega steckt Musik

Der Speicherspezialist Iomega stellt seinen bereits Mitte des Jahres angekündigten portablen MP3-Player mit dem Namen „HipZip“ vor. Der Player basiert auf den bisher unter dem Namen „click!“ verkauften 40 MB fassenden Speichermedien von Iomega. Der Neuentwicklung ging die Überlegung voraus, daß dem Aufbau



einer Musiksammlung für portable MP3-Player auf Flash-Speichern infolge der deftigen Speicher-Preise spürbare finanzielle Grenzen gesetzt sind. Aus diesem Grund werden viele MP3-Player von ihren Besitzern nur mit zwei oder wenigen Flash Cards betrieben. Möchte man das auf dem Player mitgeführte Musik-Repertoire austauschen, muß man jedesmal die Speicherkarten löschen und mit neuen Musiktiteln bespielen. In dieser Hinsicht kann Iomega recht gewichtige Argumente für die Verwendung seiner PocketZip-Medien und das HipZip einbringen. Die Rechnung ist beeindruckend: Auf einem 40 MB PocketZip Media von Iomega lassen sich alle Titel einer Audio-CD im komprimierten MP3 Format unterbringen. Ein Media kostet circa DM 20,-. Will man alle

Musiktitel einer 36 CD's umfassenden Musiksammlung auf Wechselspeichern verfügbar haben, so muß man für 36 PocketZip Medien circa DM 720,- investieren. Wollte man die gleiche Anzahl Musiktitel auf SmartMedia, Compact Flash oder Memory Sticks archivieren, würde das circa DM 9.000,- kosten. Iomega HipZip speichert also MP3-Musik zu einem Bruchteil der Kosten gebräuchlicher Flashspeicher ab. Das ist wirklich „Hip“.

Das kleine, handliche und robuste HipZip unterstützt in der jetzigen Version MP3- und WMA-Format. Durch die integrierte Option, das HipZip per Software up date auf jedes neue, zukünftige Musikformat erweitern zu können, ist das ZipKlick weitgehend zukunftsicher. Da die kleinen stabilen PocketZip Medien eine individuelle, nicht löschbare elektronische Seriennummer tragen, unterstützt Iomega HipZip auch das gesicherte Format des Windows Media Players zur Verwaltung von Musikrechten. In diesem Format erworbene Titel sind dann an das Medium und den HipZip Player gebunden und lassen sich auf anderen Geräten nicht abspielen oder kopieren. Der HipZip Player kann über seine USB-Schnittstelle an Windows- oder Macintosh- Rechnern betrieben werden. Beim Abspielen von MP3-Titeln unterstützt der Player außer verschiedenen Bitraten auch variable Bitraten, ein Verfahren, das hohe Kompressionsraten und damit geringe Dateigrößen mit hoher Wiedergabequalität verbindet. Als wertvolle Zugabe erhält man außer einem leistungsfähigen MP3-Portable beim Kauf eines Iomega HipZip gleichzeitig ein extern an den Rechner anschließbares Wechselspeichergerät, denn auch in dieser

Funktion läßt sich das HipZip nutzen, um Bilder und Daten abzuspeichern und zwischen Rechnern auszutauschen. In Anbetracht dieser nützlichen Doppelfunktion und der hohen Ersparnis beim Erwerb von Speichermedien ist der genannte UVP von DM 890,- als akzeptabel zu betrachten. *evo* (<http://www.iomega.com/europe>)

MP3.com ist nun legal am Netz

Die durch Klagen und Gerichtsverfahren der großen Musikkonzerne in Frage gestellte MP3-Musiksite ist seit Mitte Dezember wieder mit vollem Service und mehrsprachig im Internet verfügbar (<http://www.mp3.com>). In diversen Vereinbarungen über laufende Lizenz- und Abstandszahlungen mit den großen Labeln der Musikindustrie konnte MP3.com seinen Service nun legal wieder aufnehmen. Der angebotene Service besteht aus der Möglichkeit, alle Titel einer einmal in den Rechner des Computerbenutzers eingelegten Musik-CD auf dem Server von MP3.com anhören und runterladen zu können. In den Gerichtsverfahren hatten die Vertreter der klagenden Unternehmen damit argumentiert, daß das einmalige Einlegen einer CD noch kein Beweis für die tatsächlich beim Benutzer liegenden Rechte bedeute und sich MP3.com deshalb der Verletzung der Urheberrechte schuldig mache. Der Service bleibt bis zum Inhalt von 25 CD's weiter kostenlos. Wer eine größere Anzahl von Titeln in seinem persönlichen Verzeichnis auf dem MP3.com Server bereitstellen möchte, muß dafür eine Jahresgebühr von 50,- US Dollar zahlen (circa DM 110,-). MP3.com

hält auf seinem Musikserver 750.000 Musiktitel abrufbar. Inzwischen hat MP3.com mit dem großen amerikanischen Online-Musikladen Tower Records einen Vertrag geschlossen. Kunden, die bei Tower Record CD's kaufen, können die Inhalte dieser Scheiben auch sofort auf dem Musikserver von MP3.com anhören. Dieser Service soll auf die 190 Tower Filialen ausgedehnt werden. *evo*

Immer mehr DVD-Player spielen auch MP3

Bei der Kaufentscheidung für einen neuen DVD-Player kommt bei immer mehr Käufern auch der Frage Bedeutung zu, ob das Gerät außer DVD-Filmen und Audio-CD's auch CD-Scheiben abspielen kann, auf denen MP3-Audio-Titel abgespeichert sind. Auf diese Weise kann man sich mehrere Stunden seine Lieblingsmusik ohne zu wechseln in HiFi-Qualität von einer MP3-CD anhören. Zwar gibt es MP3-CD's zur Zeit nur ganz selten käuflich zu erwerben. Das könnte sich jedoch innerhalb der nächsten Zeit gründlich ändern. Doch schon jetzt laden sich viele Computerbenutzer aus dem Internet ihre Lieblingstitel herunter oder fertigen mit kostenlosen Softwareprogrammen selber MP3 Dateien von ihren eigenen Musiksammlungen an und brennen sie für sich selbst oder Freunde auf CD. Waren bis vor kurzem lediglich No-name-DVD-Player in der Lage, auch MP3 wiederzugeben, so geben neuerdings auch Markenhersteller wie Grundig mit dem GDV 130 und Aiwa mit dem XD-DV370 ihren Geräten diese Fähigkeit mit auf den Weg. Eine komplette Liste aller DVD-Player, die MP3 unterstützen, findet sich hier: www.vcdhelper.com/dvd-players.htm *evo*

MacMP3 – MP3 Komplettssoftware für Macintosh

Mit der Software „MacMP3“ stellt der norddeutsche Software-Distributor ComLine, der sich als Spezialist für Multimediaprodukte und Speicherlösungen einen Namen geschaffen hat, eine MP3-Komplettslösung für Macintosh-Rechner vor. Das Software-Paket besteht aus einem MP3-Player, einem MP3-Decoder und einem MP3-Encoder. Durch einfaches Drag and Drop lassen sich mit dem Decoder Audio-Dateien unterschiedlichster Formate zu MP3-Dateien codieren. Dabei ist sowohl die Bitrate wie die Qualität des Kompressionsformats wählbar. Zu MP3-Streams lassen sich komplette Audio-CD's, einzelne Titel, AIFF- und WAVE-Dateien codieren. Audio-CD Titel können auch als AIFF-Dateien extrahiert und abgespeichert werden. Der MacMP3-Player unterstützt Skins, von denen sich bereits 100 verschiedene Oberflächen auf der Installations-CD befinden, und ist auch als Player für Streaming Net Audio und Internet-Radio einsetzbar. Eine Liste von 15 Streaming Audio Servern ist schon vorkonfiguriert. Audio-Dateien können zu individuellen Playlisten zusammengestellt werden. Repeat und Endlos-Play stehen ebenso zur Verfügung wie eine Weckfunktion mit einstellbarer Startzeit für die Wiedergabe einzelner Sound-Dateien oder ganzer Playlisten.

MacMP3 ist für den Fachhandel ab sofort bei der ComLine GmbH verfügbar. Es kann von der Install-CD mit englischer, deutscher oder französischer Sprachunterstützung installiert werden und ist kompatibel mit PowerPC-Prozessoren und MacOS 8.1. oder höher. MacMP3 wird im Fachhandel zu einem UVP von DM 150,- vertrieben werden. *evo*

Fujifilm zeigt umfassende technologische Kompetenz

Super CCD und Co.

Mit durchdachten Marketingstrategien und umfassender Technologie ist Fujifilm für den wachsenden Digitalkamera-Markt gut gerüstet. Dabei ist der Super CCD eine von mehreren Schlüsseltechnologien. Die Verantwortlichen bei Fujifilm sehen als besondere Stärke des Unternehmens, daß alle wichtigen Technologien für die Digitalfotografie im eigenen Hause verfügbar sind. PoS-MAIL hat sich bei einem Besuch in Japan über die technischen Innovationen von Fujifilm informiert.

Die Entwicklung von Kamerasystemen ist für die Fuji Photo Film Inc. ein traditionelles Geschäftsfeld – ebenso wie die Kompetenz zur Herstellung von Bildern und die Entwicklung digitaler Image-Prozessoren. Modernste CCD-Technologie ist in der Tochtergesellschaft Fuji Film Microdevices zu Hause, die sich ebenso wie die bei der Tochtergesellschaft Fujix beheimatete Kameraherstellung in der Nähe von Sendai, 300 km nördlich von Tokio, befindet. Anspruchsvolle Optiken kommen aus einer weiteren Tochtergesellschaft Fujinon. Und selbst Spezial-Technologien, wie die Entwicklung von Farbfiltern für CCD Chips, können bei Fujifilm in einer weiteren Tochtergesellschaft, Fujifilm Olin, realisiert werden. Damit, so Norihiko Kato, General Manager Electronic Imaging Products Division der Fuji Photo Film Inc., sei Fujifilm in der Lage, marktgerechte Lösungen zu entwickeln, ohne von anderen Herstellern abhängig zu sein. Zudem konnte Fujifilm dank dieser technologischen Kompetenz einige Probleme der Digitalfotografie in Eigenregie angehen und exklusive Lösungen entwickeln.

Großes Potential im Super CCD

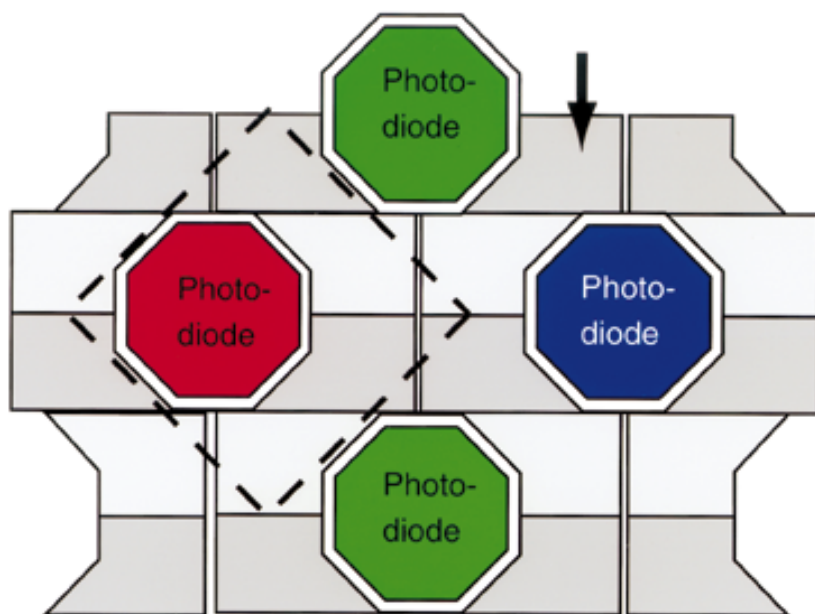
Eine davon ist der von Fujifilm vor einem Jahr vorgestellte Super CCD, der inzwischen in die aktuellen Produkte der Digitalkamera-Palette des Unternehmens Eingang gefunden hat. Um das große Potential dieses Chips zu verstehen, muß man sich die rasante technische Entwicklung

im Digitalkamera-Bau vor Augen halten: Als vor fünf Jahren die ersten halbwegs massenmarktfähigen Produkte mit VGA-Auflösung auf den Markt kamen, betrug die Größe jedes Pixels auf einem handelsüblichen 1/2-Zoll CCD Sensor noch rund $10 \mu\text{m}^2$. Mit steigender Auflösung auf derselben Fläche werden die lichtempfindlichen Elemente naturgemäß kleiner. So beträgt die Pixelgröße auf einem Chip mit 3 Millionen Bildpunkten nur noch $3 \mu\text{m}^2$. Das bedeutet nicht nur höhere Auflösung, sondern auch die naturgemäße Verschlechterung einiger wichtiger Parameter für die Bildqualität. In die kleinen Pixel „passen“ viel weniger Elektronen als bei ihren größeren Pendanten. Die Kapazität für elektrische Ladung nahm mit der Steigerung der Auflösung von 30.000 Elektronen pro Pixel auf rund 7.000 bei einem herkömmlichen Chip ab. Damit sinkt zum einen die Dynamik – in der Fotosprache spricht man auch von Kontrastumfang. Ein weiteres Problem ist der Rauschabstand. Darunter versteht man die Differenz zwischen dem eigentlichen Bildsignal und störendem Eigensignal des Sensors, die sich im Resultat durch nicht zum Bild gehörende Ladungen, elektrotechnisch Rauschen genannt, bemerkbar macht. Mit sinkender Ladekapazität wird es für die Prozessoren, die die Signale des Chips verarbeiten, immer schwieriger, zwischen dem Rau-



„Fujifilm ist in der Lage, marktgerechte Lösungen zu entwickeln, ohne von anderen Herstellern abhängig zu sein“, so Norihiko Kato, General Manager Electronic Imaging Products Division der Fuji Photo Film Inc.

Pixelndichte bei Chips mit rechteckigen, rechtwinklig angeordneten Pixeln entstehenden Probleme zu lösen. Dazu wurde die Anordnung der Pixel zunächst einmal um 45 Grad gedreht. Das hat den Vorteil, daß die höchste Auflösung nun in den vertikalen und horizontalen Linien des Bildes entsteht – nach dem gleichen Muster nimmt auch das menschliche Auge die Sehinformationen wahr. Gleichzeitig entschied man sich für eine achteckige Form der einzelnen Pixel – im Gegensatz zur herkömmlichen rechteckigen. Dadurch vergrößert sich bei gleicher Pixeldichte die Oberfläche – das ermöglicht eine bessere Ausnutzung des Lichtes und führt zu höherer Empfindlichkeit. Zudem können die achteckigen, wabenförmigen Sensorelemente eine größere Menge Elektronen auf-



Die achteckige Form der Fotodioden und deren diagonale Anordnung ermöglichen dem Super CCD, Schwierigkeiten zu lösen, die durch die immer höhere Auflösung bei Digitalkameras auftreten.

schen und dem eigentlichen Bildsignal zu unterscheiden.

Bei der Entwicklung des Super CCDs gelang es den Fujifilm Forschern nach eigenen Angaben des Unternehmens, die durch die hohe

nehmen – damit verbessert sich der Rauschabstand ebenso wie der Kontrastumfang. Fast ebenso wichtig wie die Pixel-Anordnung ist beim Super CCD der ebenfalls neu entwickelte Signal Prozessor.

Dieses Bauelement wird bei der üblichen Pixel-Diskussion oft übersehen, dabei ist es für die Bildqualität von außerordentlicher Bedeutung. Hier findet nicht nur die Umwandlung der Bildinformation in digitale Signale statt, sondern auch die Verbesserung des Bildes auf elektronischem Wege. Dazu gehört nicht nur der Interpolationsprozeß, bei dem zum Beispiel bei der FinePix 4700 Z die 2,4 Millionen Pixel des Super CCDs auf eine Bilddatei mit 4,3 Millionen Pixeln hochgerechnet werden. Auch die Geschwindigkeit spielt eine bedeutende Rolle. Schnelligkeit ist ein entscheidendes Qualitätsmerkmal bei Digitalkameras, da hier bestimmt wird, in welchem Abstand Aufnahmen gemacht werden können. Dauerte es bei der FinePix 700 mit 1,5 Megapixeln noch zehn Sekunden, bis das Bild abgespeichert war, so sind es bei der FinePix 4700 Z nur noch zwei Sekunden – bei fast dreifacher Datenmenge. Dabei konnte der Energieverbrauch durch die Super CCD Technologie um bis zu 70 Prozent reduziert werden.

Fujifilm investiert in die Zukunft

Obwohl der Digitalkamera-Markt boomt, darf nicht vergessen werden, daß diese Technologie immer noch in den Kinderschuhen steckt. Für die Zukunft sieht man bei Fujifilm darum noch ein großes Verbesserungspotential. So arbeiten die Forscher zur Zeit an einem praktikablen Meßverfahren zur Ermittlung des optimalen Rauschabstandes, der den Sehgewohnheiten des menschlichen Auges entspricht. Zudem steht die Verbesserung der Farbwiedergabe bei der Digitalfotografie ganz oben auf der Wunschliste der Fujifilm Experten. Dabei geht es nicht nur darum, daß die Farben maßtechnisch korrekt wiedergegeben werden. Bei Fujifilm arbeitet man zusätzlich an Methoden der Farbbalance, bei denen das Bildresultat dem Geschmack der Verbraucher entspricht. Das Vorhaben gleicht dem der Entwicklung moderner Colornegativ-Filme: Auch diese geben zum Beispiel Hauttöne nicht unbedingt wirklichkeitsnah wieder, sondern in einer Weise, wie die Verbraucher sich selber auf dem Bild sehen wollen. Norihiko Kato hat keinen Zweifel, daß der Wunsch der Verbraucher nach ei-

nem guten Print auch bei digitalen Bildern genauso groß ist wie bei herkömmlichen. Die Silberfotografie bietet nach Ansicht der Fujifilm Verantwortlichen nach wie vor das beste Preis-/Leistungsverhältnis, wenn es darum geht, die digitalen Bildinformationen aufs Papier zu bringen. Paraded Pferd im Fuji-Stall sind dabei die digitalen Frontier Minilabs, die sich dank ihrer hochentwickelten Lasertechnologie und raffinierter Bildverarbeitungs Algorithmen durch ein besonders hohes Qualitätsniveau auszeichnen. Für das schnelle Bild zu Hause oder im Fotogeschäft bevorzugt Fujifilm das Thermo-Autochrome-Verfahren. Norihiko Kato: „Es bietet gute Bildqualität bei problemlosem Handling. Die farbgebenden Elemente sind in einem einzigen Blatt konzentriert, so daß das Bild abfallfrei und ohne den Einsatz von Chemikalien hergestellt werden kann.“ Die Inkjet-Technologie ist nach Ansicht von Fujifilm vor allem für den professionellen Bereich geeignet. Hier ist das Unternehmen als Anbieter entsprechender Materialien ebenfalls aktiv. Bei der kurzen Geschichte der Digitalfotografie ist noch immer weitgehend unbekannt, wieviele Verbraucher



Die FDI-Station hat Fujifilm für das schnelle Bild am Point-of-Sale entwickelt. Die Station druckt in ein bis zwei Minuten – je nach Größe – Thermo-Autochrome-Bilder der digitalen Aufnahmen. In Japan ist sie auch als Selbstbedienungsautomat mit Geldeinwurf auf dem Markt.

von digitalen Print Dienstleistungen Gebrauch machen. Marktuntersuchungen von Fujifilm in Japan haben ergeben, daß 10 bis 15 Prozent der Besitzer digitaler Kameras inzwischen solche Dienstleistungen ausprobiert haben. Durch Marketing-Maßnahmen und attraktive Produkte wie die kompakte FDI Printstation will Fujifilm diesen Markt weiterentwickeln. Fujifilm gehört derzeit weltweit zu den führenden Anbietern im Digitalkamera-Segment. Auf dem japanischen Heimatmarkt ist das Unternehmen vor Olympus und Sony die Nummer eins – in jüngster Zeit hat Canon mit der Digital Ixus zu dieser Spitzengruppe aufgeschlossen.



- Donkey Kong Country
- Driver 2
- Dschungelbuch Groove Party
- MSR – Metropolis Street Racer
- Ridge Racer V
- Schach dem Schweinehund
- Tekken Tag Tournament

Der große Run! PlayStation 2 bereits nach kurzer Zeit ausverkauft



Der Ansturm



PlayStation 2 zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 869,- DM auf den Markt gebracht. Der Ansturm auf die Hardware war so stark, daß bereits kurze Zeit nach Ladenöffnung die ersten Geschäfte ausverkauft waren.

Dies galt besonders für die Geschäfte, die bereits im Vorverkauf Werbung für den PlayStation 2 Launch gemacht hatten, um den Verkauf anzukurbeln. Das PlayStation 2 Computer Entertainment System vereint interaktive Videospiele (CD-/DVD-ROM), Musik (CD-ROM) und Spielfilme (DVD-ROM) in einer Hardware. In der zweiten Jahreshälfte 2001 ist ein optionaler Festspeicher geplant, der in die Gehäuse-rückseite integriert wird. Somit ist PlayStation 2 für bestehende und weiterentwickelte Festnetze (Narrow-/Broad- band) und kabellose Verbindungen (Handy) bestens vorbereitet.

Lanz

Partystimmung herrschte in der Nacht vom 23. auf den 24. November in Berlin. Im Sony Center am Potsdamer Platz hatten sich unter dem Motto „BE_1ST_ON_2“ einige hundert Fans eingefunden, um den Deutschlandstart von PlayStation 2 zu erleben. Nach dem Countdown hatte um Mitternacht der Berliner Jens Manske, 29, das Glück, als erster PS2 Besitzer in Deutschland in die (Videospiele-) Geschichte einzugehen. Die SCED-Veranstaltung wurde mit Musik der

Chartbreaker „Brooklin Bounce“, mit Videoloops und der Thematisierung des „Third Place“ Gedankens umrahmt. Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) hat planmäßig am 24. November das Computer Entertainment System



Wilfried Johann (Johann + Wittmer, Ratingen), hier mit einer der begehrten PlayStations.



Hier waren es ganze vierzehn Stück, die für den freien Verkauf zur Verfügung standen.

Tekken Tag Tournament – PlayStation 2

Tekken Tag Tournament ist der neue König der Kampfsportspiele. Das Spiel ist unglaublich schnell, verfügt über eine große und abwechslungsreiche Auswahl an Charakteren und läßt sich aufgrund der eingängigen und schnell erlernbaren Steuerung präzise und flüssig spielen. Neben den Standard-Optionen, wie Arcade und Zweispieler-Modus, hat der Spieler die Möglichkeit, zusätzliche Kämpfer und versteckte Spielmodi zu erspielen. Das herausragende Feature in Tekken Tag Tournament ist jedoch der „Tag“- Modus. Hierbei gilt es, in einem Team, bestehend aus jeweils zwei Charakteren, das andere Team zu besiegen. Der Clou daran: Die Kämpfer können während der Runde per Knopfdruck ausgewechselt werden. Hierdurch erhält das Gameplay einen neuen, taktischen Aspekt, der den Spielspaß noch weiter steigert. Um dem Ganzen noch eins draufzusetzen, kann Tekken Tag Tournament via PlayStation 2-Multitap (separat erhältlich) sogar zu viert gespielt werden. Spannenden „Team gegen Team“-Wettkämpfen steht somit nichts mehr im Wege.

Mit mehr als 30 original Kämpfern aus der Tekken-Riege und weiteren neuen Optionen ist Tekken Tag Tournament das umfangreichste und spannendste Spiel der Serie. Namco hat es geschafft, ein lebendiges und realistisches Kampf-Szenario zu erschaffen. Durch die Verwendung der hochauflösenden Grafik erlebt der Spieler saubere Animationen der Spielfiguren, fein detaillierte Hintergründe und verblüffende Licht- und Spiegel-Effekte. Tekken Tag Tournament ist zur Zeit das beste Kampfspiel für die Sony PlayStation 2. USK: ab 16 • UVP: 119,95 DM

Lanz



Ridge Racer V – Have a nice trip!

Neu-Isenburg, 20. November 2000. Sony Computer Entertainment Deutschland veröffentlicht zum Start des Next-Generation Computer Entertainment Systems PlayStation 2 mit Ridge Racer V (Entwickler: Namco) ein actionreiches und adrenalineladenes Arcade-Rennspiel. Der Ur-Ridge Racer stand bereits 1995 zum Launch der PlayStation am Start. Die perfekte Umsetzung der erfolgreichen Spielhallen-version sorgte damals wie heute für Staunen und veränderte das Genre der Rennspiele nachhaltig. Mit dem Launch von Ridge Racer V am 24. November 2000 wurde die Meßlatte für Arcade-Racing-Games deutlich weiter nach oben getrieben.

Ridge Racer V steht für kompromißlose Drift- und Racing-Action. Noch nie zuvor war es derartig adrenalintreibend, mit über 300 km/h über die Straße zu rasen. Durch den exzellenten Bildaufbau der PlayStation 2-Hardware läßt sich die hochauflösende Spielegrafik kaum noch von einer TV-Übertragung unterscheiden. Die hervorragende Streckenoptik beeindruckt durch aufwendige Polygon-Objekte und spektakuläre Lichteffekte und bleibt selbst bei mehreren Fahrzeugen gleichzeitig stets flüssig und schnell. Untermalt wird das spannende Rennerlebnis durch die aufpeitschenden Musikstücke, für die zum Beispiel Mijk van Dijk einige Stücke beigesteuert hat.

Die Ridge Racer-Serie ist Kult! Das Gameplay und Handling der mächtigen PS-Monster gehören zum Besten des Genres, und auch die Langzeitmotivation überzeugt auf ganzer Linie. Vom einfachen Zeitrennen bis zum spannenden 99 Runden-Grand Prix wird die Konzentration des Spielers bis aufs Letzte gefordert, und exzellente Fahrkünste sind ein absolutes Muß! Ridge Racer V ist die ultimative Herausforderung für alle Racing-Fans und kann auch zu zweit gespielt werden!

Die Fachpresse fährt auf den Mega-Racer ab: „Ridge Racer V ist

Adrenalin für Euren Körper!“ (Maniac 12/00, Wertung: 85 Prozent).

Ridge Racer V (USK: o.A.) erschien am 24. November zum Preis von 119,95 DM exklusiv für PlayStation 2.

Lanz



Start me up!



Start me up!





DONKEY KONG COUNTRY

Game Boy Color

Donkey Kong Country ist schlicht und einfach das zur Zeit beste Game für den Nintendo Game Boy Color und ein Muß für jeden Fan von Abenteuer-Spielen.

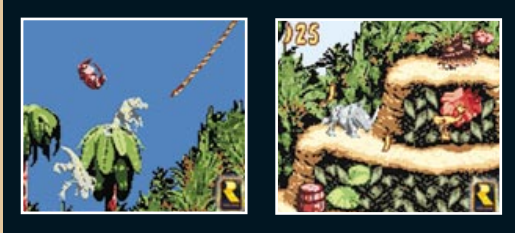
Donkey Kong Country für den Game Boy Color entspricht weitgehend dem klassischen Vorläufer. Zusätzlich wurden beim Spiel für den Game Boy Color ein brandneuer Level und eine ganze Reihe

Mini-Spiele, wie z. B. ein witziges Wettangeln, integriert. Wie schon die Super Nintendo-Version im Jahr 1994, so überrascht auch Donkey Kong Country für den Game Boy Color mit einer atemberaubenden Optik: Die gerenderte 3D-Grafik, eine riesige Farbpalette und detaillierte Sprites machen das Spiel zu einer Augenweide. Dazu kommen ein glasklarer Sound und eine atmosphärische Musikuntermalung. Alles zusammen läßt die Spieler vollends in die geheimnisvolle Dschungelwelt eintauchen.

Die Story: Wieder einmal konnten die Kremlinge ihre langen Finger nicht von den Bananen-Vorräten der Kong-Clique lassen. Obendrein haben sie einige Freunde unseres Helden in Holzkisten gesperrt. Keine Frage, daß Donkey Kong und sein piffiger Kumpel Diddy Kong sich aufmachen, um den Schurken zu zeigen, wo der Hammer hängt. Dabei durchstreifen sie sechs riesige Welten mit über 30 Spielebenen. Ob es die Kanonenfässer im Dschungel sind, die Lorenfahrt durchs Bergwerk oder das Rennen über einen vereisten Gletscher – jedes Abenteuer ist verrückter und herausfordernder als das vorhergehende.

Mit Hilfe des Universal Game Link Kabels können zwei Freunde ihre Game Boys zu spannenden Wettkämpfen zusammenschließen. Weiter besteht die Möglichkeit, seine Lieblingscharaktere über den optional erhältlichen Drucker als Sticker ausdrucken lassen. UVP: 69,- DM

Lanz



Schach dem Schweinehund



Von ChessBase:

Das tierisch fiese Spiel für PC

Kombinieren und Mattsetzen – die wichtigsten Fähigkeiten in einer Schachpartie. In einem Multimedia-Schachkurs kommentiert der bekannte deutsche Großmeister Dr. Helmut Pfleger die schönsten Schachpartien der Weltgeschichte. Ausführlich und für jeden verständlich erklärt Dr. Pfleger die Züge der alten Meister – ein Leckerbissen für jeden Schachfreund. Damit es keinen Streit über die Regeln gibt, sind auf der CD-ROM die offiziellen Schachregeln des Weltschachbundes (FI DE) enthalten. UVP: 69,95 DM

Systemvoraussetzung: Pentium 133, Windows98, Windows2000, WindowsME

Lanz



„Schach dem Schweinehund“ bietet Spaß, Unterhaltung und kompetentes Schachtraining für Schachspieler. Und wirklich jeder kann den (inneren) Schweinehund besiegen. Einfach ausprobieren und Spaß haben. Die Spielstärke ist so einstellbar, daß auch Anfänger gegen den Schweinehund gewinnen können. Nicht nur durch Spielen wird man stärker: Der Schweinehund lädt auch zum Taktiktraining ein. Mit vielen hundert Schachaufgaben lernt man



Driver 2

Für PlayStation/PSone



Der Spieler übernimmt wie schon im ersten Teil die Rolle von Tanner, dem legendären Driver. Diesmal arbeitet Tanner als Undercover-Cop. Als Pink Lenny, der Buchhalter des amerikanischen Gangsterbosses Solomon Cain, mit dessen größtem Rivalen, einem brasilianischen Verbrecherkönig, ein Abkommen trifft, drohen die Gewaltausschreitungen in den USA zu eskalieren. Tanner und sein Partner Jones übernehmen einen Job für Cain, um die Situation zu entschärfen. Die Jagd nach Lenny beginnt. Ihre Mission führt Sie durch beide amerikanischen Kontinente mit dem Ziel, das Gleichgewicht der Kräfte wieder herzustellen. Das geniale Spielprinzip von Driver 1 wurde bei Driver 2 noch verbessert. Driver 2 führt den Spieler in vier neue aufregende Städte: Entdecken Sie Chicago, die Neonlichter von Las Vegas, Havannas elegante Architektur und erleben Sie die Faszination von Rio.

Die Straßenführung bietet durch Unter- und Überführungen, Zufahrten, kurvige Straßen und Rampen-Systeme neue Herausforderungen und ein wesentlich realistischeres Fahrgefühl. Tanner kann andere Autos anhalten, reinspringen und sich an das Lenkrad von einer Vielzahl von PKW's, Bussen, Lastern setzen.

Das Spiel bietet dem Spieler eine Menge Spaß. Es eignet sich am besten für erfahrene Spieler.

USK: 16 Jahre

Lanz

Dschungelbuch Groove Party

Für PlayStation/PSone

Im Urwald wird jetzt heiß getanzt! Und nicht nur dort!



Dschungelbuch Groove Party (Entwickler: Ubisoft/Disney Interactive) ist ein Tanz- und Spielvergnügen für die ganze Familie. Jetzt gibt es auf PlayStation/ PSone

ein Wiedersehen mit Mogli, Balu, dem Bären, der Schlange Kaa oder dem Panther Baghira aus dem Walt-Disney-Filmklassiker Dschungel-Buch. Der Spieler schlüpft in die Rolle von Mogli und erlebt allerlei Abenteuer mit seinen Freunden. Das Beste daran: Der

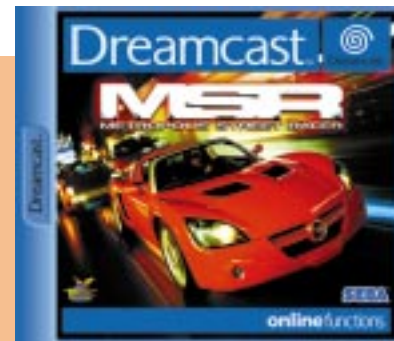
Spieler kann die Figuren nicht nur mit dem Controller, sondern auch direkt mit seinen Schritten auf der

neuen Tanzmatte steuern. Die richtigen Sprünge lassen King Louie durch die Baumkronen schwingen, bewahren Mogli davor, von Kaa, der Schlange, hypnotisiert zu werden oder bringen sogar eine stramm marschierende Elefantenherde aus dem Takt.

Von den coolen Disney-Figuren kann der Spieler zusätzliche Tanzschritte lernen, im Trainingsmodus üben oder zuschauen, wie der Dschungel bebzt. Zu zweit macht Dschungelbuch Groove Party erst richtig Spaß. Es können einfach zwei Tanzmatten an die PlayStation angeschlossen werden. Neun Level mit originalgetreuen Hintergründen und 3D-Filmsequenzen aus dem Kinofilm lassen echtes Urwald-Feeling aufkommen. Zum Sound der Groove Party gehört die Original-Filmmusik und Lou Bega's „I wanna be like you“. Dschungelbuch Groove Party ist ein geniales Spiel für die ganze Familie.

USK: ohne Altersbeschränkung. Preis: 89,95 DM oder im Paket mit der Tanzmatte 149,95 DM.

Lanz



MSR

Metropolis Street Racer
Sega Dreamcast

Metropolis Street Racer (MSR) ist das zur Zeit wohl beste Spiel für die Sega Dreamcast.

Sega verabschiedet sich mit MSR endgültig von den teilweise lieblosen Arcadeumsetzungen und strebt eine eigene Gameentwicklung speziell für die Dreamcast an. Entstanden ist ein Rennspiel mit erstaunlich realitätsnaher Optik und einem Top-Gameplay.



Als Vorlage für das Spiel wurden Fahrscenen in San Francisco gedreht, komplette Häuserfassaden fotografiert und digitalisiert in das Spiel eingebaut. Deshalb sind die Bilder in Metropolis Street Racer so realitätsnah.

Das Spiel kann alleine oder auch zu zweit gespielt werden. Vor dem Start wählen die Spieler zunächst unter 40 Modellen von 15 verschiedenen Herstellern ihren Rennwagen aus. Je nach Vorliebe kann man zum Beispiel hinter dem Steuer eines Opel Speedster, Mercedes SLK, eines Alfa Romeo Spider oder eines Fiat Barchetta das anstehende Rennen bestreiten. Gestartet wird in einem Feld von bis zu 15 Fahrzeugen, gegen die das Rennen auf 150 verschiedenen Routen kreuz und quer durch die Metropolen London, San Francisco und Tokio ausgetragen wird. Das Ziel bei Metropolis Street Racer ist es, auf der Strecke möglichst viele Punkte zu sammeln. Je mehr Punkte der Spieler gesammelt hat, desto mehr Rennstrecken und Autos hat er zur Auswahl. Insgesamt werden dem Spieler über 300 individuelle Herausforderungen geboten.

Über das Internet Portal Dreamarena kann der Spieler seinen Punktestand auf der Metropolis Street Racer-Rangliste Online im Internet abspeichern. So kann er sein Fahrkönnen mit bis zu 1000 Mitstreitern aus ganz Europa messen und sich zusätzlich weitere 100 neue Rennstrecken herunterladen. UVP: 99,95 DM

Lanz



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Wir sind die deutsche Vertriebsgesellschaft einer der international erfolgreichsten Unternehmensgruppen und für unsere Qualitätsprodukte auf den Gebieten Consumer Electronics und der Information Systems bekannt. Wir stellen hohe Ansprüche an die Qualität unserer Produkte und an uns selbst. Wir erwarten von unseren Mitarbeitern Eigeninitiative, Kreativität und die Bereitschaft, sich auf die ständig wechselnden Anforderungen unserer Kunden schnell und zuverlässig einzustellen.

Wir expandieren weiter! Deshalb suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt die/den engagierte/n

Gebietsverkaufsleiter/in Note PC/CA Gebietsverkaufsleiter/in Monitor

Zu Ihrem Tätigkeitsfeld gehören die Umsatz-/Absatzzielerfüllung, Abschlüsse nach Rahmenvereinbarungen und Konditionssystemen, Kundenumsatzplanung nach Sollzielen einschließlich der Ist-Überwachung, Kundenbesuche und Erstellung der dazugehörigen Tourenplanung, Neukundenakquise und deren Betreuung sowie das optimale Ausschöpfen des Kundenkanalpotentials.

Idealerweise haben Sie eine kaufmännische Ausbildung und bereits 2-3 Jahre Vertriebserfahrung im IT-Umfeld und haben dort im Projektgeschäft mit gewerblichen Endkunden gute Kontakte knüpfen können. Gute Englischkenntnisse runden Ihr Profil ab.

Interessiert? Dann bewerben Sie sich bei uns! Wir freuen uns, Sie bald in unserem Team begrüßen zu können.



SAMSUNG ELECTRONICS GMBH

Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach/Taunus
E-Mailadresse für Bewerbungen: <http://www.info@high-end.de>

Auftrag



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in



- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

Größe:	Breite 277,0 mm, je mm Höhe	12,00 DM / 6,14 €* Breite 136,0 mm, je mm Höhe	6,00 DM / 3,06 €* Breite 89,0 mm, je mm Höhe	4,00 DM / 2,06 €* Breite 65,5 mm, je mm Höhe	3,00 DM / 1,54 €* Breite
--------	-----------------------------------	---	---	---	-----------------------------------

- unter Chiffre (Gebühr: 10,- DM / 5,11 €*)
 - Stellengesuch zum ermäßigten Preis (50% auf die oben angegebenen Stellenanzeigen-Preise, statt 12,00 DM / 6,14 €* also nur 6,00 DM / 3,07 €*)
 - kostenloses Stellengesuch für Auszubildende (Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)
- *Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.
- Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung PoS-MAIL
Postfach 12 29

D - 40832 Ratingen

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

PoS-MAIL 1/2001

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtigen Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserelem Konto-Nr.:, Bankverbindung:, BLZ:, abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union:
Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. (VAT) an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/8 Seite im Textteil 1.200,- DM / 614,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigenanteil nur 600,- DM / 307,- €*. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10,- DM / 5,11 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 300,- DM / 153,50 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 2 v. 01.01.2001.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Wir sind ein erfolgreiches, modernes, gut geführtes Fotounternehmen mit eigenen Digitallaboren in **sehr modernen Läden** in den besten Lagen von Erlangen und Fürth.

Zur Unterstützung unseres Erfolgsteams suchen wir zum nächstmöglichen Termin

- 1 Filialleiter/in** für Fürth
- 2 Fotofachverkäufer** für Erlangen

Wir erfreuen uns **regen Kundenzuspruchs** und sehen **sehr positiv in die Zukunft**.

Wenn Sie in einem erfolgsorientierten Unternehmen mitarbeiten möchten, so senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung an:

Herrn Klaus Dittmer persönlich c/o der **bilderfürst foto verkaufs gmbh nord** Rathausplatz 5 91052 Erlangen
 Telefax 09131/21505 <http://www.bilderfuerst.de>
 e.mail foto@bilderfuerst.de

bilderfürst

foto - video - digital - farbbilder in 1 stunde

Selbständige Handelsvertretung im Bereich der Unterhaltungselektronik-Branche sucht:

Neue Industriepartner für Österreich

Die Handelsvertretung ist sowohl im Fachhandel als auch in den Großvertriebsformen bestens bekannt und eingeführt.

Handelsvertretung Ursula Tausend

Hohe-Wand-Straße 21/2
 A-2344 Maria Enzersdorf
 - Südstadt -
 Tel./Fax: 0043 - (0) 2230/22419

WE NEED YOU!

• worldwilde electronic shopping • worldwide electronic

Sie wollen interessante Menschen kennenlernen, Verantwortung übernehmen und überdurchschnittlich viel verdienen?

Kauffrau(mann) im Einzelhandel

für unsere Hifi-, TV/Video- u. Camcorder- Abt.

Ihr Job
 ist eine ganz besondere Herausforderung. Neben Ihrer Tätigkeit in unserer Hifi-Abteilung, sind Sie auch mitverantwortlich für die Beratung und den Verkauf in unserer TV/Video- und Camcorder-Abteilung.

Sie sind:
 durch Ihr selbständiges Arbeiten und Ihr Engagement bereits bei Ihrer jetzigen Tätigkeit positiv aufgefallen. Ihre Sicherheit im Umgang mit Kunden, Ihr Teamgeist sowie Ihre Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit, um auch in hektischen Zeiten nie die Übersicht zu verlieren, ist Ihre persönliche Stärke. Falls Sie bisher nicht in einem der Bereiche tätig waren und eventuell das nötige Fachwissen fehlt - kein Problem - wir werden Sie intensiv auf Ihr zukünftiges Aufgabenfeld vorbereiten. Natürlich erfordert diese Position auch ein hohes Maß an Flexibilität, um sich an die ständigen Veränderungen der Branche und die technischen Neuerungen in den verschiedenen Abteilungen anzupassen.

Wir sind:
 ein großflächiger Fachmarkt für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener Großraumbibliothek. Unser junges und dynamisches Team von insgesamt 35 Mitarbeitern sorgt im Kreis Mettmann und in den Randgebieten von Düsseldorf für "Das Red Zac Shopping - Erlebnis". Unseren Mitarbeitern nutzen wir viel zu viel Anteil, viel Verantwortung, aber auch viel Spaß, viel Freiraum und viel Geld.

Und jetzt:
 verstärken Sie unser junges Team! Senden Sie uns Ihre schriftliche Bewerbung per e-mail oder per Post an folgende Adressen:

Johann+Wittmer • Herrn Dirk Wittmer • Kaiserswerther Str. 99 • 40880 Ratingen
 E-Mail: info@johann-wittmer.de • Internet: www.johann-wittmer.de

Johann+Wittmer
— weltweite elektronische Einzelhandelsabteilung —

Wir bieten **Foto-/Journalisten** (auch freiberuflich und Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei, Fachliteratur und -informationen, u. U. Ausstellung eines Presseausweises, Beratung, Unfallschutz, Internetforum, Medienversorgung und mehr.

Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
 Stresemannstr. 375,
 D-22761 Hamburg,
 Tel. 040/8997799,
 Fax 040/8997779,
 e-mail: dpv.hh@dpv.org,
www.dpv.org

Innovationen und neue Technologien im Bereich der Telekommunikation und IT-Branche sind die Basis für unser Geschäft. Wir entwickeln, fertigen und vertreiben neue Produkte im Bereich der Computertelefonie und professionellen Sprachdokumentation und suchen zum Ausbau unserer Aktivitäten

Vertriebsmitarbeiter + Techniker

aus den Bereichen Elektronik / Informatik / Telekom und Mess- und Regeltechnik, denen der Umgang mit immer neuen Produkten und Technologien und deren Einsatz Herausforderung und Motivation sind.

Wenn Sie diese Aufgabe reizt und Sie in diesem schnell wachsenden Markt erfolgreich sein wollen, sollten Sie uns ansprechen.

CT Technology AG
 Königswinterer Str. 667
 53227 Bonn
 Tel: 0228 9449725 • Fax: 0228 9449700

Ansprechpartner:
 Hans J. Schiffer
 email: HJS.4call@t-online.de

Wir suchen einen Vertriebsmitarbeiter

mit Kenntnissen im Bereich Macintosh, Windows 95, 98, 2000 und NT. Wir erwarten einen freundlichen und verantwortungsbewußten Mitarbeiter bzw. Mitarbeiterin für ein junges, dynamisches Team bei flexibler Arbeitszeit und leistungsgerechter Bezahlung.

Wir sind ein Systemhändler, der auf heterogene PC-Netzwerke spezialisiert ist. Regional konzentrieren wir uns auf den Großraum Düsseldorf. Unsere Kunden wissen die überdurchschnittlichen, flexiblen Serviceleistungen unserer Mitarbeiter zu schätzen.

Ihre Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

SYSTEMCONNECT
Gesellschaft für Service, Support, Beratung mbH
 Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen,
 Tel. 0 21 02 - 20 27 31, Frau Karen

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
 H.J. 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
 Birgit Hölker, M.A.
 Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:
 Michael Lanzerath
 Georg Reime

Anzeigen:
 Franz Wagner
 Ralf Gruna
 Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 2 v. 1. Januar 2001

Layout und Herstellung:
 Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:
 Karin Engemann

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

Druck:
 Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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.

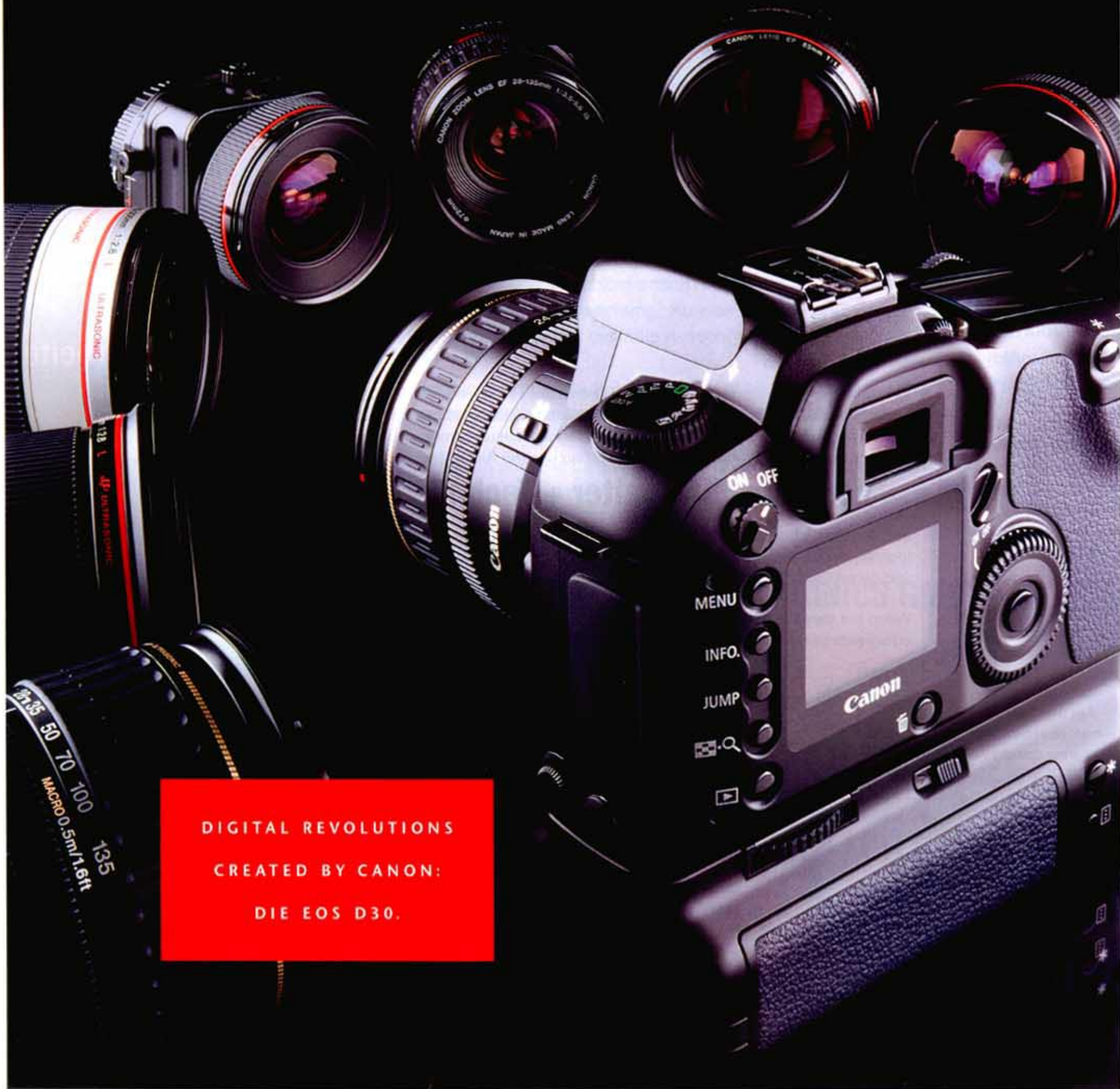
Erscheinungsweise:
 PoS-MAIL erscheint monatlich.
 Der Abonnementspreis beträgt 117,35 DM/60,- € jährlich (Ausland: 156,47 DM/80,- €).
 Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

Automatisch auf Draht – Telefonmarketing ist in

Call-Center verdienen eine Menge Geld damit, für ihre Klienten möglichst viele Kunden und solche, die es werden sollen, nach Kräften zu beklügeln. Jetzt brauchen sich die angenehmen Telefonstimmen aber nicht mehr über verärgerte Kommentare zu ihrer telefonischen Belästigung zu ärgern. Die Lösung heißt „YourVoice“. Dahinter verbirgt sich die sensationelle Möglichkeit, automatische personalisierte Anrufe auf nichtsahnende Zielgruppen loszulassen. Dem gleichnamigen Dienstleister braucht man dafür nicht einmal etwas aufs Band zu sprechen. Das Einreichen eines Textes reicht, und schon wird die Schrift in Computersprache umgesetzt und per automatischem Anruf den bedauernswerten Opfern ins Ohr geflüstert. Diese dürfen sogar auswählen, welche Informationen sie hören wollen. Wer keine synthetischen Stimmen mag, kann natürlich auch Audiodateien mit Texten von professionellen Sprechern und sogar Soundelemente einreichen. Es darf also gesungen werden beim Telefonmarketing – das kommt in den derzeitigen Call-Centern eher selten vor. Wenn dann die automatische Anrufmaschine ihre Werbetbotschaft den Angerufenen auf die Anrufbeantworter spricht und dieser die Nachricht sofort nach Aufnahme löscht, ist der höchste denkbare Automatisierungsgrad des Telefonmarketings erreicht. Der Mensch wird im Zeitalter des Computers eben weitgehend überflüssig. *Th. Blömer*

Ihre Objektive waren schon
immer scharf darauf, 3,25 Mio. Pixel
hinter die Linse zu bekommen.



DIGITAL REVOLUTIONS
CREATED BY CANON:
DIE EOS D30.



Digital fotografieren und trotzdem alle verfügbaren EF-Objektive und die Blitzgeräte der Speedlite-EX-Serie nutzen? Mit der neuen Spiegelreflexkamera EOS D30 wird diese Vision Realität: Sie führt den umfassenden Systemgedanken der EOS-Familie in der digitalen Welt fort. Darüber hinaus wird Sie auch die perfekte Ergonomie der derzeit kleinsten und leichtesten digitalen Spiegelreflexkamera mit Wechselobjektiven** begeistern. Die EOS D30 ist eben eine echte EOS. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.powershot.de oder direkt bei Ihrem Canon Partner.

EOS D30
DM 6.499,-*

photo
computing

Canon

Imaging across networks