PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Oktober 2001

ISSN 1615 - 0635 • 9,78 DM • 5,– €

2. Jahrgang • G 51612

http://www.pos-mail.de

INHALT

Internationale Funkausstellung bot auch für Tk-Händler einiges ...S. 8

Das war die IFA 2001: Die Branche im Fokus ...S. 10

Neue Marketingperspektiven durch TeleKiosk der DTAG ...S. 17

Thomson Multimedia und Microsoft mit interaktiver TV-Plattform ...S. 18

Hitachi setzt voll auf digitale Medien-Konvergenz ...S. 20

Premiere mit neuer Angebotsstruktur: Der einfache Einstieg ins digitale Abonnentenfernsehen ...S. 22

Sony Infonet bietet Rundum-Service für den Handel ...S. 24

Panasonic ergreift Initiative bei Digital-TV ...S. 26

Loewe Galerie in Berlin zeigt sich in edlem Ambiente ...S. 28

Markt im Umbruch – Monitore und Displays ...S. 30

Zusammenarbeit bei Surroundsystemen bringt Spitzenkonzepte hervor ...S. 35

Car-Navigation: Die digitalen Pfadfinder ...S. 37

Digitalradio auf dem Vormarsch ...S. 39

Die Unterschiede zwischen den einzelnen DVD-Formaten ...S. 40

Neues von MP3 ...S. 42

Was macht Bluetooth? ...S. 43

Games ...S. 44, 45

Tk-Nachrichten ...S. 6, 33

Aktuelles ...S. 4, 38

Tk-Neuheiten ...S. 6

Neuheiten ...S. 16, 21, 28, 34, 36

Kleinanzeigen ...S. 46

No(?)sense ..S. 47

Impressum ...S. 47

SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001

Dealers Only als ein Schwerpunkt der Systems 2001

Foto: Herbert Päge

Seit mittlerweile 20 Jahren hat die Systems, die in diesem Jahr vom 15. bis 19. Oktober auf dem Gelände der Neuen Messe München ihre Pforten öffnet, einen festen Platz unter den Herbstterminen der Entscheider aus Informationstechnologie- und Telekommunikationsindustrie. Experten der Branche auf der Systems zum persönlichen Informationsaustausch auf hohem Niveau. Das Konzept „Absolute Tiefe in größtmöglicher Breite“ mit klarem Fokus auf den Business-to-Business (B2B) Bereich sowie den maßgeschneiderten Marktplätzen für unterschiedliche Communities überzeugte in den letzten Jahren Aussteller und Besucher gleichermaßen und sorgte für eine stetige Zunahme der Besucherzahlen: Waren es 1999 rund 2.740 Aussteller, die sich 133.000 Besuchern präsentierten, so trafen im Jahr 2000 bereits 147.000 Besucher auf 3.250 Aussteller. Und in diesem Jahr rechnet die Messe München GmbH mit etwa 150.000 Messegästen und gut 3.300 Ausstellern – trotz eines wirtschaftlichen Umfeldes, das einige Unternehmen von einer Messebeteiligung abhält.

Als fester Bestandteil der Systems und als „Messe in der Messe“ hat sich der Bereich „Dealers Only“ etabliert. Anläßlich der Systems 1996 als innovatives Angebot speziell für Fachbesucher ins Leben gerufen, ist das Dealers Only mit den Bereichen Classic, Multimedia und Telekommunikation inzwischen zu einem vielbesuchten Treffpunkt des High-Tech-Handels herangewachsen. Das breite Ausstellerspektrum mit Distributoren, Einkaufskooperationen, Herstellern, Dienstleistern sowie den wichtigsten deutschen Fachhandelsmagazinen ist auch in diesem Jahr wieder in einer eigenen Halle zu finden: diesmal auf 6.500 Quadratmetern in Halle C2. Als exklusiv für den IT- und TK-Fachhandel zugänglicher Messebereich bietet das Dealers Only die Möglichkeit zum direkten Dialog der Aussteller mit ihren Multiplikatoren, den Fachhändlern.

Das in Europa einzigartige Konzept zeichnet sich vor allem durch eine hohe Zielgruppenaffinität auf Aussteller- und Besucherseite aus. „In seinem sechsten Jahr wird sich das Dealers Only noch größer und attraktiver präsentieren. Gegenüber dem Vorjahr verzeichnen wir einen Flächenzuwachs von zirka zehn Prozent“, erklärte Michael Pöllmann, Projektgruppenleiter Systems und eBusiness bei der Messe München GmbH, gegenüber PoS-MAIL. „Besonders erfreulich ist, daß 2001 erstmals nahezu die gesamte deutsche Distributionslandschaft im Dealers Only vertreten sein wird.“ Mit

TeleKiosk bringt Internet auf die Straße

Daß öffentliche Telefonie mehr ist als das gute, alte Telefonhäuschen, zeigt die Deutsche Telekom in diesem Jahr mit dem innovativen Internetprodukt TeleKiosk ... S.17

Premiere mit neuer Angebotsstruktur

Premiere World bietet ab Oktober ein neues Basispaket. Premiere Basic soll mit 15 Kanälen einen Einblick in das gesamte Spektrum von Premiere World bieten ... S. 22

Panasonic ergreift die Initiative

Interview mit Lothar Kerestedjian, Leiter Marketing Multimedia bei Panasonic Marketing Europe, über den Beginn einer neuen Ära beim Digital-TV ... S.26

Markt im Umbruch – Monitore und Displays

In keinem anderen Bereich des Marktes wird das hohe Innovationstempo der Industrie zur Zeit so deutlich sichtbar wie im Bereich der Monitore, Displays und TV-Bildschirme. ... S.30

Zu teuer?

Nach der IFA richten sich die Blicke des High-Tech-Fachhandels aufs Weihnachtsgeschäft. Wenn man davon absieht, daß die furchtbaren Nachrichten der letzten Tage das Konsumklima sehr negativ beeinflussen können, stehen die Chancen auf Umsatz und Rendite nach der Berliner Messe gar nicht schlecht.
Natürlich hätte man sich gewünscht, daß schon mehr der faszinierenden Zukunftsszenarien wahr geworden wären, die die CE-Industrie auch auf der IFA wieder entworfen hat. Dennoch – wir haben es schon in der vorherigen Ausgabe festgestellt – gibt es Innovationen zu verkaufen: vom Flachbildschirm über den DVD-Player bis zum digitalen Videorecorder. Und da neue Produkte bekanntlich am Anfang nicht gerade billig sind, bleibt dem Einzelhandel nicht nur mehr Umsatz, sondern auch mehr Rendite in der Kasse als mit Allerweltsprodukten aus dem Preisverhau.
Just in diesem Moment gibt es gute Ratschläge aus der Computerbranche. Eine Fachzeitschrift für den IT-Handel stellte nämlich soeben fest, die neuen CE-Produkte seien zwar schön, aber viel zu teuer. Industrie und Fachhandel würden sich zu Unrecht mit hohen Margen segnen und dadurch schnelles Wachstum verhindern.
Eigentlich wollen wir hier an dieser Stelle alles andere betreiben als Kollegenschelte. Aber so massiver Unsinn bedarf eines Kommentars – besonders wenn er aus einer Branche kommt, die sich jahrelang in einem boomenden Markt im Kistenschieben geübt hat und heute vor einem Marketingdesaster steht, weil es keine qualifizierten Vertriebswege gibt, die durch Beratung und Kompetenz die vielfältigen Möglichkeiten der modernen IT-Produkte den Verbrauchern vermitteln können.
Wer die Zukunftsszenarien von der IFA Revue passieren läßt, weiß schnell: Die digitale Welt der Consumer Electronis mit drahtloser Vernetzung vieler Komponenten vom Web-TV über den Homeserver bis zum digitalen Recorder wird dem Verbraucher kaum dadurch zu vermitteln sein, daß man große Paletten mit Kartons auf eine frequenzstarke Verkaufsfläche stellt. Hier ist Beratung nicht nur gefragt, sondern geradezu die Voraussetzung für das von uns allen gewünschte Wachstum. Beraten kann aber nur, wer gut ausgebildetes Verkaufspersonal bezahlen kann. Ohne Margen geht das nicht! Und ohne Margen sind auch die Hersteller nicht in der Lage, die PR-, Werbe- und Marketingmaßnahmen zu finanzieren, die notwendig sind, um eine Nachfrage nach den neuen Technologien zu erzeugen, die wirklich den Namen Massenmarkt verdient.
Lassen wir uns darum von unbesonnenen Stimmen nicht irre machen: Entscheidend für den Erfolg der neuen Welt der Consumer Electronics ist – natürlich in verbrauchergerechtem Rahmen – nicht der Preis, sondern die Zufriedenheit des Verbrauchers. Und die war und ist nicht zum Nulltarif zu erreichen.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001

Avnet und Peacock hat die Systems neben einer Reihe von mittelständischen Distributoren zwei weitere Großdistributoren als Aussteller gewonnen. Hinzu kommen namhafte Hersteller wie Auerswald, Canon, Dr. Neuhaus Telekommunikation, Elmeg, Epson, Fujitsu-Siemens, Hewlett Packard, Kyocera, Olympus, US Robotics und Xerox, die sich mit eigenen Messeständen im Dealers Only präsentieren.
Neben der attraktiven Ausstellerliste ist ein weiteres Indiz für die konstant gestiegene Bedeutung des Dealers Only, daß einige Aussteller ihre Standfläche in diesem Jahr nochmals vergrößert haben, etwa die Distributoren Computer 2000 und Ingram Macrotron

Kundenpflege ohne Streuverluste

Einen besonderen Mehrwert stellt Dealers Only durch das rein dialogorientierte Ambiente dar: Kein Aussteller ist gezwungen, die in diesem Bereich erwarteten etwa 14.000 Fachbesucher durch aufwendige Standkonstruktion und Animation zu gewinnen. Damit gibt Dealers Only den Ausstellern wie bereits in den Vorjahren die

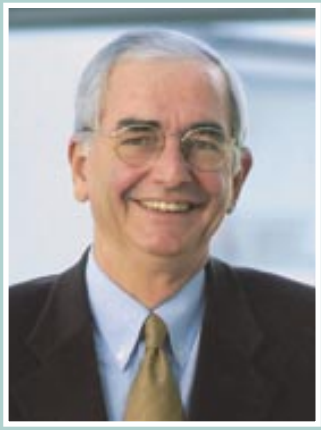
So schnell vergeht ein Jahr: Mit solchen Plakaten verabschiedete die Messe München im vorigen Jahr die Systems-Besucher. Foto: hepä

Möglichkeit, ganz gezielt ohne „Streuverluste“ auf ihre Kunden einzugehen, während sich die Kunden ihrerseits gezielt ihrem Informationsbedürfnis und ihren Geschäften widmen können.
Außerdem bietet Dealers Only einen für Messen ungewöhnlichen Komfort: großzügig bemessene Flächen für Kommunikation sowie Raum und Ruhe für Erholung und Gespräche. Ein breitgefächertes, preisgünstiges Catering, die Gastlichkeit auf vielen Ausstellerständen und kostenlose Aufbewahrungsmöglichkeiten für Garderobe und Gepäck runden das Angebot ab.

Grußwort von

Dr. Joachim Enßlin

Geschäftsführer
Messe München GmbH



Liebe PoS-MAIL-Leser,

die neuesten Produktinformationen, Verkaufsargumente für den Händler aus erster Hand, Tips für Werbung und Vertrieb, ungestörter Austausch mit Kollegen – kurzum eine Plattform nur für Sie – wo finden Sie das auf einer Messe in Europa? Mit unserem europaweit einzigartigen Konzept des „Dealers Only“ in Halle C1 auf der Systems haben wir einen Bereich geschaffen, der genau diese Ansprüche von Ihnen erfüllt. Diese exklusiv für Fachhändler zugängliche „Messe in der Messe“ ist inzwischen zum herbstlichen Reseller Treff Nummer eins avanciert. Zwanglose Business-Atmosphäre und viel Raum für individuellen Dialog laden die Fachhändler ein, sich auf 6.500 Quadratmetern einen Überblick über aktuelle Trends und Produkte zu verschaffen. Etwas abseits vom allgemeinen Systems Trubel lassen sich in aller Ruhe Kontakte zu Herstellern und Distributoren knüpfen.
Besonders erfreulich ist, daß wir in diesem Jahr die gesamte deutsche Distributionslandschaft und sämtliche namhaften Hersteller im Dealers Only begrüßen dürfen. Von unseren Medienpartnern veranstaltete Diskussionen und Round Table Fachgespräche im Forum des Dealers Only runden das Angebot ab. Sie sorgen für ein breites Informationsspektrum und beleuchten Chancen und Risiken im Reseller Markt. Neu hinzugekommen ist der Technology Park, auf dem sich mehrere, meist kleinere Unternehmen mit einem Infostand präsentieren. Wir freuen uns, daß wir speziell mit dem Dealers Only Zentrum eine attraktive Plattform für Sie geschaffen haben. Überzeugen Sie sich selbst und besuchen Sie die Systems 2001 in München.

Ich heiße Sie herzlich willkommen!

Konzept ermöglicht engen Dialog der Marktpartner

Natürlich ist Dealers Only nicht der einzige Messeinhalt. Im Gegenteil: Die Systems versteht sich als Mittler für erfolgreiches Business und als Plattform der Konvergenz von ITK- und Medienwelt. Der Veranstalter, die Messe München GmbH, entwickelte deshalb ein Konzept, das sowohl Transparenz und Know-how als auch einen engen Dialog aller Marktpartner und Communities gewährleistet.

In kontinuierlicher Verbesserung bietet die Systems 2001 durch die Kombination von Kommunikationsbausteinen mit Fokustagen, einer Fokusregion und Fokusthemen ein einzigartiges, umfassendes Bündel von Informationsmöglichkeiten. Deren Kern ist das dreistufige Konzept der Fachmessen-in-der-Messe, Areas und Foren.

Klare Struktur erleichtert den Besuch der Messe

Als ITK-Fachmesse behandelt die Systems in bewährter Weise sämtliche Themen und Technologien der TI, Tk und neuen Medien. So sind Systeme und Lösungen strukturiert im Kontext mit den Geschäftsprozessen in den Unternehmen dargestellt.

Die Hallen A1 bis A6 sind die Heimat der Software – von den Grund-

Area für Powerline

Am 1. Juli ist der Startschuß für die kommerzielle Vermarktung der Datenübertragung per Stromleitung gefallen. Damit verließ Powerline Communications (PLC) endgültig die Testphase. Die Systems schenkt dieser spannenden technologischen und wettbewerbspolitischen Entwicklung große Aufmerksamkeit: In einem eigens diesem Thema gewidmeten, rund 500 Quadratmeter umfassenden Bereich präsentieren sich Energieversorger, Hersteller, Forschungsinstitute, Anwendungsentwickler und Verbände. Knapp vier Monate nach dem kommerziellen Start bietet die PowerlineCommunication Area der Systems den Unternehmen erstmals die Gelegenheit, dem Fachpublikum und der Öffentlichkeit direkt über die in der Praxis gewonnenen Erfahrungen zu berichten.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001 SYSTEMS 2001

lagen bis hin zu speziellen Anwendungen. Das Spektrum reicht von branchenneutralen Basis-Tools wie Betriebssystemen, Datenbanken, Data Warehousing und BI-Lösungen über Migrations-Software und Front-Office-Programme bis hin zu branchen- und industriespezifischen Applikationen wie CAD-, CAE- und PPS-Produkten sowie zu Spezialösungen für öffentliche Einrichtungen, Handel, Handwerk und Dienstleistung.

Die Telekommunikation versammelt in den Hallen B4, B5 und B6 die Hersteller von mobilen und stationären Telekommunikations-

Die Messe ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln problemlos zu erreichen – Taxen bringen die Besucher direkt bis zum Eingang.

Endgeräten, die Telekommunikationsgesellschaften sowie die Provider von Services und Netzinfrastruktur. Unmittelbar daneben ist in den Hallen B3, C3 und einem Teil von C2 die Rechner-Hardware konzentriert: Computer, Server und Speichersysteme sowie Peripherie (Monitore, Drucker, Eingabegeräte).

E-Business ist als dritter, hoch aktueller Themenbereich in den Hallen B1, B2 und C1 zu finden. Dabei zeigt die enge und logische Verbindung zwischen E-Business, Hardware und Telekommunikation die Synergiemöglichkeiten auf. Gleichzeitig bilden die E-Business-Hallen einen thematischen Übergang zum International Congress Center Munich (ICM), in dem parallel zur Systems die Medientage München mit der Ausstellung Digital Signs stattfinden. Hier wird die zunehmende Verschmelzung von IT, Tk und Neuen Medien transparent gemacht.

13 Areas

Als zweite Gliederungsebene bündeln die „Areas“ der Systems Exponate und Lösungen im Rahmen spezieller Technologiebereiche und sind damit Treffpunkt für die jeweiligen Marktpartner und ITK-Communities.

Die geplanten 13 Areas decken 2001 in bewährter Weise Software-Entwicklung, Software-Lösungen, Capital Venture, Financial Solutions, IT-Security, eBusiness, Mobile Solutions, Dealers Only sowie die Education Area ab. Beispielsweise werden auf der MobileSolutionsArea so aktuelle Themen wie „UMTS und M-Commerce – Flop oder Top?“ beantwortet. Neu auf der diesjährigen Systems sind die Areas

- eGovernment (ITK-Angebote für öffentliche Verwaltungen und Behörden)
- Streaming Technology (Systeme und Anwendungen für die Übertragung von Audio- und Video-Informationen über das Internet)
- Powerline Communications (Sonderschau für die Datenübertragung über die Stromleitung; siehe Kasten links) sowie
- MacSolutions (Hard- und Software rund um das Macintosh-Betriebssystem)

16 Foren

16 Foren beleuchten als weitere wichtige Informationsquelle an allen Messetagen die aktuellen Trendthemen der ITK-Welt. In den Diskussionen treffen sich hochkarätige Industrievertreter, Marktbeobachter, Technikexperten, Pilotanwender sowie Berater und tauschen sich vor und mit dem Publikum über technische und wirtschaftliche Aspekte sämtlicher Themenbereiche aus, zum Beispiel über CRM (Customer Relationship Management), E-Business, IT-Sicherheit, mobile Lösungen oder Konvergenz-Szenarien.

Dabei will die Systems auch unterschiedlichen Informationsbedürfnissen der Besucher Rechnung tragen: Administratoren und Spezialisten aus den IT-Abteilungen der Unternehmen sind an anderen Themen interessiert als Manager und Entscheidungsträger, die den wirtschaftlichen Nutzen neuer ITK-Technologien bewerten müssen. So finden zu den beiden Trendthemen IT-Security und eBusiness auf der Messe erstmals spezielle Foren für diese beiden Zielgruppen statt.

Systems-Informationen auch im Internet

Zur genauen Planung des Messebesuches stehen weitere Informationen im Internet unter www.systems-world.de bereit. Diese Site stellt ein ganzjähriges Portal für die Informationstechnologie- und Telekommunikations-Branche mit unter anderem Markt-Informationen, Unternehmens-News, Informationen über Produkte, Produkttests, Downloads und einem IuK-Eventkalender dar.

Das Portal wird kontinuierlich ausgebaut und um interaktive Services, Dialogfunktionen und in einer späteren Stufe auch um eBusiness-Möglichkeiten erweitert.

Herbert Päge

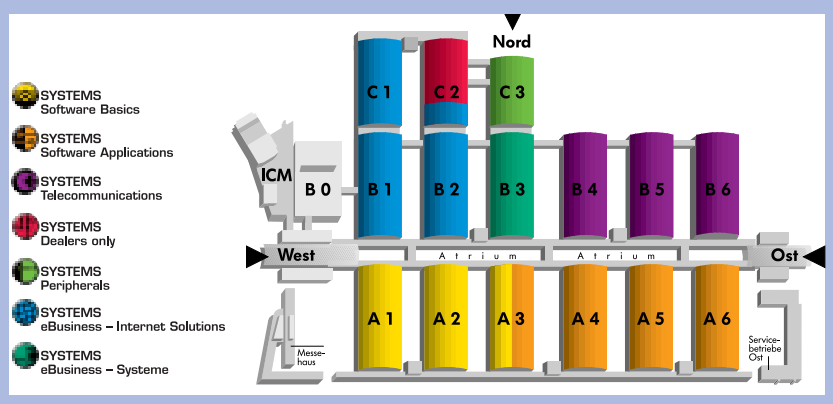
Messebesuch lohnt auch für Job-Sucher

Die Systems 2001 als professionelle Business-to-Business-Plattform (B2B) bietet auch für die Jobsuche eine gute Basis: Der Eröffnungstag der Messe firmiert erneut im Zeichen von Job & Karriere in der IuK-Wirtschaft. An diesem Tag stehen zum einen an den Ständen der Aussteller verstärkt Mitarbeiter aus den Personalabteilungen für erste persönliche Kontakte und vertiefende Bewerbungsgespräche bereit, zum anderen unterstützen Marktkenner die Bewerber darin, ihre eigene Ausgangsposition sicher zu definieren. Hinzu gesellen sich die Stände und Foren: Ob das etablierte Jobs & Karriere-Forum der Computerwoche in Halle A5, das Beratungs-Centrum für IT-Freiberufler und Existenzgründer in Halle A5, die EducationArea in Halle B5, das Systems Studio am Jobtag oder die Aktivitäten einer ganzen Reihe von Ausstellern wie Brassring oder Monster in Halle A6 – die Systems bietet eine Fülle von Aktivitäten, um sich generell über die Arbeitsbereiche der Branche, die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie konkrete Stellenofferten zu informieren.

Rund 147.000 Gäste passierten 2000 die Eingangskontrollen der Messe. In diesem Jahr rechnen die Systems-Verantwortlichen mit einer leichten Steigerung der Besucherzahl. *Fotos: hepä*

Zahlen, Fakten und Anreisetips zur Systems 2001 in München

Die Systems 2001, Internationale Fachmesse für Informationstechnologie, Telekommunikation und Neue Medien, findet vom 15. bis 19. Oktober auf dem Gelände der Neuen Messe München statt.
Öffnungszeiten: 9:00 – 18:00 Uhr;
Eintrittspreise: Tageskarte: 54 DM; Gruppenkarte (ab zehn Personen): 44 DM; Zwei-Tageskarte: 98 DM; Ermäßigungskarte: 39 DM; Dauerkarte: 216 DM; Sonderkarte (Lehrer): 29 DM.
Katalog: 45 DM
Kontakt: Besucherhotline: 01805/2356573; Telefax: 01805/2356574; E-Mail: info@systems.de oder systems2001@feedback.de: Internet: http://messe.systems.de
Anreise: Mit dem Flugzeug: München ist über rund 5.600 Kontinental- und 240 Interkontinentalflüge pro Woche zu erreichen. Ausgezeichnete innerdeutsche Flugverbindungen von und nach München garantieren Messebesuchern zeitlich abgestimmte Anschlußflüge in alle Welt. Im Zentralbereich des Münchner Flughafens gibt es einen Messe-Informationsschalter. Dort können Besucher auch Eintrittskarten und Kataloge zu den Messen kaufen und sich über die Abfahrtszeiten des Messe-Shuttle informieren. **Mit der Bahn:** Bequem, schnell, sicher und umweltfreundlich bringt die Deutsche Bahn Besucher ins Zentrum von München. Vom Hauptbahnhof aus erreicht man das Messegelände mit der U-Bahn bzw. dem Taxi in zirka 20 Minuten. Die U-Bahn-Linie U2 fährt von 5.30 Uhr bis 24.00 Uhr im Fünf-Minuten-Takt direkt zur Neuen Messe München/ICM, Haltestellen Messestadt West und Messestadt Ost. **Mit dem Auto:** Wer mit dem Auto anreist, folgt den Verkehrsleitschildern in den Außenbezirken und in der ganzen Stadt Richtung Messe/ICM. Dort stehen Ausstellern und Besuchern ausreichend Parkplätze zur Verfügung. Während einiger Messen können für Wohnmobile und Caravans Parkplätze auf dem Messegelände genutzt werden. Details dazu unter Telefon 089/949-20720 oder newsline@messe-muenchen.de. **Mit öffentlichen Verkehrsmitteln:** Das Messegelände ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln hervorragend zu erreichen, auch von außerhalb der Stadtgrenzen. Fahrkarten für die öffentlichen Verkehrsmittel erhalten Besucher am Automaten oder am Schalter der jeweiligen Haltestelle (bei Bussen und Trambahnen auch beim Fahrer). Es gibt Einzel- und Streifenfahrkarten. Der Tarif wird nach Zonen berechnet. Für alle Entfernungen innerhalb der Stadtgrenzen von München – so auch zur Neuen Messe – müssen zwei Streifen an den dafür vorgesehenen Automaten entwertet werden. Im Vorverkauf erhalten Besucher zusammen mit der Systems Eintrittskarte eine MVV-Messefahrkarte der Messe München. Sie berechtigt zur kostenlosen Benutzung aller MVV-Verkehrsmittel im Gesamttarifgebiet für die Fahrt zum Messegelände und zurück. Sie gilt nur in Verbindung mit einer gültigen Eintrittskarte. Besucher, die im Besitz einer Gast- oder Vorverkaufskarte sind, können die kostenlose MVV-Messefahrkarte bereits bei der Anreise nutzen.



Kurze Wege, moderne Hallen und eine übersichtliche Struktur sind die typischen Kennzeichen der Systems auf dem Gelände der Neuen Messe in München.

dnt® Kommen Sie in unsere Welt der Kommunikation auf der Systems 2001 INSTANT POWER

Power für Handys/PDAs

Diktiergeräte

Digitalkameras

Funkhandys

Sprechgarnituren

SYSTEMS 2001
15.–19. Oktober, München www.systems.de
Halle B4 Stand 159

dnt Drahtlose Nachrichtentechnik Entwicklungs- und Vertriebs GmbH, Voltastr. 4, 63128 Dietzenbach Tel. 06074/37140, Fax 06074/371437, E-Mail dnt@dnt.de, Internet www.dnt.de

PoS-Aktuell

AVM zeigt schnurlose Fritz!Card-Produkte

AVM stellt auf der Systems 2001 eine neue Reihe schnurloser Fritz! Card-Produkte vor. Dabei werden mittels Bluetooth Entfernungen bis zu 100 Meter vom PC zum ISDN-Anschluß oder zu weiteren PCs überbrückt. Die neue Fritz!Card Bluetooth ermöglicht auf einer Karte schnurlosen und kabelgebundenen Betrieb. Schrittweise sollen weitere Bluetooth-Produkte eingeführt werden, so

zum Beispiel bis zum Jahresende die Fritz!Card Bluetooth und ein ISDN Access Point. Ebenfalls vorgesehen sind Bluetooth-Produkte für Notebooks zur flexiblen kabellosen Anbindung an das ISDN von jedem Standort innerhalb eines Gebäudes. Die Produktpalette für ISDN Bluetooth-Controller soll kontinuierlich erweitert werden. Auf der Systems präsentiert AVM die vielseitigen ISDN-Kommunikationsmöglichkeiten über Bluetooth. Mit Internet-Zugang, Datentransfer, PC-Fax und Videotelefonie werden oft nachgefragte Features im schnurlosen Einsatz gezeigt.

Kostenloses Upgrade für iPAQ Pocket PC Käufer

In einer bis zum 30. November befristeten Aktion bietet Compaq allen Käufern eines iPAQ Pocket PC derzeit ein Gratis-Update auf die neue Microsoft Betriebssystem-Plattform Pocket PC 2002 an. Wer in diesem Zeitraum einen iPAQ H3630 oder H3660 erwirbt, erhält das kostenlose Upgrade; es entsteht lediglich eine Versandkostenpauschale für die Zusendung der CD-ROM. Der iPAQ Pocket PC besitzt ein eingebautes Flash-ROM. Dadurch ist es möglich, über eine einfache Installationsroutine das Betriebssystem zu aktualisieren.

EP-Umsatzentwicklung entspricht Erwartungen

Electronic Partner hat im ersten Halbjahr 2001 trotz Konjunkturflaute ein Wachstum von 10,2 Prozent verzeichnet. Der EP Zentralumsatz in Deutschland lag bei 479 Millionen Euro, mit einem Anteil von 76,4 Prozent. Der EP Zentralumsatz außerhalb Deutschlands ergab 148 Millionen Euro, bei einem Anteil von 23,6 Prozent. Im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres lag der EP Zentralumsatz außerhalb Deutschlands anteilig bei 23,2 Prozent und in Deutschland bei 76,8 Prozent. Der EP Mitgliederumsatz wird per 30. Juni 2001 auf 1.345 Millionen Euro geschätzt. Er lag damit um 10,1 Prozent über dem Vorjahr (1.222 Millionen Euro). Electronic Partner sei zuversichtlich, das anvisierte Wachstum von zwölf Prozent zum Jahresende erreichen zu können, hieß es in einer Pressemeldung der Verbundgruppe.

Videoschnittsoftware von Fast Dazzle preiswerter

Fast-Dazzle, ein Geschäftsbereich von SCM Microsystems, hat eine Preissenkung für seine Videoschnittlösung DV.go! bekanntgegeben. DV.go! kann ab sofort zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 199 DM angeboten werden. Zuvor betrug der empfohlene Verkaufspreis 249 DM. Ausgestattet ist die PCI-Karte mit drei FireWire-Schnittstellen. Sie ist in der Lage, digitales Videomaterial im Native DV-Format auf die Festplatte zu speichern. Der fertig bearbeitete Videofilm kann dann wieder auf DV-Band ausgegeben oder als MPEG 1- bzw. MPEG 2-Datei exportiert und so für die Erstellung der eigenen Video- bzw. Super-Video-CD vorbereitet werden. Im Bundle enthalten ist die Editing-Software Video Studio 5.0 von Ulead in der Vollversion.

Europäische Kooperation begrüßt neues Mitglied

Die Verbundgruppe Weltfunk Elektronische Handels-GmbH & Co. KG mit der zugehörigen telering GmbH & Co. KG ist mit Wirkung vom 1. Juli 2001 als Mitglied in die europäische Kooperation Electronic & Domestic Appliances EEIG (E.D.A.) eingetreten. Mit dem Beitritt hat die Weltfunk ihre Aktivitäten im europäischen Rahmen erweitert und tritt damit erstmals seit ihrer Gründung in eine fundamental neue Entwicklungsphase ein, wie Geschäftsführer Franz Schnur anläßlich der IFA 2001 in Berlin mitteilte.

Die im Jahr 1966 gegründete Weltfunk ist heute ein bundesweit tätiger Verbund aus 15 Großhandels-Gesellschaften mit 235 Niederlassungen im gesamten Bundesgebiet. Diese beliefern die über 2000 Mitgliedsbetriebe der Marketinglinien telering und Markenprofi sowie mehr als 8.000 Facheinzelhändler.

Die im Jahre 1992 gegründete E.D.A. hat die Rechtsform einer Europäischen Wirtschaftlichen Interessenvereinigung (EWIV; englisch: European Economic Interest Grouping EEIG), die von Brüssel im Jahr 1985 eigens für Unternehmen geschaffen wurde, die europaweit kooperieren wollen.

Matsushita sponsert das Toyota Formel 1-Team

Matsushita Electric Industrial Co. Ltd. und die Toyota Motor Corporation (TMC) haben gemeinsam mit der Toyota Motorsport GmbH (TMG) einen Vertrag geschlossen, durch den Matsushita Hauptsponsor des Toyota Formel 1 Teams wird. Nach dem Vertrag wird das Toyota Formel 1-Team als „Panasonic Toyota Racing“ auftreten. Die Fahrzeuge auf den Formel 1-Strecken werden das Logo der Matsushita-Marke „Panasonic“ auf den Seiten und auf dem Heckflügel tragen. Der Sponsorenvertrag läuft ab 2002, dem ersten Jahr der Teilnahme Toyotas in der Formel 1, bis zum Jahr 2006.

Loewe AG erhöht das Konzernergebnis

Die Loewe AG hat für das erste Halbjahr 2001 (1.1-30.6) trotz eines schwierigen Konjunktur- und Marktumfeldes eine gute Entwicklung verzeichnet, hieß es in einer Pressemeldung des Unternehmens. Das Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) hat sich um 17 Prozent auf 12,5 Mio. Euro erhöht. Der Umsatz stieg um neun Prozent auf 171 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie verbesserte sich um 15 Prozent auf 0,98 Euro. Den Auslandsumsatz konnte die Loewe AG im ersten Halbjahr 2001 um 29 Prozent auf 171 Mio. Euro erhöhen. Damit wuchs der Auslandsanteil des Umsatzes auf über 50 Prozent. „Die Export-Erfolge, zum Beispiel in Frankreich, Italien und Spanien, haben dazu beigetragen, deutlich über dem Wettbewerbsumfeld liegende Zuwachsraten bei Umsatz und Ergebnis zu erwirtschaften“, erklärte Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG. „Daneben stützt die anhaltend gute Nachfrage nach großformatigen TV-Geräten das Loewe Geschäft.“

Sony präsentiert den www.sonystyle-club.de

Internet-User können sich unter www.sonystyle-club.de über die Sony-Welt informieren. Die Plattform bietet den Mitgliedern, die sich zuvor auf unkomplizierte Weise registrieren müssen, Unterhaltung und Infos rund um die Sony-Produktpalette, Premium-Auktionen, Gewinnspiele, eine Online-Filmschule und ein virtuelles Soundstudio. Darüber hinaus können von Profis Tips für digitale Fotoshootings erfragt werden und auch Gespräche mit Sony-Designern werden ermöglicht. Die Club-Gäste sollen nach den Worten von Otto Zich, Chairman & CEO bei Sony Europe, eine neue Möglichkeit haben, Sony zu erleben.

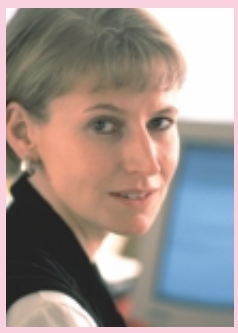
Holm Kilbert wird Pressesprecher bei der Grundig AG

Holm Kilbert ist zum Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Grundig AG ernannt worden. Er bekleidete diese Position bereits 1993/94. Der Jurist arbeitet seit über 20 Jahren im Bereich Presse, PR und Öffentlichkeitsarbeit. Unter anderem war er einer der Sprecher des Bundesfor-

schungsministers, Sprecher der Raumfahrtindustrie sowie PR-Chef und Sprecher in Unternehmen der Consumer Electronic, Informationstechnologie und Telekommunikation.

Bettina Schmidt leitet jetzt das Marketing bei der Grundig AG

Bettina Schmidt, bisherige Leiterin der Grundig Öffentlichkeitsarbeit, hat Mitte September die Position eines



Direktors Marketing Kommunikation im Unternehmen übernommen. Zu ihrem neuen Aufgabengebiet gehören unter anderem die Werbung, das Brand Management sowie die Verkaufsförderung. Als Direktor Marketing Kommunikation berichtet Schmidt an Harald Klippel, der im Zuge der organisatorischen Umstrukturierung jetzt bei Grundig den gesamten Bereich des Home InterMedia Systems verantwortet.

Antonia Schulze verstärkt Alcatel Mobil Phones Division

Antonia Schulze hat die Leitung des Bereichs Channel-Management bei der Mobile Phones Division von Alcatel in Deutschland übernommen. Die Marketingspezialistin kehrte damit nach fünfjähriger Tätigkeit bei einem anderen Tk-Unternehmen in Düsseldorf zu ihren beruflichen Wurzeln zurück: Bei Alcatel hatte Schulze bereits ihre Ausbildung zur Industriekauf-

frau absolviert. Als Managerin Channel-Management leitet sie jetzt Marketing, Product Management, Customer Care sowie Sales Administration & Controlling.

FLATRON™
freedom of mind

kdh+p

Plasma. Technologie für die Zukunft.

MZ-60 PZ 10
(152 cm Bilddiagonale)

LG präsentiert die Plasma TV-Generation von morgen.

Plasma-Technologie in 60, 42 und 40 Zoll Bilddiagonale. Von einem der weltweit größten Hersteller. Digital Home Cinema in Kombination mit den neuen LG DVD AV-Receivern und Lautsprecher Surround-Systemen.

LG bedeutet: auf langjähriger Tradition aufbauende Forschung für die Produkte von Morgen. LG heißt: Kompetenz in allen Bereichen des High Tech und darüber hinaus. LG überzeugt: alles kommt aus einer Hand und besetzt durch Perfektion und Design der Extraklasse eine Spitzenstellung. LG bietet: die große Leistung zum guten Preis.

DVD AV-Receiver DA-3520 mit Surround-System

Stereo LCD-TV LE-15 A 10

LG Electronics Deutschland GmbH

Jakob-Kaiser-Straße 12 · D-47877 Willich
Telefon (02154) 492-105 · Telefax (02154) 42 87 99
info@lge.de
www.lge.de

LG
Digitally yours

PoS-Neuheiten

Panasonics Handy GD75 klingelt mehrstimmig

Mobil

Schlank, leicht, chic und mit zahlreichen Funktionen präsentiert Panasonic das neue Handy GD75. Das GD75 ist mit dem gleichen Bildschirmmenü ausgestattet, das Panasonic bereits beim GD95 einsetzte. Alle Funktionen können mit Hilfe der Bildschirm-Icons und des Fünf-Richtungs-Joysticks ausgewählt werden. Mit dem GD75 können Klingeltöne aus dem Internet heruntergeladen werden, erstmals können dies auch mehrstimmige Sounds (polyphone Ruftöne) sein. weiterhin bietet das Gerät eine Vielzahl von SMS-Funktionen, wie zum Beispiel den SMS Chat. Das

Handy verfügt über ein integriertes Modem, WAP 1.2.1-Browser, Voice-Memo-Funktion und Freisprecheinrichtung. Außerdem ist das GD75 mit einem Personal Information Management-System ausgestattet. Dieses umfaßt Funktionen wie eine automatische Weltzeituhr, Alarm, Kalender, Erinnerungsfunktion, Rechner und Währungsumrechner.

Loewe komplettiert die alphaTel Familie

Loewe hat die alphaTel Familie mit zwei Anrufbeantwortern komplettiert, deren Äußeres harmonisch auf die alphatel Telefone abgestimmt wurde. Die Geräte arbeiten volldigital und bieten dank zahlreicher Funktionen die Möglichkeit, die dazu-

gehörigen Telefone zu einer Kommunikationszentrale auszubauen. Zu den Ausstattungsmerkmalen zählen Gesprächsübernahme, Nachrichtenaufzeichnung bis zu einer Länge von 45 Minuten mit Information über Zeit und Datum des Anrufs, Pin-gestützte Fernabfrage, -Fernsteuerung und -konfigurierung sowie Fernein- und -ausschalten. Das selektive Löschen von Nachrichten ist ebenfalls möglich. Mit dem größeren Modell, dem alphaTel 5000 A, können darüber hinaus noch Gespräche mitgeschnitten und Anrufe an einen beliebigen Anschluß weitergeleitet werden. Er verwaltet interne Memos und externe Nachrichten getrennt und ist mit einer Rückruffunktion für die letzten 50 Anrufer ausgestattet. Zusätzlich zur Sprachführung der wichtigsten Funktionen bietet das Gerät eine Menüführung mit Klartext im Display.

Trium präsentierte auf der IFA neue Produktlinie

Mobil

Trium hat auf der Internationalen Funkausstellung die neue Produktfamilie aura, mystral und odyssey, allesamt GPRS-fähige Handys für Einsteiger, vorgestellt. Technisch baugleich, sollen die drei Modelle durch ihr unterschiedliches Design individuelle Vorlieben befriedigen. Neben bekannten Mobilfunk-Features bieten die neuen Handys zahlreiche Möglichkeiten für Spaß mit aktuellen Funtrends. So können erstmals bei Trium Handys aus einem Spielepool im Internet Spiele heruntergeladen werden. Auch 30 Melodien, davon viele mehrstimmige (polyphon), gehören zum Standard; weitere Melodien lassen sich ebenfalls herunterladen. Zusätzliche Ausstattungsmerkmale sind Vibrationsalarm, Taschenrechner und T9 Texterkennung. Im Telefonbuch können bis zu 100 Namen mit jeweils bis zu drei Einträgen (z. B. mobil, geschäftlich, privat) gespeichert werden. Die neuen Handys bieten eine Stand-by-Zeit von bis zu 165 Stunden und eine Gesprächszeit von bis zu 2,5 Stunden.

elmeg C48.net mit acht a/b-Ports mit Clip

elmeg setzt mit der neuen ISDN-Anlage elmeg C48.net den Trend des Home Phoneline Networking fort. Acht a/b-Ports mit Clip sorgen für große Flexibilität. Vier davon unterstützen Home Phoneline Networking und somit die Vernetzung von bis zu vier PCs über die herkömmliche Zwei-Draht-Telefonleitung. Durch eine USB-Schnittstelle ist der Internetzugang mit bis zu 128 Kbit pro Sekunde möglich. Die elmeg C48.net verfügt über einen S_0-Bus zum Amt sowie zwei digitale Internkanäle zur Anbindung von ISDN-Endgeräten. Sie ermöglicht, über eine Klinkenbuchse externe Wartemusik einzuspielen, ein zusätzlicher Modulsteckplatz läßt die optionale Anschaltung eines Ansagemoduls oder einer Türfreisprecheinrichtung offen. Im Lieferumfang enthalten sind unter anderem die TAPI-basierte CTI-Software elmeg PC-Tel sowie ein automatisches Least Cost Routing. Des weiteren ermöglichen die elmeg WIN-Tools eine einfache Installation der Anlage. Unterstützt durch Fernkonfiguration und Fernladung neuer Firmware ist die elmeg C48.net ein leistungsstarkes Kommunikationsmittel. Die mitgelieferten Anwenderprogramme wie Telefonbuch oder Gebührenauswertung stehen in vier Sprachen zur Verfügung.

tiptel 350-10 ISDN für kleine Unternehmen

Mit dem neuen VoiceMail-System tiptel 350-10 ISDN bietet der Ratinger Hersteller kleinen und mittleren Unternehmen eine Sprachspeicherlösung, die bislang großen Tk-Anlagen vorbehalten war. Neben dem Firmen-Anrufbeantworter lassen sich bis zu neun individuelle, PIN-geschützte Voiceboxen für Mitarbeiter einrichten. Zudem kann das Gerät zwei eingehende Anrufe gleichzeitig managen. Die Aufzeichnungskapazität beträgt 60 Minuten, sie läßt sich aber mit Hilfe einer 64 MB MultiMediaCard auf bis zu fünf Stunden erweitern. Die menügeführte Bedienung des tip-

tel 350-10 ISDN erfolgt über das beleuchtete Grafikdisplay. Für jede Voicebox stehen eine Anrufliste mit 100 Einträgen sowie ein zentraler Anruffilter zur Verfügung. Eine vielseitige Zeitsteuerung erlaubt es, die Voiceboxen tageszeitabhängig zu aktivieren und die Begrüßungsansagen umzuschalten. Zehn Schaltzeiten können dafür pro Voicebox programmiert werden. Eingegangene Nachrichten können ferner auf einen anderen Anschluß weitergeleitet werden, zum Beispiel ein Mobiltelefon. Über den Audio-Eingang lassen sich professionelle Ansagen in hoher Qualität aufspielen. Je nach Konfiguration können über den internen S_0-Bus kostenfreie Interngespräche geführt, Anrufe vermittelt und von der Voicebox herangeholt werden.

PoS-Aktuell

Agfeo und Teleos arbeiten zukünftig zusammen

Agfeo, der Bielefelder Hersteller von ISDN-Tk-Produkten, und die Teleos Gesellschaft für Telekommunikation und Netzdienste Ostwestfalen-Schaumburg mbH, Herford, haben eine enge Zusammenarbeit vereinbart: Agfeo liefert aus seiner Produktpalette ein zugeschnittenes Portfolio von ISDN-TK-Anlagen und Systemtelefonen. Teleos vermarktet diese Produkte schwerpunktmäßig zusammen mit ihrer Muttergesellschaft, der Elektrizitätswerk Minden-Ravensberg GmbH (EMR) in Verbindung mit ihren Strom & Fon-Produktpaketen. Der Vertrieb der Bündel aus Stromkontingent, ISDN-Telefonie, wahlweise mit Internetzugang und Komfort-ISDN-Telefonanlage, erfolgt über den Fachhandel sowie über EMR und Teleos direkt.

T-Online steigert den Halbjahresumsatz

T-Online bleibt weiter auf Wachstumskurs: Wie das Unternehmen im Rahmen einer Pressekonferenz mitteilte, wuchs die Zahl der Access-Kunden in Deutschland vom 30. Juni 2000 bis 30. Juni 2001 um rund 38 Prozent auf rund 7,5 Mio. Der Konzernumsatz vom 1.1. bis 30.6. erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 53 Prozent auf 539,3 Mio. Euro. Das EBITDA wurde im zweiten Quartal 2001 gegenüber dem ersten Quartal 2001 von minus 66,4 Mio. Euro auf minus 56,9 Mio. Euro verbessert (plus 14 Prozent). Im Access-Geschäft steigerte T-Online den Umsatz von 311,2 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2000 auf 459,2 Mio. Euro im ersten Halbjahr 2001, der Umsatz des Portal-Geschäftes verdoppelte sich in dieser Zeit auf 67,9 Mio. Euro.

Sony und Ericsson mit Joint-venture-Abkommen

Die Sony Corporation und die Telefonaktiebolaget LM Ericsson haben angekündigt, daß beide Unternehmen, vorbehaltlich der endgültigen Zustimmung der Vorstände und der rechtlichen Überprüfungen, beschlossen haben, ihr Mobiltelefongeschäft weltweit zu vereinigen. Die anderen Sparten der beiden Unternehmen bleiben eigenständig, zusammengeführt werden nur die Handybereiche. Beide Firmen hatten bereits im April eine entsprechende Absichtserklärung unterzeichnet.

Arcor integriert die Marke otelo

Arcor, Muttergesellschaft von otelo, hat entschieden, das Vertragskundengeschäft der Tochtergesellschaft zu übernehmen und nur noch die Marke Arcor weiterzuführen. Auf einer Pressekonferenz anläßlich der Internationalen Funkausstellung begründete Harald Stöber, Vorsitzender des Vorstandes der Arcor AG & Co., die Entscheidung unter anderem so: „Die Zeiten für eine Zwei-Marken-Politik in der Telekommunikation sind aufgrund des erreichten Preisniveaus vorbei. Werbesummen für den Erhalt von zwei Marken können in einem Unternehmen nicht doppelt erwirtschaftet werden. Jährlich wurden allein in die Marke otelo mehr als 40 Mio. Euro investiert. Sowohl auf der vertrieblichen wie auch auf der technischen Seite werden wir alle Aktivitäten auf eine Marke konzentrieren.

Daher haben wir auf der Aufsichtsratsitzung von otelo entschieden, das Vertragskundengeschäft auf Arcor zu überführen. Gleichzeitig wird Arcor den Netzbetrieb für das Call by Call- und Internet by Call-Geschäft im Rahmen eines Betriebsführungsvertrags übernehmen. Dieses Diensteangebot, das ein spezifisches Kundensegment anspricht, wird unter dem Prefix 01011 weitergeführt.

Wir haben den otelo-Kunden versichert, daß wir sie zu den gewohnten Konditionen künftig bei Arcor führen. Das Service- und Produktprogramm bleibt erhalten. Die Umstellung erfolgt ab 1. November. Zu diesem Zeitpunkt wird auch die Neukundenakquise über Arcor erfolgen.

Neben der Integration der Vertriebsaktivitäten in die Privatkundensparte bei Arcor umfaßt die Überführung der Geschäftstätigkeit auf Arcor auch das Billing-System sowie die Technik. Die Migration der otelo-Netze auf das Arcor-Netz erfolgt bereits. Das Abrechnungs-System wird zu einem einheitlichen EDV-System zusammengefaßt.

Auf der Aufsichtsratssitzung wurde weiterhin beschlossen, alle 550 otelo Mitarbeiter zum 1. Januar 2002 bei Arcor zu übernehmen. Die Standorte Köln und Essen werden auch in Zukunft Kernstandorte von Arcor bleiben. Um die Integration des otelo Vertriebs in den Arcor-Vertrieb sicherzustellen, wird Klaus Thiemann in Personalunion, neben seinen Aufgaben als Vorstand Privatkunden bei Arcor, auch Geschäftsführer Vertrieb bei otelo. Gleichzeitig wurde Siegfried Römer in gegenseitigem Einvernehmen von seinen Aufgaben entbunden. Klaus Thiemann wird gemeinsam mit Christian Ehrentraut, Sprecher der otelo Geschäftsführung, und Manfred Schrader, Geschäftsführer Technik, den Integrationsprozeß steuern.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

CATCH

Jetzt gehen sogar die Finnen fremd.

Einfach sexy: Das neue V66

Da staunen sogar die, die sonst immer meinen, die Nase vorn zu haben: Der kleine Trendsetter von Motorola sieht nicht nur gut aus, sondern ist mit allem ausgestattet, was ein modernes Mobiltelefon auszeichnet. Denn neben der **neuen Menueführung** verfügt das V66 über das Ausstattungsniveau der ganz Großen.

Das neue Menue: Einfach, persönlich und individuell!

Das fällt gleich ins Auge: bei der Entwicklung des V66 wurde – wie bei allen neuen Motorola-Modellen auch – besonderer Wert auf eine **übersichtliche** und **individuell einstellbare Menueführung** gelegt. Dabei wurden vor allem Konsumentenwünsche berücksichtigt. Mit den vier Cursortasten lässt sich ganz einfach durch das **personalisierte Menue** navigieren. Zusätzlich vereinfachen zwei individuell belegbare **Soft Keys** die Bedienung. Mit diesen Funktionstasten lassen sich beispielsweise oft benutzte Menueunterpunkte abspeichern und direkt anwählen.

Geizt nicht mit Reizen: Covers, GPRS, Tri-Band...

Passend für jede Situation. Mit den **verschiedenen Covers** kann man das V66 ganz nach Lust und Laune stylen – und seinem Handy somit einen ganz persönlichen Touch verleihen. Hinter dem Cover verbirgt sich die SIM-Karte. Sie ist leicht einzusetzen bzw. zu entnehmen. In puncto Ausstattung bietet das V66 alles, was man von einem modernen Handy der Spitzenklasse erwarten darf:

Tri-Band- und **GPRS-Technologie**, einen **Kalender mit Erinnerungsfunktion**, Speicherplatz für bis zu **500 Telefonbucheinträge** – und für eine gute Unterhaltung zwischendurch ein FM-Radio-Headset aus dem Zubehörprogramm.

Das hört man gerne: Werbung auf breiter Front.

Das V66 hat bereits jetzt das Zeug zum Dauerbrenner. Wenn das neue Designhandy bald Thema Nummer Eins ist, könnte das aber auch an der **breitangelegten Konsumentenkampagne** liegen, die demnächst startet. Die Anzeigenmotive werden bis Ende 2001 in allen **reichweitenstarken Publikumstiteln** geschaltet, darunter zum Beispiel **Focus**, **TV-Spielfilm**, **Cosmopolitan** und **Computer Bild**. Seien Sie also darauf vorbereitet, wenn in kürze nicht nur Finnen vor Ihrer Ladentür stehen und das V66 haben wollen.

MOTOROLA
intelligence everywhere™

Obwohl nur wenige der ganz großen Anbieter auf der IFA vertreten waren, bot die Messe auch für die Besucher aus den Reihen des Telekommunikationshandels einiges an neuen Produkten und neuen Diensten. Neben den Netzbetreibern standen dabei vor allem die kleineren Telefon- und Zubehörhersteller im Mittelpunkt des Interesses. PoS-MAIL gibt einen kurzen Überblick über die interessantesten Messeneuheiten.

Die verschiedenen Unternehmen mit dem „T" im Namen waren auf der IFA 2001 ebenso mit einem großen Stand vertreten wie Mobilfunk-Netzbetreiber E-Plus. *Fotos (10): hepä*

IFA bot auch für Tk-Händler einiges

T-Mobil International präsentierte in Berlin die vielseitigen Möglichkeiten der mobilen Kommunikation von morgen. Gezeigt wurden innovative Anwendungen auf Basis von GPRS und UMTS sowie Endgeräte-Studien für die nächste Mobilfunkgeneration. Demonstriert wurde auch die schnelle Datenübertragung bei Fernseh-Live-Übertragungen über mobile Endgeräte. Mit TeleHome zeigten **Deutsche Telekom** und T-Mobile außerdem eine Applikation, die die Fernüberwachung und Fernsteuerung der gesamten Haustechnik von der Heizung bis zu allen elektrischen Geräten über ein mobiles Endgerät ermöglicht.

Aber auch die Kommunikation von heute spielte eine wichtige Rolle. So gab T-Mobile beispielsweise den neuen Tarif Xtra Talk für Vieltelefonierer bekannt. Weiterhin kündigte T-D1 neue Dienste auf Basis des Short Message Service (SMS) und die Erweiterung des Sprachportals T-D1 EasyGate an.

T-Online nutzte die Funkausstellung, um die neue Version 4.0 der T-Online Software einzuführen. Sie vereint die komplett überarbeiteten Versionen von Zugangssoftware, E-Mail- und Online-Banking-Programm mit innovativen Produkten. So sind der T-Online-Browser und der T-Online-Messenger ab sofort feste Bestandteile. Seit der IFA neu bei T-Online ist außerdem die ISDN-Datenkompression. Mit ihr lassen sich bei ISDN-Wählverbindungen ohne Mehrkosten erhebliche Steigerungen der Datenübertragungsraten erzielen.

Zu den Highlights in den Telekom-Hallen auf der Funkausstellung gehörte die Show am Arcor-Stand, die regelmäßig viele Dutzend Zuschauer anzog. *Foto: Mizdrak*

„Fun & Entertainment" sowie „Trends & Visions" waren die Themen des **D2 Vodafone** Standes. Dort konnten die Besucher vollkommen neue Handygames („D2-Load-A-Game") spielen und in bewegten Bildern die mobile Multimedia-Welt von morgen („Tagesschau" und „Beachvolleyball" per UMTS) erleben, und sie erfuhren Interessantes über das neue Enhanced Messaging („SMS mit Bildern und Tönen"). Dazu gab es im D2-Competence-Center Tips und Tricks rund um das Zusammenspiel zwischen Handy und Organizer.

Bei **Philips** gab es unter anderem das neue GPRS-Handy Fisio 318 zu sehen. Das Gerät zeigt sich in einem kompakten und neu gestylten Gehäuse. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören das grafische Display, das preisgekrönte Karussel-Menü, Voice Dial/Voice Command-Funktion und die T9-Funktion. Darüber hinaus ermöglicht das Handy dem Benutzer, Klingeltöne und Emotionssymbole als Anhang zu einer SMS zu versenden und dank InFusio Software Spiele aus dem Internet herunterzuladen.

Für die Festnetztelefonie zeigte Philips die neuen Kala 200 Modelle. Diese schnurlosen Telefone kommen in den zurückhaltenden Farben Onyx und Chinese Blue mit kontrastierenden Bronze-Details und in leuchtendem Rot auf den Markt. Kala Telefone zeichnen sich durch ein extrem benutzerfreundliches Bedienkonzept und vielfältige technische Ausstattung aus.

Am **Arcor** Stand zog die Show „Antigravity – wider die Schwerkraft" regelmäßig die Blicke der Besucher auf sich. Das New Yorker Tanzensemble, eine Truppe aus ehemaligen Olympioniken und Weltmeistern im Kunstturnen, feierte mit dieser Show Europapremiere. Aber auch für das Tagesgeschäft hatte Arcor etwas zu bieten: So stellte das Eschborner Unternehmen unter anderem den neuen Dienst Web Order Entry (WOE) vor. Er bietet Arcor Handelspartnern die Möglichkeit, ihre Aufträge am PC auszufüllen. WOE arbeitet wie ein interaktiver Büroassistent, der alle Angaben automatisch auf Aktualität, Vollständigkeit und Plausibilität überprüft. Alle Daten werden nach Auftragseingang zentral gespeichert. Damit hat der Händler permanenten Überblick über sämtliche getätigten Aufträge, und er kann den aktuellen Bearbeitungsstand jedes einzelnen Vertrages bequem vom PC aus abrufen. Web Order Entry soll den Arcor Händler bei Vermarktung, Beratung und Vertragsabschluß unterstützen und Effizienz sowie Vertriebskompetenz steigern.

E-Plus gab im Rahmen einer Fachpressekonferenz einen Einblick in die zukünftige Vertriebsstrategie. Hier war unter anderem zu erfahren, daß sich das Unternehmen zukünftig weiterhin um den ertragsstarken Geschäftskundenbereich kümmern werde, allerdings mit straffer organisierten Handelspartnerschaften. Eine weitere Zielgruppe stellen die „neuen Jugendlichen" dar, von denen derzeit etwa 80.000 bis 100.000 pro Monat in die Mobiltelefonie einsteigen. Im Laufe des kommenden Jahres sollen dann, sobald der Betreiberwechsel mit Übernahme der Rufnummer möglich ist, bereits aktive Mobiltelefonierer anderer Betreiber für das E-Plus-Netz begeistert werden.

An neuen Produkten zeigte E-Plus den „E-Mail-to-Speech Service", der Mobilfunk und Internet zusammenführt, verschiedene SMS-Infodienste und ein Chatangebot, bei dem die Teilnehmer per SMS auf den Teletextseiten der Fernsehsender Sat1, Viva, Viva zwei und RTL mit Gleichgesinnten kommunizieren können.

Loewe Telecom stellte auf der IFA eine neue Linie schnurloser DECT-Telefone aus. In der neuen DECT-Linie alphaTel 3100, die aus den Modellen alphaTel 3100 DE und alphaTel 3100 DL (zusätzliches Mobilteil mit Ladeschale) besteht, findet der preis-leistungs-

Am Loewe Stand stießen vor allem die neuen Geräte der alphaTel 3100 Produktfamilie auf Aufmerksamkeit.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

orientierte Käufer Produkte, die umfangreiche Ausstattung und einfache, komfortable Bedienung mit individuellem, eigenständigen Design verbinden. Zu den Leistungsmerkmalen zählen eine Telefonliste mit 20 Einträgen, eine effiziente Gebührensparfunktion, Wahlwiederholung der letzten fünf gewählten Nummern, Nebenstellenbetrieb, Konferenzschaltung zwischen zwei Mobilteilen und einem externen Anrufer und Weiterleitung von externen Gesprächen an ein anderes Mobilteil.

Interessierte, bewundernde oder auch neidische Blicke zog der Bentley Arnage auf sich, der am Stand der **THB Bury GmbH** auf die Freisprechanlagen des Unternehmens aus Löhne aufmerksam machte. Im Mittelpunkt des

Ein ziemlich teurer Bentley Arnage diente am Stand der THB Bury GmbH als Blickfang. Marketingleiter Andreas-Markus Gersten führte mit sichtlichem Vergnügen die in dem Luxusgefährt installierte Freisprechanlage THB Voice Dial vor.

Interesses stand dabei die THB-Voice Dial Anlage, die in dem Luxusauto eingebaut ist. Sie bietet größte Sicherheit und ein hohes Maß an Komfort beim Telefonieren während der Fahrt, denn nach Aktivierung des Systems genügt eine einfache Ansage der gewünschten Zielrufnummer, und die Voice Dial stellt die Verbindung automatisch her – dies geschieht unabhängig von der Person des Sprechers. Die THB-Voice Dial arbeitet mit einer vollkommen neuartigen, dynamischen Fahrtgeräuschunterdrückung in DSP-Technologie (digital) und sorgt dadurch nach Herstellerangaben für eine bislang nicht erreichte Qualität in der modernen Sprachübertragung. Zu den weiteren Ausstattungsdetails der Anlage gehören das personengebundene Telefonbuch für bis zu 50 Einträge, die automatische Stummschaltung des Autoradios und das intelligente und temperaturüberwachte Laden des Mobiltelefon-Akkus auch bei ausgeschalteter Zündung.

Verschiedene neue Handymodelle und neue Telefon- und Multimediaservices zeigte der junge, britische Hersteller **Sendo** auf einer IFA-Pressekonferenz. Neben dem 75 Gramm leichten Mobiltelefon J520, das Wap-fähig ist und den Austausch der kompletten Schale sowie der Tastaturmatte erlaubt, stellt das neue Sendo S200 Handy für den Handel eine

ausgezeichnete Möglichkeit dar, sich beim (vorweihnachtlichen) Verkauf von Mobiltelefonen von den Wettbewerbern zu differenzieren. Denn das S200 bietet dem Käufer die Möglichkeit, sein ganz persönliches Handy zu gestalten oder ein individuell designtes GSM-Telefon als Geschenk für Freunde und Verwandte zu erwerben: Über das Internet können Besitzer eines Sendo S200 komplett neue Schalen aus einer Vielzahl von vorgegebenen Designs auswählen. Wem das noch nicht individuell genug ist, der kann auch eigene Fotos, selbstgemalte und digitalisierte Bilder oder Graphiken hochladen. Das interaktive Onlinesystem unter www.sendo.com erlaubt den Upload jeder beliebigen Graphik-Datei in jedem beliebigen Format. Das Ergebnis des Gestaltungswunsches kann der Nutzer sofort am Bildschirm betrachten. Der Service wird zunächst in Westeuropa angeboten. Bestellung, Logistik und Ausführung liegen in der Hand des Sendo Partners E-

Bild rechts: Hugh Brogan, Chief Executive Officer von Sendo, stellte die Neuheiten auf der IFA-Pressekonferenz vor. Bild unten: So könnte ein selbstgestaltetes Sendo S200 aussehen.

Comeleon. Der gesamte Vorgang soll nicht länger als fünf Tage dauern. Nach Angaben von Sendo kostet ein Design aus der Auswahlliste zirka 65 DM, der Aufdruck eines eigenen Bildes rund 93 DM.

Sind mobile Fotoalben die lang gesuchte Killer Application im UMTS-Markt? Wenn es nach den Verantwortlichen von **Jamba!**, der **PixelNet** und **PhotoPorst** geht, dann sind sie es. Deshalb haben die drei Unternehmen auf der IFA das Jamba! Fotoalbum vorgestellt, einen vollkommen neuen Service für Handybesitzer.

Stellten das Jamba! Fotoalbum vor (v. l.): Jamba!-Vorstand Marc Samwer, Dr. Walter Kroha, Vorstand Photo Porst, und Martin Köhler, Leiter Category Management Telecom bei der Photo Porst AG.

Jeder registrierte Jamba!-Nutzer, dies sind seit Juli über eine Million, kann sich mit dem neuen Dienst ein ganz persönliches Fotoalbum anlegen, das er im Internet wie auch per WAP-Handy oder PDA ansehen und anderen zeigen kann. Der User gelangt über sein Handy in das Fotoarchiv, über das er per Klick die Bilder ansehen, als E-Mails oder E-Cards verschicken oder als Papierbilder bestellen kann. Bevor die Fotos allerdings über ein WAP-Handy abgerufen werden können, müssen diese auf der Jamba!-Webseite in das persönliche Fotoalbum hochgeladen werden. Dazu muß der Nutzer den Link „Bilder hinzufügen“ auswählen. Wenn er seine Fotos bei Photo Porst zur Entwicklung abgegeben hat, kann er sich die Fotos auch direkt in sein Jamba! Fotoalbum übertragen lassen. Für die Ansicht erhält er eine passende PIN.

Mit neuen schnurlosen DECT-Telefonen, die dem Handel im Herbst zur Verfügung stehen, erweiterte **Grundig** sein hochwertiges Produktportfolio. Die neue Linie wurde in Zusammenarbeit mit **Hagenuk CPS** entwickelt. Sie vereint viele zukunftsweisende Features mit dem von Grundig gewohnten extravaganten Design. Den Einstieg in das Tk-Sortiment von Grundig bildet die derzeit aus zwei Modellen ohne und mit Anrufbeantworter bestehende Produktlinie Telino. Schon diese Basismodelle verfügen über viele attraktive Ausstattungsmerkmale. Dazu gehört eine dreizeilige beleuchtete alphanumerische Anzeige. Die Telefone bieten die Möglichkeit, bis zu 60 Telefonbucheinträge zu speichern. Babyphone-Funktion, Notruf/Direktruf und eine einfache, intuitive Bedienung sind weitere Kennzeichen der Telinos.

Ebenfalls aus zwei Geräten (ohne und mit Anrufbeantworter) besteht die hochwertige Produktlinie Calíos. Sie besitzt neben dem beleuchteten vierzeiligen Display auch eine beleuchtete Tastatur und bietet Platz für 90 Telefonbucheinträge. Lauthören und Freisprechen

Die neuen Calíos DECT-Telefone von Grundig präsentieren sich in extravagantem Design.

ist bei diesen Modellen ebenfalls möglich. Calíos ist sowohl für analoge als auch für ISDN-Netze zu haben.

Nach oben abgerundet wird das neue Tk-Sortiment bei Grundig durch die Produktlinie Fine Arts. Die Fine Arts Geräte verfügen generell über einen integrierten Anrufbeantworter. *Herbert Päge*

Nokia zeigte auf der Funkausstellung das bekannte Produktprogramm, inklusive des neuen Musik Players HDR-1. In der Nokia Club Lounge hatten diejenigen Messebesucher, die auch Mitglied im Nokia Club sind, Gelegenheit, sich über die Produktpalette zu informieren, ihre Mobiltelefone an einer „Handy-Tankstelle“ mit frischer Energie zu versorgen oder sich einfach nur bei einem Imbiß und erfrischenden Getränken zu entspannen.

Instant Power jetzt auch mit Kfz-Adapter

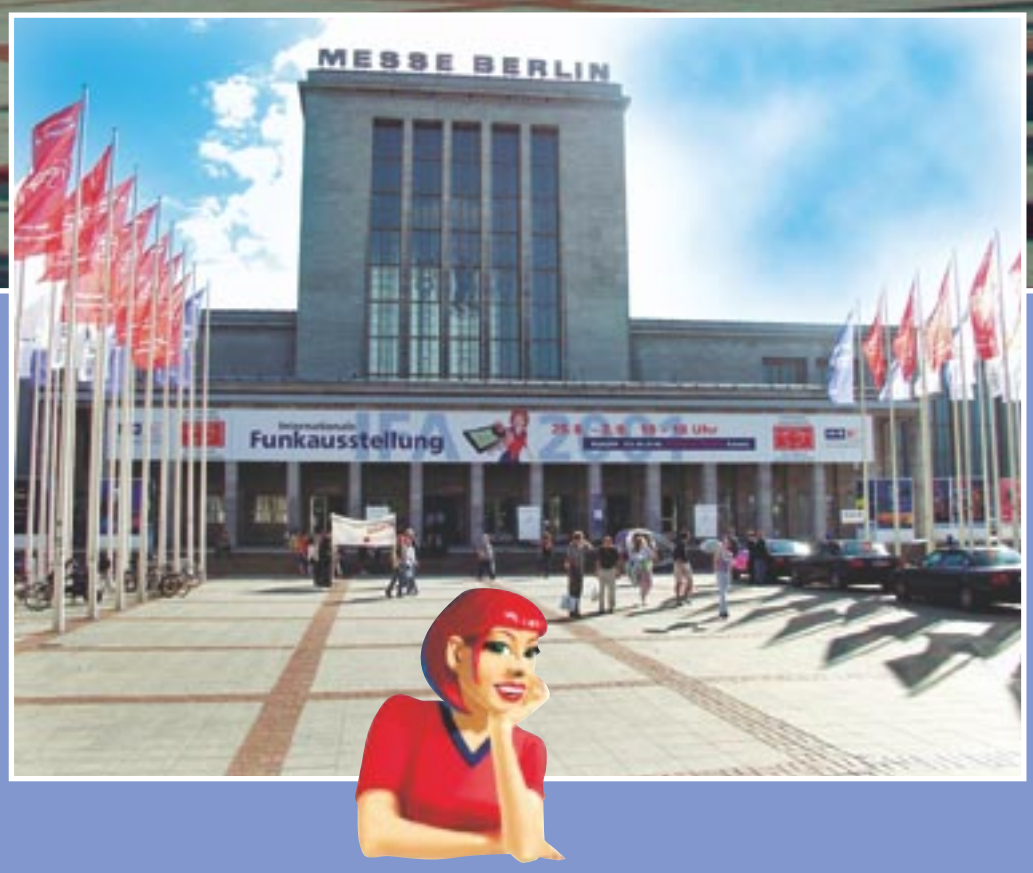
Unter dem Motto „dnt läßt die Puppen tanzen“ ist die **dnt** Drahtlose Nachrichtentechnik Entwicklungs- und Vertriebs GmbH auf der Funkausstellung angetreten. An ihrem Stand zeigte das Dietzenbacher Unternehmen unter anderem eine neue Version des neuartigen Energiesystems Instant Power, das erstmals auf der CeBIT 2001 in Hannover zu sehen war. Instant Power liefert unabhängig von einer Steckdose oder einem sonstigen elektrischen Anschluß Energie zum Aufladen von High-Tech-Geräten. Dies geschieht, indem die Zink-Luft-Batterie aus der luftdichten Verpackung genommen wird und mit Sauerstoff in Berührung kommt. Die daraufhin einsetzende chemische Reaktion setzt Energie frei, die einen leeren Handy-Akku in etwa zwei Stunden wieder komplett auflädt.

Neu sind bei dnt das 2-in-1 Outdoor-Set, das zusätzlich einen Kfz-Adapter enthält, und Instant Power Versionen für PDAs und Camcorder.

Dem Motto des Messeauftritts folgend gab es bei dnt auch plüschige Handy-Musicboxen zu sehen, die immer dann tanzen, wenn ein in unmittelbarer Nähe befindliches Mobiltelefon einen Anruf oder eine SMS erhält. Zum Sortiment gehört die Figur Bobby. Deren eingebaute Elektronik erkennt eingehende Signale in den Frequenzbereichen 850-900 MHz und 1,8 GHz und spielt bei ankommenden Gesprächen/SMS den Hit „Summer Nights“.

Die Branche im Fokus

Das war die IFA 2001



Kein Zweifel: Ihrer bewährten Rolle als der Treffpunkt für Industrie, Handel und Anwender aus den Branchen Consumer Electronics und Telekommunikation wurde die IFA 2001 trotz des leichten Rückgangs der Besucherzahlen gerecht. Die Aussteller zeigten sich zufrieden über die Qualität der rund 370.000 Besucher (1999: 376.500) – davon 140.000 Fachbesucher – und die Ordertätigkeit des Handels, die eine Größenordnung von rund 4 Milliarden DM erreichte. Vor diesem Hintergrund erwartet die Branche ein lebhaftes Weihnachtsgeschäft, das voraussichtlich besonders von Flachbild-TVs sowie DVD-Playern- und -Recordern geprägt sein wird. Auch Digitalkameras fanden in Berlin starkes Interesse der Besucher — auch wenn einige prominente Namen auf der Herstellerseite fehlten. Ähnliches gilt für die Telekommunikation, die nach dem abgebrochenen Boom der vergangenen Jahre neue Wertschöpfungskonzepte für Industrie und Handel finden muß.

Das leicht rückläufige Besucherinteresse hat zu Diskussionen über das Messekonzept der Internationalen Funkausstellung geführt. Mit Sicherheit haben das in den ersten Tagen außerordentlich warme Wetter und die Schulferien in Berlin dazu beigetragen, daß keine Rekordzahlen erreicht werden konnten. Über das Medieninteresse an der Leitmesse für Consumer Electronics braucht man sich allerdings nicht zu beklagen: 7.500 akkreditierte Journalisten aus 88 Ländern berichteten vom Geschehen unter dem Funkturm. Allein das Fernsehen strahlte weltweit rund 800 Beiträge mit einer Gesamtlänge von über 200 Stunden von der und über die IFA aus. Zudem verzeichneten die Veranstalter mit mehr als 12 Millionen Page Impressions rund um die Messe reges Interesse im Internet.

Die erste Entscheidung über ein angepaßtes IFA Konzept ist bereits gefallen: „Den weltweit üblichen Gepflogenheiten“ entsprechend soll die Messe in zwei Jahren auf sechs Tage verkürzt werden und vom 29. August bis 3. September 2003 stattfinden.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Aufsichtsrates der GfU:

„Positive Bilanz"

Für die Veranstalter der Internationalen Funkausstellung zeigte sich Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Aufsichtsrates der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (GfU), mit der Veranstaltung sehr zufrieden. Dies geht aus der folgenden Stellungnahme hervor, die der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG gegenüber PoS-MAIL abgab:

„Als Veranstalter der Internationalen Funkausstellung (IFA) 2001 ziehen wir eine sehr positive Bilanz. Die Messe hat die hochgesteckten Erwartungen von Ausstellern und Besuchern erfüllt. Dies gilt ganz besonders für das Ordergeschehen. Die Abschlüsse der IFA '99 wurden von vielen der 915 Aussteller aus 40 Ländern deutlich – vielfach zweistellig – übertroffen, womit die IFA die erwartete Trendwende in unserer Branche einleitete und sich als Konjunktur-Lokomotive für das wichtige Herbst- und Weihnachtsgeschäft erwiesen hat. Auch als Publikumsmagnet hat die Funkausstellung 2001 überzeugt, denn insgesamt wurden 370.000 Besucher unter dem Funkturm gezählt, darunter rund 140.000 Fachbesucher.

Sie konnten sich über eine Vielzahl von Innovationen informieren: Plasma-Bildschirme, LCD-Fernseher, Projektions- und TV-Geräte mit Internet-Zugriff, Festplatten- und DVD-Recorder, Camcorder und MP3-Spieler, Kommunikations- und Navigationstechnik fürs Fahrzeug, High-End-Präzisionen, Handys und digitale Fotokameras. Aktuelle Software- und mobile Multimedia-Lösungen waren ebenfalls gefragt.

Zu den zahlreichen Veranstaltungs-Highlights gehörten die erstmals organisierte IFA-Night, das Technisch-Wissenschaftliche Forum, viele Sonderschauen und das Internationale Fachbesucher Centrum (IFC). Auch das Rahmenprogramm mit zahlreichen Kongressen, Symposien, Seminaren und Events fand großes internationales Echo.

Außerordentlich zufrieden sind wir auch mit dem Presseecho der IFA. Mehr als 7.500 Journalisten aus 88 Ländern berichteten vom Geschehen unter dem Funkturm, und auch im Internet war die IFA 2001 mit 12 Millionen „Page Impressions" ein Renner.

Standpunkte und Impressionen

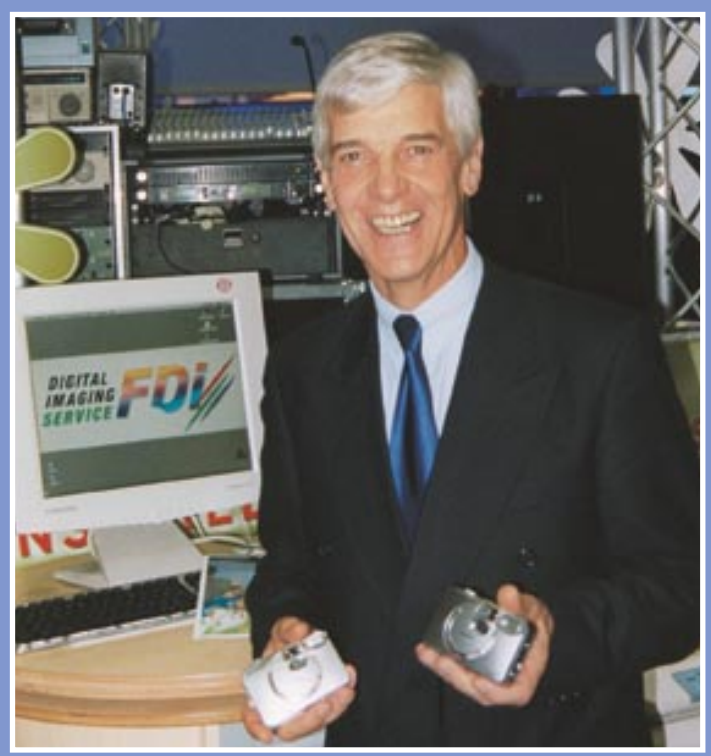
Aiwa zeigte sich auf der IFA in einem neuen Style.

Reges Messetreiben auf dem Blaupunkt-Stand.

Ricky Stewart, Senior Sales Manager für Deutschland und Österreich der Casio Computer C. GmbH, Deutschland, sieht für die Digitalkamera QV-4000 ein besonders gutes Verkaufsargument durch das Bundling mit dem MicroDrive, auf dem eine große Anzahl Bilder untergebracht werden kann.

Fujitsu Siemens bot neben seiner breitgefächerten Produktpalette dem Publikum eine unterhaltsame Tanzshow.

Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Deutschland der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, will mit den neuen Digitalkameras FinePix A 101, FinePix A 201 und FinePix 2600 Zoom neue Zielgruppen erschließen.



Fujifilm zeigte auf der IFA nicht nur seine Digitalkamera-Palette, sondern auch ein umfangreiches Angebot digitaler Dienstleistungen. Dabei stand die Fujicolor-order-it Annahmestation des Großlabors Eurocolor, das mehrheitlich Fujifilm gehört, im Mittelpunkt. Von links: Eurocolor Geschäftsführer Christian Prien, Dorothe Riemann, Leiterin Marketing/PR, und Christoph Turner, Geschäftsführer von Eurocolor Digital, zeigten sich positiv überrascht vom großen Besucheransturm. IFA-Besucher konnten am Fujifilm Stand Digitalkameras kostenlos ausleihen und ebenfalls kostenlos Prints über die order-it Station in Auftrag geben.

„Der Ordereingang lag bei Grundig um 15 Prozent über der IFA 1999. Rund 3000 Händler waren an unserem Stand. Mit den in zwölf Städten stattfindenden Infotagen werden wir unsere Produkte noch über die IFA hinaus präsentieren. Wir sehen der Zukunft mit vorsichtigem Optimismus entgegen“, so Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Vorstandsvorsitzender der Grundig AG.

Beim Zubehörspezialisten Hama stand vor allem das Sortiment der neuen Notebook-Taschen im Mittelpunkt. Christoph Hundhausen, Vertriebsleiter CE, hat für unterschiedliche Zielgruppen nicht weniger als acht Produktlinien im Programm. Die Chiemsee-Taschen zum Beispiel zeichnen sich durch schmutz- und wasserabweisenden Boden und ein separates Notebook-Fach aus.

Ein besonderer Blickfang auf dem Kodak-Stand war auch die übergroße, funktionsfähige Digitalkamera.

Die Branche im Fokus
Die Branche im Fokus
Das war die IFA 2001

Mit einem umfangreichen Digitalkamera-Sortiment und Verbrauchsmaterialien wie Inkjet-Papieren meldete sich Kodak auf der IFA zurück. Karsten Eggert, Vertriebsleiter Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz, freute sich über das rege Interesse der Besucher an Kodaks innovativem EasyShare System. Damit können bei der Mehrzahl der Kodak Digitalkameras die Bilddaten über eine Docking-Station per Knopfdruck zum PC übertragen werden. Zur Demonstration von EasyShare hält Kodak für den Fachhandel umfangreiches POS-Material bereit.

Eberhard Schauer, Direktor Marketing und Vertrieb LG Deutschland (rechts), und Steffen Eißner, Vertriebsleiter Deutschland: „Wir sind äußerst zufrieden. Unsere Vertriebspolitik hat sich ausgezahlt und die LG Produktrange trägt natürlich zu unserem guten Ergebnis bei.“

Loewe präsentierte sich mit einem Stand in ausgefallenem Design. Eines der größten Highlights war Loewes Aconda 93120 ZW, das größte Fernsehgerät auf der IFA.

Die Firma Metz präsentierte sich unter dem Motto: „Digital Technology – TV Video, Audio Mecablitz“ auf der diesjährigen Funkausstellung. Neben neuen digitalen Unterhaltungselektronik-Produkten wurde auch das Sortiment rund ums Thema Foto gezeigt.

„Mit dem diesjährigen Messe-Geschäft sind wir sehr zufrieden und wir haben keine Order angenommen, die wir nicht auch im Weihnachtsgeschäft erfüllen können“, so Dietrich Nedele, Geschäftsführer der Panasonic Deutschland GmbH.

„Unsere Umsatz-Planungen für diese Funkausstellung waren realistisch, und dennoch konnten wir diese übertreffen. Wir konnten ein wesentlich besseres Ergebnis erzielen als auf der IFA 1999“, so Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips Deutschland GmbH.

Philips präsentierte sich auf der IFA auf 7500 qm. Neben den Produkthighlights wie unter anderem dem neuen DVD-Recorder DVDR 1000, der für großen Besucherandrang sorgte, war eine Tanzgruppe für Party-Stimmung verantwortlich.

Fortsetzung S. 14

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Das überzeugt jeden. Auch Ihre Kunden.

Mit PREMIERE WORLD geben Sie Ihren Kunden, was sie wollen: über 800 Film-Highlights jeden Monat, die großen Sport-Events live und vieles mehr. Alles ohne Werbeunterbrechungen. Da kann Ihr Umsatz nur steigen. Und damit das so weitergeht, unterstützen wir Sie mit allen Mitteln. Mehr Infos gibt's unter www.premiereworld.de

SEPTEMBER

02.09.	Formel 1 – GP von Belgien, Spa
ab 06.09.	Golf – PGA-Tour, Montreal
07.09.	Start der DEL 01/02
ab 11.09.	UEFA Champions League – Start der Vorrunde
16.09.	Formel 1 – GP von Italien, Monza
ab 27.09.	Golf – Ryder Cup
30.09.	Formel 1 – GP von USA, Indianapolis
und ab 08.09.	5. bis 8. Spieltag Bundesliga

Film-Highlights: The Green Mile
Anatomie
Anna und der König

... und viele mehr

OKTOBER

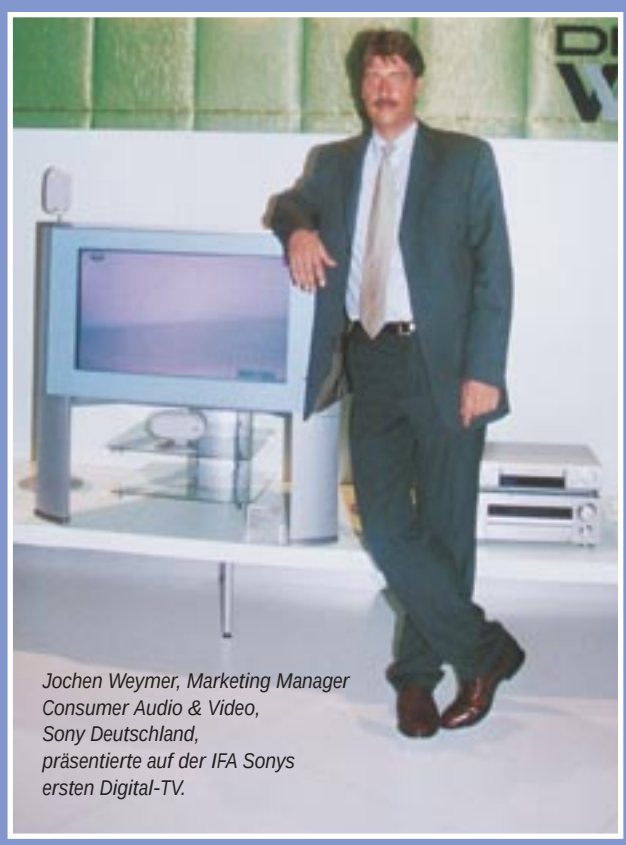
ab 04.10.	Golf – Linde German Masters, Köln
ab 10.10.	Golf – PGA-Tour, Las Vegas
13./14.10.	9. Spieltag Bundesliga
14.10.	Formel 1 – GP von Japan, Suzuka
20./21.10.	10. Spieltag Bundesliga
27./28.10.	11. Spieltag Bundesliga

Film-Highlights: The Sixth Sense
American Pie
Stuart Little

... und viele mehr

Die Branche im Fokus
Die Branche im Fokus
Das war die IFA 2001

Stefan Schiller, Leiter Marketing, Pioneer Deutschland: „Unsere Messeziele wurden weit übertroffen. Trotzdem waren wir mit der Besuchsfrequenz nicht zufrieden."



Jochen Weymer, Marketing Manager Consumer Audio & Video, Sony Deutschland, präsentierte auf der IFA Sonys ersten Digital-TV.

Olaf Lietzau, Managing Director Monitor & Consumer, Samsung: „Durch den Ausbau der Produktrange mit innovativen Produkten konnten wir ein außergewöhnlich gutes Ergebnis erzielen."

LCD-TVs gehörten zu den Hits der IFA. Hinter verschlossenen Türen zeigte Sharp bereits die nächste Generation dieser Geräte. Helmut Engel, Geschäftsführer der Sharp Electronics Europe GmbH, präsentierte PoS-MAIL den ersten LCD-TV mit eingebautem Kartenleser. Damit können Bilddaten zum Beispiel aus Digitalkameras und Camcordern direkt von der Speicherkarte auf den Bildschirm gebracht werden. Das Gerät soll Anfang nächsten Jahres auf den Markt kommen.

Sony präsentierte sich auf der IFA mit einem imposanten Standauftritt.

Eine der vielen Neuigkeiten bei Thomson multimedia war die Präsentation von TAK – einem Joint-venture mit Microsoft Corp. Mit TAK wird interaktives Fernsehen möglich.

„Wir sind sehr zufrieden. Unsere Produkte und Vertriebsstrategie sind von Handel und Konsumenten positiv aufgenommen und geordert worden", so Klaus Dieter, Geschäftsführer Consumer Electronics der Toshiba Europe GmbH.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

samsung
erklärt die Welt

HEUTE> Pixel

Wenn man sie hat, ist es zu spät. Da hilft kein Gesichtswasser und auch keine Hefepillen. Trösten wir uns mit einer technischen Definition: Eigentlich ist ein Pixel ja nur die kleinste Einheit, die Ihr Computerbildschirm darstellen kann.

Ist es nicht paradox? Wir wollen keine Pixel sehen, und deshalb können wir nicht genug davon bekommen.

Der SAMSUNG SyncMaster 171MPTFT hat 3,9 Millionen davon, und jeder für sich kostet weniger als einen Zehntelpfennig.

Nie war gutes Sehen so günstig...

SAMSUNG DIGITall
everyone's invited™

Info: 0180 - 512 12 13* | SAMSUNG Electronics GmbH | www.samsung.de | *DM 0,24 / Min.

SAMSUNG

PoS Neuheiten

Sharp High-End-Monitor mit 50 cm Bilddiagonale

Mit dem LL-T2000A präsentiert Sharp einen neuen High-End-Monitor, der sich speziell für den Einsatz bei professioneller Bildbearbeitung eignet. Bei dem 483 x 478 mm großen Monitor setzt Sharp auf Black-TFT und SuperView. Mit der Black-TFT-Technologie wurde ein Verfahren entwickelt, das dank einer zusätzlichen Anti-Reflexionsbeschichtung nur 1,5 Prozent des einfallenden Lichts zurückwirft. Die SuperView-Technologie ermöglicht darüber hinaus einen

weiten Einblickwinkel von bis zu 150 Grad horizontal wie vertikal, ein hohes Kontrastverhältnis von 300:1 und eine Anhebung der Bildhelligkeit auf 200 cd/qm.

Das 19,6"-Display verfügt mit 50 cm Bilddiagonale über eine besonders hohe UXGA-Auflösung mit 1600 x 1200 Pixeln sowie über eine automatische Bildanpassung und Pixelglättung. Die Farbdarstellung des Monitors erfüllt professionelle Ansprüche. So bietet die eingesetzte Colour Management Technologie nach ICC-Profil die Gewähr, daß auch Farbmischungen für den Vierfarbdruck (CMYK) als RGB-Farben auf dem Monitor realistisch dargestellt werden. Zusätzlich verfügt der LL-T2000A über einen integrierten USB-Hub, an den sich weitere USB-Geräte anschließen lassen können. Dank zwei analoger Signaleingänge läßt sich das Modell auch von zwei Computern gleichzeitig ansteuern.

Sharp stellt neue Life-Style-Systeme vor

Mit dem SD-CX1H und dem SD-NX10H präsentiert Sharp Life-Style-Systeme mit integriertem 1-Bit-Digitalverstärker. Das SD-CX1H ist mit einem RDS-Tuner, CD-Player und MD-Deck ausgestattet. Zudem verfügt das System über 2 x 20 Watt Lautsprecher. Auf Eleganz und zeitloses Design setzt auch das aus zwei Komponenten bestehende Lifestyle-System SD-NX10H. Der 1-Bit-Verstärker ist in einem 160 x 200 x 122 mm verchromten Metallgehäuse ver-

packt. Die zweite Komponente des Systems umschließt den Tuner sowie einen CD- und einen MD-Player. Den Rahmen für das Ensemble liefern zwei 25 Watt Lautsprecher. Beide Life-Style-Systeme lassen sich im Design flexibel gestalten – das Fluoreszenzdisplay ist in sieben Farben auswählbar.
Die Systeme SD-CX1H und SD-NX10H sind inklusive Digitalverstärker ab sofort lieferbar.

Fernbedienungs-Code kommt per Pfeifton

Per Pfeifton schickt der Computer ein Geräte-Update auf die Universal-Fernbedienung. So kommen Daten, die die Fernbedienung braucht, um neu auf den Markt gekommene Geräte, wie Fernseher, Videorecorder, Satellitenempfänger, Kabelsignalumwandler, CD-Spieler und HiFi-Equipment aller

Marken, ansprechen zu können, über das Internet in den Speicher der Universal-Fernbedienung. Dieses Kunststück beherrschen neben dem Modell OFA 5 vier weitere Modelle aus der umfangreichen Serie der „One for All" Fernbedienungen. Die programmierten und lernfähigen Helfer verfügen schon beim Kauf über eine im integrierten Speicher abgelegte Datenbank mit den erforderlichen Informationen über die Steuersignale der meisten existierenden fernbedienbaren Geräte und Anlagen der Unterhaltungselektronik.

Digitales Diktiergerät im Pen-Format von dnt

PenTastic PC heißt ein digitales Diktiergerät im Pen-Format (120 x 30 x 17 mm), das die dnt Drahtlose

Nachrichtentechnik Entwicklungs- und Vertriebs GmbH neu ins Sortiment aufgenommen hat. Das kleine Gerät bietet eine Aufnahmekapazität von 130 Minuten im Standard- und 30 Minuten im High Quality-Modus. In vier Ordnern können jeweils bis zu 99 Nachrichten abgelegt werden. Der Nutzer hat die Chance, auf jede Aufnahmedatei direkt zuzugreifen, mehrere Nachrichten zu einer Nachricht zusammenzuführen, Nachrichten zu teilen und Nachrichten zwischen den Ordnern zu verschieben. PenTastic PC stoppt automatisch bei Sprechpausen. Per File-Lock werden einzelne Nachrichten vor unbeabsichtigtem Löschen geschützt. Über eine USB-Schnittstelle ist das problemlose Überspielen der Texte auf einen PC möglich, wo sie im Rahmen der normalen Textverarbeitung weiterverarbeitet werden können. Weitere Ausstattungsmerkmale sind Scan- und Pausenfunktion, Tastatursperre, einstellbare Mikrofonempfindlichkeit, automatische Wiederholfunktion und Aufnahmeüberwachung. Das Gerät arbeitet mit Windows 98/2000/ME zusammen.

Siemens C45 für eine jugendliche Zielgruppe

Austauschbare Clipit-Covers für die Vorder- und Rückseite ermöglichen dem Besitzer eines neuen C45 Handys von Siemens, sein Mobiltelefon jederzeit nach seinen eigenen Wünschen zu gestalten. Mit der erstmals bei Siemens integrierten SMS-Gruppenfunktion und dem beliebten Spiel BattleMail Kung Fu spricht das neue Gerät vor allem eine jugendliche Zielgruppe an. Neben einer breiten Palette von Schalen lizenzierter Partner bietet Siemens selbst acht Clipit-Cover in Farben wie Dry Savannah, Hot Magma oder Fresh Lemon an. Wer es noch individueller mag, kann Logos und Klingeltöne aus dem

Internet herunterladen oder beim Design-Service My-Clipit sein eigenes Design bestellen. Weiterhin besitzt das Handy alle Funktionen, die dem Nutzer bei der Koordination seiner Aktivitäten helfen, sowie T9 Texteingabehilfe und Vibrationsalarm. Die Standbyzeit beträgt 200 Stunden, die Gesprächszeit 300 Minuten.

Electronic Design erweiterte sein Angebot

Als einer der führenden Anbieter von digitalen und analogen Videoschnittlösungen hat Electronic-Design auf der IFA neue Produkte für das Interactive Home Entertainment vorgestellt. Die neue VideoCockpit Software beispielsweise fungiert als Steuerzentrale für die verschiedensten Anwendungen rund um Video und TV. Funktionen wie PVR, Timeshift-Fernseher, DVD-Player, Filmarchiv, EPG (Electronic Program Guide), Medienkonverter, Captureprogramm und Videoschnitt werden von dem Programm unterstützt. VideoCockpit soll ab Oktober lieferbar sein.
Auch für aktive Videofilmer gab es Neues: Dank neuer Treibersoftware wird mit AVeasy eine direkte

Firmengründer und heutiger Geschäftsführer der Electronic-Design GmbH Steffen Kramer präsentierte auf der IFA unter anderem die Videoschnittsoftware AVeasy.

Aufzeichnung in MPEG-2 und voller Videoauflösung (ab 900 MHz PC) mit allen analogen Electronic-Design Schnittkarten möglich. Ebenso fallen durch die WM-Treiber die AVI-typischen 2 GB Beschränkungen weg. Neben den umfangreichen Schnittfunktionen eignet sich die Software damit auch besonders gut zum Übertragen analoger Videofilme auf DVD oder (S)Video-CD. Empfohlener Verkaufspreis seit der Funkausstellung: 333,– DM.

Zwei neue Laserdrucker und multifunktionale Lösungen von Lexmark

Mit den Modellen T520 und T522 stellt Lexmark zwei neue Laserdrucker und auch die darauf aufbauenden multifunktionalen Lösungen vor, die die gesamte Dokumentenverarbeitung am Arbeitsplatz optimieren sollen. Laut Pressemitteilung bietet der Monochrom-Laserdrucker T520 die höchste Leistung und die schnellste erste Seite seiner Klasse. Ausgestattet mit einem 200-MHz-RISC-Prozessor druckt er mit einer Geschwindigkeit von bis zu 19 Seiten pro Minute, und er benötigt weniger als neun Sekunden bis Druckbeginn. Dank ergiebiger Druckkassetten mit einer Seitenleistung von bis zu 20.000 Seiten und einem monatlichen Druckvolumen von bis zu 100.000 Seiten unterstützt der Drucker auch höchste Anforderungen kleiner Arbeitsgruppen. Seit September ist der T520 lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.169 DM. Der neue Monochrom-Laserdrucker Lexmark T522 ermöglicht kleinen bis mittelgroßen Arbeitsgruppen professionelles Drucken in A4.

Mit dem leistungsstarken 250-MHz-Prozessor erreicht der Drucker Geschwindigkeiten von bis zu 24 Seiten pro Minute und benötigt ebenfalls weniger als neun Sekunden bis Druckbeginn. Sein maximales Druckvolumen beträgt bis zu 120.000 Seiten pro Monat. Der einstellbare Schwärzungsgrad mit einer höchsten Auflösung von bis zu 1.200 x 1.200 dpi und der Duplex-Druck sorgen bei jedem Druckauftrag für optimale Druckqualität und senken die Tonerkosten. Die Druckkassette für 20.000 Seiten reduziert die Anzahl der Bedienereingriffe auf ein Minimum. Der Lexmark T522 ist seit Anfang September lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung für dieses Modell lautet 2.853 DM. Beide Drucker sind auch als Komplettpakete erhältlich. Diese netzwerkfähigen und kostensparenden Lösungen bestehen jeweils aus einem der beiden neuen Laserdrucker und einer multifunktionalen Erweiterung mit Kopier-, Fax-, und Scanfunktion. Die multifunktionalen Komplettlösungen heißen X520 und X522.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neue Marketingperspektiven durch den TeleKiosk der Deutschen Telekom

Telefonhäuschen fürs Netz

Wer mit öffentlicher Telefonie nur das gute, alte Telefonhäuschen assoziiert, muß in diesem Jahr umdenken. TeleKiosk heißt ein innovatives Produkt, mit dem die Deutsche Telekom das Internet im wahrsten Sinne auf die Straße bringt. Damit soll die neue Online-Welt tatsächlich für jeden zu erschwinglichen Preisen zugänglich werden. Für Industrie und Einzelhandel ergeben sich dabei interessante Marketingperspektiven.

Der TeleKiosk der Deutschen Telekom ist eine attraktive Surf & Phone Station, die besonders an frequenzstarken Standorten attraktiven Zielgruppen den schnellen und preisgünstigen Zugang ins Internet gewährleistet – und zwar zum günstigen Pauschalpreis von 0,20 DM pro Minute und in bestimmten Fällen sogar gänzlich kostenfrei.

„Das Konzept des TeleKiosks basiert auf sorgfältigen Marktuntersuchungen, mit denen wir attraktive Zielgruppen identifiziert haben“, erklärte Thomas Hille, Leiter Öffentliche Telefonie der Deutschen Telekom, in einem Gespräch mit PoS-MAIL. „Dabei haben wir für die erste Generation dieser Geräte vor allem Geschäftsreisende und mobile Großstadtbewohner als potentielle Anwender der neuen öffentlich verfügbaren Internet-Technologie ermittelt.

Dazu kommt die bekanntlich sehr kommunikationsfreudige junge Generation, die bereits heute mit Mobiltelefonen, E-Mail und SMS sozusagen ständig miteinander in Kontakt ist.“

Kinderleichte Bedienung

Die Oberfläche des öffentlichen Internetzugangs hat die Telekom mit einem ausgeklügelten Konzept so gestaltet, daß sich mit wenigen Fingertips die richtige Verbindung finden läßt. Ein übersichtliches Menü bietet dem Anwender unterschiedliche Themenbereiche an, von Stadt-Infos über Shopping, News, Fun & Action bis zu Reise & Verkehr. Über die virtuelle Tastatur des Touch Screens kann zudem jede Internetadresse direkt angewählt werden. Zudem können über Webmail-Dienste, wie zum Beispiel T-Online, E-Mails gelesen und versandt sowie SMS Nachrichten an Mobilfunkteilnehmer verschickt werden.

Zielgerichtetes Marketing

Dieses Umfeld bietet für Werbepartner aus Industrie, Dienstleistung und Einzelhandel hervorragende Möglichkeiten, die eigene Botschaft über den TeleKiosk zielgruppengenau zu kommunizieren. Dafür bietet die Deutsche Telekom unterschiedliche Modelle an. Für die Werbepartner stehen zum Beispiel zehn „Permanent Buttons“ am Fuß des Touch Screens zur Verfügung. Der Clou: Über diese Buttons können die entsprechenden Internet-Angebote der Werbepartner völlig kostenfrei abgerufen werden – die Verbindungsgebühr ist bereits in der günstigen Pauschale für den Button enthalten. Die Zielgruppen können dabei individuell festgelegt werden: So können Fluggesellschaften oder Reiseveranstalter TeleKiosks auf Flughäfen oder Bahnhöfen belegen, während Einzelhandelsunternehmen sich auf ihr Einzugsgebiet konzentrieren können. „Gemeinsam mit dem Werbepartner können wir nahezu jede individuelle Lösung darstellen“, betonte Thomas Hille. „Ein eventbezogener Auftritt – zum Beispiel rund um eine Messe – ist ebenso möglich wie die Beschränkung auf eine bestimmte Region.“

Eine weitere Möglichkeit, den TeleKiosk im Zielgruppen-Marketing einzusetzen, besteht für die Contentpartner. Hier wird das Firmenbanner in der redaktionell betreuten Menü- und Rubrikstruktur der TeleKiosk-Oberfläche plaziert. Durch eine intelligente und unaufdringliche Bedienerführung gelangt die Zielgruppe so direkt auf die Internetseiten des Partners. Auf diese Weise kann ein Einzelhandelsunternehmen sein Angebot auf den Shopping-Seiten der entsprechenden Region ebenso präsentieren wie ein Restaurant seine Speisekarte im Stadtführer des entsprechenden Standortes. Dabei steht das gesamte Kommunikationsspektrum des Internets von der einfachen Information über den interaktiven Kundenkontakt bis zum Online-Kauf zur Verfügung.

Für den schnellen Kontakt zum Partner sorgt die „Push-to-Talk“ Funktion, mit deren Hilfe auf Knopfdruck eine Telefonverbindung zum entsprechenden Anbieter hergestellt werden kann. Der Telefonhörer hat beim TeleKiosk also die wichtige Funktion, die Kombination aus Internetaktivität und sprachlicher Interaktivität zu verbinden – zum Beispiel um Hotelzimmer zu buchen etc. – und um das Informationsangebot abzurunden.

Thomas Hille, Leiter Öffentliche Telefonie der Deutschen Telekom: „Nach unseren Erkenntnissen können sich 64 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren vorstellen, den TeleKiosk regelmäßig zu nutzen.“

Für frequenzstarke Standorte

Der TeleKiosk ist nach Ansicht von Thomas Hille vor allem für frequenzstarke semi-öffentliche Standorte geeignet. Dazu gehören Flughäfen und Bahnhöfe ebenso wie Einkaufszentren, Freizeitparks oder touristisch interessante Orte. Durch die Möglichkeit, die Standorte regional zu selektieren, können die Werbe- und Contentpartner ihre Zielgruppen pro Region besonders fokussiert ansprechen. Als Standortpartner, der einen Platz für den TeleKiosk zur Verfügung stellt, bietet sich zudem die Möglichkeit eines exklusiven, selbstgestalteten und deutlich sichtbaren Partnerbuttons auf der Einstiegsseite. An welchen Stellen der TeleKiosk optimal plaziert werden kann, stellen die Spezialisten der Telekom vor der Installation durch eine sorgfältige Analyse der Standortbedingungen fest.

Erfolgreicher Start

Bereits in der Startphase hat die Deutsche Telekom bis heute über 500 TeleKiosks an attraktiven Standorten installiert. Dabei konzentrierte sich das Unternehmen im ersten Schritt auf große Städte wie Berlin und München und auf besonders frequenzstarke Standorte wie Flughäfen, Bahnhöfe und Einkaufspassagen. Aber auch auf der Zugspitze steht bereits ein TeleKiosk, um den Besuchern des Gipfels die Möglichkeit zu bieten, ihren Freunden und Verwandten vom höchsten Berg Deutschlands einen E-Mail-Gruß zu schicken.

Die Resonanz gibt den Erfindern des TeleKiosk Konzeptes Recht: Bereits bei den ersten 250 Installationen konnten im ersten Monat nicht weniger als über 3,2 Millionen Seitenaufrufe verbucht werden. Dabei stößt, so hat die Telekom Marktforschung festgestellt, jeder „Permanent-Button“ am TeleKiosk bei mindestens 60 Prozent aller Befragten auf Interesse. Auch um die künftige Nutzungshäufigkeit ist Thomas Hille nicht bange: „Nach unseren Erkenntnissen könne sich 64 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 69 Jahren vorstellen, den TeleKiosk regelmäßig zu nutzen.“

Ausbaufähiges Konzept

Bereits in der Startphase bietet der TeleKiosk die gesamte Leistungspalette des Internet, von der Information über die E-Mail bis zum TeleBanking. Für die Zukunft können sich die Marketing-Spezialisten der Telekom noch viele zusätzliche Angebote vorstellen, von interessanten Screen-Savern bis zu spannenden Spielen. Selbst der Einbau einer Digitalkamera für das spontane TeleKiosk Foto vor Ort, das gleich per E-Mail weiter verbreitet werden kann, ist keine Utopie. Überfrachten wollen die Verantwortlichen bei der Telekom den TeleKiosk allerdings nicht. Schließlich soll das innovative Produkt die Online-Welt auch solchen Verbrauchern zugänglich machen, die keinen Computer besitzen und sich nicht mit viel Technik belasten wollen.

Durch intelligente und unaufdringliche Bedienerführung gelangen die Anwender des TeleKiosks direkt auf die Internetseiten der Partner. Die Nutzung der „Permanent Buttons“ am Fuß der Seite ist für die Anwender kostenfrei.

Thomson multimedia und Microsoft Corp. mit interaktiver TV-Plattform

TAK ermöglicht Internet TV

TAK nennt sich das iTV-Jointventure von Thomson multimedia und Microsoft Corp. Auf der diesjährigen IFA präsentierte TAK die deutsche Version seiner offenen interaktiven TV-Plattform. Durch die Zusammenarbeit mit renommierten Partnern können interaktive Dienste ohne Grundgebühr einfach über das Fernsehen abgerufen werden.

Die Auswahl an unterhaltsamen und informativen Diensten sowie der Zugang zu Internet und E-Mail Account können direkt über die Startseite aufgerufen werden. Um die Startseite aufzurufen, muß auf der Fernbedienung lediglich die TAK-Taste gedrückt werden. Zudem ist im Lieferumfang des mit TAK ausgestatteten Fernsehgerätes eine Infrarot-Tastatur enthalten.

In Frankreich wurde TAK bereits im Februar dieses Jahres eingeführt. Die Markteinführung der ersten Fernsehgeräte mit integrierter TAK Technologie ist in Deutschland für das erste Quartal 2002 geplant.

„Wir sind stolz, daß nach dem erfolgreichen Start in Frankreich in diesem Jahr im Rahmen der europäischen Expansionsstrategie Deutschland als zweiter Markt ausgewählt wurde. Auf der IFA haben wir die deutsche Version von TAK einem breiten Publikum vorgestellt, und wir sind davon überzeugt, daß TAK die deutschen Konsumenten genauso ansprechen wird, wie dies in Frankreich der Fall war", so Ingo Schier, Geschäftsführer der TAK Deutschland GmbH.

Der Zugang zu den TAK Diensten ist ohne die Zahlung einer Grundgebühr möglich. Es fallen lediglich die Internet Verbindungsgebühren bei der Nutzung der TAK-Online-Dienste an, die wie bei einem herkömmlichen Internetzugang über die Telefonrechnung abgewickelt werden. Über Fernsehgeräte, die mit einem TAK Modul ausgerüstet sind, bietet sich dem Zuschauer die Möglichkeit, an interaktiven Sendungen teilzunehmen, einen TV-Programmführer einzublenden, E-Mails zu senden und zu empfangen, im Internet zu surfen sowie eine Vielzahl von personalisierten Informations- und Unterhaltungsangeboten zu nutzen. Da die TAK-Software komplett im Fernsehgerät integriert ist, wird keine Set-Top-Box benötigt. Dabei ermöglicht TAK sowohl schmal- als auch breitbandige Verbindungen zum Internet, indem analoge Telefonleitungen, ISDN, xDSL und Kabelmodems unterstützt werden. Als Ergebnis umfangreicher Studien zum Zuschauerverhalten wurde TAK insbesondere unter dem Aspekt der vollen Ausnutzung der hohen Bildqualität und der einfachen Handhabung des Fernsehgerätes konzipiert, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Der Anwender soll somit von einer besonders bedienerfreundlichen Technologie profitieren, die den Zugang zu den interaktiven Diensten über ein im Fernsehgerät integriertes Modul mit entsprechender Software ermöglicht. Ein Modem ist ebenfalls im Fernsehgerät integriert. Dabei basiert die Schnittstelle auf Internet Technologien und HTML Standardprotokollen sowie auf einer breiten Auswahl an Datenformaten (JPEG, GIF, PNG, BMP und Macromedia Flash). Darüber hinaus unterstützt TAK auch das Source Socket Layer Protokoll (SSL 2.0 und 3.0) der IETF (Internet Engineering Task Force). Durch die Nutzung dieses Protokolls können TAK-Anwender eine verschlüsselte Verbindung zwischen dem Fernsehgerät und einem gesicherten Server aufbauen. Schließlich nimmt TAK an den meisten Standardisierungsinitiativen wie SMPTE, EACAM, DVB, MPEG und ATV-Forum im Bereich interaktives Fernsehen teil. Die Auswahl an unterhaltsamen und informativen Diensten kann über die Startseite aufgerufen werden. Diese erscheint direkt durch das Drücken der TAK-Taste auf der Fernbedienung. Zudem wird jeder mit TAK ausgestattete Fernseher mit einer Infrarot-Tastatur geliefert.

Interaktives Fernsehen, Info- und Entertainment

Das Angebot der interaktiven TAK-Dienste ist mit dem ausgestrahlten Fernsehprogramm synchronisiert. Erscheint das Symbol für Interaktivität während einer Sendung auf dem TV-Bildschirm, kann der Zuschauer sich aktiv an einer Fernsehsendung beteiligen. So kann beispielsweise an einer Abstimmung oder an Gewinnspielen teilgenommen werden. Darüber hinaus bietet TAK interaktive Fernsehwerbung mit Direct Response Möglichkeiten.

Auf der IFA wurden die interaktiven Anwendungen in Zusammenarbeit mit der ARD und Arte vorgestellt. Dabei wurden verschiedene Sendungen wie das „Mittagsmagazin", die „Tagesschau", die ARD Unterhaltungsserie „St. Angela" sowie die Info-Formater „Thema" und „Metropolis" von Arte mit Interaktionsmöglichkeiten erweitert. Ein kompletter Programmführer bietet einen Überblick über das Wochenprogramm. Darüber hinaus kann der Zuschauer detaillierte Hintergrundinformationen zu den aktuellen und zukünftigen Sendungen abrufen, während parallel dazu das Fernsehbild eingeblendet ist. Der TAK TV-Programmführer wird in Kooperation mit der Programmzeitschrift TV-Spielfilm der Tomorrow new media GmbH zusammengestellt.

Durch die Entscheidung, sein Angebot vollständig auf Internet Technologien aufzubauen, kann TAK seine Dienste und Funktionen bei Bedarf erweitern. Die in das TAK Modul integrierte Software wird regelmäßig aktualisiert. Für diese Aktualisierung sind seitens der Konsumenten keinerlei Aktivitäten notwendig.

Entsprechend der Angebote renommierter Partner in der französischen Version, hat TAK auch für Deutschland eine Auswahl an Informations- und Unterhaltungsdiensten entwickelt, die unter den Rubriken „Journal" und „Rund ums Leben" direkt auf der Startseite abgerufen werden können (siehe auch Kasten links).

Unter der Rubrik „Journal" wird dem Zuschauer Zugang zu aktuellen Nachrichten, der Verkehrslage, Sport- und Wetterberichten geboten. Die Rubrik „Rund ums Leben" bietet Berichte über Kino, Kultur, Mode, Lifestyle, interaktives Lernen und vieles mehr.

Auch das Senden und Empfangen von E-Mails wird auf einem mit TAK ausgestatteten Fernsehgerät möglich. Dabei können mehrere E-Mail-Adressen eingerichtet werden, so daß jedem Familienmitglied ein persönlicher virtueller Briefkasten zur Verfügung steht. Zudem können auch individuelle Adressbücher angelegt werden. Darüber hinaus können die E-Mails auch archiviert oder mit Anhang versehen werden (Fotos, animierte Bilder etc.).

Für die Archivierung der Mails stehen jedem Postfach 4 MB zur Verfügung. *miz*

TAK-Partner für Informations- und Unterhaltungsdienste

- **stern.de**
  Aktuelle Themen des Tages, Hintergrundberichte und Service
- **Financial Times Deutschland**
  Wirtschafts- und Finanznachrichten, Marktdaten und ständig aktualisierte Informationen
- **Onvista**
  Informationen zu Aktien, Fonds und Indizes
- **sports.com**
  Aktuelle Sportnachrichten und Live-Berichterstattung zur Fußball-Bundesliga
- **Hamburger Abendblatt**
  Lokale Nachrichten und Informationen mit Schwerpunkt Hamburg und Norddeutschland
- **jaxx. de und Telewette**
  Interaktive Lotto- und Pferdewetten-Annahmestelle
- **METEO-data**
  Wetterberichte für Deutschland, Europa und weltweit
- **ADAC**
  Verkehrsnachrichten und Reiseinformationen
- **bit media e-Learning solution Siemens Company**
  Multimediale Lernmöglichkeiten
- **Ravensburger Interactive**
  Spiele und Unterhaltung
- **Yam.de**
  Jugendmagazin für 12- bis 19-jährige
- **Cinema**
  Aktuelles Kinoprogramm und neuste Filmkritiken
- **Stiftung Warentest**
  Vergleichende Testberichte und Meldungen zu Waren und Dienstleistungen
- **Astrowoche**
  Tages-, Wochenhoroskope und astrologische Tendenzen

Täglich frische News: www.pos-mail.de

NOW! IT'S A DIGITAL WORLD.

CONSEQUENCE · HH

Manche würden alles tun, um mit der neuen CASIO QV-4000 aufgenommen zu werden.

4 Millionen Pixel scharf: Die neue QV-4000.

BESTSHOT

Jetzt mit 2 Jahren Garantie CASIO

Es gibt viel zu entdecken.

Mit der neuen Digital Camera QV-4000 erreichen Sie jetzt eine Profi-Auflösung von 4,13 Millionen Pixel und machen den Schritt in die nächste Generation der Digitalfotografie! Möglich wird das durch die hohe Qualität der optischen, elektronischen und mechanischen Eigenschaften der QV-4000: Mit ihrem lichtstarken, dreifach optischen Canon-Zoom-Objektiv, dem integrierten Blitz, USB-Schnittstelle, TV-Video-Anschluss, der CompactFlash®-Schnittstelle I/II und der Speicherung im JPEG- oder TIFF-Format sind Sie für alle Szenen gerüstet. Auf der optional erhältlichen 1 GB IBM Microdrive Mini-Festplatte können Sie dann bis zu 8.213 Bilder speichern. Dass trotz dieser Funktionsvielfalt der QV-4000 die Bedienung auch noch einfach und übersichtlich bleibt, dafür sorgen u.a. die 5 integrierten *BESTSHOT*-Aufnahmeszenarien, 100 weitere Voreinstellungen auf CD und die deutsche Menüführung. Die QV-4000 ist ab sofort komplett inklusive wiederaufladbaren NiMH-Akkus und Ladegerät im Handel erhältlich.

- 4,13 Millionen Pixel Hochauflösung mit bis zu 2240 x 1680 Pixel
- Deutsche Menüführung
- USB-Schnittstelle
- Leichte Anschlussmöglichkeit an PC, Video, Notebook
- 3fach-optischer Zoom, Autofokus
- Automatische und manuelle Einstellungsmöglichkeiten
- Inklusive Photo Loader-Software 2.0
- Bonus-CD mit 100 *BESTSHOT*-Einstellungen
- Leistungsstarke NiMH-Akkus und Ladegerät

CHIP SPITZENKLASSE Bestenliste Platz 1 10/2001

foto MAGAZIN ★★★★ sehr gut Heft 10/2001

Gute Verbindungen – perfekter Bildtransfer.

CASSIOPEIA Pocket PC · PC, Notebook · TV, Video · QV-Digital Cameras

Jetzt im preiswerten Bundle mit IBM Microdrive erhältlich!

DIGITAL CAMERA

CASIO

www.casio.de

Bezugsquelle: CASIO Computer Co. GmbH Deutschland • Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt • Hotline: 040/528 65-804 • Fax: 040/528 65-888

Hitachi setzt voll auf digitale Medien-Konvergenz

„Konvergenz“ lautete das dominierende Schlüsselwort auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung Berlin. Das übergreifende Motto dieser Veranstaltung läßt sich wohl kaum treffender ausdrücken als mit dem Begriff „Medien-Konvergenz“. Niemals zuvor wurde die Aufhebung starrer Unterteilungen bisheriger Produktkategorien so deutlich vorgeführt wie auf der IFA 2001. Hitachi nahm dies zum Anlaß, die Entwicklung einer übergreifenden Kompatibilität bei elektronischen Geräten und Erzeugnissen spektakulär und zukunftsträchtig umzusetzen: Ab sofort wird das Unternehmen all seine technischen Lösungen unter dem einen Namen „Hitachi Digital Media“ anbieten und nimmt damit endgültig Abschied von der Unterscheidung zwischen Consumer-Electronics, Business-Applications und IT-Technologies.

Hitachi CL32-PD2100: Erster Plasma-TV für den Massenmarkt

Nach Aussagen des Unternehmens ist Hitachis 32 Zoll großes Fernsehgerät CL32-PD2100 das weltweit bestverkaufte Plasma-Display. Im Frühjahr startete der Verkauf auf dem japanischen Markt. Inzwischen entscheiden sich dort Monat für Monat circa 1.500 Käufer für den Erwerb des superflachen Fernsehgeräts mit einer Bilddiagonalen von 81 cm. Ab September 2001 soll der CL32-PD2100 nun auch in Europa erhältlich sein.

Im Unterschied zu den bisherigen 42 Zoll Plasma-Displays, für die das allgemeine Interesse sehr hoch ist, aber die Anzahl der Käufer aus räumlichen und preislichen Gründen klein blieb, soll der CL32-PD2100 aus der Hitachi Platara-Serie jetzt den Massenmarkt für Plasma-TV-Geräte erschließen.

Mit seinen schlicht-eleganten Formen und der metallisch-silbern schimmernden Oberfläche integriert sich das nur 9 cm flache TV-Gerät harmonisch in europäische Wohnumgebungen.

Großes Bild – leicht und kompakt

Aufgrund seiner, im Vergleich zu 42 Zoll-Displays, kompakten Abmessungen läßt der CL32-PD2100 seinem Besitzer die Wahl der Aufstellungsart. Das Display kann einfach auf einem Tisch oder Untergestell plaziert oder auch an einer Wandfläche aufgehängt werden. Gegenüber einem konventionellen 81 cm Röhren-TV-Gerät bietet der Plasma-TV eine um 16 Prozent größere sichtbare Bildfläche und zieht dadurch mit der Bildoberfläche eines 92 cm Röhrengeräts gleich. Trotzdem nimmt der CL32-PD2100 Plasma-TV nur einen Bruchteil der Stellfläche und des Raums eines solch konventionellen Fernsehgeräts für sich in Anspruch.

Gestochen scharf und flimmerfrei

Vor allem mit seiner außergewöhnlichen Bildqualität gewinnt der CL32-PD2100 Plasma-TV begeisterte Anhänger. Bei absolut brillanter Farbwiedergabe werden Details scharf und ohne jedes Flimmern aufgelöst. Dieser 32 Zoll Plasma-Fernseher bietet überragende Bildqualität. Eine maßgebliche Schlüsselfunktion bei der qualitativen Aufbereitung des Bildsignals besitzt „Brightview“. Durch Zugriff auf die ALIS Schaltkreis-Technologie verdoppelt Brightview virtuell die Auflösung, obwohl die gleiche Anzahl von Elektroden eingesetzt wird wie bei konventioneller Plasma-Technologie. Dieses Verfahren erhöht außerdem die Langlebigkeit des Fernsehgeräts. Durch seine hohe Bildschirmhelligkeit von 650 Cd/m² ist der CL32-PD2100 weitgehend tolerant gegenüber Umgebungslicht. Mit Motion Adaptive Progressive Scan nutzt Hitachi die zur Zeit höchstentwickelten Algorithmen zur Kontrolle einer klaren und hochauflösenden Bildreproduktion. Großzügige 160° vertikaler und horizontaler Betrachtungswinkel ermöglichen eine individuelle Wahl der Zuschauerposition. Aus optisch-ästhetischen Gründen wurde der mit Nicam/A2 Hi-Fi Sound ausgestattete analoge TV-Tuner in einer separaten Multimedia Box untergebracht. Die Verbindung zum Display übernimmt ein einziges unauffälliges drei Meter langes Kabel. Der Empfänger der Infrarotfernbedienung befindet sich im Display. Deshalb kann die Multimediabox „unsichtbar“ an einem anderen Platz untergebracht werden. Optional wird neben einem futuristischen Untergestell und einer Wandaufhängung auch ein 10 m langes Verbindungskabel angeboten.

1-Bit Stereo-Digitalverstärker und TruBass inklusive

Auch ohne den zusätzlichen Einsatz einer speziellen Home Cinema Stereoanlage stellt der CL32-PD2100 satten Sound bereit. Die beiden seitlich am Bildschirm integrierten Stereolautsprecher werden von 1-Bit Digital-Verstärkern pro Kanal mit 10 Watt Ausgangsleistung versorgt. Für Bass Performance sorgt die von SRS Labs patentierte TruBass Technologie. Liebhaber von extrem tiefen Bässen finden einen externen Subwoofer Ausgang vor.

Plasma-TV-Palette nach oben offen

Im Frühjahr 2002 sollen 37 und 42 Zoll Plasma TVs die Platara-Reihe erweitern. Nach eigenen Angaben ist Hitachi zur Zeit der einzige Hersteller mit einem derartigen Angebot.

Gemeinsames Merkmal aller von Hitachi auf der IFA vorgestellten Produkte sind ihre grenzüberschreitenden Eigenschaften und Funktionen. Display-, Computer- und Kommunikationstechnologie verschmelzen hierbei zu einer neuartigen Synthese. Nach eigener Aussage hat sich Hitachi das Ziel gesetzt, als Innovator in relevanten Bereichen Visionen zur Verbesserung von Alltag und Arbeitsumgebung zu verwirklichen und zur Anwendung zu bringen. *evo*

WebPad und „Internet zum Anziehen“

Dem Internet wird von Fachleuten und namhaften Analysten eine große, vorwiegend mobile Zukunft vorausgesagt. Was auch immer wir gerade tun, arbeiten oder unternehmen, ständig werden wir dabei Online sein, vernetzt mit allen globalen Ressourcen, die uns das Internet als universelles und konvergentes Medium in Real Time zur Verfügung stellt. Um das Internet genau in dem Augenblick nutzen zu können, wenn wir es brauchen, ist der herkömmliche PC, und wahrscheinlich auch der Laptop, in seiner aktuellen Form nicht geeignet. Erforderlich sind sozusagen „symbiotische“ Schnittstellen für Bild- und Ton-Informationen, die uns wie eine zweite Haut umgeben. Hitachi stellt diese Zukunftstechnologien heute schon als Serienprodukte vor. Über eine kabellose Verbindung und eine Netzwerkkarte vermittelt das Hitachi WebPad den Zugang zu E-Mail, Internet und individuell konfigurierten persönlichen Computer-Anwendungen.

Als Bild- und Kommandozentrale dient ein 14 Zoll Farb-LCD Touchscreen-Monitor. „Wearable Internet Appliance“ (WIA) ist der Sammelbegriff für Computer, die man wie Kleidung trägt. Statt Modell-Studien bietet Hitachi heute schon verfügbare Lösungen an. Das winzig kleine Internet Gerät besteht aus einem auf Augenhöhe getragenen SVGA-Vollfarbmonitor und der auf Windows CE 3.0 basierenden Kontrolleinheit. Das Display wird in Art einer Brille getragen und vermittelt dem Benutzer den Bildeindruck eines 13 Zoll Monitors in einem Betrachtungsabstand von 60 cm.

Die Kontrolleinheit ist mit einem Hitachi SH-4 RISC Prozessor, CompactFlash-Slot, USB-Port und Infrarot-Schnittstelle ausgerüstet. Über eine Infrarotverbindung oder mittels der CF-Modem-Karte gelangt man über ein Handy ins Internet.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-Neuheiten

4-Megapixel-Digitalkamera von Olympus mit Aluminiumfront

Mit der Camedia C-40Zoom präsentiert Olympus eine Digitalkamera mit einem Vier-Megapixel-Aufnahmechip in einem kompakt und ergonomisch geformten Body mit Aluminiumfront. Weitere Features des neuesten Camedia-Modells sind ein 2,5fach Digitaltele, das durch ein 2,8fach optisches Zoomobjektiv (entsprechend einer Kleinbildbrennweite von 35 bis 98 mm) unterstützt wird, und diverse Bildoptimierungsroutinen wie eine Pixel-Mapping- und eine Noise-Reduction-Funktion. Die Pixel-Mapping-Funktion ermöglicht eine automati-

sche Kalibrierung des CCD-Chips und des ASIC-Prozessors, durch die sich die Bildergebnisse durch noch schärfere Kontraste, lebendigere Farben und weniger Bildfehler auszeichnen. Auftretende Farbpunkte in extrem dunklen Bildbereichen, auch „Rauschen“ genannt, die beispielsweise bei Aufnahmen mit Langzeitbelichtungen auftreten, werden durch die von Olympus entwickelte Noice-Reduction-Funktion erheblich reduziert. Darüber hinaus hat die Kamera neben der Programmautomatik eine Vielzahl von manuell regelbaren Funktionen zu bieten. Außerdem können mit ihr neben Fotos auch kurze Videosequenzen aufgezeichnet werden. Für die Übertragung der Bild-Daten sorgt ein USB-Anschluß inklusive AutoConnect-Unterstützung.

Wacom präsentiert neues Maus- und Pen-Set Graphire 2

Die Wacom Europe GmbH stellt ihr neues Graphire2 Maus- und Pen-Set vor, das aus einer batterielosen Maus, einem drucksensitiven Stift und einem Grafiktablett besteht. Das Graphire2-Set ersetzt das bestehende Graphire Set und bietet eine Vielzahl neuer Merkmale. Die Graphire2-Maus und der Graphire2-Stift werden über das Graphire2-Tablett mit Hilfe von

Wacoms elektromagnetischer Resonanztechnologie mit Strom versorgt. Hierbei wird ein sehr schwaches Funksignal gesendet, das die Geräte auf der Tablettoberfläche ortet und die Position, den Druck und andere Informationen an den Computer sendet. Die Graphire2-Maus wurde ergonomisch weiter verbessert. Sie ist kompakter, und die Gewichtsverteilung wurde zugunsten eines verbesserten Gleichgewichts der Maus für feinere Konturen optimiert. Der Graphire2-Stift eignet sich als Eingabegerät für die Erstellung von Grafiken und Zeichnungen, zur Foto-, Video- und Audiobearbeitung sowie für Handschriften. Der Stift ist mit einer drucksensitiven Spitze und einem Radiergummi ausgestattet. Je fester die Stiftspitze aufgedrückt wird, desto breiter werden die Linien und desto intensiver werden die Farben. Dadurch, daß der Stift kabellos ist, bietet er beim Zeichnen und Schreiben uneingeschränkte Bewegungsfreiheit.

Die Arbeitsfläche für Stift und Maus ist das Tablett. Sein aktiver Bereich fungiert als Mauspad und als sensitiver Arbeitsbereich für den Stift. Das Tablett erscheint in neuer Formgebung und ist stahlblau akzentuiert. Zu den wichtigsten Features des Tabletts zählen außerdem: eine transparente Folie. Werden unter diese beispielsweise Fotos gelegt, so ist ein unproblematisches Abpausen möglich. Dank des abnehmbaren Stifthalters bleibt der Stift, wenn er nicht gebraucht wird, stets in Reichweite des Nutzers. Das Tablett arbeitet mit hoher Präzision und verfügt über eine Auflösung von 1000 dpi.

Das Graphire2-Set ist mit USB-Anschluß ausgerüstet und mit der Software Corel Painter Classic gebundelt, die sowohl unter Windows als auch auf Macintosh läuft und die Drucksensitivität des Sets vollständig unterstützt.

Ricoh Caplio RR1 ist trotz ihres Vier-Megapixel-CCDs ultraflach

Mit der Caplio RR1 stellt auch Ricoh eine neue Vier-Megapixel-Kamera vor, die im bewährt schmalen Design ihrer Vorgängermodelle konzipiert wurde. Unterstützt wird die hohe Auflösungsleistung der Kamera durch ein dreifach optisches Zoomobjektiv (3,6fach Digitalzoom), das verglichen mit dem Klein-

bildformat eine Brennweite von 35 bis 105 mm bietet. Weitere Features der Kamera sind eine Makrofunktion ab einem Zentimeter Abstand, zweizollgroßer schwenkbarer Monitor und diverse Funktionen wie Weißabgleich, ISO-Einstellung und verschiedene Belichtungsmodi, die sowohl automatisch als auch manuell beeinflußbar sind. Für die Speicherung der Daten verfügt die RR1 über einen internen Speicher (8 MB), der bei Bedarf durch SmartMedia-Karten ergänzt werden kann. Über die Fotoaufnahme hinaus lassen sich mit der Kamera im Text-Modus Dokumente ablichten, Audio-Daten aus Interviews oder Besprechungen aufzeichnen oder in der Videofunktion kurze Filmsequenzen aufnehmen.

Premiere mit neuer Angebotsstruktur

Der einfache Einstieg ins digitale Abonnentenfernsehen

Mit einem neuen Basispaket erweitert Premiere World ab dem 1. Oktober 2001 seine Angebotspalette. Premiere Basic soll mit 15 Kanälen einen Einblick in das gesamte Spektrum von Premiere World bieten. „Damit erleichtern wir den Einstieg ins digitale Abonnentenfernsehen“, so Manfred Puffer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Premiere World.

Das Basispaket kann bereits ab 15 Euro monatlich (inklusive Decoder) angeboten werden. Dabei ist dieses Einstiegsangebot künftig auch Bestandteil von vier weiteren Premiere World Angebotspaketen.

Zentrales Element des neuen Basispakets ist „Premiere One“. Der neue Kanal bietet bis zu 35 Filmhits pro Monat. Hinzu kommen Entertainmentformate und exklusive Sportberichterstattung. Zu dieser zählt auch die samstags um 17.30 Uhr ausgestrahlte 60-minütige Zusammenfassung der Fußball-Bundesliga „Alle Spiele, alle Tore“. Aber auch Live-Übertragungen von Boxen, Eishockey und American Football sind im „Premiere One“-Paket enthalten. Zudem beinhaltet das Paket bereits etablierte Genrekanäle wie „Studio Universal“, „Krimi & Co“, „Discovery Channel“ oder „Fox Kids“. Zudem können weitere Zusatzangebote über Satellit empfangen werden. Mit den englischsprachigen Sky News und N24 starten zwei Informationsangebote auf Premiere World. Und der Kinderkanal Fox Kids geht nun auch in türkischer Sprache auf Sendung. „Wir möchten mit dieser neuen Einfachheit nicht nur dem Endkunden den Zugang zu Premiere World erleichtern, sondern auch dem Fachhandel schlagkräftige Verkaufsargumente bieten“, erklärt Thomas Mischek, Geschäftsleiter Vertrieb und Handelsmarketing bei Premiere World. Dabei soll die Partnerschaft mit dem Fachhandel in nächster Zeit intensiviert werden. Von 12.000 Fachhandelspartnern hat Premiere World die Zusammenarbeit auf 6.500 Fachhandelspartner reduziert. „Nur so ist es uns möglich, die einzelnen Fachhändler intensiver zu betreuen“, so Mischek weiter.

Insgesamt bietet der Abonnentensender ab Oktober fünf Paket-Varianten. Auch bei den anderen Angeboten ist der Digital-Receiver im Preis mit enthalten. Neben Premiere Basic und Premiere Sport gibt es wie bisher das Premiere Movie Paket und das Premiere Super-Paket, bei dem es sich um eine Kombination aus Premiere Basic, Premiere Movie und Premiere Sport handelt.

Die Premiere World Preise

Paket	24-Monats Abo	12-Monats Abo
Premiere Basic	15 Euro (29,34 DM)	15 Euro (29,34 DM)
Premiere Movie	25 Euro (48,90 DM)	30 Euro (58,67 DM)
Premiere Sport	30 Euro (58,67 DM)	35 Euro (68,45 DM)
Premiere Super	35 Euro (68,45 DM)	40 Euro (78,23 DM)
Premiere All-In	55 Euro (107,57 DM)	60 Euro (117,35 DM)

(Alle Preise gelten pro Monat inkl. Decodermiete und Zugang zu Premiere Select . Das Premiere All-in Paket bietet zudem komplett uneingeschränkten Zugang zum Pay-per-View-Angebot aus Premiere Select.)

Neu ist das Premiere All-in-Paket. Hiermit erhält der Zuschauer das komplette Angebot des Premiere Super-Pakets sowie unbeschränkten Zugang zu Premiere Select, dem Pay-Per-View-Angebot von Premiere World. Premiere Select zeigt aktuelle Filmhits aus „Near Video-on-Demand“ bis zu 18 Monate vor ihrer Ausstrahlung im Free-TV.

„Durch das mehrstufige Baukastensystem bieten wir ab Oktober attraktive Alternativen für jedes Interesse und jeden Geldbeutel“, so Manfred Puffer.

„Mit der neuen Angebotsstruktur erleichtern wir den Einstieg ins digitale Abonnentenfernsehen. Das neue Baukastensystem bietet Alternativen für jedes Interesse und jeden Geldbeutel“, erklärt Manfred Puffer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Premiere World.

Ausgebautes Sportangebot

Seit Oktober gibt es auch Veränderungen im Sportangebot von Premiere World. Alle Spiele der Fußball-Bundesliga sind dann ohne Zusatzgebühr automatisch im Abonnement von Premiere Sport enthalten. Auch die Berichterstattung von der UEFA Champions League wird intensiviert. Bereits seit dem Saisonstart am 11. September bietet Premiere World die Konferenzschaltung mit bis zu acht Spielen an. Weitere Inhalte im Premiere Sport-Paket sind wie bisher Formel Eins, Eishockey, Boxen, Tennis, Golf und American Sports. Zudem wird Premiere World im kommenden Jahr die Olympischen Spiele in Salt Lake City und die Fußball-WM in Japan/Südkorea komplett live und ohne Werbeunterbrechungen übertragen. Zusätzlich möchte Premiere World mit Eigenproduktionen im Sportbereich seinen Servicecharakter verstärken. In „Formel Eins Kompakt“ und „Bundesliga Kompakt“ werden die Zuschauer jeweils in einer halbstündigen Infoschleife über die Highlights der aktuellsten Sportereignisse informiert. Axel Schulz präsentiert in „Schulz – Kämpfe um Köpfe“ Klassiker des Boxens. Christian Sprenger sorgt mit „Premiere Sport – Das Magazin“ und „Premiere Sport – Der Talk“ am Sonntagabend für einen umfassenden Abschluß des Sportwochenendes.

Neues Online-Portal

Anfang September hat Premiere World seinen Internetauftritt erneuert. Unter www.premiere-world.de finden Abonnenten und Interessenten mehr Programminformationen, Hintergrundberichte, Entertainment und Service. Neu ist das sogenannte Stage-Konzept, das eine flexible Struktur für aktuelle und zielgruppenspezifische Inhalte bietet. Der Nutzer sieht auf jeder Seite ein Fenster mit ständig wechselnden Inhalten. Darüber hinaus findet der Anwender Informationen zu den einzelnen Sendungen und Zusatzangebote wie Live-Chats und Streamings großer Ereignisse.

„Wir möchten mit dieser neuen Einfachheit nicht nur dem Endkunden den Zugang zu Premiere World erleichtern, sondern auch dem Fachhandel schlagkräftige Verkaufsargumente bieten“, so Thomas Mischek, Geschäftsleiter Vertrieb und Handelsmarketing bei Premiere World.

Das Premiere-Basic-Angebot

Entertainment
Premiere One
Studio Universal
13th Street
K-Toon
Sunset
Krimi & Co.
Filmpalast
Heimatkanal
Goldstar TV
Classica
Music Chooce
Liberty TV. Com*

Dokumentation
Discovery Channel
Planet

Nachrichten
N24*
Sky News*

Kinder
Junior
Fox Kids
Fox Kids (Türkisch) *

* über Satellitenempfang

Die Rubrik „Zoom“ im Fiction-Bereich begleitet Programm-Highlights mit zahlreichen nach Themen geordneten Hintergrundinformationen. Im Sportbereich gibt es Sendetermine, Informationen zu den Moderatoren sowie Berichte und Tabellen zu aktuellen Sportergebnissen. Mit dem interaktiven Bundesliga-Manager können die Anwender ihr Fachwissen unter Beweis stellen und mittels eines Live Scorings beim Boxen selbst Punktrichter spielen. Ein virtueller TV-Guide ermöglicht eine schnelle Programmsuche und die Einstellung eines persönlichen Interessenprofils sowie die Nutzung eines Reminder-Services. *miz*

Der neue Internet-Auftritt von Premiere World bietet dem Anwender ein erweitertes Informationsangebot.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

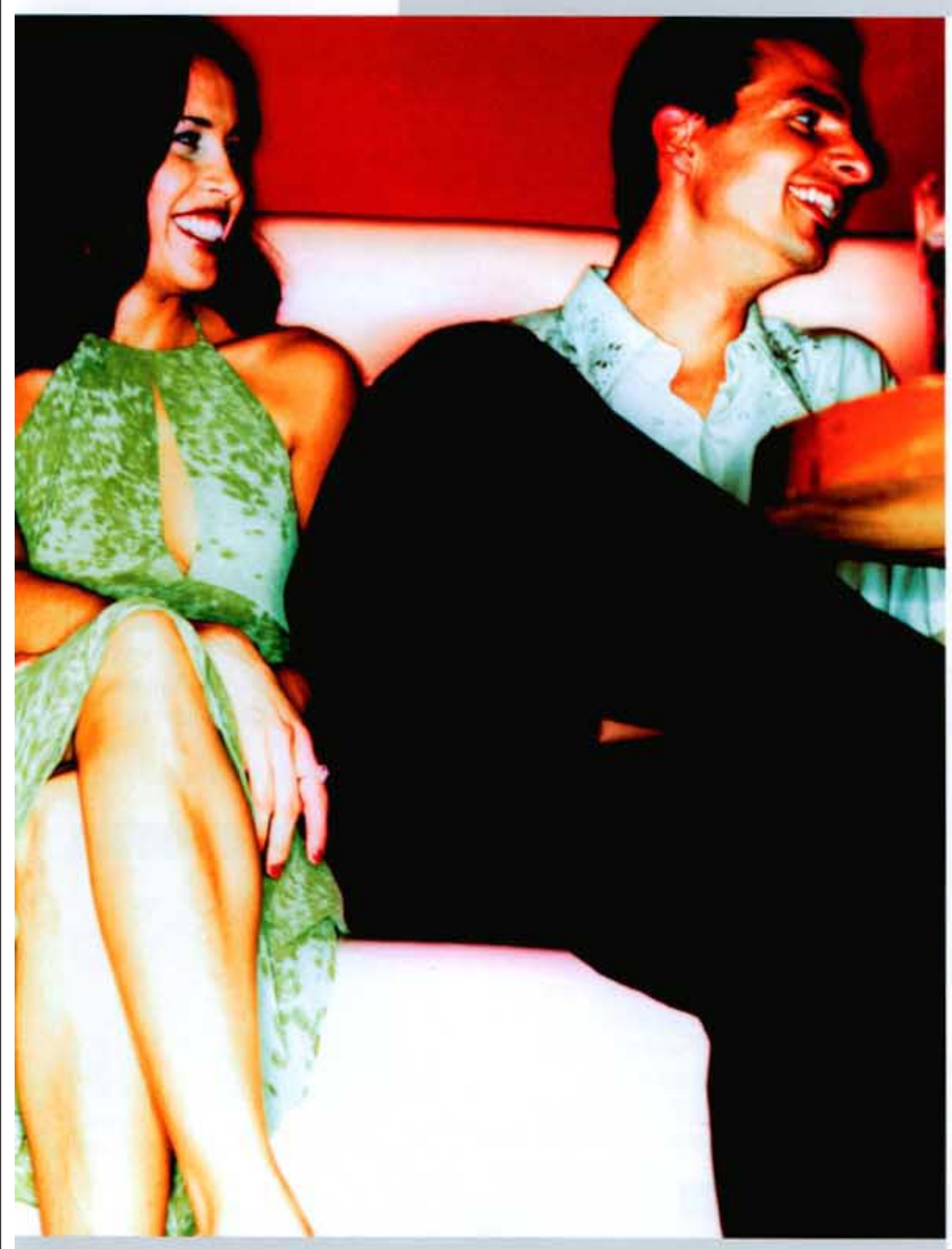
entertain²

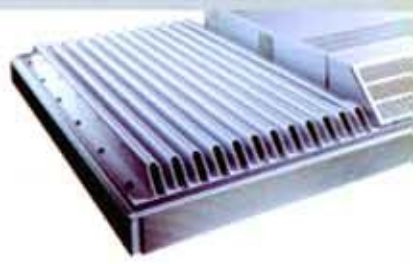
Internationale Funkausstellung

Your world of consumer electronics

Berlin, 25.8. – 2.9.2001

Fujitsu Siemens Computers ist einer der führenden Hersteller von Plasma Displays und bietet mit dem 42M5ᴱ als Premiere das erste lüfterlose All-in-One Plasma Display der Welt an. Alles in einem hochwertigen, aus Aluminium gefertigten Gehäuse, mit beeindruckenden technischen Daten und einer umfangreichen Ausstattung wie eingebautem TV-Tuner und allen Video- und Audio-Anschlüssen bietet es die Anzeigetechnik der Zukunft.
In Verbindung mit dem MULTITAINER, der innovativen Entertainment Station (DVD, CD, MP3, Internet, Email und Computing) überschreiten wir den PC-Horizont beim Aufbau der Technologie von morgen.
www.fujitsu-siemens.de





Rückansicht

Plasma Display M5ᴱ
Die Weltpremiere: Das erste lüfterlose All-in-One Plasma Display der Welt. Fujitsu Siemens Computers kombiniert japanisches High-Tech mit German Engineering – in einem hochwertigen Aluminium-Gehäuse. Das M5ᴱ Plasma-Display – High Tech made by Fujitsu Siemens Computers.

Diagonale:	106 cm
Max. Auflösung:	852 x 480
Blickwinkel:	> 160°
Gewährleistung:	2 Jahre Vor-Ort-Service
Highlight:	Lüfterloses Display inkl. TV-Tuner, Wandhalterung

DM 16.990,00*

MULTITAINER
Willkommen bei einem neuen Stil des Home-Entertainment, dem „Multi-tainment." In einem einzigen System bekommen Sie von Fujitsu Siemens Computers: DVD-Player, CD- und MP3-Player, Internet, Game-Konsole, Home-Karaoke, E-Mail, Fax und Anrufbeantworter. Erhältlich in schwarz und champagner.

DM 999,00*

Neuer Preis

*) unverbindliche Preisempfehlung inkl. Mehrwertsteuer. Preise, Liefermöglichkeiten, technische Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Die in diesem Dokument wiedergegebenen Bezeichnungen können Marken sein, deren Benutzung durch Dritte für eigene Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen können.

Besuchen Sie uns auf der IFA

Ein Besuch auf unserem IFA-Stand ist Pflicht!

Vom 25. August bis 02. September – Halle 3.2a, Stand 06

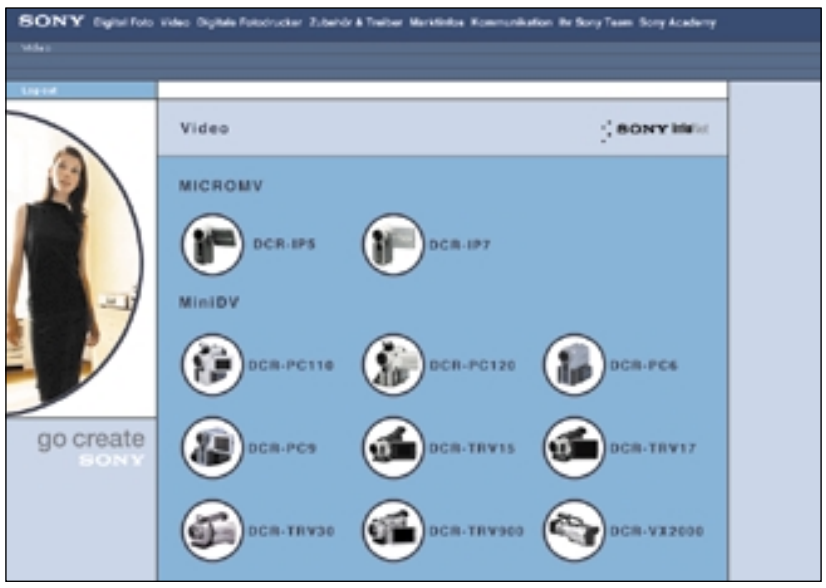
Entertainment pur – kommen und sehen Sie die neuesten Entwicklungen von Fujitsu Siemens Computers. Neben Action, Musik und unserer Consumer-World Show warten vor allem Zukunftsprodukte für heute auf Sie. Machen Sie sich auf den Weg!

@home² entertainment

FUJITSU COMPUTERS SIEMENS

Sony InfoNet bietet Rundum-Service für den Handel

Resultierend aus dem hohen Informationsbedarf der Handelspartner, hat Sony vor gut einem halben Jahr die Internetplattform Sony InfoNet ins Leben gerufen. Auf der Webseite mit der Adresse www.sony-infonet.de finden die Händler Informationen rund um die Produktgruppen digitale Kameras, Camcorder und Fotodrucker, Verkaufshilfen und Elemente für die Gestaltung der eigenen Homepage.



Den schnellen und sicheren Zugang zum Sony Internet-Auftritt erhalten die Händler über ein Kennwort und eine Kundennummer. Dazu müssen sie einfach die Startseite aufrufen, die erforderlichen Daten in das Orderformular eintragen und erhalten kurze Zeit später ihr persönliches Kennwort per E-Mail zugeschickt.

Im Mittelpunkt des Sony InfoNets stehen die Bereiche digitale Kameras, Camcorder und digitale Fotodrucker.

Auf der Startseite jeder dieser Rubriken werden alle zu dieser Produktgruppe gehörenden Modelle mit Foto abgebildet, so daß ein Händler, der beispielsweise nach einem bestimmten Camcordermodell sucht, dieses auf einen Blick finden kann. Nach der Auswahl eines Produktes per Mausklick erhält der Internetbesucher Zugriff auf eine Reihe weiterer Informationen. So stehen Datenblätter mit allen technischen Daten, verschiedene Produktfotos des ausgewählten Modells und Treiber zum Download bereit. Darüber hinaus sind in einer Liste alle zum jeweiligen Produkt erhältlichen Zubehörprodukte (inklusive Einkaufspreise und unverbindlich empfohlene Verkaufspreise) aufgeführt, die Bedienungsanleitung steht im Netz zum Download bereit, und vor allem für die Vertreter der Presse von Bedeutung, die ebenfalls Zugriff auf die Seiten haben, sind hier alle Pressemitteilungen zu dem Produkt aufgeführt.

Schnelle Hilfe bietet das Sony-InfoNet, wenn ein Händler nach näheren Produktdetails sucht. Per Klick wird das entsprechende Produkt, z. B. ein Camcorder, ausgewählt und der Zugriff auf weitere Informationen, z. B. Produktfotos oder Datenblätter, eröffnet.

Auch für die Videoprodukte von Sony finden sich Microsites auf der Sony-Seite, die Händler auf ihrer eigenen Homepage als Link integrieren können.

Elemente für die eigene Homepage

Ein besonderer Service des InfoNets ist der Internetbaukasten. Hier kann sich jeder Händler attraktive Elemente zur Aufwertung des eigenen Händlerauftritts herunterladen. Zu den einzelnen Produkten stehen sowohl Werbe-Banner, interaktive Flash-Banner als auch sogenannte MicroSites zur Verfügung. Letztere lassen sich als in sich abgeschlossene Informationsinseln in das Online-Angebot des jeweiligen Händlers integrieren.

Die MicroSite zu dem gewählten Produkt erscheint in einem eigenen Fenster, so daß der Kunde die Web-Seite des Händlers nicht verläßt. Die aufwendig gestalteten Seiten, die die aktuellen Produkte interaktiv und informativ vorstellen, sind ein echter Blickfang. Zum Abschluß finden sich aktuelle Testberichte zu den einzelnen Produkten.

Die Seiten für die Digitalkameras von Sony und die Fotodrucker bieten einen ähnlichen Aufbau wie die Camcorder-Seiten, wobei die Kamera-Seite – zumindest zur Zeit – noch etwas ausführlicher die zur Verfügung stehenden Kommunikationsmedien darstellt.

Wie schon in den einzelnen Produktbereichen gibt es auch im Hauptmenü den Unterpunkt „Zubehör & Treiber“, wo sich die Nutzer des Webauftritts Kompatibilitäts- und Treiberlisten für die einzelnen Produktsparten herunterladen können.

In Planung befindet sich der Menüpunkt „Marktinfos“, unter dem zu einem späteren Zeitpunkt aktuelle Marktinformationen und interessantes Hintergrundmaterial rund um die Themen Digitalfotografie und Video zu finden sein werden.

Kommunikation

Der Hauptmenüpunkt Kommunikation liefert den Händlern umfassendes Material, das sie für die Vermarktung der Sony-Produkte einsetzen können. Neben den Buttons und Microsites zum Herunterladen auf die händlereigene Webseite sind hier alle vorstellbaren Logos sowohl für Sony Produkte als auch für einzelne Produkteigenschaften (z. B. USB-Anschluß, Memorystick-Kompatibilität), die per Logo hervorgehoben werden sollen, aufgelistet.

Aus dem Anzeigenbaukasten können sich Besucher der Webseiten direkt aktuelle Anzeigenmotive als druckfähige Daten per E-Mail bestellen.

Mediaplan

Ein detaillierter Mediaplan zeigt genau an, wann Sony für welche Produkte Anzeigen schaltet und in welchen Fachzeitschriften bestimmte Zielgruppen damit angesprochen werden sollen. So kann der Händler auf einen Blick erkennen, ob er die verstärkte Werbung in den Printmedien für spezifische Promotionaktionen in seinem Geschäft aufgreifen möchte.

Flashbanner zum Herunterladen lenken die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Sony-Produktwelt.

Über die InfoNet-Seite können Händler per E-Mail-Formular direkt PoS-Material ordern.

In absehbarer Zeit wird unter dem Hauptmenüpunkt Kommunikation auch ein mit „Promotion“ betitelter Bereich eingerichtet, unter dem die Anwender über geplante Werbemaßnahmen Sonys im Promotionbereich informiert werden.

Zu dem Bereich Kommunikation zählt auch der Unterpunkt Messen, wo zuletzt ausführliche Informationen und News der Internationalen Funkausstellung in Berlin inklusive einer Aufzeichnung der dortigen Pressekonferenz zu finden waren.

Unter der Überschrift „PoS-Material“ finden die Anwender Werbematerialien wie Standdisplays, Dekopakete oder Warenträger mit Sony-Logos für Foto und Video, neben einem Online-Bestellformular, über das Händler direkt die Werbematerialien anfordern können.

Unter dem Hauptmenüpunkt „Ihr Sony-Team“ werden alle wichtigen Adressen wie die Sony-Infoline-Telefonnummer, die Sony-Faxline-Nummer oder für dringliche Anfragen die Nummer der Hotline dargestellt.

Der Bereich Sony Academy bietet Informationen zu Sonys Schulungsangebot. Zum einen werden hier die Schulungen aufgeführt, die Sony im eigenen Schulungscenter in Köln anbietet, zum anderen wird das Angebot regional gebündelter Seminare vorgestellt.

Auf den Support-Seiten sind alle wichtigen Telefonnummern verzeichnet, falls die Informationen auf den Web-Seiten nicht ausreichen sollten.

Inzwischen sind über 1.000 Händler für die Nutzung der Webseiten des Sony-InfoNets angemeldet, das auch aufgrund der hohen Informationsvielfalt des Auftritts regelmäßig von autorisierten Vertretern der Presse genutzt wird. *höl*

Virtuelle Verkaufsunterstützung

Täglich frische News: www.pos-mail.de

DIE SCHÖNSTE ZEIT DES JAHRES IST DER URLAUB. DOCH SCHNELL IST ER VORBEI. SCHÖN, WENN MAN IHN VERLÄNGERN KANN. MIT T[TAU] TV, DEM FERNSEHER, DER BILDER, SCHÄRFER ALS DIE WIRKLICHKEIT, BIETET. DAS URLAUBSGEFÜHL WIRD PERFEKT MIT DEM DIGITALEN SATELLITEN-RECEIVER TU-DSF31. DAMIT KANN MAN, PER E-MAIL ODER SMS, SCHNELL MAL GRÜSSE AN FREUNDE UND BEKANNTE SCHICKEN. MEHR INFORMATIONEN BEIM PANASONIC-HÄNDLER ODER UNTER WWW.PANASONIC.DE.

BILDER, ECHTER ALS DIE WIRKLICHKEIT. UND E-MAILS ÜBER RTL WORLD, MIT DIGITALEM SATELLITEN-RECEIVER.

Panasonic
CHANGES YOUR LIFE.

TX-36PB50: EUROPAS FERNSEHER DES JAHRES 01/02*

*Gewählt von 41 Fachjournalisten aus 19 europäischen Ländern.

Mit dem NV-HDB1EC ergreift Panasonic Initiative im Bereich Digital-TV

DER BEGINN EINER NEUEN ÄRA

Interview mit Lothar Kerestedjian, Leiter Marketing Multimedia bei Panasonic Marketing Europe

Die Matsushita Audio Video Deutschland entwickelte mit dem Panasonic NV-HDB1EC ihren ersten Audio Video Hard Disk Drive Recorder (Festplatten-Video-Recorder mit integriertem Sat-Receiver). Das Gerät wurde auf der Internationalen Funkausstellung präsentiert und wird bereits im Herbst dieses Jahres für den Fachhandel lieferbar sein. PoS-MAIL sprach mit Lothar Kerestedjian, Leiter Marketing Multimedia bei Panasonic Marketing Europe, über die Besonderheiten, die technischen Features und die Zukunft von CE-Geräten mit AV-Hard Disk Drive-Integration.

***PoS-MAIL**: Herr Kerestedjian, Digital-TV war eines der großen Themen auf der Internationalen Funkausstellung. Panasonic ist in diesem Bereich sehr engagiert, und nun haben Sie für Herbst dieses Jahres den Festplatten-Recorder NV-HDB1EC angekündigt. Welche Vorteile bringt der Einsatz von Festplatten in Geräten der Unterhaltungselektronik ?*

Lothar Kerestedjian: Nachdem Festplattenlaufwerke lange Zeit im PC-Gehäuse versteckt blieben, bilden sie jetzt die Basis für vollkommen neuartige Produkte im Consumer Electronics Sektor. Festplatten bieten als TV-Speichermedium eine Reihe grundsätzlicher Vorteile: Das Aufnehmen „ohne Band", den Sofortzugriff auf Programme sowie die simultane Aufnahme und Wiedergabe. Sie erlauben auch völlig neue Funktionen. Sei es nun das Anhalten von Live-Fernsehsendungen, auch „Pausing Live TV" genannt, oder das sogenannte „Just Replay" – die sofortige Wiederholung, noch während der Übertragung.

***PoS-MAIL**: Diese Anwendungen stellen sehr anspruchsvolle Anforderungen an die neuen Geräte-Generationen. Welche Maßstäbe hat Panasonic bei der Herstellung des NV-HDB1EC gesetzt?*

Lothar Kerestedjian: Da Panasonic zum ersten Mal AV-HDDs, sprich Festplatten, in seinen CE-Produkten einsetzt, standen wir ungewohnten Überlegungen zur Konstruktion gegenüber, die die Elektrik, Geräuschentwicklung und Struktur betrafen. Anders als beim Desktop-PC werden AV-HDD Recorder in TV-Racks oder im Schlafzimmer eingesetzt. Also überall da, wo Konsumenten heute VHS-Recorder, Stereoanlagen, Fernseher und Spielkonsolen haben. Das sind Orte, bei denen ein der Umgebung angepaßtes Design unerläßlich ist. Deshalb haben wir von Beginn an die AV-HDD-Technologie und die Fertigung der Endprodukte auf die Temperatur- und Umgebungsbedingungen hin ausgelegt, denen diese Geräte gewöhnlich ausgesetzt sind. Darüber hinaus verlangt das Ausrüsten mit Laufwerken nach neuen Qualitätsmaßstäben für die Herstellung und das Testen. Immerhin sind die Produktivität einer Fertigungsstraße und der mit den Produkten zu erzielende Gewinn von einer vollständigen Überprüfung des Produktionsablaufs abhängig. Dabei galt es bei der Herstellung von AV-HDD-Recordern Techniken zu implementieren, die vorher nur in der PC-Industrie im Umgang mit Festplatten-Laufwerken üblich waren. Testverfahren mußten ausgearbeitet und mit entsprechenden Schulungen des Personals umgesetzt werden. In diesem Zusammenhang führten wir im Einbauprozeß neue Verfahren ein. Aus all diesen Überlegungen resultiert bei Panasonic die enge Zusammenarbeit zwischen CE-Produktionsstätten und AV-HDD-Entwicklern. Auf dem gemeinsamen Ziel gründend, die leistungsfähigsten und kostengünstigsten Produkte zu entwickeln, entstanden die neuen Systemarchitekturen.

Lothar Kerestedjian, Leiter Marketing Multimedia bei Panasonic Marketing Europe, präsentierte auf der Internationalen Funkausstellung mit dem NV-HDB1EC den ersten Festplatten-Video-Recorder des Unternehmens.

***PoS-MAIL**: Die vielfältigen Anwendungen, die ein Harddisc-Receiver ermöglicht, erfordern neuartige Service-Leistungen. Was kann der Endanwender von einem AV-HDD-Gerät erwarten?*

Lothar Kerestedjian: Mit den vielseitigen neuen Möglichkeiten entwickeln Dienstanbieter derzeit innovative Geschäftsmodelle. Hierbei stellen AV-HDD Geräte die Plattform, über die dem Verbraucher Filme, Musik, Spiele, Informationen und ein Online-Transaktionskanal automatisch bereitgestellt werden. Das kann z. B. per Push-Technologie erfolgen, also ohne vom Nutzer jedesmal abgerufen werden zu müssen.

***PoS-MAIL**: Und wie funktionieren diese Service-Modelle?*

Lothar Kerestedjian: Viele dieser Service-Modelle haben ihre Wurzeln eigentlich im Bereich Client-Server-Netzwerke, wo seit jeher die Kontrolle und das Updaten des zu Hause stehenden Rechners von einem entfernten Netzwerkoperator durchgeführt werden. Dieses Modell verlangt ein hohes Maß an Zuverlässigkeit von dem AV-HDD Recorder. Dieser stellt schließlich das Verbindungsglied zwischen Konsumenten und den vom Operator bereitgestellten Diensten dar. Von besonderer Bedeutung ist dies bei AV-HDD Netzwerken, in denen die Festplatte laufend Videoprogramme wie in einem Cache speichert. Damit kann man das Programm zwischendurch anhalten oder zugleich asynchrone Daten wie beispielsweise elektronische Programmführer (EPGs) und Webseiten herunterladen. Ein Service-Provider ist innerhalb eines solchen Systems imstande, das neueste Update einer Anwendungssoftware oder ausgewählten Content nachts auf das Gerät zu laden, während der Verbraucher schläft.

***PoS-MAIL:** Diese Applikationen sind komplex und stellen somit hohe Ansprüche an die Hardware und an die Hersteller. Wie sind Sie bei Panasonic diesen Anforderungen gerecht geworden?*

Lothar Kerestedjian: Die sich aus den hohen Anforderungen ergebenden Lösungen wurden weltweit in einer konzertierten Aktion durch unsere CE- und AV-HDD Teams erarbeitet. Dabei entpuppte sich das durchgehende Video-

Welche besonderen Features bietet ein AV-HDD Recorder?

Das digitale Fernsehen wird eine große Anzahl an Sendern bieten und diese wiederum ein sehr umfangreiches Angebot. Panasonic hat deshalb bei der Konstruktion seines neuen Festplatten-Recorders mit integriertem DVB-S Tuner eine neue Technik der Benutzerführung entwickelt. Zu den besonderen Features zählt ein Premium Electronic Program (P-EPG), ein Archivsystem zur Verwaltung der aufgenommenen Audio-/Videosequenzen und das Color On Screen Display als Benutzeroberfläche.

Der Premium Electronic Program Guide kann als eine Art digitale Programmzeitschrift bezeichnet werden. Er vermittelt einen Überblick über die in der nächsten Zeit ausgestrahlten Sendungen und deren Inhalt. Dabei zeigt die Software den Titel, begleitende Informationen wie beispielsweise Genre oder eine Inhaltsangabe der Sendung an. Darüber hinaus ist der AV-HDD Recorder in der Lage, nach besonderen Interessen des Endanwenders Tagestips anzuzeigen oder Fotos von einzelnen Szenen darzustellen. Die Programmierung des P-EPG im NV-HDB1EC ist unkompliziert. Mit einem Knopfdruck kann der Anwender die Aufzeichnung des Wunschprogramms nach bestimmten Kriterien wie Genre oder Inhalt durchführen. Dabei entfällt beispielsweise die Eingabe von Start- oder Stopzeit. Im Hintergrund befindet sich eine Datenbank, die kontinuierlich mit Informationen aus einem internen Speicher versorgt wird. Somit läuft das Datenbank-Update permanent im Hintergrund und ermöglicht stets aktuelle Hintergrundinformationen während der Ausstrahlung der einzelnen Sender. Dank einer optimierten Dienststruktur ist ein schneller Zugriff auf die Beschreibung des Programms möglich, auch wenn dieses erst in zwei Wochen oder sogar später ausgestrahlt wird. Mit Hilfe des P-EPG kann derzeit aus 50 deutschsprachigen Programmen eine Auswahl zusammengestellt werden. Darüber hinaus unterstützt der AV-HDD-Recorder die Erstellung von bis zu fünf verschiedenen, personalisierten Benutzer- oder Favoritenlisten.

Ein weiteres Feature des NV-HDB1EC ist sein Archivsystem. Damit werden die aufgezeichneten Radio- und Fernsehsendungen in einer Übersicht – ähnlich aufgebaut wie ein Inhaltsverzeichnis – verwaltet. Dabei steht für jeden aufgenommenen Titel eine Vorschau zur Verfügung. Mit dem Archivsystem lassen sich somit virtuelle Sender mit jeweils frei wählbarem Profil errichten. Das Programm kann frei nach individuellem Geschmack zusammengestellt werden. Die genannten Features sind über ein übersichtliches Color OSD System anwählbar. Dabei handelt es sich um eine Benutzeroberfläche mit einfacher Menüführung.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Streaming als eine zentrale Herausforderung. Die gefundene Lösung waren neue Befehlsstrukturen, die über eine ATA-Schnittstelle Video-Inhalte von Daten unterscheiden und die Bit-Rate entsprechend optimieren sowie die Entwicklung eines IEEE 1394 Isochron-Streaming Subsystems. Denn bei der Definition der neuen Systemarchitektur wird eine stabile Datentransferrate benötigt, damit präzise definierte Bit- und bzw. oder Frame-Raten übertragen werden.

***PoS-MAIL**: Wie sieht die System-Lösung aus, die Panasonic dafür entwickelt hat?*

Lothar Kerestedjian: Wir haben spezielle Subsysteme entwickelt, die eine konstante und entsprechend hohe Datentransferrate unter Verwendung des isochronen IEEE 1349 Function Control Protocol ermöglichen. Darüber hinaus werden alle über die IEEE1394 zu übertragenden Daten kopiergeschützt. Das ist notwendig, um sicherzustellen, daß ein Kopieren der Daten – z. B. der Audio- und Videostreams – nicht durchgeführt werden kann. Eine auf diese Art und Weise geschützte Speicherung wird von der Industrie mit Nachdruck gefordert, um eine unberechtigte Vervielfältigung und Verwertung zu verhindern. In Ergänzung zum digitalen Kopierschutz bei der Übertragung der Raten auf bzw. von der Festplatte kommt die sogenannte Macrovision-Technik zum Einsatz. Sie ist bei der analogen Aufzeichnung bereits bewährt und verhinderte bislang das Duplizieren von Filmen im VHS-Format.

***PoS-MAIL**: Bei welchen Geräten im Segment Consumer Electronics kann in Zukunft mit AV-HDD-Integration gerechnet werden?*

Lothar Kerestedjian: Es ist geplant, daß zukünftig auch Fernsehgeräte, DVD-Player, Set-Top-Boxen, Camcorder, Digital Still Cameras und Spielkonsolen mit einem integrierten AV-Hard Disk Drive ausgestattet sein werden.

Der AV-HDD-Recorder unterstützt die Erstellung von bis zu fünf verschiedenen, personalisierten Benutzer- oder Favoritenlisten. Somit ist eine individuelle Programmgestaltung möglich.

***PoS-MAIL**: Und welche Vorteile eröffnen sich dem Endverbraucher dank der neuen Produkte mit AV-HDD-Integration?*

Lothar Kerestedjian: Auf der einen Seite werden dem TV-Zuschauer gänzlich neue Optionen an die Hand gegeben, um seinen Fernsehkonsum vollkommen zu flexibilisieren. Auf der anderen Seite wird das Umdenken bei Dienstanbietern sicherlich unumgänglich sein, da das Nutzungsverhalten seines Publikums eine unglaubliche Dynamisierung erfährt. Der Zuschauer wird in jedem Fall von den neuen AV-HDD Produkten und den dazugehörigen Services enorm profitieren. Eine im Jahr 2000 durchgeführte Medienforschungsstudie hat gezeigt, daß vor allem beruflich vielbeschäftigte Zuschauer laufend unterbrochen werden und Flexibilität beim Fernsehkonsum ziemlich hoch zu schätzen wissen. Nahezu alle meinten, sie würden gerne Kontrolle darüber haben, was sie sich ansehen und wann sie es sich ansehen. Daher verwundert es auch nicht, daß Marktforschungsinstitute wie Forrester Research für das Jahr 2004 einen Abverkauf von 14 Millionen HDD-unterstützten CE-Geräten vorhergesagt haben.

***PoS-MAIL**: Und was kann an Programmangebot seitens der Sendeanstalten erwartet werden?*

Lothar Kerestedjian: In der sich bereits abzeichnenden Epoche der AV-HDD Recorder ist es den Rundfunk- und Fernsehstationen erstmals möglich, ihre Service-Angebote zu verändern und ihre Beziehungen sowohl zu den Zuschauern als auch zu den Werbebetreibenden zu verbessern. In der neuen Welt des AV-HDD Recorders spielt es zum Beispiel keine Rolle mehr, wann ein Programm gesendet wird, sondern nur noch, wann es angesehen wird. So steht wertvolle Bandbreite der Programmübertragung rund um die Uhr zur Verfügung. Somit erhalten auch stärker fokussierte Programme, die für ein Nischenpublikum konzipiert sind, eine Chance. Dabei spielt der Sendeplatz keine Rolle mehr. Die sich ergebenden geringen Streuverluste steigern wiederum den Wert der Werbung. Viele Sender werden die Gelegenheit ergreifen und Programmteile mit einem Index versehen, so daß sich der Zuschauer sogar seine eigene Nachrichtensendung aus Einzelelementen zusammenstellen kann. Erweiterte Programminhalte, allgemeine oder auf spezielle Zielgruppen gerichtete Spots können während der Auszeiten im voraus geladen und dann im Verlauf einer Live-Sendung oder während einer On-Demand Übertragung wieder eingespielt werden. Beim Digital Video Broadcasting (DVB) wird es durch neue Übertragungsmethoden realisierbar sein, sogar noch kundenspezifischer abgestimmte Programme, Werbung und Daten zu übermitteln.

***PoS-MAIL**: Werden die neuen Geräte auf der Multimedia Home Platform basieren?*

Lothar Kerestedjian: Ja, unser Betriebssystem ist auf Linux ausgerichtet, und Linux ist ja auf MHP vorbereitet. Panasonic wird sich darüber hinaus weiterhin in Kooperationen mit Inhalte- und Serviceprovidern engagieren. Somit ist kein Ende der Möglichkeiten abzusehen, die AV-HDDs dem Markt bringen können. Diese werden sicherlich auch weiterhin innovative Produktarten hervorbringen und so dem Unterhaltungssektor neue Impulse vermitteln.

***PoS-MAIL**: Herr Kerestedjian, vielen Dank für dieses Gespräch.*

Der NV-HDB1EC ermöglicht die individuelle Art des Fernsehens

Mit dem NV-HDB1EC mit integriertem digitalen Sat-Receiver präsentierte Panasonic auf der IFA seinen ersten Festplatten-Video-Recorder mit zukunftsweisenden Möglichkeiten für das personalisierte Fernsehen.

Herzstück des NV-HDB1EC ist eine von Panasonic neu entwickelte 3,5-Zoll-Firewire-Festplatte. Die AV-HDD-Technologie bietet auf Basis des MPEG2-Verfahrens mit 500 Linien eine doppelt so hohe Bildschirmauflösung wie bisherige Aufzeichnungen im VHS-Format. Darüber hinaus stehen zahlreiche neue Funktionen beim NV-HDB1EC im Vordergrund. So ist das Gerät in der Lage, gleichzeitig aufzunehmen und das aufgezeichnete oder ein anderes Video abzuspielen. Somit wird beispielsweise ein zeitversetztes Ansehen von Filmen ermöglicht. Wird eine Fernsehsendung aufgezeichnet, so braucht der Anwender nicht zu warten, bis die Aufzeichnung zu Ende ist, sondern kann währenddessen schon mit dem Abspielen beginnen. Mit der Pausing Live TV-Funktion ist es möglich, die Live-Übertragung zu stoppen, ohne etwas zu verpassen. Denn im Moment der Unterbrechung beginnt der Rekorder die Aufnahme. Soll eine Szene aus dem Live-Programm mehrfach wiederholt werden, läßt sich mit der Just-Replay-Funktion das Programm in Acht-Sekunden-Schritten zurückverfolgen, bis die gewünschte Szene gefunden ist. Sobald diese Funktionstaste gedrückt ist, nimmt der Recorder das Live-Programm ebenfalls bis zu einer Stunde auf, und auf nachfolgende Szenen muß somit auch hier nicht verzichtet werden.

Der Suchlauf des Recorders ist auf fünf Geschwindigkeiten programmiert (x3, x6, x12, x24 und x300). Dabei ist bei allen Geschwindigkeiten die Bildqualität genauso scharf wie im normalen Abspielmodus. Zudem lassen sich Abspielreihen definieren, bestimmte Punkte einer Aufzeichnung ansteuern und mit der Bookmark-Funktion interessante Stellen zu einem besseren Auffinden markieren.

Das Video-Archiv-System stellt alle Aufzeichnungen auf einer Liste zusammen, in der sie nach bestimmten Kriterien sortierbar sind (siehe Kasten links). Zudem lassen sich über das Archivsystem alle Funktionen zum Abspielen und Überspielen der Videos ausführen. Beim Überspielen auf einen anderen Videorecorder hilft der Dubbing Manager, mit dem auch unerwünschte Szenen wie beispielsweise Werbung herausgeblendet werden können.

Die Bedienung gestaltet sich mit Hilfe der Multibrand-Fernbedienung, mit der sich auch Fernsehgeräte und Videorecorder von 48 anderen Herstellern bedienen lassen. Für die unkomplizierte Aufzeichnung hat Panasonic das Premium EPG entwickelt. Aber auch manuelle Timer-Einstellungen können vorgenommen werden. Die Auto Renewal-Funktion überspielt sich wöchentlich oder täglich wiederholende Sendungen automatisch mit der aktuellsten Folge, die vorherigen werden gelöscht.

Dank einer Vielzahl von Anschlüssen läßt sich der NV-HDB1EC auch in ein Multimedia-Netzwerk einbinden. Für den Empfang von Pay-TV-Programmen verfügt das Gerät an der Vorderseite über einen Common Interface Schacht. Auf der Rückseite lassen sich über zwei Scart-Anschlüsse Fernsehgeräte und Videorecorder anschließen. Für einen S-VHS-Recorder steht ein S-VHS-Ausgang zur Verfügung und ein SPDIF Digital Audio-Ausgang für die Verknüpfung mit einem Heimkino-System. Darüber hinaus ist das Gerät mit drei konventionellen RCA Video- und zwei RCA Audio Ausgängen ausgestattet. Der NV-HDB1EC ist ab Herbst dieses Jahres lieferbar. (UVP: € 1.599,-).

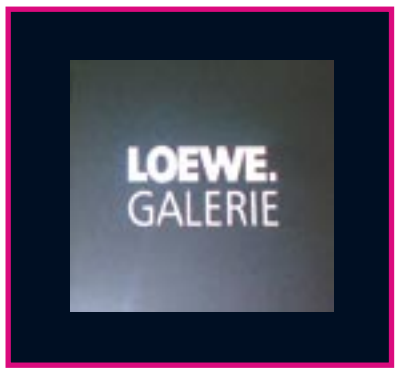
Technik und Design in edlem Ambiente

Loewe Galerie in Berlin

Die neue Loewe Galerie in Berlin, Unter den Linden, ist der neue Flagship-Store des Unternehmens, geführt von Galerie-Partner Stefan Wuntke. Unter dem Motto „Mit allen Sinnen erleben" hat man hier ein völlig neu gestaltetes Konzept umgesetzt. Auf 400 Quadratmetern bietet sich dem Besucher in edlem Ambiente ausschließlich das Sortiment der Marke Loewe.

Als Herzstück der neuen Galerie strahlt ein Amethyst, der zu wesentlichen Teilen aus Silicium besteht, dem Grundstoff von Computerchips. Er soll als Symbol für die Verbindung von High-Tech und Emotionen stehen.
Das Interieur des neuen Lifestyle-Geschäftes ist aus weichen und natürlichen Materialien wie Leder, Lammfell oder Mooreiche gestaltet und paßt sich dem edlem Design der Loewe Geräte an.
Die Gesamtatmosphäre der neuen Galerie ist sehr persönlich. Die Fusion aus privatem Penthouse mit Bar, Bibliothek, Heimkino und Showroom ist nach der Idee der Designerin Melanie Weisweiler gestaltet.
Unter dem Motto „TV meets Multimedia" sind unter anderem die neuesten Internet-TVs von Loewe zu sehen. Um das Zentrum des multimedialen Fernsehgerätes herum gruppiert Loewe als System- und Lösungsanbieter das komplette Spektrum aktuellster Home-Multimedia-Technik – von neuen DVD-Playern über Videorecorder und HiFi-Anlagen bis hin zu Telefonen und Anrufbeantwortern. Loewe Galerien gibt es neben Berlin noch in München, Stuttgart und Hamburg. *miz*

Festliche Stimmung in der neuen Loewe Galerie in Berlin, die mit einer fernöstlich anmutenden Tanz-Performance eröffnet wurde.



Die Atmosphäre der neuen Loewe Galerie ist sehr persönlich. Natürliche weiche Stoffe und hochwertiges Holz passen sich dem edlen Design der Loewe Geräte an.

PoS-Neuheiten

Sony liefert neuen Desktop-PC Vaio RX

Sony hat auf der Funkausstellung einen weiteren Desktop-PC im Midrange-Bereich vorgestellt: Der Vaio RX kombiniert einen Desktop-PC mit ausgeprägten Audio- und Video-Features. Der schnelle Pentium IV-Prozessor, die sehr große Festplatte und das kombinierte DVD/CD-RW-Laufwerk werden durch eine GeForce2 MX 32-MB-Grafikkarte mit hoher Darstellungsqualität sowie externen Lautsprechern unterstützt. High-Speed i.LINK-Verbindungen und ein Memory Stick-Steckplatz sorgen für die Anbindung an die Vaio World. Dank eines Ethernet-Ports, mehrerer USB-Anschlüsse und einem integrierten 56K-Modem profitiert der Anwender von ADSL oder den Vorteilen anderer Breitbandkabelnetze. Die neuen Technologien ermöglichen Datenraten von bis zu 300 kbps. Auch passende Applikationen liefert der Vaio RX gleich mit. Mit dem ebenfalls vorinstallierten Programm „Callserve's Webphony" kann der Anwender Voice-over-IP-Services nutzen oder Ferngespräche über das Internet erledigen. Der neue Vaio RX liefert darüber hinaus ein All-in-One-Softwarepaket mit Premiere, Photoshop, LiveMotion und Go Live mit.

Sony Handheld PC bietet umfangreiche Ausstattung

Mobil

Sony hat ebenfalls die Einführung des neuen Clié Handheld mit mobilen Unterhaltungsfunktionen für den Herbst diesen Jahres angekündigt. Clié steht für die Schlagworte „Communication, Link, Information und Entertainment". Diesen verschiedenen Bereichen soll das Gerät mit umfangreicher Ausstattung gerecht werden. Dazu zählen beispielsweise der integrierte Audio-Player, mit dem ATRAC3- und MP3-Dateien abgespielt werden können. Die Speicherung der Files erfolgt auf einem Memory Stick, der in einen Slot eingesteckt werden kann. Zur weiteren Ausstattung gehören ein neues, hochauflösendes (320 x 320) TFT LC-Display, das bis zu 65.536 Farben

darstellen kann, ein umfangreiches Bildbearbeitungs-Software-Paket (PictureGear Pocket optimiert unbewegte Bilder, gMovie gibt Video-Clips wieder). Das Gerät im stylischen Silber-Look arbeitet unter Palm OS. Es verfügt neben den neuen mobilen Entertainment-Features über alle von dieser Software gewohnten Management-Funktionen.

Toshiba erweitert die Satellite-Familie

Toshiba erweitert die Satellite-Familie um das Modell 1800-750. Dieses verfügt über eine 1.000 MHz Intel Pentium III CPU mit integriertem 256 KB Level-2-Cache. Zudem zeichnet sich das Gerät durch eine Festplattenkapazität von 20 GB und einen Arbeitsspeicher von 256 MB aus. Die Satellite-Serie ist nach Angaben des Herstellers auf Anwender im privaten und SoHo-Segment ausgerichtet. Sie soll insbesondere die Nutzer ansprechen, die Wert auf ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis und umfangreiche Multimedia-Ausstattung legen.

Der Satellite 1800-750 verfügt standardmäßig über einen integrierten Napa 1 Chip auf dem Motherboard mit 8 MB UMA, einen 3D Grafikbeschleuniger und ein Achtfach-DVD-ROM-Laufwerk. Die integrierten Stereo-Lautsprecher und das Toshiba Sound System sorgen für ausgezeichnete Klangqualität. Als benutzerfreundliches Ausstattungsdetail nennt Toshiba die Easy Keys, die den einfachen Download von MP3-dateien aus dem Internet ermöglichen. Das Gerät wird mit einem umfangreichen Software-Paket ausgeliefert, zu dem Microsoft WorkSuite 2001 und Win DVD gehören.

Neue Version des Bluetooth-Headsets

Mobil

Das Bluetooth-Headset von Ericsson kommt in einer verbesserten Version, mit neuem Design sowie längeren Gesprächs- und Standbyzeiten,

auf den Markt. Das neue Design des 32 Gramm leichten Headsets wird durch geschwungene Linien geprägt. Ein neuer Akku verkürzt die Ladezeit und ermöglicht bis zu 110 Stunden Bereitschafts- oder fünf Stunden Gesprächszeit.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

ERFÜLLEN SIE DIE TRÄUME IHRER KUNDEN.

EINE KRISTALLKLARE VISION FÜR IHREN ERFOLG:

Eine ultimative LCD-Generation ist am Start. Mit innovativer Technologie und stilvollem Design. Erfüllen Sie die Träume Ihrer Kunden – und zeigen Sie ihnen Sharp: z. B. den 50 cm LCD-TV mit kristallklarer Bild- und Tonqualität, strahlungsarm und umweltfreundlich. Oder die Digital ViewCam VL-PD 6 S mit Super Cat's Eye für Nachtaufnahmen. Diese Kamera kann sogar über das abgenommene LC-Display fernbedient werden! Und das derzeit größte LC-Display für portable DVD-Player, das kommt auch von Sharp: zu bestaunen beim Sharp DV-L 80 S, mit augenfreundlichem 16:9-Format. Leben Sie Ihre Träume – erfolgreich mit Sharp.

www.sharp.de

BRINGING LCD TO LIFE.

SHARP

Markt im Umbruch –

In keinem anderen Bereich des Marktes wird das hohe Innovationstempo der Industrie zur Zeit so deutlich sichtbar, wie im Bereich der Monitore, Displays und TV-Bildschirme. Nahezu parallel erreichten mehrere unterschiedliche Technologien das Stadium ihrer Serienreife und befinden sich nun in der Phase der Marktdurchdringung. Dem Handel und dem Verbraucher steht deshalb in den kommenden Jahren eine Fülle völlig neuer Produkte ins Haus. Geräte mit elegant und filigran wirkenden Formen und qualitativen Verbesserungen der Bildwiedergabe, verbunden mit der Realisierung bisher unerreichbarer Bildschirmgrößen, werden eine nachhaltige Belebung der Nachfrage auslösen. Ein weiteres, für den Markt positives Moment geht von den gesteigerten Anforderungen aus, welche neue Programmquellen, wie DVD Video, digitales Fernsehen und 3D Spielsimulationen an die Bildwiedergabegeräte stellen.

Ein hoher Anteil des jetzigen Bestandes ist dafür nicht mehr geeignet und wird deshalb in naher Zukunft durch hochauflösende Flachbildschirme, LCD-TVs und Plasma-Displays ersetzt werden.

Trend: Weg von den großen „Kisten“

Unabhängig von qualitativen Verbesserungen der Bildwiedergabe sind potentielle Käufer vor allem von der geringen Tiefe der neuen flachen Bildschirme fasziniert. Wie auf der diesjährigen IFA Berlin zu beobachten war, stellten die auf vielen Messeständen dominierenden flachen Plasma-Displays für die Besucher eine Hauptattraktion dar. Plasma-Bildschirme sind zwar zur Zeit für die überwiegende Anzahl der Interessenten vom Preis her unerschwinglich und oft noch nicht in Stückzahlen lieferbar, doch sie setzen den Trend.

Welche der derzeitig verfügbaren Technologien in Zukunft das höchste Durchsetzungsvermögen hat, ist aufgrund der schnellen technischen Weiterentwicklung noch offen. Neben LCD/TFT und Plasma-Displays sind weitere Technologien, wie flache Feldemissionsdisplays und LCoS-TV-Geräte in der Entwicklung.

Plasma-Displays – Rekordhalter in fast allen Disziplinen

Es spielt keine Rolle, daß Plasma-Displays zur Zeit nach Stückzahl und Wert nur einen unbedeutenden Marktanteil besitzen. Bei der Bildschirmgröße, dem Interesse des Publikums, der geringen Gehäusetiefe, aber leider auch dem Preis und dem Energieverbrauch, belegen die hellen farbstarken Bildschirme erste Ränge. Kaum ein Anbieter läßt es sich nehmen, mindestens einen Plasma-Bildschirm als Flaggschiff in seinem Sortiment zu führen.

60 Zoll Plasma-Display mit 1 Million Pixeln von LG

Die technische Herausforderung besteht nach wie vor in der Realisierung höherer Auflösungen. Während die ersten Displays mit 640 x 480 Pixeln nur VGA-Auflösung erreichten, produziert LG Electronics inzwischen serienmäßig Plasma-Displays mit 1.280 x 720 Pixeln, so z. B. den bis vor kurzem weltweit größten Plasma-Bildschirm MZ-60PZ10 mit 60 Zoll Bilddiagonale, der bereits 1998 bei der Vorstellung des ersten Prototyps hohes Aufsehen erregte. LG Electronics kann inzwischen eine Produktpalette von drei Plasma-Displays in den Größen 60 Zoll, 42 Zoll, 40 Zoll anbieten, so z. B. den MZ-60 PZ 10 mit 152 cm Bilddiagonale im 16:9 Breitbildformat und einer Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln bei einem Kontrastverhältnis von 500:1 und einer Helligkeit von 400 cd/m² (beide Angaben vor Filter). Der MZ-40 PA 10 mit 101 cm Bilddiagonale im 4:3 Format schafft sogar einen Kontrast von 700:1 bei einer Spitzenhelligkeit von 850 cd/m² (vor Filter). Für das Jahr 2002 hat LG die Erweiterung des Angebots durch ein 50 Zoll Gerät im Breitbildformat angekündigt. Auf der IFA Berlin gab nun auch NEC den Auslieferungsbeginn eines 61 Zoll Plasma Displays mit 1.365 x 768 Bildpunkten bekannt. Die sichtbare Bildfläche des PlasmaSync TM 61MP1 entspricht mit 1.351 x 760 mm nahezu der Bildfläche von vier 82 cm TV-Geräten. Die Gerätetiefe beträgt lediglich 119 mm.

LG Electronics zeigte 60 Zoll Plasma- im Vergleich zu 15 Zoll LCD-TVs.

60 Zoll bevorzugt für Präsentations- und Informationsbereich

Wegen der Abmessungen und hohen Anschaffungskosten liegen die Einsatzgebiete für große Plasma-Displays vorwiegend bei Schulungen und Konferenzen, im Informations- und Präsentationsbereich oder Informationsystemen an stark frequentierten Plätzen und Flughäfen. Auch auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt war eine hohe Anzahl der großformatigen Plasma-Bildschirme im Einsatz. Wenn man den Kaufpreis von bis zu 60.000 Mark investieren und räumlich die optimalen Betrachterabstände realisieren kann, spricht nichts gegen den Einsatz eines solchen Groß-Displays auch im Wohnbereich. Laut DTC werden Plasma-Displays in den kommenden Jahren jährliche Wachstumsraten bis zu 100 Prozent verzeichnen. Allein für den deutschen Markt prognostizieren die Marktforscher für das Jahr 2001 einen Absatz von 20.000 Geräten.

Rechts: M. Brandenburg, Product Manager bei Fujitsu Siemens Computers, mit dem 42 Zoll Plasma.

Unten: Lüfterlose Wärmeableitung bei den Fujitsu Siemens Computers Plasma TVs.

Eine extrem breite Palette von LCD-TVs zeigte Samsung auf der IFA.

FHP erschließt privaten Fernsehgerätemarkt

Weltweit größter Hersteller von hochauflösenden PDP-Bauelementen (Plasma-Displays) ist Fujitsu Hitachi Plasma Display Ltd. (FHP). Das im April 1999 als 50-50 Jointventure aus den PDP-Abteilungen von Fujitsu Limited und Hitachi Ltd. gegründete Unternehmen entwickelt und produziert ein umfangreiches Sortiment von Produkten zur Herstellung von gewerblich und privat genutzten Plasma-Displays. FHP unterhält in Miyazaki, im Süden Japans, die weltweit größte und modernste PDP-Produktionsstätte. Das Unternehmen rechnet mit einer explosionsartig ansteigenden Nachfrage nach Plasma-Displays und geht davon aus, daß sich die eigenen jährlichen Umsätze bis 2003 vervierfachen. Am 29. August 2001 teilte Fujitsu Hitachi Plasma Display offiziell mit, daß es die weltweit ersten 32- und 37-Zoll hochauflösenden Plasma-Displays entwickelt hat. Die neuen 32- und 37-Zoll Paneels, welche die bereits bestehende FHP Serie der 42-Zoll PDPs ergänzen, sind für den Einbau in Fernsehgeräte für den Privatgebrauch konzipiert. Man rechnet aufgrund der zunehmenden Verbreitung von DVD-Geräten und des Übergangs zur digitalen Fernsehübertragung mit einem weltweiten Anstieg der Nachfrage nach Plasma-Displays von 250.000 Einheiten im Wirtschaftjahr 2000/2001 bis auf 2,3 Millionen Einheiten im Jahr 2003. Davon werden etwa 1,4 Millionen Displays ihren Platz in Fernsehgeräten finden und 900.000 für kommerzielle Anwendungen eingesetzt werden. Die neuen Produktionsanlagen auf dem Gelände von Kyushu FHP verfügen zur Zeit über eine Kapazität von 30.000 PDPs pro Monat. Geplant ist eine Erhöhung der Produktion auf 60.000 Einheiten pro Monat bis zum Jahr 2002, um den Anforderungen des wachsenden Marktes gerecht zu werden. Zusammen mit dem Output der ursprünglichen Produktionsstätte Kyushu wird Fujitsu Hitachi Plasma Display Ltd. dann 70.000 Einheiten pro Monat produzieren. Als Folge der Rationalisierung von Herstellungsprozessen wird in den kommenden Jahren mit einer 50%-igen Senkung der Produktionskosten für Plasma-Displays gerechnet.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Monitore und Displays

Lüfterloses Plasma-Display von Fujitsu Siemens Computers

In den Mittelpunkt einer umfangreichen Präsentation mit 16 Plasma-Bildschirmen auf dem diesjährigen IFA-Stand stellte Fujitsu Siemens Computers sein „All in One Plasma-Display“ vom Typ 42M5E. Das 42 Zoll Display im 16:9 Format mit einer Bildschirmdiagonale von 106 cm und einer Auflösung von 852 x 480 Pixeln wurde in seiner Gesamtkonzeption bewußt für den Einsatz im privaten Bereich konzipiert. Durch konstruktive Maßnahmen konnte der für Plasma-Displays typische hohe Energiebedarf gesenkt werden. Ein aus Aluminium gefertigtes Gehäuse mit in das Design einbezogenen Kühlrippen auf der Gehäuserückseite verbessert die Wärmeabfuhr so effektiv, daß auf die sonst obligatorische Reihe von geräuschvollen Gehäuselüftern verzichtet werden konnte. Deshalb stört beim 42M5E kein Rauschen den Fernsehgenuß oder die Betrachtung eines spannenden DVD-Films. Trotzdem gelang es den Konstrukteuren bei Fujitsu Siemens Computers, in das flache Gehäuse noch einen TV-Tuner, die Eingangssignalverarbeitung und die gesamte Ansteuerelektronik zu integrieren. In naher Zukunft wird das Angebot durch ein 32 Zoll Gerät mit der gleichen Konzeption ergänzt. Ein Prototyp des zukünftigen 32M1A Plasma-Displays wurde ebenfalls auf dem IFA-Stand gezeigt. Fujitsu Siemens Computers ergänzt sein Angebot an Plasma-Bildschirmgeräten durch ein umfangreiches Sortiment von technisch und optisch abgestimmtem Zubehör, vom Tisch-Standfuß bis hin zur professionellen Mehrkanal-Audioanlage. Der UVP für das 42 Zoll Modell beträgt 16.990,- Mark. Die Wandhalterung ist im Lieferumfang enthalten.

Panasonics 50 Zoll Plasma TV ist extrem flach gehalten.

Sonys schlicht elegantes, flaches Plasma Display läßt sich in jede Umgebung integrieren.

Samsung Plasma-TVs mit Displays aus eigener Fertigung

Mit gleich zwei Plasma-TV-Bildschirmen ermöglicht Samsung die Erfüllung des Traums vom flachen Fernseher und Heimkinogerät im Großformat an der Wohnzimmerwand. Beide Modelle sind im 16:9 Format ausgelegt. Das 50 Zoll Modell PS-50 P2H mit 127 cm Bilddiagonale und das 42 Zoll Gerät PS-42 P2S mit 106 cm Bilddiagonale sind mit Plasma-Displays aus eigener Fertigung bestückt. Die mit 100 Hz progressive Scan, digitaler Rauschunterdrückung und Dolby Surround ProLogic ausgerüsteten Bildschirme sind kompatibel zu Daten-VGA, -SVGA und -XGA und können auch als Bildausgabegerät eines Computers und für multimediale Anwendungen eingesetzt werden. Optional ist ein TV-Receiver mit Dolby Surround-Decoder, PIP-Funktion, 512 Seiten Videotext und 60 Watt Musikspitzenleistung im passenden Design erhältlich.

Pioneer hält den Rekord für Helligkeit

Mit seinem 50 Zoll Bildschirm PDP-503MXE kann Pioneer Electronics den Rekord des „Hellsten Plasma-Displays der Welt“ für sich in Anspruch nehmen. Das neu entwickelte Display ist für die professionelle Nutzung konzipiert und realisiert nach Angaben des Herstellers eine verbesserte Bildqualität, verbunden mit höherer Zuverlässigkeit und verlängerter Lebensdauer bei vermindertem Energieverbrauch. Das aus Pioneers eigener Fertigung stammende Display erzielt in der Helligkeit den Traumwert von 900 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 900:1 und nimmt damit im aktuellen Angebot eine Sonderstellung ein. Wegen seiner hellen brillanten Bildwiedergabe ist der im 16:9 Format ausgelegte Bildschirm mit einer Auflösung von 1.280 x 768 Pixeln besonders für den Einsatz an hellen Aufstellungsorten geeignet, wo er trotz Umgebungslicht eine leuchtende und kontrastreiche Bildwiedergabe garantieren kann. Das nur 9,8 cm tiefe Display ist mit einer Vielzahl von Anschlußmöglichkeiten bis hin zur Firewire-Schnittstelle ausgerüstet und kann über eine DVI-Schnittstelle auch rein digital angesteuert werden. Eine in der Hardware-Ausrüstung enthaltene Bild- und Video-Split-Funktion ermöglicht die Zusammenschaltung von bis zu vier (2 x 2) PDP-503MXE Plasma-Displays zu einer Videowand mit geteilter Bildwiedergabe.

Oben: Das Sharp LCD-TV-Ballett, kabellos über Smartlink versorgt mit A/V-Daten.

Links: Geschäftsführer H. Engel (rechts) und GM LCD Product Planning Mr. Tateno.

Ebenfalls lüfterlos: Panasonic TH-50PHD3E

Dank eines wärmeableitenden Aluminium-Gehäuses wird der Benutzer eines Panasonic TH-50PHD3E nicht durch Lüfterrauschen gestört. Das 50 Zoll Display im 16:9 Format mit 127 cm Bilddiagonale und 1.366 x 768 Pixeln ist mit einem Helligkeitswert von 500 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 3000:1 auch hervorragend für den Betrieb bei hellem Umgebungslicht geeignet. Aufgrund der universellen Ausstattung mit Signaleingängen und der lückenlosen Multinormfähigkeit läßt sich der Bildschirm mit allen verbreiteten Programmquellen ansteuern. Über den PC-Eingang lassen sich Internet-Seiten und multimediale Inhalte darstellen. Für Fernsehempfang ist ein optionaler TV-Tuner erhältlich. Diverse Standfüße, Montagesätze und Wandhalterungen sind verfügbar. Im energiesparenden Stand By Modus nimmt das Display nur 23 Watt auf. Zu einem UVP von 34.225,- Mark ist der TH-50PHD3E im Handel verfügbar.

Interessante Plasma Displays präsentierte auch Philips auf der IFA.

Weitere Anbieter von Plasma-Displays

Neben Daewoo, die mit dem 42 Zoll Modell DSP-421GM einen Plasma-Bildschirm aus eigener Fertigung anbieten können, der sich im 16:9 Format und mit zusätzlichem PC-Eingang als „Allround-Bildschirm“ präsentiert, sind interessante Plasma-Displays bei einer Reihe von weiteren Anbietern zu finden, die allerdings auf Fremdhersteller zurückgreifen. Nach dem großen Erfolg mit dem preisgekrönten Flat-TV 42-9952 hat Philips nun erstmalig ein Plasma-TV mit einer Bilddiagonalen von 82 cm vorgestellt. Das nur 9 cm tiefe Gerät ist mit allen Attributen der neuesten Plasma-Technologie ausgestattet und kann in verschiedenen Rahmenfarben geliefert werden. Ein passender Standfuß ist optional erhältlich. Sony bietet mit seinem 42 Zoll Modell PFM-42B1 einen Bildschirm an, der sich mit seinen Eigenschaften und einem schlicht eleganten Design in jede Umgebung integrieren läßt. Mit seiner Auflösung von 1.024 x 1.024 Pixeln kann das Gerät wahlweise alle vier gebräuchlichen Bildgrößen-Verhältnisse darstellen: 16:9 Breitbild, Wide Zoom, Letter Box Zoom und 4:3 Format. Mit seiner geringen Tiefe von nur 83 mm und einem Gewicht von 29,4 kg ist der DSP-421GM sogar für die Deckenmontage geeignet. TV-Empfang ist über einen extern anzuschließenden TV-Tuner realisierbar. Über den PC-Anschluß kann eine Auflösung bis zu 1.600 x 1.200 extrapoliert dargestellt werden. Der UVP des Sony-Displays beträgt 18.026,- Mark.

Toshiba rundet sein Bildschirmprogramm im Top-Bereich mit zwei 16:9 Wide Plasma Displays in der 50 Zoll und 42 Zoll Größe ab. Beide Geräte (50WP16 und 42WP16) zeichnen sich durch ihr hohes Kontrastverhältnis von 3000:1 und ein besonders leises Lüftergeräusch aus. Die UVPs der Toshiba-Plasma-Displays betragen 29.990,- bzw. 17.990,- Mark.

Sharp hat mit den Modellen PZ-50HV2E und PZ-43HV2E ebenfalls zwei Plasma-Displays im 16:9 Format und mit einer Helligkeit von 350 cd/m² bei einem Kontrastver-

Markt im Umbruch – Monitore und Displays

hältnis von 800:1 im Verkaufsprogramm. Schneider rundet sein umfangreiches Angebot an Bildschirmen und TV-Geräten im oberen Bereich mit dem Plasma-Display „Prestige- Scinema“ 8420 ab. Das 42 Zoll Gerät im 16:9 Format wird zu einem UVP von 14.999,- Mark verfügbar sein. Selbst ACT Kern bietet mit dem A+K PFM-42B1 einen Plasma-Bildschirm an, der in den Daten und Abmessungen dem oben beschriebenen Plasma-Display von Sony entspricht. Deutlich wird auf jeden Fall, daß sich Plasma-Displays ihres exotischen Images entledigt und als wichtiger Produktbereich fest im Markt etabliert haben.

Große Zukunft: LCD/TFT-Displays

Monitore, Displays und TV-Geräte auf der Basis der TFT/LCD-Technologie haben ungeachtet der oben beschriebenen Entwicklung bei Plasma-Displays eine große Zukunft vor sich. Die leichten und eleganten Flachbildschirme sind in den letzten Monaten aufgrund verbesserter Produktionsmethoden und gesteigerter Fertigungskapazitäten spürbar preiswerter geworden und stehen deshalb im Bereich der Datenmonitore in der 15 Zoll und 17 Zoll Klasse vor einem Boom. Bis auf eine Anzahl professioneller Anwendungsgebiete im grafischen Bereich und im Druckgewerbe stellen TFT/LCD-Monitore eine begehrte Alternative zu CRT-Monitoren dar; oft ist es nur eine Preisfrage, welchem Gerätetyp bei der Wahl der Vorzug gegeben wird. Mit der Serienreife immer größerer TFT/LCD-Bildschirme dringt die TFT/LCD-Technologie auch in das Marktsegment der TV-Geräte vor und schickt sich an, in dieser traditionellen Domaine der Kathodenstrahlröhren Marktanteile zu erobern. Die Entwicklung kann sich in der Zukunft besonders durch die zunehmende Marktdurchdringung mit DVD-Geräten und den Übergang zum digitalen TV-Empfang, verbunden mit interaktiven Online-Anwendungen, spürbar beschleunigen. Bei den neuen Programmquellen sind hohe Auflösungen des Bildschirms vorteilhaft, und diese bieten TFT-Displays. Im direkten Vergleich mit Röhrengeräten bieten sie aber noch eine beachtliche Anzahl weiterer Vorteile. Die flachen Bildschirme haben einen wesentlich geringeren Platzbedarf, sind leichter, emmitieren keine schädliche Strahlung, verbrauchen weniger Energie und erreichen eine höhere Bildschärfe. Kritische Eigenschaften, wie der begrenzte nutzbare Betrachtungswinkel und die gelegentliche Neigung zum Flimmern von bestimmten Bildpartien werden durch verbesserte Konstruktionen und die Ansteuerung über digitale Signaleingänge (DVI-I) gemildert oder gänzlich beseitigt. Der geringe Raumbedarf des eigentlichen Bildschirms und der Steuerelektronik schafft Freiräume für Konstrukteure und Industrie-Designer und beschert dem Markt statt klobigem Einheitsbrei zunehmend kreative Lösungen. Beispiele für optimiertes und zugleich funktionales Design sind der Philips Lifestyle 150, der LG Flatron 295LE (oder 295 LM) oder der Sony SDL-M61.

Mit dem 50 Zoll Bildschirm PDP-503MXE kann Pioneer Electronics den Rekord des „hellsten Plasma-Displays der Welt“ für sich in Anspruch nehmen.

Spitzenmodell von Toshiba: das 16:9 Wide Plasma Display, 50 Zoll.

Multifunktionalität fast zum Nulltarif: LCD-TVs

LG Electronics, Samsung, Sharp und Loewe zeigten schon vor Jahresfrist als erste Hersteller den Weg zu LCD-TVs, die sich wahlweise auch als Datenmonitor an einen Rechner anschließen und nutzen lassen. Typische Vertreter dieser Geräteklasse sind der Samsung LCD-TV 24R15W und der Sharp Aquos B. Auf der diesjährigen IFA Berlin stellte Sharp elf verschiedene TFT/LCD-TV-Geräte aus und dürfte damit der Hersteller mit dem größten Angebot in dieser Geräteklasse sein. Bis auf ein Modell sind alle Geräte bereits im aktuellen Programm verfügbar: Der neue Aquos-TV LC-30HV2E ist mit seiner Bilddiagonale von 76 Zentimetern der zur Zeit weltweit größte LCD-TV. Mit einem Helligkeitswert von 430 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 500:1 setzt dieser große Flach-TV DVD-Filme und Fernsehprogramme eindrucksvoll in Szene. Durch den Einsatz von Sharps Black-TFT-Technologie werden störende Bildschirmspiegelungen auf ein Minimum reduziert. Das separate AVC-System stellt alle gängigen Signaleingänge bereit. Der ab Anfang 2002 lieferbare Aquos-TV LC-30HV2E ist zu PAL, Secam und NTSC kompatibel und unterstützt mit einem zusätzlichen PC- und Scart-Eingang absolute Konvergenz der Medien.

LG-Electronics stellte anläßlich der IFA Berlin der Öffentlichkeit ein weiteres großes LCD-TV vor, das ab Mitte 2002 verfügbar sein soll. Das nur 65 mm tiefe Stereo LCD-TV RN-29 LZ hat einen 29" Bildschirm im 16:9 Format mit einer sichtbaren Bilddiagonale von 74 cm und ist auch als hochwertiger PC-Monitor in VGA oder XGA-Auflösung nutzbar.

Weiter eine gute Wahl: CRT-Bildschirme

Aber auch die gute alte Röhre ist noch sehr lebendig. Tatsache ist, daß die aufkommende Konkurrenz durch die flachen LCD-Monitore der gesamten Klasse der CRT-Bildschirme eine umfassende technische Erneuerung beschert hat. Zuvor herrschte zwar kein echter Entwicklungsstillstand, doch es wurde bedächtig nur das geändert, was neue Soft- und Hardware unbedingt erforderlich machte. Für wirklich gute CRT-Monitore in 17" oder 19" Größe mußte man Beträge aufwenden, die nur im professionellen grafischen und publizistischen Bereich zu rechtfertigen und zu finanzieren waren. Das änderte sich schlagartig mit der Verfügbarkeit der ersten LCD/TFT-Bildschirme. Innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne entwickelten die CRT-Hersteller neue, völlig plane, hochauflösende und ergonomische Röhrenbildschirme, die man heute zu Preisen erwerben kann, für die man vor wenigen Jahren nur einen farbstichigen, flimmernden 14 Zoll Billigmonitor bekommen hätte. Da Fernsehröhren und Monitorröhren trotz Unterschieden bei der Strahlablenkung auf dem gleichen Konstruktionsprinzip basieren, beeinflussen technische Neuerungen bei den Röhrenmonitoren gleichzeitig den Bereich der nach wie vor von der Kathodenstrahlröhre dominierten TV-Geräte. Die CRT-Technologie hat teure Lernphasen lange hinter sich und kann dem Markt zuverlässige Produkte mit einem äußerst günstigen Preis-/Qualitäts-Verhältnis zur Verfügung stellen. Deutlich wird dieser Sachverhalt z. B. durch den aktuellen neuen CRT-Monitor Flatron 995FT von LG Electronics. Den 19 Zoll Monitor mit innen und außen völlig planer Bildfläche, einem Pitch von 0,24 mm, excellenten Bildeigenschaften und einer ergonomischen Auflösung von 1.280 x 1.024 Pixeln bei 85 Hz bekommt man zu einem UVP von 999,- Mark, dem gleichen Betrag, den man für einen einfachen preiswerten 15" TFT-Bildschirm ausgeben muß. *evo*

Mini TVs von Casio feierten Premiere auf der IFA

Auf der IFA in Berlin stellte Casio, laut eigener Aussage deutscher Marktführer im Segment der Mini-TVs, mit dem TV-970 und EV-570 zwei neue mobile Fernsehgeräte im Miniformat vor. Der TV-970 ist mit einem Flüssig-Kristall-Bildschirm mit 39.600 Pixeln (5,75 cm-LCD-Bildschirmdiagonale) ausgestattet, der durch einen Spezial-Farbfilter für eine genaue Farbtreue und durch eine High-Contrast-Schaltung für eine verfeinerte Qualität des Monitors sorgt. Durch die Verwendung deltaförmiger Filterpartikel wurde die Detailabbildung nochmals deutlich verbessert. Der TV-970 kann unterwegs durch den im Lieferumfang enthaltenen Automobiladapter für die Kfz-Batterie oder durch 4 AA-Batterien (für zirka 4 Stunden Fernsehunterhaltung) betrieben werden. Optional steht ein Netzadapter zur Auswahl. Mit einer Größe von 12,9 cm x 8,1 cm x 3,6 cm (Höhe x Breite x Tiefe) und einem Gewicht von nur 190 Gramm läßt sich das Mini-TV problemlos überall mit hinnehmen. Seit September ist der TV-970 inklusive Automobiladapter für 109 Euro im Fachhandel erhältlich. Der EV-570 sorgt mit einem entspiegelten TFT-Bildschirm für eine optimale Bildqualität. Ein Dünn-Film-Transistor schaltet jeden einzelnen Bildpunkt der 61.380 Pixel, so daß der Fernseher einen großen Kontrast und eine herausragende Bildschärfe bietet. Das Mini-TV hat eine Bildschirmdiagonale von 6,25 cm und wiegt nur 180 Gramm. Mit einer Größe von 12,3 cm x 7,4 cm x 2,6 cm (Höhe x Breite x Tiefe) läßt er sich bequem in einer Tasche verstauen. Im Zubehörprogramm sind sowohl ein Netzteil als auch ein Autoadapter für die Autobatterie optional erhältlich. Unterwegs können Fernsehfreunde mit 4 AAA-Batterien für die Stromversorgung bis zu zwei Stunden lang Fernsehspaß genießen. Auch der Anschluß eines Kopfhörers ist beim EV-570 möglich. Das Gerät ist seit diesem Monat erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 209 Euro. Helligkeit, Lautstärke und das gewünschte Programm können an beiden Fernsehgeräten per Kontrollrädchen justiert werden.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-Aktuell

dtms setzt im ersten Halbjahr den Wachstumskurs fort

Die auf Service-Rufnummern (0800, 0180, 0190) und angrenzende Mehrwertdienste spezialisierte Mainzer Telefongesellschaft dtms AG hat im ersten Halbjahr 2001 einen Umsatz von 171,2 Mio. DM erzielt. Damit konnte das Unternehmen den Umsatz im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum mehr als verdoppeln. Auch die Zahl der Kunden wuchs: Gehörten Ende 2000 3.479 Unternehmen zu den Geschäftskunden, so machte dtms Ende Juni 2001 bereits Geschäfte mit 4.384 Kunden.

Motorola Startpaket macht GPRS-Produkte erlebbar

Motorola bietet dem Fachhandel ab sofort ein Startpaket mit den vier neuen GPRS-Mobiltelefonen an. Für 1.999 DM (plus Mehrwertsteuer und Versand; Wert der einzelnen Produkte nach empfohlenem Verkaufspreis über 4.000 DM) bekommt jeder interessierte Händler jeweils ein Gerät und einen Dummy der Modelle Accompli 008, Timeport 280, V66 und Talkabout 192.

Die Box, die ausschließlich über Distributoren bezogen werden kann, enthält außerdem gezielte Fachhandelsinformationen wie Poster, Produktbroschüre sowie eine CD-ROM mit Schulungsmaterialien. Das Paket sichert beim Verkauf attraktive Margen und weckt zusätzlich als Präsentationsbox die Aufmerksamkeit am Point of Sale. „Das Line-up-Package soll unseren Händlern helfen, sich mit den neuen Motorola Handys, den neuen Technologien GPRS und J2ME (Java 2 Micro Edition) sowie unserer überarbeiteten Menüführung vertraut zu machen“, so Carsten Schmidt, Leiter Marketing des Personal Communications Sectors der Motorola GmbH. „Über ein Produkt zu lesen und sich Fotos davon anzusehen, ist eben doch etwas anderes, als dieses Produkt in die Hand zu nehmen und in Funktion zu erleben.“ Das Händlerpaket bildet den Beginn für Motorolas neues Fachhandelskonzept. Vor dem Hintergrund der sich verändernden Marktlage hat Motorola für seine Händler ein solches Konzept entwickelt, dessen Ziel es ist, den Handel beim Abverkauf der neuen GPRS-Handys zu unterstützen.

Als weiterer Bestandteil der neuen Strategie soll in diesen Tagen das neue Motorola Händler-Extranet freigeschaltet werden. Alle für den Fachhandel interessanten Informationen rund um Produkte, Schulungsprogramme und Marktentwicklungen werden dort zeitnah und übersichtlich abgebildet sein. Um die paßwortgeschützten Informationen abrufen und nutzen zu können, muß sich der Händler unter www.motorola.de registrieren. Für den persönlichen Kontakt sind auch weiterhin die Vertriebsbeauftragten von Motorola im Bundesgebiet im Einsatz. Sie sind es auch, die das bestehende Schulungsprogramm weiter optimieren. Um dem steigenden Beratungsbedarf gerecht zu werden, befassen sich die für den Handel angebotenen Weiterbildungen mit Themen wie GPRS oder UMTS sowie dem damit verbundenen Verbrauchernutzen.

Siemens und Cycos wollen weltweit zusammenarbeiten

Siemens und Cycos haben eine weltweite strategische Zusammenarbeit beim Unified Messaging vereinbart. Der zwischen beiden Unternehmen abgeschlossene Rahmenvertrag läuft über fünf Jahre und hat ein Volumen von 50 Millionen Euro. Das Abkommen sieht vor, daß Cycos ab sofort die Unified Messaging-Softwarekomponenten für die Siemens-Produktlinien HiPatz Xpressions und HiPath AllServe entwickelt und liefert. HiPath Xpressions ist für den Bedarf von Geschäftskunden und Applications Service Providern konzipiert und bietet unter anderem Voice-, Fax-, E-Mail-, CTI- (Computer Telephony Integration) und SMS-Funktionalität. Mit der Vereinbarung erweitern die beiden Unternehmen eine seit Jahren bestehende Zusammenarbeit im OEM-Bereich.

PoS-Neuheiten

Fujitsu und Sony stellen ersten 2,3 Gigamo-Wechselspeicher vor

In diesen Tagen startet weltweit der Verkauf des „Fujitsu MCJ 3230 AP“, des ersten 3,5“ MO-Laufwerks mit 2,3 GB Speicherkapazität. Der 2,3 Gigamo Standard wurde gemeinsam von Fujitsu Limited und Sony

Corporation entwickelt. Die neuen Laufwerke mit ihrer nahezu verdoppelten Speicherkapazität sind eine Weiterentwicklung der bekannten bisherigen 1,3 GB 3,5“-MOs von Fujitsu und der 1,3 GB MO-Disketten von Sony. Vor allem die vollkommen unkomplizierte Handhabung und Einbindung in gängige Betriebssysteme machen 3,5“ MO-Laufwerke zur optimalen Speicherlösung für den gewerblichen Mittelstand und das SoHo-Marktsegment. Mit nur drei Pfennig pro Megabyte amortisieren sich die höheren Anschaffungskosten für ein MO-Laufwerk in relativ kurzer Zeit. Die neuen 2,3 GB MO-Laufwerke sind so schnell, daß man einen MPEG-2 Digital Video Stream ohne externe Zwischen-Pufferung direkt aufzeichnen und auch abspielen kann.

Das Laufwerk verfügt über einen 8 MB großen und AV-optimierten Schreib-/Lesepuffer und erreicht mit einer mittleren Zugriffszeit von 19 ms beim Schreiben vieler und kleiner Dateien zu 90 Prozent die Performance eines JAZ 2GB. 2,3 GB MO-Laufwerke sind als Einbaugerät mit E-IDE Schnittstelle ab sofort zu einem UVP von 989 DM verfügbar. Ab Dezember soll darüber hinaus ein Einbaugerät mit Ultra SCSI Schnittstelle erhältlich sein.

Viele Multimedia-Anwendungen in einem Gerät: Multitainer von Fujitsu Siemens Computers

Multitainer heißt ein neues Produkt von Fujitsu Siemens Computers, das optisch an einen Audio-HiFi-Verstärker erinnert, mit dem sich alle gebräuchlichen Multimedia-Anwendungen in einem Gerät nutzen lassen. Der Multitainer ermöglicht dem Nutzer unter anderem, im Internet zu surfen, E-Mails zu versenden oder zu empfangen, digitalisierte Fotos zu sortieren, zu bearbeiten oder auszudrucken, DVD-Videos anzusehen und Musikstücke im MP3-Format zu speichern und abzuspielen.

In einem Gehäuse, das sich harmonisch mit bereits vorhandenen Geräten einer Audioanlage kombinieren läßt, sind die oben aufgezählten sowie eine Anzahl weiterer Funktionen untergebracht. Sie lassen sich über eine benutzerfreundliche Bedieneroberfläche ohne jegliche Computerkenntnisse nutzen. Bei Bedarf arbeitet der Multitainer darüber hinaus als vollwertiger Personal Computer, der auch Telefonie, Anrufbeantworter, Windows, Spiele und CD-Audio zur Verfügung stellt. Das wahlweise silberne oder schwarze Gehäuse hat die Abmessungen 426 x 386 x 115 mm. In ihm befinden sich sieben Einzelgeräte, die nur noch ein verfügbares Fernsehgerät als Bildausgabegerät benötigen. Ein 700 MHz Intel, Celeron Prozessor mit 128 MB SDRAM nach PC 100, 10 GB Festplatte mit UDMA66 IDE-Schnittstelle und Grafikkarte sorgen für ausgezeichnete Performance. Die Bedienung des Multitainers erfolgt über die mitgelieferte, drahtlose Infrarot-Tastatur mit integrierter Mouse-Funktion oder über Infrarot-Fernbedienung.

Die Grafikkarte verfügt über SVHS-Video out und 15 Pin VGA-Buchse zur Ansteuerung von Fernsehgeräten oder Datenmonitoren. Die VGA-Auflösungen 640 x 480 und 600 x 800 sind bei max. 85 Hz horizontaler Bildfrequenz mit 64.000 Farben verfügbar. Der DVD-Player des Multitainers spielt neben DVDs auch CD-Audio, VCD, CD-R/W und MP3-CDs ab. Die Decodierung von DVD-Informationen übernimmt ein eingebauter Hardware-MPEG-Decoder, der die CPU entlastet und Videosignale in PAL oder NTSC ausgibt. Audio-Out steht in Digital DTS und AC3 bereit. Die Verbindung zum Internet stellt ein eingebautes 56 kbps V.90 Fax/Voice-Modem oder eine ISDN-Karte her. Der Anschluß eines Druckers erfolgt über den parallelen Printerport. Eine on Board 10/100MB Fast Ethernetkarte stellt die Kommunikation zu einem LAN her. 2 USB-Buchsen, 1 Mikrofoneingang und ein Gameport für den Anschluß eines Joysticks oder sonstigen Eingabegeräts finden sich auf der Vorderseite des Geräts. Windows 98, Microsoft Word 2000, Works 4,5 sind vorinstalliert.

Xerox‘ Farbtechnologie soll die Qualität von Offsetdruck erreichen

Xerox hat eine neue Tonertechnologie entwickelt. Das Verfahren mit dem neuen Arbeitstitel EA-Technologie verwendet kleine und präzise aufzutragende Farbpartikel. Xerox möchte damit eine Bildqualität erreichen, die dem Farb-Offset-Druck sehr nahe kommt. Damit sieht das Unternehmen eine Möglichkeit, die Verwendung von Farbe bei digitalen Kopien und Drucken weiter zu etablieren. Zudem geht Xerox davon aus, daß eine durch die EA-Technologie verwirklichte Senkung der Kosten zu einer weiteren Verbreitung des digitalen Farbdrucks führen wird.

ICI Imagedata liefert fotorealistische Papiere für Tintenstrahldrucker

Olmec TM Optimum Quality Photo Inkjet Papers von ICI Imagedata sind in verschiedenen Flächengewichten, hochglänzend und satiniert erhältlich. Die Inkjetpapiere wurden auf derselben Basis wie Halogensilberpapier kunstharzbeschichtet und fühlen sich aus diesem Grund an wie echte Fotos. Laut Pressemitteilung von Imagedata reproduzieren die ICI Olmec TM-Inkjetpapiere in Fotoqualität zusammen mit modernen Farbdruckern präzise alle Farben genauso wie Halogensilber – und überdies noch mehr. Die Farbtonskala sei, so heißt es in der Meldung weiter, sogar bedeutend breiter als die von Halogensilber. Die Inkjetpapiere von Imagedata saugen darüber hinaus die Tintentropfen auf, bevor sie sich ausdehnen können, und fühlen sich trocken an, sobald sie aus dem Drucker kommen. Auch Wassergüsse überleben die ICI Olmec TM fotorealistischen Papiere ohne Probleme.

24fach-CD-RW-Laufwerk zum attraktiven Preis neu im Memorex Sortiment

Medien- und Hardware-Spezialist Memorex hat sein neues CD-RW-Laufwerk TwentyfourMAXX vorgestellt, das CD-Rs mit 24facher beziehungsweise CD-RWs mit zehnfacher Geschwindigkeit beschreibt und mit 40fachem Tempo liest. Das Gerät soll zirka 350 DM (unverbindl. Preisempfehlung inkl. Mwst.) kosten und steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Rund um den TwentyfourMAXX hat Memorex ein Zubehör-Paket geschnürt. Dazu gehören der umfangreiche Kundendienst von Memorex mit Service-Hotline und direktem Vor-Ort-Austausch beim Kunden. Weiter sind im Preis die Programme Roxio Easy CD Creator 5.0 und Direct CD enthalten, die unter Windows 95, 98, ME, NT4.0 und XP laufen. Darüber hinaus werden ein Audiokabel, ein Screwkit und ein Memorex CD-RW Highspeed-Rohling mitgeliefert. Der Brenner unterstützt RAW-Mode und arbeitet mit der Just Burn-Technologie, die die Fehlerquote beim Beschreiben der Rohlinge deutlich herabsetzt. Die durchschnittliche Zugriffszeit beträgt 80 Milllisekunden, die Daten-Buffer-Größe zwei MB. Der Twentyfour MAXX ist für Rechner mit einer Mindest-Taktfrequenz von 166 Mhz, einem Festplattenspeicher von 100 MB und einem Arbeitsspeicher von 64 MB geeignet. Mit dem mitgelieferten Montierset läßt sich das Gerät horizontal oder vertikal installieren.

Mit Fujitsu Siemens Computers können Händler PCs spezifischen Kundenbedürfnissen anpassen

Der „Kaffee-PC“ ist nicht nur ein „Hingucker“, sondern ein interessantes Angebot für den Handel, um zusätzlichen Umsatz zu erwirtschaften: Mit einem pfiffigen Konzept ermöglicht Fujitsu Siemens Computers dem Handel, ein unverwechselbares, nach Kundenwünschen aus Markenfabrikaten zusammengestelltes Komplettpaket zu vermarkten, zu dem auch, für lange Nächte am Computer, eine Kaffeemaschine gehört.

Das Rezept soll aufgehen, indem man zunächst das Image eines allgemein bekannten Markenhersteller wie Fujitsu Siemens Computers mit einem Hauptprodukt kombiniert, das sich durch Formgebung und Design unverwechselbar typisch von Produkten der Mitbewerber abhebt. Fujitsu Siemens Computers hat die Modelle seiner aktuellen Produktlinie durchgehend mit einheitlichen Designmerkmalen ausgestattet, die die Funktion eines „Hardware-CD“ übernehmen (CD = Corporated Design). Weiterhin gibt man dem Handelspartner die Möglichkeit, Hardware und Software der bestellten Rechner und der im Bundle mitgelieferten Peripherie maßgeschneidert für seine Kunden und deren Bedarf zusammenzustellen. Fujitsu Siemens Computers stellt seinen Kunden und Handelspartnern zu einem kalkulatorischen UVP von zirka 1.800 DM genau dieses maßgeschneiderte Paket zusammen. Schließlich erhält das Produkt einen einprägsamen und aussagekräftigen Namen. Hier kommt die Idee des „Themen-PC“ zum Tragen. Die Grundkonfiguration des Rechners und die vorinstallierte Software, wie auch die eventuell im Bundle mitgelieferten Peripheriegeräte werden für die im Vordergrund der Nutzung stehenden Anwendungen optimiert, z.B. ein „Office-PC“, „Video-PC“, „Audio-PC“, „Foto-PC“ oder „Internet-PC“. Innerhalb des vorgegebenen Preisrahmens kann die Wertverteilung flexibel abgestimmt werden. Bei einem „Internet-PC“ beispielsweise sind die Taktfrequenz der CPU und die 3D-Performance der Grafikkarte von untergeordneter Bedeutung. Aufwand, der beim ISDN-Adapter, der Security-Software und beim Drucker betrieben wird, zahlt sich für den Benutzer aus. Bleibt noch Luft, so läßt sich das Angebot vielleicht mit einem Monitor abrunden. Einen „Video-PC“ wird man dagegen zum Beispiel mit einem schnellen Mainboard mit hochgetakteter CPU, maximaler Bestückung der Hauptspeicherbänke, schneller Festplatte mit hoher Speicherkapazität, einem DVD-Laufwerk, Firewire-Schnittstelle, einer schnellen Grafikkarte mit zusätzlicher DVI-I Schnittstelle und TV-Out ausstatten. Bei einem „Office-PC“, um eine weitere Bestückungsvariante zu nennen, kommt sicherlich der installierten Office-Software und der Leistungsfähigkeit von Scanner und Drucker hohe Bedeutung zu. Die Produktspezifikation eines „Office-PC“ könnte dementsprechend aussehen: AMD Duron 800 MHz Prozessor, Grafik on Board, 128 MB S-DRAM, 20 GB IDE Festplatte, 48fach-CD-ROM, 56 K Modem, 16-bit Sound on Board, aktive Lautsprecher, Lexmark Z22 Drucker, Agfa Snapscan E20 Scanner, Siemens Kaffeemaschine, Microsoft Windows Me, Microsoft WorkSuite 2001, Corel Draw 8, Avery Zweckform DesignPro 2000, Marco Polo Reiseplaner, Norman Antivirensoftware, Security for Children Software, Kaffeetasse, Filtertüten und Kaffee.

Zu einem komplett ausgestatteten „Office-PC“ gehört neben Scanner und Drucker auch eine Kaffeemaschine.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Surroundsysteme im Aufwind

Spitzenkonzepte durch Zusammenarbeit

Die Internationale Funkausstellung hatte auch für die Liebhaber feiner Klänge einen Neuheitenreigen par excellence zu bieten. Erwartet – oder besser erhofft – hatte man von ihr die Auflösung eines Knotens, der die HiFi-Branche bedrohlich lange im Zaum hielt. Und in der Tat, allseitiges Aufatmen und die Zahlen deuten Besserung an. Ein Alexanderschwert für diesen Knoten lieferte in letzter Zeit das Heimkino.

Zwar ist die gute alte Stereophonie (noch) lange nicht tot, aber Zweikanal fand in Berlin – im Gegensatz zur High End in Frankfurt im Frühsommer – nahezu nicht mehr statt. Das entspricht der Realität im Fachhandel und den Märkten, wo die Verkaufszahlen für Mehrkanalsysteme im Zuge des DVD-Players geradezu explodierten. Der erlebnisorientierte Konsument möchte auf zu neuen Ufern. Und wenn es dabei von allen Seiten gleichzeitig und druckvoll aus dem Subwoofer scheppert, um so „bässer“. Das digitale „5.1“ in Dolby Digital und DTS ist dabei heute der Mindeststandard, verwirrende Erweiterungen auf 6.1 oder 7.1 mit den verschiedensten Namen aber keineswegs selten.

Das neueste Kind im Mehrkanallager ist 24/96 des Dolby-Konkurrenten DTS, ein besonders hoch aufgelöstes Tonformat. Mit Prologic 2 und ähnlichen Varianten wie Logic 7 feiert aber auch das totgeglaubte analoge Surround Wiederauferstehung. Surround-Informationen sind auf vielen CDs und Videokassetten enthalten und machen mit den Systemen neuester Generation richtig Spaß.

Bose und Loewe arbeiten fruchtbar zusammen

Auf der Berliner Messe konnten sich die Besucher unter anderem davon überzeugen, daß die Kooperation zwischen dem US-Technologiekonzern Bose und dem Kronacher Traditionsunternehmen Loewe AG (PoS-MAIL berichtete in Ausgabe 8/2001) erste Früchte trägt. Die beiden starken Partner halten sich an den angekündigten, sehr ehrgeizigen Zeitplan. Das gemeinsame Bedienungskonzept, das etwa die Fernbedienung eines Bose Lifestyle 50-Systems mittels einer Loewe-Fernbedienung erlaubt, steht. Größere Aufmerksamkeit findet indes das, was Loewe als neue Premium Linie in Berlin unter dem Begriff „Systems“ vorstellte.

Jürgen Imand, Leiter Marketing und PR bei Bose, berichtete über die ersten positiven Ergebnisse der Zusammenarbeit mit Loewe.

Mit dem aus DVD- und Master Unit bestehenden Certos Audio-System will – und wird – sich Loewe einen festen Platz im exklusiven Audio Markt erobern. Allein die Bedienung gerät bereits zum Genuß. Lediglich das informative LC-Display tritt in Erscheinung, die Master Unit koordiniert, irgendwo im Raum plaziert, die gesamten Abläufe der Anlage.

Selbst die kreisrunde Fernbedienung RC1 ist ein Schmuckstück. Ideal ergänzt wird dieses akustische Herzstück des Systems durch den ebenso klar und schnörkellos gestalteten 81-cm-Fernseher Articos 32, der neben der 100-Hertz-Technologie die dritte Generation des Media Plus Chassis beinhaltet. Mit diesem hat Loewe neben TV auch Internet/Kommunikation konsequent auf den heimischen Fernseher übertragen und will ihn damit zur Entertainment-Zentrale des Haushalts machen.

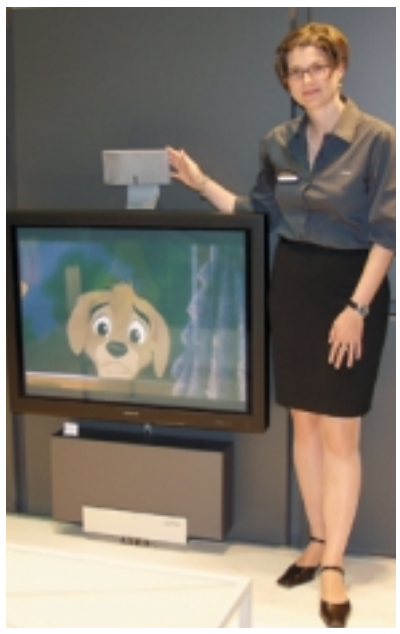
Das erste gemeinsame Baby von Bose und Loewe namens Concertos sorgt für den guten Ton des unglaublich attraktiv gestalteten Komplettsystems, dessen Teile aber auch einzeln erhältlich sein werden. Es handelt sich um ein sehr hochwertiges Lautsprechersystem mit fünf Satelliten und Subwoofer mit wohl überwiegend Bose-Technologie, aber im extrem hochwertigen Loewe-Design. Das System ist in Platin oder Basalt hochglanz zu bekommen. Angesichts dieses Innovationsreigens am Loewe-Stand verblüfft es nicht, daß die Kronacher ein noch um 20 Prozent höheres Auftragsvolumen verzeichnen konnten als 1999.

Die Stereophonie ist noch lange nicht tot, aber im Zuge von DVD gewinnen Mehrkanalsysteme, so wie dieses von Loewe, immer größere Bedeutung.

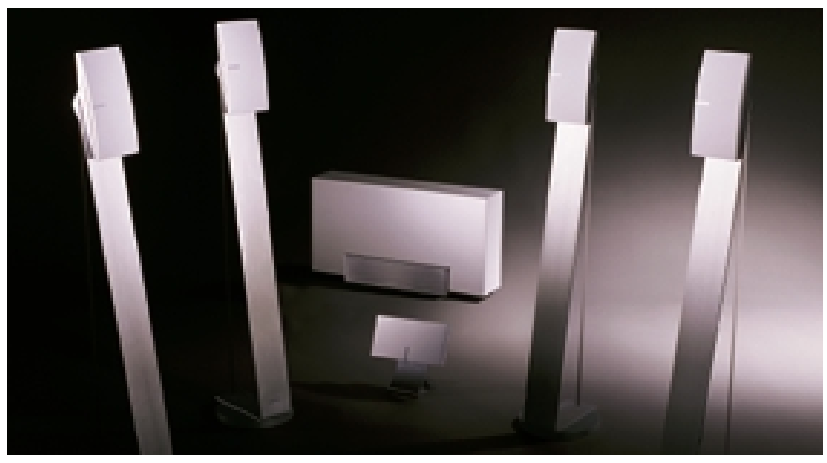
Jamo und Onkyo mit gemeinsamer Strategie

Zwei Unternehmen, zwei Marken, aber eine gemeinsame Vertriebsstrategie für Europa. Im April 1998 wurde die erste entsprechende Vereinbarung zwischen Jamo, einem der größten Lautsprecherhersteller der Welt mit 550 Mitarbeitern und rund 556 Mio. dänischen Kronen Jahresumsatz, und dem japanischen Unternehmen Onkyo, mit 3200 Mitarbeitern und 1,4 Mrd. US-Dollar Jahresumsatz ebenfalls eine bedeutende Marktgröße, unterschrieben.

Mittlerweile arbeiten die beiden sich schon vom Sortiment her so offensichtlich gut ergänzenden Unternehmen in Belgien, Frankreich, Deutschland, Großbritannien und Skandinavien eng zusammen. Das umfaßt die synergetische Marktforschung gleichermaßen wie das Angebot von Komplettlösungen aus einer Hand. „Onkyo“, so Torben Sörensen, einer der Vorstände des dänischen Jamo-Konzerns, „ist Teil unserer Wachstumsstrategie“.



Am Stand der Jamo Deutschland GmbH informierte Inger-Kristina Woltmann PoS-MAIL über die Neuheiten des Unternehmens.



Einen besonderen Stützpfeiler des Markterfolges sieht Jamo in der professionellen Beratung des Verbrauchers. Dazu wurde ein erfolgreiches Instrument namens SoundGuide geschaffen, das nun bereits in die zweite Generation geht. Es soll dem Verkaufspersonal ein Instrument an die Hand geben, um solide und kompetente Information liefern zu können und gleichzeitig den Kunden von den Vorzügen des Jamo-Produktprogramms überzeugen.

Ziel ist die individuell auf den Kunden zugeschnittene Lösung. Dabei wurden auch die veränderten Verbraucherwünsche, weg von der reinen Technologieorientierung und Einbezug von Design und Wohnumfeld, berücksichtigt.

Künftig sollen außerdem verstärkt firmenfremde Designer die Jamo-Produkte gestalten. Die erste Frucht dieses Ansatzes stellt das von Smedegard & Weis gestaltete Jamo A4 Konzept dar. In hohem Maße allroundtauglich, fügt sich das aus den Satellitenlautsprechern A 410 und dem Subwoofer A 4 Sub bestehende A4-System dekorativ in moderne Wohnumgebungen, insbesondere kleinere Räume wie etwa Appartments, ein. Es ist in Weiß, Schwarz und Silber lieferbar, der besonders flache Aktiv-Subwoofer mit je einem angetriebenen und einem passiven 20-cm-Chassis in Schwarz, Weiß oder Steingrau. Das System eignet sich für den Stereo- und den Heimkino-Mehrkanalbetrieb.

PoS-Neuheiten

Drei gut gestylte Notebooks erweitern Sonys Vaio Serie

Sony erweitert mit dem Highend-Modell Vaio GR114SK, dem Midrange-Gerät GR114MK und dem Einstiegsrechner GR114EK seine Vaio Notebook Serie. Auf 312 x 35,5 x 261,2 Millimetern Größe bieten die mobilen Computer modernste Technologie: ein speziell für den Einsatz in Notebooks designter Mobile Intel Pentium III Prozessor-M, ein hoch auflösender 14,1-Zoll-TFT-Farbmonitor, Festplattenspeicher von 15 GB und mehr sowie mindestens 128 MB (max. 512 MB) Arbeitsspeicher.
Mit dem zentral positionierten Jog Dial lassen sich Applikationen und Menüs einfach handhaben. Mit eingebautem Stereo-Lautsprecher, integriertem DVD-ROM- bzw. DVD-ROM/CD-RW-Laufwerk und dem 3D ATI Mobility Radeon – M Grafikchip mit 8 MB DDR SDRAM werden die Geräte den Ansprüchen von Videospiel-Freaks gerecht. Und mit der Vaio GR114-Serie verfügen erstmals Sony-Notebooks im A4-Format über einen integrierten Memory Stick-Steckplatz samt MagicGate-Kopierschutzsystem. Das vereinfacht den Austausch von Daten, digitalen Bildern, Videoclips und Audiofiles.
Das Highend-Modell Vaio GR114SK arbeitet mit schnellen 1,13 GHz-M, einer 30 GB Festplatte und standardmäßig 256 MB RAM. Das TFT-Farbdisplay mit SXGA+ Auflösung (1400 x 1050 Pixel) sorgt für ein gestochen scharfes und komfortables Bild. Die vorinstallierte Video-Editing-Software Adobe Premiere dient zur digitalen Videobearbeitung.
Die Midrange-Version Vaio Notebook GR114MK taktet mit 933 MHz-M und verfügt über 20 GB Festplatten- und 128 MB Arbeitsspeicher. Wie sein großer Bruder

Vaio GR114SK besitzt auch das Modell GR114MK ein kombiniertes DVD-ROM/CD-RW-Laufwerk.
Und selbst das Einsteiger-Gerät Vaio Notebook GR114EK ist mit einem 866 MHz Mobile Intel Pentium III Prozessor-M ausgestattet. Weitere Ausstattungsdetails sind 15 GB Harddisk und 128 MB RAM. Beide Modelle, Vaio GR114MK und GR114EK, sind mit einem TFT-Display mit XGA-Auflösung (1024 x 768 Pixel) ausgestattet.
Alle drei Geräte bringen umfassende Bild- und Videobearbeitungs-Software mit: Das Capture-Programm „DVgate" beispielsweise ermöglicht den problemlosen Austausch von Daten mit digitalen Camcordern. Die Daten können anschließend mit dem intuitiv bedienbaren „MovieShaker" zu „Kunstwerken" gemixt werden. „Picture Toy" wiederum archiviert Digitalfotos, läßt sie manipulieren und in Dokumente einbauen. Alle Vaio Notebooks der GR114-Serie verfügen über zahlreiche Schnittstellen: So bieten zum Beispiel eine 400 Mbps-i.LINK-Schnittstelle und ein 10Base-T/100Base-TX-Ethernet-Port die nötigen Bandbreiten für größere Datenmengen, über das integrierte 56K-Modem und einen Telefonanschluß gelangt der Nutzer ins Internet, und dank TV-Out-Buchse lassen sich selbstgeschnittene Videoclips, digitale Fotoalben oder Präsentationen auf einem externen Fernseher anschauen.

AVM mit internem Controller bereit für die Marktöffnung bei ADSL

Zur Marktöffnung im DSL-Bereich steht AVM mit einem ADSL-Endgerät bereit. Wenn, wie von der Deutschen Telekom AG angekündigt, ab Jahresbeginn 2002 das Modem nicht mehr im DSL-Anschluß enthalten sein wird, bietet AVM einen ADSL-Controller als interne PC-Karte an. Dieser Controller verbindet den PC direkt mit dem ADSL-Splitter und ersetzt damit die sonst erforderliche Kombination aus externem ADSL-Modem (NTBBA) und der dazugehörigen Netzwerkkarte. Die Anforderungen der Schnittstelle UR-2 erfüllt der ADSL-Controller bereits, so daß die Kommunikationsfähigkeit mit den DSLAMs der verschiedenen

Anbieter gesichert ist. Bei der Entwicklung des ADSL-Controllers hat AVM sein Know-how als Marktführer von ISDN-Controllern eingesetzt. Die automatische Erkennung der internen Karte und eine mitgelieferte Installationssoftware richten alle erforderlichen Komponenten ein und ermöglichen den ADSL-Start ohne Vorkenntnisse.
Für den Internetzugang selbst bietet AVM mit FRITZ!web DSL und ADSL-Watch zwei Internetmodule nun auch für die ADSL-Verbindung an. Das bekannte und für den digitalen Internetzugang konzipierte FRITZ!web ermöglicht nach einem Klick auf den Startbutton sofortiges Surfen. ADSL-Watch bringt Transparenz in die Verbindungsqualität und informiert über die Leistungsfähigkeit des Internetanbieters. Der ADSL-Controller unterstützt mit Windows 2000/98/Me/XP und Linux die gängigsten Betriebssysteme.

Digital Video Station von ednet liefert eine zusätzliche Schnittstelle

Ednet, spezialisiert auf Computerzubehör, bietet mit der neuen Plug-and-Play-Karte ednet Video Station eine zusätzliche Schnittstelle. Für die schnelle Verbindung zu digitalen Camcordern, Festplatten oder CD-Brennern sorgen drei externe und eine interne FireWire/i.Link-Schnittstelle. Sie ermöglichen eine Datenrate von bis zu 400 Mbit/s für bis zu 63 Geräte, die ohne Konfigurationsaufwand hintereinander geschaltet werden können. Die ednet Digital Video Station beinhaltet neben der PCI-Karte auch ein FireWire Anschlußkabel und die Ulead Software Video Studio 4.0.

AHB formdesign fertigt TV-Mobiliar in Design- und Naturholzvarianten

„Die schwarzen Kisten der Unterhaltungselektronik sind out", so Hubertus Breuer, Geschäftsführer der AHB formdesign GmbH. Das Unternehmen produziert auf der Basis von modernster Loewe-Fernsehtechnik TV- und Einrichtungsmobiliar in den unterschiedlichsten Design- und Holz-Varianten. Die TV-Modellpalette der Marke AHB wird geprägt von den Linien „luxus-line", „classic-line" und „color-line". In seinem Produktsortiment bietet das Unternehmen heute TVisions von 63-cm-Bildschirmdiagonale bis zum 107 cm großen Plasma-Breitbildschirm im 16:9-Format an. Die Technikmodule für die Fernsehgeräte stammen von Loewe, die Bildröhren von Philips und das Design von Veit Mahlmann & Partner. Zum Programm der AHB-TVisions zählen außerdem Produkte wie Design-Unterschränke und Racks in den unterschiedlichsten Formen und Material-Kombinationen aus Holz, Metall und Glas.

Neue Flachbildschirme von Compaq haben reflexarme Beschichtung

Mit dem TFT5015 und TFT5030 präsentiert Compaq zwei neue 15-Zoll-Diplays. Der TFT5015 hat ein Kontrastverhältnis von 300:1 und einen Betrachtungswinkel von 120 Grad horizontal und 100 Grad vertikal. Der TFT5030 erreicht ein Kontrastverhältnis von 350:1 bei einem konischen Betrachtungswinkel von 170 Grad. Beide Displays sind mit einer antistatischen, reflexarmen Beschichtung versehen und besitzen eine One Screen-Bedienung in sechs Sprachen.

Yamaha stellt USB Multimedia Sound System „Cavit" vor

Mit seinem „USB Multimedia System" stellt Yamaha jetzt Produkte bereit, die das bislang oftmals bestehende Mißverhältnis bei der Verarbeitung und Wiedergabe von hochwertigen und komplexen Ton-Signalen gegenüber der für Grafik- und

Bild-Signale eingesetzten Performance beseitigen sollen. Zur Auswahl stehen zwei Modelle, mit denen sich Audiosignale verändern und verbessern lassen. Das generierte räumliche Audiosignal wird danach wahlweise über zwei oder sechs Ausgangskanäle wiedergegeben. Die neue „Convergence Audio Video Integration Technology" (Cavit) wurde von Yamaha entwickelt und soll zukünftig AV- mit IT-Technologie verschmelzen. Cavit-Amplifier besitzen hochentwickelte Ausgangsverstärker und sind mit Yamahas 32-Bit DSP-Prozessor ausgerüstet, der auch in den Audio-Verstärkern und Receivern des Unternehmens eingesetzt wird. Die Audio-Signalverarbeitung findet ausschließlich im Cavit-Verstärker statt. Kurze Signalwege vermeiden die Entstehung von störendem Rauschen. Gesteuert wird der gesamte Signalverlauf über grafische Programmoberflächen auf dem Monitor. Rechner und Cavit Amplifier kommunizieren mit einer Datenübertragungsrate von 12 Mbps über USB. Wie in einem professionellen Tonstudio stehen dem Benutzer Werkzeuge zur Erzeugung individueller Klangbilder zur Verfügung. Die digitalisierten Schallereignisse lassen sich auf der Harddisk des Rechners aufnehmen. Mit Hilfe eines von Yamaha entwickelten Verfahrens kann auch komplexer räumlicher Dolby Digital 5.1 und Digital 6.1 Mehrkanal-Sound über nur zwei Lautsprecherboxen oder ein Stereo-Kopfhörer-System wiedergegeben werden. Der Personal Receiver RP-U200 verfügt zusätzlich über einen FM-Tuner und 5 x 14 Watt Verstärker zur Ansteuerung eines Mehrkanal-Lautsprechersystems und kostet 880 DM (UVP). Ohne FM-Tuner und mit ausschließlich virtuellem Mehrkanalsound über zwei Lautsprecher oder Stereo-Hörer ist der Personal Amplifier AP-U70 für einen UVP von 660 DM verfügbar.

Digital Cinema Projector DPX-1 von Yamaha

Mit dem DPX-1 hat Yamaha einen neuen Digitalprojektor ins Programm aufgenommen, der nach Angaben des Herstellers die Realisierung des idealen Digital Cinema Projektors für die perfekte Wiedergabe von DVD-Filmen und Videofilmen in Räumen mit wohnlicher Umgebung darstellt. Der Yamaha DPX-1 arbeitet mit einer „Digital Light Processing" (DLP) Projektionseinheit. DLP-Systeme zeichnen sich durch besonders hohe Kontrastverhältnisse aus. Beim DPX-1 sorgt zusätzlich ein „Tri-Color-Farbrad" dafür, daß neben der Erzielung

eines hohen Kontrastverhältnisses auch tiefdunkle Schwarztöne im Projektionsbild dargestellt werden. Durch den Wegfall des transparenten Farbradsegments und die Erzeugung von Weißtönen durch additive Mischung der drei Grundfarben wird die Helligkeit erhöht und die Tiefe der Schwarzdarstellung verbessert. Die technischen Daten: Bei einer Auflösung von 1.024 x 768 (XGA) Bildpunkten, einem Helligkeitswert von 800 Ansi-Lumen und einem hervorragenden Kontrastverhältnis von 900:1 projiziert der DPX-1 leuchtstarke, farbgesättigte Bilder in beeindruckender Realität. Der DPX-1 unterstützt alle verbreiteten Video-Standards und ist mit einem Multinorm-Eingang ausgerüstet. Auch SXGA, SVGA und VGA Auflösungen können dargestellt werden. Das Gehäuse hat die Abmessungen 415 x 129 x 422 mm. Das Betriebsgeräusch liegt bei 30 dB.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Immer ausgefeiltere Systeme

Die digitalen Pfadfinder

Zunächst gab es sie nur in Luxuslimousinen, inzwischen entdeckt man Navigationssysteme immer häufiger auch in Autos niedrigerer Preisklasse. Die Anschaffung ist mittlerweile nicht mehr eine Frage des Geldes, sondern des Nutzens. Wer viel auf unbekanntem Terrain fährt, weiß die Vorzüge von Navigationssystemen zu schätzen.

Die Gerätepreise haben sich in den vergangenen Jahren mehr als um die Hälfte halbiert. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungselektronik waren im Jahr 2000 in Deutschland 500.000 „elektronische Beifahrer“ unterwegs. Was bedeutet, daß jedes zweite Navigationsgerät in Europa in Deutschland eingesetzt wurde.
Dabei korrespondiert der günstigere Preis nicht etwa mit verringerter, sondern mit weitaus verbesserter Technik. Aus den Navigationssystemen, die sich vor allem an den auf CD-ROM gespeicherten Daten orientierten, wurden zunehmend dynamische Systeme. So bewerten sie schon längst die von den Rundfunkanstalten ausgestrahlten Daten des Traffic Message Channel (TMC) und berücksichtigen sie bei ihren Empfehlungen. Wird während der Fahrt ein Stau auf der empfohlenen Strecke gemeldet, erhält der Fahrer sofort eine entsprechende Information. Doch die technischen Finessen werden immer ausgefeilter. Auch bei Navigationssystemen hält die DVD als Medium Einzug, und die Grenzen zwischen digitaler Routenplanung und Unterhatung verschmelzen ineinander.

Alpines „INA“ – Copilot und Soundmaschine

Neuestes Produkthighlight von Alpine ist das INA-N033R, ein Audio/Navigationssystem im 1-DIN-Format. Das Gerät ist mit DVD-Technologie ausgestattet und kommt im Laufe dieses Jahres in den Markt. Als CD-Receiver besteht „INA“ aus einem RDS-Tuner mit 4 x 45 W Verstärker. Das DVD-Laufwerk kann auch für das Abspielen von Audio-CDs genutzt werden. Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, einen oder mehrere CD-Wechsler anzuschließen und über das INA-N033R zentral zu steuern.
Das Navigationssystem arbeitet mit einer hohen Rechengeschwindigkeit. Das bislang erfaßte Kartenmaterial von Europa befindet sich auf einer Disc. Dabei ist das Wegnetz von rund 100.000 Städten detailliert gespeichert. Die Navigation kann in acht Sprachen erfolgen (Dänisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch, Italienisch, Schwedisch und Spanisch). Zudem enthält die Navigations-DVD die Adressen und teilweise Telefonnummern von rund 300.000 sogenannten „Points of Interest“, also von Service- und Anhaltspunkten.
Das Audio/Navigationssystem ist mit einem OEL-Display ausgestattet. Sobald sich das Auto einer Kreuzung oder Abbiegung nähert, wird diese auf dem Display automatisch vergrößert angezeigt. Diese für Alpine-Navigationssysteme typische Funktion ist bei dem neuen Navigationsgerät INA-N033 noch perfektioniert worden: Die letzte Wegstrecke wird begleitet von einem in Ziffern dargestellten Countdown.

Blaupunkts TravelPilot geht online

Mit dem TravelPilot DX-N Online präsentierte Blaupunkt auf der IFA

Der TravelPilot DX-N Online von Blaupunkt ist ein High-End-Navigationssystem, mit dem Autofahrer nicht nur navigieren, sondern auch E-Mails empfangen und versenden sowie verschiedene Reiseführerinfos abrufen können.

die Variante eines High-End-Navigationssystems, mit dem Autofahrer nicht nur navigieren, sondern auch E-Mails senden und empfangen können. Der TravelPilot DX-N Online ist nach Aussagen von Blaupunkt der erste Vertreter der neuen Produktgattung „Hybrid-Navigation“, einer Zielführung, die sich nicht nur auf die Datenbasis „on board“ stützt, sondern auch externe Server „off board“. Dabei setzt das System nach wie vor auf die klassische Navigationstechnik mit einer digitalen Straßenkarte, die automatisch aktuelle Verkehrsmeldungen des Traffic Message Channel TMC berücksichtigt. Darüber hinaus lassen sich die Daten für die Routensuche auch „online“ optimieren. Die Verknüpfung des Navigationssystems mit einem GSM-Telefon über eine eigens eingerichtete Datenschnittstelle ermöglicht so das Empfangen und Senden konvertrierter E-Mails ebenso wie eine differenzierte Reiseplanung.
Die Kommunikation der beiden Geräte erfolgt über ein frei zugängliches, standardisiertes Datenprotokoll. Somit wird der TravelPilot DX-N Online zur Dienstplattform für herkömmliche SMS-Kurznachrichten und für umgewandelte E-Mails, die vom Rechner als SMS übertragen werden. Die Bediensoftware ist so konzipiert, daß der Fahrer entscheiden kann, ob und zu welchem Zeitpunkt er die empfangene Nachricht lesen möchte.
Bei der Reiseplanung eignet sich der TravelPilot DX-N Online auch für die Ziel- oder Tourenübertragung. Dabei läßt sich das System vom heimischen Internet-Anschluß aus programmieren, während der Fahrt lassen sich von externen Dienstleistern zum Beispiel Restaurant- oder Hotel-Adressen in das Navigationssystem stellen oder auch Vorschläge für komplette Fahrtstrecken aus einem externen Server in den TravelPilot laden. Der Navigationsrechner übernimmt dann die gesendeten Geo-Koordinaten und berechnet die gewünschte Route zum Ziel.

JVCs Einstieg in Car-Navigation

Mit dem KD-NX1R präsentiert JVC seinen ersten Navigations-/CD-Receiver. Das Gerät ist mit einem 32-bit-RISC-Prozessor und 8-MB-Speicher ausgestattet, so daß auch beim Abweichen von der vorgeschlagenen Strecke die Route neu berechnet wird, ohne daß der Fahrer das Musikhören von CD-Player oder Radio unterbrechen muß.
Das Navigationssystem wird mit GPS-Antenne und einer CD-ROM ausgeliefert, die die Navigationssoftware für 18 europäische Länder beinhaltet. Neben Autobahnen, Bundes- und Landstraßen werden auch detaillierte Pläne von Ballungsräumen geboten. Hinzu kommen „Points of Interest“, wie beispielsweise Tankstellen, Rasthäuser, Bahnhöfe, Flughäfen und Parkplätze.

Ist das Fahrtziel einmal eingegeben, kann die Navigations CD-ROM entnommen und eine Musik-CD eingelegt werden. Dabei werden sämtliche erforderlichen Daten der CD-ROM im Systemspeicher abgelegt. Bei der Eingabe des Fahrtziels stehen mehrere Alternativen zur Verfügung. So kann die schnellste oder kürzeste Route berechnet werden sowie eine Route zur Umgehung von Autobahnen, Fähren oder Mautstraßen eingegeben werden. Mit Hilfe des TMC-Service werden bei der Routenberechnung Staus, Straßen- sperren etc. berücksichtigt. Die Fahrtzieleingabe erfolgt über einen großen Drehknopf mittels Alphabet und Ziffern. Dabei lassen sich bis zu 50 Eingaben einspeichern, und auch die letzten 50 Ziele bleiben im Speicher.

Der Navigations-/CD-Receiver ist ab November 2001 lieferbar (UVP: 3.322,96 DM). *miz*

Mit dem KD-NX13 stellt JVC seinen ersten Navigations-/CD-Receiver vor, der vollständig in einem DIN-Gehäuse untergebracht ist.

Tele Atlas ermöglicht sprachgesteuerte Navigation

Tele Atlas präsentiert mit PhonoMultiNet die nach eigenen Aussagen erste geografische Datenbank mit vollständig integrierten phonetischen Transkriptionen. Damit ebnet Tele Atlas den Entwicklern von Fahrzeug-Navigationssystemen und Location Based Services den Weg für fortschrittliche, sprachgesteuerte Anwendungen. Die sprachfähige Version von Tele Atlas Multinet ist ab sofort verfügbar.
PhonoMultiNet richtet sich primär an den Kfz-Navigationsmarkt. Dort soll das sprachfähige Produkt entscheidend zu Verbesserung von Sicherheit, Komfort und Leistung beitragen. In der Praxis ermöglicht es dem Anwender, einen gewünschten Zielort per Sprache einzugeben. Die phonetischer Transkriptionen etwa von Straßen- und Ortsnamen basieren auf einer Vergleichsanalyse mit Muttersprachlern, die unterschiedliche Aussprachemöglichkeiten berücksichtigt.
Mit der Produktion der phonetischen Übertragung wurde in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien begonnen. Für diese Länder steht bereits eine sprachfähige Version zur Verfügung. Versionen für weitere Länder sind in Arbeit. Darüber hinaus planen Tele Atlas und Phonetic Topographics für die nahe Zukunft die Bereitstellung phonetischer Übertragungen für andere Daten wie zum Beispiel Firmennamen, Hotels, Restaurants, Flughäfen, Bahnhöfe oder Sehenswürdigkeiten.
Phonetic Topgraphics zählt zu den europaweit führenden Anbietern sprachfähiger geografischer Datenbanken, die mit sämtlichen Sprachtechnologien kompatibel sind.

PoS Aktuell

E-Plus arbeitet beim UMTS-Netzaufbau eng mit Group3G zusammen

Der Düsseldorfer Mobilfunkanbieter E-Plus und die Münchener Group3G, das Gemeinschaftsunternehmen von Telefónica Móviles und Sonera, werden beim UMTS-Netzaufbau in Deutschland eng zusammenarbeiten. Eine entsprechende Vereinbarung haben beide Unternehmen unterzeichnet. Die Vereinbarung geht über das bloße Teilen von Antennenstandorten deutlich hinaus. E-Plus und Group3G werden auch Netzelemente wie Antennen, Kabel, Sende- und Empfangsanlagen sowie Radio Network Controller, die die Sendeanlagen steuern, gemeinsam nutzen. Außerdem werden die Partner über das gemeinsam aufgebaute Netzgebiet hinaus jeweils separat zusätzliche Flächen für UMTS erschließen und auch diese gemeinsam nutzen. Damit steigt die Bevölkerungsversorgung über das von der Regulierungsbehörde geforderte Maß von 50 Prozent bis 2005 hinaus – bei gleichzeitig sinkenden Gesamtkosten. Das Abkommen bietet die Möglichkeit für den Einstieg eines dritten Partners. Die Vereinbarung ergänzt die „National Roaming"-Vereinbarung über die Nutzung des E-Plus GSM/GPRS-Netzes durch die Group3G, die beide Unternehmen Ende April abgeschlossen hatten.

Christian Burlein leitet die Handelsmarke V7 bei Ingram Macrotron

Seit 1. September leitet Christian Burlein als Senior Manager die Ingram Macrotron Handelsmarke V7 PC Systeme. Der Broadline Distributor bietet sowohl Standardrechner als auch Built-to-Customer-Systeme (B-t-C) an. Bevor Burlein zu Ingram Macrotron kam, war er bei Comtech in Waiblingen als Einkaufsleiter tätig. Zuvor hatte er leitende Tätigkeiten im PC-Einkauf bei verschiedenen anderen Computerhandelsfirmen inne gehabt, unter anderem bei der ProMarkt Elektrohandel GmbH.

E-Plus setzt Maßstäbe beim Kundenservice

E-Plus ist bei einem aktuellen Servicetest der Stiftung Warentest unter sieben Mobilfunkanbietern beim Service für Kunden mit Guthabenkarten auf dem ersten Platz gelandet. Dafür erhielt der Düsseldorfer Mobilfunkanbieter das Qualitätsurteil „sehr gut". Den Service für Vertragskunden benotete die Stiftung Warentest mit der Note „gut". In dieser Rubrik teilt sich E-Plus Platz zwei mit T-Mobil. Die Stiftung Warentest hatte im Juni dieses Jahres die Mobilfunkanbieter E-Plus, T-Mobil, Vodafone, Mobilcom, Debitel, Viag Interkom und Talkline unter die Lupe genommen. Getestet wurden der Service der telefonischen Hotlines, die Kundenbetreuung per E-Mail und die Transparenz der Rechnungsstellung. Die Fragen bezogen sich auf Themen wie Tarifstruktur, Produktvielfalt, International Roaming, Nutzung der Mailbox, SMS-Versand und Tarifwechsel. Beim Test des Hotline-Services wurden die Kriterien Erreichbarkeit, Kompetenz und Gesprächsatmosphäre bewertet.

Grundig Management übernimmt den Bereich Formenbau

Die Grundig AG veräußert ihren Bereich „Formenbau". Die Übernahme erfolgt im Wege eines Management Buy-Out unter Einbeziehung einer Beteiligungsgesellschaft. Die Realisierung des Kaufvertrages ist noch an Bedingungen geknüpft, die jedoch bereits kurzfristig erfüllt werden können. Bestandteil des Verkaufs ist außerdem die Übernahme von 82 Mitarbeitern aus dem bisherigen Grundig-Formenbau. Es handelt sich hier vor allem um Techniker, Ingenieure und Facharbeiter.
Der Bereich Formenbau umfaßt vor allem Entwicklung, Planung und Konstruktion von Formen für die kunststoffverarbeitende Industrie. Das bisherige externe Geschäft – der Formenbau für die Automobilindustrie – umfaßt rund 80 Prozent der Tätigkeiten und wird als Kerngeschäft in der neuen Firma fortgeführt. Außerdem werden Formen unter anderem für die „weiße Ware", Spielwaren und die Fotoindustrie hergestellt. „Grundig wird seinen Weg der Konzentration auf seine Kernkompetenzen fortsetzen. Hierzu zählt der Formenbau nicht. Der Formenbau war bisher bereits mit deutlich über 50 Prozent an externem Geschäft orientiert", erklärte der Vorstandsvorsitzende Dr. Hans-Peter Kohlhammer anläßlich der Vertragsunterzeichnung. „Dieser Bereich – etwa die Zusammenarbeit mit der Autoindustrie – wird auch weiter anwachsen und kann deshalb unter Auslastungsgesichtspunkten ausgegliedert werden. Hiermit leistet unser Unternehmen wie mehrfach versprochen einen weiteren Beitrag zum Erhalt von Arbeitsplätzen."

Thomas Hintze darf jetzt privatisieren

Thomas Hintze, seit 25 Jahren der Branche verbunden, davon fast 20 Jahre lang in den Diensten von Pioneer, darf jetzt privatisieren. Die Internationale Funkausstellung war für den jung gebliebenen 65er seine letzte Funkausstellung bei Pioneer. Der Bereich Kommunikation bleibt auch weiterhin in den bewährten Händen von Marketing Manager Stefan Schiller.

Sony kommt mit breiter Palette von Profilösungen zur Systems 2001

Sony wählt die Systems 2001, um eine breite Palette an Lösungen für den professionellen Anwender zu demonstrieren. Innovative Produkte und Applikationen für die kommunikativen Anforderungen moderner Unternehmen stehen im Zentrum von Sonys Messeauftritt in München. Vom ultraportablen LCD-Projektor über Videokonferenzsysteme, Massendatenspeichersysteme, Vernetzungskonzepte und Industriekameras bis zum Vaio findet der Besucher vielfältige Lösungen, die einzeln genutzt, oder, wie immer häufiger gefordert, problemlos untereinander vernetzt werden können.

Rudolf Gröger übernahm Vorsitz der Geschäftsführung bei Viag Interkom

Rudolf Gröger ist zum Vorsitzenden der Geschäftsführung (CEO, Chief Executive Officer) von Viag Interkom, der deutschen Gesellschaft von mmO2 plc, ernannt worden. Er tritt damit die Nachfolge von Keith Cornell an, European President von mmO2 plc, der den Posten des CEO seit Mai 2001 übergangsweise wahrgenommen hatte. Rudolf Gröger wird dafür verantwortlich sein, die Umsetzung der Strategie von Viag Interkom in Deutschland fortzuführen. Er wird sein Amt zum 1. Oktober 2001 antreten. Keith Cornell kehrt in seine Stellung als European President von mmO2 plc zurück. Gröger war seit 1999 für die Deutsche Telekom tätig. Bevor er in die Geschäftsführung von T-Systems eintrat, spielte er eine Schlüsselrolle beim Kauf der Debis Systemhaus GmbH und ihrer Integration in die Deutsche Telekom.
BT Wireless hat bekanntgegeben, daß das Unternehmen ab sofort unter dem neuen Namen O2 auftreten wird. Der Name der Holdinggesellschaft wird mit sofortiger Wirkung in mmO2 plc geändert. Viag Interkom wird vorerst seinen alten Namen weiterführen, bis zum Frühjahr des kommenden Jahres soll der neue Name dann vollständig übernommen werden. Die Produkte Genion und Loop bleiben bestehen.

Nokia Night of the Proms startet in diesem Jahr in der Preussag Arena

„Klassik trifft Pop" heißt es wieder ab dem 16. November, beim Auftaktkonzert des populären Musikfestivals „The Nokia Night of the Proms" in der Preussag Arena in Hannover. Auch in diesem Jahr sind viele internationale Stars auf der Deutschlandtournee durch weitere neun Städte dabei, um zu zeigen, wie harmonisch und mitreißend die Kombination von klassischer und populärer Musik sein kann. Zu den Künstlern der diesjährigen The Nokia Night of the Proms zählen neben dem bereits bekannten Stammensemble – dem Orchester Il Novecento und dem Chor Fine Fleur unter der Leitung des Dirigenten Robert Groslot sowie John Miles mit seiner Electric Band – die Rocklegende Meat Loaf, der deutsche Soul-Popstar Laith Al-Deen und Martin Fry von ABC, der bekannten Elektro-Pop-Band der 80er Jahre. Mit dabei sind auch Karl Jenkins, der mit dem Song „Adiemus" zum Werbespot der Delta Airlines weltweit die Spitzen der Charts stürmte, sowie der weltberühmte Popstar Chris de Burgh. Die Konzerttermine der Nokia Night of the Proms 2001:

- Freitag, 16. 11.: Hannover, Preussag Arena
- Samstag, 17.11.: Köln, Kölnarena
- Sonntag, 18.11.: Frankfurt, Festhalle
- Mittwoch, 5.12.: Stuttgart, Schleyerhalle
- Donnerstag, 6.12., Freitag, 7.12., und Samstag, 8.12.: München, Olympiahalle
- Sonntag, 9.12.: Erfurt, Messehalle
- Dienstag, 11.12.: Oberhausen, Arena
- Mittwoch, 12.12., und Donnerstag, 13.12.: Bremen, Stadthalle
- Freitag, 14.12.: Dortmund, Westfalenhalle
- Samstag, 22.12., Köln, Kölnarena

BestSurf GmbH geht komplett in den Besitz der Elsa AG über

Wie die Elsa AG mitgeteilt hat, hat sie weitere 42 Prozent der BestSurf GmbH übernommen. Damit ist Best Surf, Spezialist für die Erstellung von E-Commerce-Lösungen und Mehrwertdiensten, komplett in den Besitz von Elsa übergegangen. Die BestSurf GmbH entwickelte und betreibt das Internet-Portal Elsanet und den Online-Vertriebskanal BestShop24. Die BestSurf GmbH wurde bereits seit dem 3. Quartal 2000 in der Bilanz der Elsa AG konsolidiert und wird mit der hundertprozentigen Übernahme operativ in die E-Commerce-Aktivitäten der Elsa AG integriert.

Neues Paket für Internetzugang per Steckdose

Die RWE Powerline GmbH bietet ab sofort ein neues Produktpaket für den Internetzugang über die Steckdose an: RWE PowerNet 1.500 plus. Die monatliche Grundgebühr beträgt 49 Euro (95,84 D-Mark), zusätzliche Kosten für die Hardware fallen nicht an, da das Modem bereits im Preis enthalten ist. Bei diesem speziellen Kombi-Produkt entfällt auch die bislang übliche Anmeldegebühr (99 DM) komplett. Im Produktpaket RWE PowerNet 1.500plus sind jeweils 1.500 MByte Download- sowie 1.500 MByte Upload-Übertragungsvolumen eingeschlossen. Jedes weitere Megabyte wird mit 0,035 Euro (0,068 DM) berechnet. Die Vertragslaufzeit beträgt 24 Monate. RWE PowerNet ermöglicht es dem Anwender, seinen Computer über ein spezielles Modem an jede Steckdose in seiner Wohnung ans Internet anzuschließen. Eine zusätzliche Verkabelung des Gebäudes mit Kommunikationsleitungen ist nicht erforderlich. Der Breitband-Internet-Zugang auf Basis der Powerline-Communication-Technologie (PLC) ist ständig verfügbar, so daß das Einwählen entfällt. Mit bis zu 2 Megabit pro Sekunde ist die Powerline-Technologie nach RWE-Angaben 30 mal schneller als ein ISDN-Anschluß.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neue Empfangsgeräte, multimediale Anwendungen und günstigere Preise:

Digital Radio auf dem Vormarsch

„Die Zukunft der Medien ist digital“, lautete die zentrale Botschaft der diesjährigen Funkausstellung in Berlin. Der riesige Markt der Konsumelektronik wird mehr und mehr von digitalen Technologien beeinflußt. Ob Internet, Video, Fotografie, Fernsehenoder Hörfunk. Die Digitalisierung hat einen wichtigen Stellenwert eingenommen.

Auf der IFA war Digital Radio ein zentrales Thema. Den Besuchern bot sich die Möglichkeit, sich an über 20 Ständen umfassend über den Hörfunkstandard der Zukunft, über neue Endgeräte, multimediale Zusatzdienste und innovative Programmformate zu informieren. Insgesamt präsentierten mehr als zehn Gerätehersteller digitale Radioempfänger der neuesten Generation – sowohl für den mobilen, portablen als auch für den stationären Einsatz. Die neuen Digitalradios verfügen über Displays zur Visualisierung von multimedialen Anwendungsformen, können an den PC angeschlossen werden, kommunizieren mit dem Navigationssystem oder haben gar einen MP3-Player integriert.

Rasante Netzabdeckung für Digital Radio

Das Engagement der Industrie und die wachsende Gerätevielfalt verdeutlichen: Digital Radio ist auf dem Vormarsch. Diese globale Entwicklung bestätigt Michael McEwen, Präsident des World DAB Forums: „Seit der IFA 1999 ist ein explosives Wachstum der Digital Radio Services weltweit zu beobachten. In Europa, wo England die Spitzenposition einnimmt, schließen Länder wie Deutschland und Spanien zügig auf. Aber auch in Singapur liegt die Netzabdeckung mittlerweile bei hundert Prozent, Kanada kann ebenfalls ein gut entwickeltes Digital-Radio Netzwerk vorweisen. Jüngst hat sich Taiwan der Digital Radio-Familie angeschlossen und versorgt seit dem offiziellen Sendebeginn am 1. August 2001 70 Prozent der Bevölkerung.“

Die Mitglieder der Initiative Marketing Digital Radio stellten während der IFA im Rahmen einer Pressekonferenz den neuesten Entwicklungsstand des neuen Hörfunkstandards vor. V.l.n.r.: Wolf-Henning Schneider, Blaupunkt GmbH, Geschäftsführer Marketing u. Vertrieb; Dr. Werner Saalfrank, Grundig AG, Vorstand Entwicklung und Produktion; Volker Steiner, Vorstandsvorsitzender der IMDR; Ursula Heller, Moderatorin; Helwin Lesch, Bayern Digital Radio GmbH, Geschäftsführer; Michael McEwen, Präsident des World DAB Forums.

In seiner Rede zur Eröffnung der 43. Internationalen Funkausstellung hat sich auch Bundeskanzler Gerhard Schröder sehr deutlich dafür ausgesprochen, das Netz für Digital Radio konsequent auszubauen und verfügbare Frequenzen verstärkt zum Ausstrahlen digitaler Hörfunkprogramme zu nutzen. Der Kanzler betonte, daß spätestens 2015 der derzeitige analoge Hörfunk durch Digital Radio abgelöst wird und eine möglichst rasche Digitalisierung der Bundesrepublik die Chance eröffne, in dieser Zukunftstechnologie eine Führungsposition im internationalen Wettbewerb zu erreichen.

Bis Ende dieses Jahres soll eine Netzabdeckung für das Digital Radio von rund 70 Prozent der bundesdeutschen Fläche erreicht sein. Einziges Sorgenkind bleibt der Norden. In Hamburg, Bremen, Kiel und Schwerin gibt es bislang keine nennenswerte Digital Radio Versorgung, und wenn es nach dem Willen der Regierungsspitzen der norddeutschen Länder geht, soll dies auch auf absehbare Zeit so bleiben. Wie aus den Staats- und Senatskanzleien zu hören ist, sollen die Verbraucher erst mehr Radio-Geräte kaufen, bevor weiter in den Ausbau der Technik investiert wird.

„Wir gehen davon aus, daß nach der überzeugenden Präsentation von Digital Radio auf der IFA jetzt im Norden die richtigen Entscheidungen getroffen werden“, erklärt Michael Daucher, Generalmanager bei Grundig und Vorstandsmitglied der Initiative Marketing Digital Radio. Trotz des wachsenden Funktionsumfangs werden digitale Radios auch für den kleinen Geldbeutel erschwinglich. Bereits im Vorfeld der IFA 2001 hatten die Hersteller angekündigt, schon Ende dieses Jahres Digitalradios unter 500,- DM in den Markt zu bringen. Aber nicht nur die Fortschritte auf dem Gerätemarkt zeigen, daß der neue Hörfunkstandard im Kommen ist.

Initiative Marketing Digital Radio

Im Frühjahr dieses Jahres startete die Initiative Marketing Radio Digital (IMDR), eine Kampagne mit dem Ziel, den Markt schrittweise auf Digital Radio vorzubereiten. In der IMDR haben sich für den Radiomarkt in Deutschland relevante Institutionen zusammengeschlossen. Volker Steiner, Vorsitzender der IMDR, ist von dem Erfolg der Kampagne überzeugt: „Die Berichterstattung in den Medien hat seit unserer Auftaktpressekonferenz im Mai dieses Jahres erheblich zugenommen und ist im wesentlichen überaus positiv.“ Die IMDR konnte darüber hinaus weitere Mitglieder gewinnen. Mit Terra Tec Electronic ist ein wichtiger Gerätehersteller des digitalen Radiomarktes hinzugekommen, heißt es in einer Pressemeldung

der IMDR. Zu den IMDR Mitgliedern zählen bisher die Sendernetzbetreiber: Bayern Digital Radio GmbH, Digital Radio Saar GmbH, Digital Radio Südwest GmbH, Digital Radio West GmbH, Hessen Digital Radio GmbH, Sender Freies Berlin und die Deutsche Telekom AG. Ebenfalls Mitglieder des IMDR sind neben Terra Tec die Gerätehersteller Blaupunkt, Pioneer, Grundig und Kenwood.

Zudem setzen sich immer mehr Programmveranstalter für den neuen Hörfunkstandard ein. Kurz vor der IFA konnten neben dem Bayerischen Rundfunk zahlreiche private Veranstalter als neue Partner der IMDR gewonnen werden. „In den letzten Monaten hat sich sehr viel bewegt“, erklärt Steiner zufrieden. Der Ausbau der Sendernetze schreitet zügig voran. Erst im August wurde der Regelbetrieb für Digital Radio in Hessen aufgenommen und gebührend gefeiert.

Damit die erfreuliche Entwicklung auf der Endgeräteseite anhält und sich auch die Preise weiter positiv entwickeln können, ist ein flächendeckender Markt in Deutschland eine wesentliche Voraussetzung. *miz*

Was ist Digital Radio?

Digital Radio basiert auf der DAB-Technologie (Digital Audio Broadcasting) und ist ein ausgereifter, in Europa entwickelter und weltweit verbreiteter digitaler Standard für die terrestrische Übertragung von Hörfunksignalen. In Deutschland wird Digital Radio den analogen UKW-Hörfunk zwischen 2010 und 2015 ablösen.

Wie funktioniert Digital Radio?

Im Gegensatz zum analogen Hörfunk (UKW) wird Digital Radio in Form von binären Informationseinheiten (0 und 1) übertragen. Aufgrund der größeren Bandbreite von Digital Radio können neben Tönen auch Texte, Bilder, Software und multimedial aufbereitete Informationen transportiert werden. Digital Radio ist ein frequenz-ökonomisches System, mit dem die Möglichkeit geschaffen wird, die ausgezeichneten UKW-Frequenzkapazitäten zu erweitern. Als datenkomprimiertes Verfahren transportiert Digital Radio bis zu sieben Radioprogramme auf nur einer Frequenz. Das digitale Signal wird über landesweite und regionale Sendernetze verbreitet.

Die Vorteile

Die DAB-Technologie erlaubt einen störungsfreien Empfang ohne Rauschen und Knistern in perfekter Klangqualität. Eine Vielzahl neuer und exklusiver Programme wird dem Hörer mit Digital Radio geboten. Programme in Digital Radio haben nur noch eine Frequenz: Einmal eingestellt, ist das Programm ohne lästige Sendersuche im gesamten Empfangsgebiet durchgehend zu hören. Zusätzlich zum Hörfunk können Informationen in Form von Text, Bild und Daten übertragen und auf einem Display visualisiert werden. Digital Radio gewährleistet eine perfekte Klangqualität im mobilen und portablen Einsatz – auch bei hohen Geschwindigkeiten. Aufgrund der effizienten Frequenzausbeute gegenüber UKW und geringer technischer Verbreitungskosten ist Digital Radio wesentlich wirtschaftlicher als das analoge Verfahren.

Die Kosten für den Endverbraucher

Derzeit sind rund 90 verschiedene Empfangsgeräte für den mobilen und stationären Einsatz erhältlich. Sie kosten ab 800,- DM. Bereits Ende dieses Jahres sollen Digitalradios für unter 500,- DM in den Markt kommen.

Wieviel Programme sind on air?

In Deutschland sind derzeit bereits über 100 Digital Hörfunk-Programme on air. Dabei ist das Angebot in jedem Bundesland unterschiedlich. Eine detaillierte Übersicht findet sich unter www.digitalradio.de.

Die Unterschiede zwischen DVD-RW, DVD-RAM und DVD+RW

EINE FRAGE DES FORMATS

Die DVD ist auch weiterhin auf dem Erfolgsweg. Nach Aussagen der DVD-Arbeitsgemeinschaft e.V. werden bis Ende dieses Jahres rund 2,8 Millionen DVD-Player Kino-Feeling in den privaten Haushalten verbreiten. Auf der Internationalen Funkausstellung wurden die ersten DVD-Recorder präsentiert. Mit ihnen wird eine neue Ära, die der aufnehmbaren DVD, eingeläutet. Doch damit haben sich auch drei Systemlager gebildet.

Bereits auf der CeBIT wurden die drei verschiedenen DVD-Aufnahmesysteme DVD-RW, DVD-RAM und DVD+RW vorgestellt. Auf der IFA wurde das Thema intensiv weiter diskutiert. Die Fragen, die aufgeworfen werden, erinnern an die Zeit der VHS-, Video 2000- und Beta-Formate, und hier hat sich ja bekanntlich ein Standard durchgesetzt. Wie sich der Markt jedoch in Sachen DVD-Standard entscheiden wird, bleibt weiterhin mit Spannung zu erwarten.

Pioneers DVD-RW

Pioneer war der erste Hersteller in Sachen DVD-Recording. Bereits vor knapp zwei Jahren hat das Unternehmen den DVR-1000 in den Markt gebracht. Das Gerät war allerdings nur in Japan erhältlich.

Auf der IFA präsentierte Pioneer nun mit dem DVD-R7000 seinen ersten DVD-Recorder, der im Herbst dieses Jahres auch in Deutschland lieferbar ist. Das DVD-R und DVD-RW Format, das vom DVD-Forum als offizieller Standard für die Video-Aufzeichnung auf DVD festgelegt wurde, wurde entwickelt, um die Kompatibilität zu DVD Video-Playern und DVD-ROM Laufwerken im Markt sicherzustellen, heißt es in einer Pressemitteilung von Pioneer. Das Format bietet sowohl Anwendungsmöglichkeiten für Video- als auch für die Datenspeicherung. DVD-R und DVD-RW Discs verfügen über die gleiche Kapazität von 4,7 Gigabyte. Während DVD-RW Discs bis zu 1000 mal wiederbeschrieben werden können, sind DVD-R Discs nur einmal beschreibbar. Somit eignet sich die DVD-R insbesondere als Archivierungsmedium. Mit dem DVD-RW-Standard hat Pioneer ein Format entwickelt, das vom Anwender aufgenommene Sequenzen schneiden und bearbeiten läßt. Um dies zu ermöglichen, mußte der Befehlssatz der gewöhnlichen DVD um einige Schnittanweisungen erweitert werden. Die Erweiterung nennt sich Video Recording Format (VRF). Mit dieser lassen sich beispielsweise Werbeblöcke aus Spielfilmen entfernen. Allerdings ist die Kompatibilität zu bisherigen DVD-Playern mit dem Einsatz des VRF nicht gewährleistet. Somit kann der Anwender entscheiden, ob das VRF eingesetzt werden soll oder nicht. Wird auf das VRF verzichtet, ist die Kompatibilität mit fast allen DVD-Playern wiederum gewährleistet. Auch das Brennen einer DVD auf dem DVD-RW-Recorder ist möglich. Allerdings muß in diesem Fall auf die Nachbearbeitung verzichtet werden. Je nach gewählter Datenrate passen auf eine 4,7 GB DVD-RW zwischen einer und sechs Stunden Film.

Auf der IFA präsentierte Pioneer mit dem DVR-7000 seinen ersten DVD-Recorder für den europäischen Markt. Neben der überragenden Bild- und Tonqualität bietet die DVD-RW als modernes Speichermedium den direkten Titelzugriff, lange Haltbarkeit und keinerlei Kopierverluste, heißt es in einer Pressemitteilung von Pioneer.

Format	DVD-R	DVD-RW	DVD-RAM	DVD+RW
max. Speicherkapazität	4,7 GB	4,7 GB	bis 9,4 GB	4,7 GB
Mehrfach beschreibbar	nein	1000mal	10.000mal	1000mal
Komp. zu DVD-ROM-Drives	zu 95 Prozent aller Laufwerke	nein	teilweise (nicht mit älteren Modellen)	teilweise (nicht mit älteren Modellen)
Komp. zu DVD-Playern	Ja	nur ohne Nachbearbeitung	Nein	Ja

Panasonics DVD-RAM

Das von Panasonic entwickelte Recording-Format ist in erster Linie für Computeranwendungen geeignet und ist mit bisherigen DVD-Playern nicht kompatibel. Nach Aussagen von Panasonic wären dafür nur leichte Veränderungen in der Software der Geräte notwendig. Die Datenstruktur einer DVD-RAM unterscheidet sich grundsätzlich von der auf einer herkömmlichen DVD. Die Daten werden wie auf einer Festplatte verwaltet. Dabei existieren einzelne Datenbereiche, die unabhängig voneinander bespielt, gelöscht oder verändert werden können. So erlaubt der DMR-E20 auch im Moment der Aufnahme die Betrachtung von früher aufgezeichnetem Material.

Auch auf der DVD-RAM kann das Video Recording Format verwendet werden. War die erste Generation der DVD-RAM in ein Cartridge eingebettet, so können die neuesten Discs aus der Hülle entnommen werden. Im Gegensatz zu den konkurrierenden Systemen ist die DVD-RAM bereits doppelseitig spezifiziert, und ihre Gesamtspeicherkapazität liegt bei 9,4 GB. Panasonic präsentierte auf der IFA mit dem DMR-20 seinen ersten DVD-Videorecorder. Dank einer hohen Datentransfergeschwindigkeit von 22,16 Mbps ermöglicht der DMR-20 die gleichzeitige Aufnahme und Wiedergabe auf DVD-RAM und DVD-R. Bei DVD-RAM-Discs sind Aufzeichnungen von bis zu zwölf Stunden möglich. DVD-R Discs erlauben die Aufzeichnung von bis zu sechs Stunden.

Panasonics DMR-20 ermöglicht dank seiner hohen Datentransfergeschwindigkeit von 22.16 Mbps die gleichzeitige Aufnahme und Wiedergabe auf DVD-RAM und DVD-R. Auf DVD-RAM Discs sind Aufzeichnungen von bis zu zwölf Stunden möglich. DVD-R Discs erlauben die Aufnahme von bis zu sechs Stunden.

Neben Panasonic nutzen auch Toshiba und Hitachi den DVD-RAM-Standard für ihre Geräte.

Philips' DVD+RW

Philips kündigte bereits zur CeBIT dieses Jahres den Start eines weiteren Standards der DVD+RW an. Im Rahmen einer Pressekonferenz auf der IFA stellte die DVD+RW Allianz, bestehend aus sieben führenden Industrieunternehmen (Hewlett Packard, Mitsubishi, Philips, Ricoh, Sony, Thomson multimedia und Yamaha) Einzelheiten des neuen Standards vor. DVD+RW ähnelt sehr dem DVD-RW-Standard, ist jedoch nicht zu ihm kompatibel. Der Vorteil des DVD+RW-Standards liegt allerdings darin, daß er den Aufnahme-Funktionen der VHS-Kassette am nächsten kommt. Der Laser kann bei Aufnahmen sehr schnell positioniert werden, und somit ist die Wiederaufnahme abgebrochener Aufzeichnungen innerhalb eines Mikrometer großen Bereiches möglich. Um die Kompatibilität einer DVD+RW zur bisherigen DVD-Video zu erhalten, ist die Nachbearbeitung nur mit Hilfe eines entsprechend ausgestatteten Computers möglich. Dabei ist die DVD+RW mit fast allen bisherigen DVD-Playern kompatibel. Für Furore in Sachen DVD+RW sorgte auf der IFA der DVDR 1000 von Philips, der es ermöglicht, ganze Fernsehsendungen oder Aufnahmen mit nur einem Knopfdruck auf eine DVD+RW zu brennen. Bei der Entwicklung des DVDR 1000 habe das Unternehmen großes Augenmerk auf Komfort und Kompatibilität gerichtet, heißt es in einer Pressemeldung von Philips. *miz*

Die rote Aufnahmetaste des DVDR 1000 von Philips macht es möglich, ganze Fernsehsendungen oder Camcorder Aufnahmen mit nur einem Knopfdruck auf DVD+RW zu brennen. Der DVDR 1000 war auf der IFA ein großer Publikumserfolg, heißt es seitens Philips.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

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.

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

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:
❑ Consumer Electronics-Fachhandel
❑ PC + Peripherie-Fachhandel
❑ Kaufhaus
❑ Großfläche
❑ Fachmarkt
❑ Telekom-Fachhandel
❑ Foto-Fachhandel
❑ Versender
❑ E-Commerce

Dienstleister:
❑ Netzbetreiber
❑ Distributor
❑ TK-Provider
❑ Foto- und Imaging Service

Lieferanten:
❑ Hersteller
❑ Kooperationen
❑ **sonstige** (Schulen, Verbände etc.)
❑ Distributor/Großhandel

MP3 News und Infos

Auf der diesjährigen IFA Berlin wurde durch die Fülle neuer Produkte deutlich unter Beweis gestellt, daß das komprimierte Musikformat MP3 aufgrund seiner Verbreitung zu einem unumkehrbaren Weltstandard geworden ist. Hersteller, die versuchen, eigene Musikformate durchzusetzen und ihren portablen Audioplayern keine MP3-Unterstützung mit auf den Weg geben, stellen fest, daß sie sich damit zunehmend vom boomenden Geschäft mit MP3-Playern isolieren. Nach Samsung dehnt nun auch Philips die Unterstützung für das MP3-Format auf alle Audio-Recorder und Mini-HiFi-Systeme aus und setzt damit unübersehbare Zeichen für den Markt.

Philips CD-Recorder und HiFi-Minis jetzt MP3-fähig

Mit weltweit circa 900 Millionen genutzten Audio-CD-Spielern ist das CD-Format der beliebteste Tonträger der Welt. Zu dieser Popularität hat Philips sowohl als Mitentwickler der CD-Technologie, wie durch die Einführung von einfach bedienbaren und bezahlbaren CD-Recordern beigetragen. Als ein neuer Tonträger innerhalb der CD-Familie wird die MP3-CD immer beliebter. Mit Hilfe der effektiven MP3-Komprimierung lassen sich auf einer einzigen 12 cm Audio-CD bis zu zehn Stunden Musik speichern und abspielen.

Mit der Maßnahme, allen seinen CD-Geräten und CD-Recordern die Fähigkeit zur Wiedergabe von MP3-CDs serienmäßig mit auf den Weg zu geben, möchte Philips die Beliebtheit seiner CD-Geräte weiter steigern, weil auf diese Weise in noch größerem Umfang als bisher die Nutzung der CD für personalisierten Musikgenuß ermöglicht wird. Das neue Mini-HiFi-System FW-R55 ist die erste Audio-Anlage von Philips, die ebenfalls MP3-CDs wiedergeben kann. Mit dem CDR 820 und dem CDR 800 stellt Philips zwei neue CD-Recorder mit 3-fach CD-Wechsler und zusätzlicher MP3-CD Wiedergabe vor.

Beide Geräte speichern auf CD-R- oder CD-RW-Medien und verfügen über 4- bzw. 2-fache Überspielgeschwindigkeit für optimale Geschwindigkeit bei der Herstellung von Shuffles sowie einen integrierten 3-fach CD-Wechsler. UVPs und Verfügbarkeiten: CD-Recorder CDR 800: € 449,- ab September 2001, CD-Recorder CDR 820: € 469,99 ab September 2001, HiFi Mini-System FW-R55 € 613,04, ab September 2001

Philips präsentiert MP3 Audio Player der 2. Generation

Der Rush SA209 ist ein MP3 Audio Player der zweiten Generation. Er verfügt über einen integrierten 64 MB-Speicher für bis zu 90 Minuten Musik, beherrscht digitale Sprachaufzeichnung und hat eine schnelle USB-Miniport-Schnittstelle. Mit seinen Abmessungen von nur 6 x 6 cm und einem Federgewicht von 50 Gramm ist der Rush SA209 nahezu 15% kleiner als sein beliebter Vorgänger. Trotzdem konnte ein großflächiges, hintergrundbeleuchtetes zweizeiliges 12-Zeichen-LC-Display zur Anzeige von Künstler, Titel-

name, Titelnummer und Spieldauer in das Gerät integriert werden. Mit zwei AA-Batterien liefert der Rush SA209 bis zu neun Stunden MP3-Sound mit einer Bitrate von 96 kBit/s (nahezu CD-Qualität). Sound und Titelreihenfolge lassen sich individuell festlegen. Anhand einer Programmliste kann mit wenigen Schritten eine eigene, individuelle Wiedergabeliste der Lieblingsstücke in geordneter Reihenfolge erstellt werden. Musikstücke, Notizen und Sprachaufzeichnungen lassen sich mit Lesezeichen versehen und mit einem Jog-Selector ansteuern. Bei unbenutztem Gerät verlängert eine automatische Abschaltung die Batterielebensdauer. Eine Reihe von Klangpresets ermöglicht die Anpassung der Wiedergabe an unterschiedliche Musikarten und individuelle Klang-Vorlieben. Durch seinen Flashspeicher ist der Rush SA209 100% erschütterungsfest. Die Wiedergabesoftware kann auf zukünftige neu entwickelte Kompressionsverfahren von Philips aktualisiert werden. Der Philips Rush SA209 erfüllt die aktuellen Anforderungen der Secure Digital Music Initiative (SDMI) und ist zu einem UVP von € 299,- ab November 2001 lieferbar.

YP-MF64: Radio für das 3. Jahrtausend

Mit dem YP-MF64 bietet Samsung einen Multifunktions-MP3-Player an, der digitale Musik mit Radio (UKW-Empfang) verbindet. Über eine Fernbedienung mit integrierter LCD-Anzeige lassen sich alle verfügbaren Bedienfunktionen steuern. Neben MP3-Musik spielt der YP-MF64 auch WMA-Formate ab. Der integrierte 64 MB umfassende Speicher hat Platz für 64 MB und läßt sich durch eine SmartMedia-Card erweitern. Die digitale Sprachaufzeichnung erweitert die Nutzungsmöglichkeiten des multifunktionalen Geräts.

Samsung MCD-MP 65: CD-Player mit MP3-Sound

Mit dem MCD-MP 65 hat der in Sachen MP3 stets sehr innovative Hersteller Samsung jetzt einen portablen CD-Player im Verkaufsprogramm, der neben herkömmlichen Audio-CDs auch das Abspielen von MP3-CDs unterstützt. Das 210 Gramm leichte Gerät spielt normale CDs, CD-Rs, CD-RWs und MP3-Musik ab. Das sind bis zu zwölf Stunden MP3-Genuß nonstop! Beim Bummeln, Joggen und Skaten überbrückt der digitale 40 Sekunden-Speicher selbst grobe Stöße. Die ESP Anti-Schock Funktion macht den MCD-MP 65 auf Schritt und Tritt zum zuverlässigen musikalischen Unterhalter. Ein 1 Bit D/A Wandler mit 8-fach Oversampling sorgt für mobile Musik in HiFi-Qualität. Voller Klang läßt sich mittels SBS (Super Bass Sound) zuschalten. Ein LC-Multi-Funktions-Display zeigt neben Titelnummer und Abspiel-Zeit den aktuellen Status des Geräts an. Im Lieferumfang sind neben ergonomischen Stereo-Ohrhörern und einem Netz-Adapter ein externes Batteriefach und eine Tragetasche enthalten. Die Abmessungen in mm betragen (B x H x T): 130 x 25 x 143 bei einem Gewicht von 210 g. Der CD-Player Samsung MCD-MP 65 mit MP3-Funktion ist zu einem UVP von 429,- Mark ab Juli 2001 im Handel erhältlich.

Waitec „Clipp“: MP3-Player und Mini-CD-Brenner

Mit den beiden portablen Geräten „Clipp“ und „Havin“ kündigt Waitec zwei neue leistungsfähige Audiogeräte für das komprimierte digitale Audioformat MP3 an. Clipp spielt und brennt Mini-CDs. Havin spielt normale MP3-CDs ab. Während „Havin“ gängige 12-cm-CDs abspielt, nutzt „Clipp“ die platzsparende, aber weniger Kapazität bietende 8-cm Mini-CD. Außer einem Mini-CD-Player ist Clipp ein universell nutzbarer Mini-CD-Brenner, der beliebige Daten in 4facher Geschwindigkeit auf 8-cm-Rohlinge schreibt und sich auch zur mobilen Datensicherung eignet. Auf eine 8-cm Mini-CD passen maximal 185 MB. Das reicht für drei Stunden MP3-Musik in CD-Qualität (128 KBit/s). Das Display des Clipp zeigt den Titel, Interpret und Genre der auf der CD verfügbaren MP3-Musikstücke an. Equalizer-Einstellungen und Batteriekapazität werden ebenfalls angezeigt. Der interne 8-MB-Zwischenspeicher sorgt für unterbrechungsfreie Musik bei Erschütterungen. Als MP3-Brenner läßt sich das Gerät nicht einsetzen. Zur Überspielung der Daten dient eine schnelle USB-Schnittstelle. Der portable Clipp wiegt nur 200 g, und sein wiederaufladbarer Lithium-Ionen-Akku reicht für bis zu zehn Stunden MP3-Musik. Außer der Nero Mix Software werden ein USB-Kabel, zwei beschreibbare 8-cm-CD-Rohlinge, eine Installationsdiskette, Kopfhörer, Batterien, ein Aufladegerät und die Betriebsanleitung mitgeliefert. Der portable

MP3-CD-Player Havin arbeitet sowohl mit normalen 12-cm-CDs als auch mit 8-cm-CDs. Das Gerät wiegt 250 g und besitzt ein hintergrundbeleuchtetes Display mit vier Zeilen à 16 Zeichen.

Havin spielt sowohl MP3- wie auch WMA-Dateien ab. Der integrierte Antischock-Speicher bietet eine Kapazität von bis zu 240 Sekunden. Der Havin wird inklusive Kopfhörer, Fernsteuerung, Betriebsanleitung, Aufladegerät/Netzadapter und Batterien geliefert. Der Havin ist zu einem UVP von € 179,- verfügbar. evo

Aiwa XP-MP3: Portabler CD-Player mit MP3 Decoder

Zur Klasse der immer beliebter werdenden CD-Portables mit MP3-Unterstützung gehört der neue Aiwa XP-MP3. Derartige Geräte, mit denen sich außer normalen Audio-CDs auch MP3-CDs abspielen lassen, benötigen keine teuren Flashspeicher-Bausteine, sondern können die preiswerten CD-R oder CD-RW Medien mit abgespeicherten MP3-Musiktiteln abspielen, auf denen bis zu zehn Stunden MP3-Musik in CD-Qualität nach eigenen Wünschen zusammengestellt werden können. Bei rauhem Betrieb und heftigen Erschütterungen übernimmt die Antischock-Elektronik mit ihrem Puffer die Sicherung der unterbrechungsfreien Wiedergabe. Der Batteriezustand wird über eine dreistufige LCD Batteriezustandsanzeige kontrolliert. Über Line-Out ist der Betrieb an einer HiFi-Anlage oder einem Car-Stereo-System möglich. Der Klangverbesserung dient die Funktion DSL Dynamic Super Linear Bass. Im Lieferumfang enthalten sind In-Ohr Kopfhörer und Netzadapter. Der komplette Player mit den Abmessungen (BxHxT): 131 x 35 x 144 mm hat ein Gewicht von 285 Gramm (ohne Batterien) und ist zu einem UVP von € 255,13 / DM 499,00 im Handel verfügbar.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Was macht Bluetooth?

Was ist Bluetooth? Was macht es? Was kann es? Das sind Fragen, deren sachliche Beantwortung leider bei dem ganzen zukunftsträchtigen Bluetooth-Gerede meist zu kurz kommt. Die simple Antwort: Bluetooth ist ein „drahtloser Kabelersatz“ zur Verbindung von zwei oder mehreren portablen Geräten der Telekommunikation und Informationstechnologie. Und in der nahen oder fernen Zukunft (niemand legt sich da so genau fest) wird eine Vielzahl von kleinen portablen Geräten untereinander und miteinander über dieses Netzwerkprotokoll kommunizieren. Ja, ein Netzwerkprotokoll ist es, so wie Ethernet oder IP, nur eben drahtlos, mit Hilfe von Funkwellen.

Was bringt uns Bluetooth, wenn es erst mal da ist?

Bluetooth ist ein weltweit anerkannter Standard zur drahtlosen Datenübertragung im Ultrahochfrequenz-Bereich von 2,4 bis 4,5 GHz mit einer maximalen Datenübertragungsgeschwindigkeit von maximal 1 Mbps und maximaler Reichweite von 12 Metern (100 mit Zusatzeinrichtungen). Zum Vergleich interessant sind die Übertragungsgeschwindigkeiten von 11 Mbps für das Funk Ethernet nach IEEE 802.11 oder 10 Mbps und 100 Mbps bei dem kabelgestützten Ethernet und Fast Ethernet. USB schafft bis zu 12 Mbps und das kommende USB 2.0 sogar 240 Mbps. Bluetooth ist wahrscheinlich nicht der große Datenschaufler, der uns Videofilme on Demand im Streaming Media Format aufs Handy transferiert. Der Nutzen liegt vielmehr in unkomplizierten, sich bei Bedarf ganz ohne unser Zutun aufbauenden Verbindungen zwischen PDA und Handy oder zwischen Laptop-Rechner und Video- oder Digitalkamera. Eine oft zwecks Demonstration von Bluetooth gezeigte Anwendung ist das Headset, bei dem das Handy in der Jacken- oder Aktentasche bleiben kann. Doch zum aktuellen Zeitpunkt gibt es erst wenige Bluetoothgeräte. Die Bluetooth-Einheiten sind noch zu teuer. Und weil es so wenig Geräte mit Bluetooth gibt, kauft sich zur Zeit kaum einer selbst eines. Doch das soll sich in naher Zeit ändern. Hochintegrierte Ein-Chip Bluetooth-Einheiten werden Geräte mit Bluetooth-Tauglichkeit preiswerter machen und damit die Barriere überwinden.

Sony Vaio-Notebooks und Ericsson Handy mit Bluetooth-Integration

Vaio Subnotebook SR31K mit Bluetooth

Sein neues Subnotebook Vaio PCG-SR31K bietet Sony nun mit Bluetooth-Schnittstelle an. Das 1,36 Kilogramm leichte Subnotebook mit einem 750 MHz Pentium III soll mit einer Batterie bis zu 4 Stunden im Dauereinsatz durchhalten. Das 10,4-Zoll-Poly-Silicon-TFT-Farbdisplay hat eine Auflösung von 1024 x 768 Bildpunkten (XGA), 128 MB RAM (optional 256 MB), 15 GB Festplatte und dem 3D-beschleunigten S3 Savage/IX8 Grafikchip mit 8 MB SDRAM. Der integrierte Bluetooth-Empfänger und -Sender soll den Aufbau von drahtlosen Netzwerken im Umkreis von bis zu 100 m auf freier Fläche ermöglichen.

Sonys Bluetooth-Adapter im Größenvergleich

Ein integriertes 56K-V.90-Modem sorgt für die Verbindung mit dem Internet. Sony liefert das Vaio PCG-SR31K bereits seit Ende Juni 2001 aus. Der UVP des 25,9 cm breiten, 3,2 cm hohen und 20,9 cm tiefen Subnotebooks SR31K beträgt inkl. einjähriger Garantie 5.499,- DM. Ein weiteres mit Bluetooth ausgestattetes Gerät ist das bereits im Mai angekündigte Subnotebook PCG-C1VFK, das seit Ende Juni für 5499,- DM zu haben ist. Auch Sonys Kamera-Subnotebook PCG-C1VFK verfügt über eine Bluetooth-Schnittstelle.

Panasonic mit Bluetooth DV-Camcorder

Panasonic nahm auf der IFA in Anspruch, der erster Anbieter zu sein, der mit den neuen Modellen NV-MX8 und NV-MX21 digitale Camcorder auf den Markt bringt, die mit Bluetooth ausgerüstet sind. Die scheinbare Sensation verliert ein wenig den Glanz, wenn man entdeckt, daß nur die Standbilder im VGA-Format mit der drahtlosen Technik übertragen werden können.

Panasonic Camcorder mit Bluetooth

Bluetooth Handy als „Dukatenesel“

Man ist versucht, zu seinem Handy zu sagen „Streck Dich, reck Dich“, wenn man sich mit dem Modell-

Panasonic Notebook mit Bluetooth-Lösung

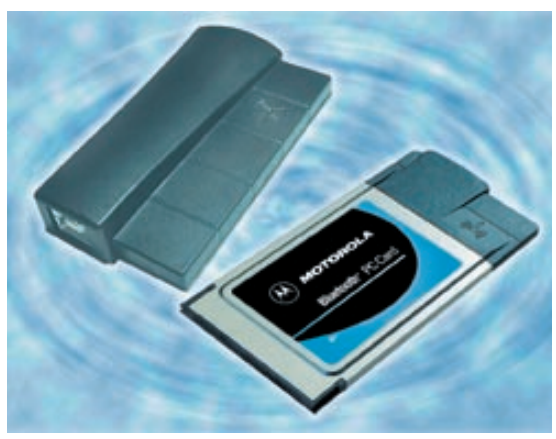
konzept eines Bluetooth-Geldautomaten vertraut macht, den die bekannte US Firma NCR als Prototyp vorgestellt hat. Der mit einer Infrarot-Schnittstelle und mit Bluetooth ausgerüstete Geldautomat hat weder eine Tastatur noch einen Bildschirm und erfüllt dadurch höchste Sicherheitsansprüche. Ausgezahlt und gleich vom Bankkonto abgebucht werden Geldbeträge, die in das Handy eingegeben und mit PIN Nummer bestätigt sind. Um die Geldausgabe schnell und risikoarm abzuwickeln, können der abzuhebende Betrag und die PIN Nummer schon vorher an einem sicheren Platz eingegeben und dann am Automaten durch einen Short-Key per Bluetooth übermittelt werden.

Bluetooth-Stift überträgt handschriftliche Notizen

Der von Ericsson auf der Ausstellung Communic Asia präsentierte „Chatpen CHA-30“ kann die Bewegungen beim Verfassen handschriftlicher Notizen digitalisieren und wahlweise über GPRS oder Bluetooth zu einem Mobilphone oder portablen Rechner übertragen. Der Chatpen unterscheidet sich kaum von einem normalen Stift, hat aber im Inneren eine Infrarotkamera, einen Bildprozessor und einen Bluetooth-Sender eingebaut. Geschrieben wird auf einem Spezial-Papier, und dabei werden die Bewegungsmuster erfaßt, ausgewertet und zu Daten konvertiert. Entwickelt wurde das Prinzip des Chatpens von der Firma Anoto, während die Firma Ericsson das Gerät zur Serienreife brachte. Der Chatpen soll Anfang 2002 erhältlich sein. Der voraussichtliche Preis ist noch nicht bekannt.

Sony Camcorder mit Bluetooth-Modul

Gleich drei neue Digital-Camcorder, die für den Einbau eines Bluetooth-Moduls vorbereitet sind, hat Sony auf der IFA vorgestellt. In die Camcorder-Modelle DCR-IP5, DCR-IP7 und DCR-PC120 kann man das für einen UVP von ca. 800,- Mark optional erhältliche Bluetooth-Modul BTA-NW1 einstecken und dann Stand- und Bewegtbilder per Bluetooth zu einem Bluetooth-PC oder anderen Bluetooth-Devices übertragen.



Rechts: Motorolas Bluetooth Head-Set

Links: Motorolas PCA Adapter-Lösung

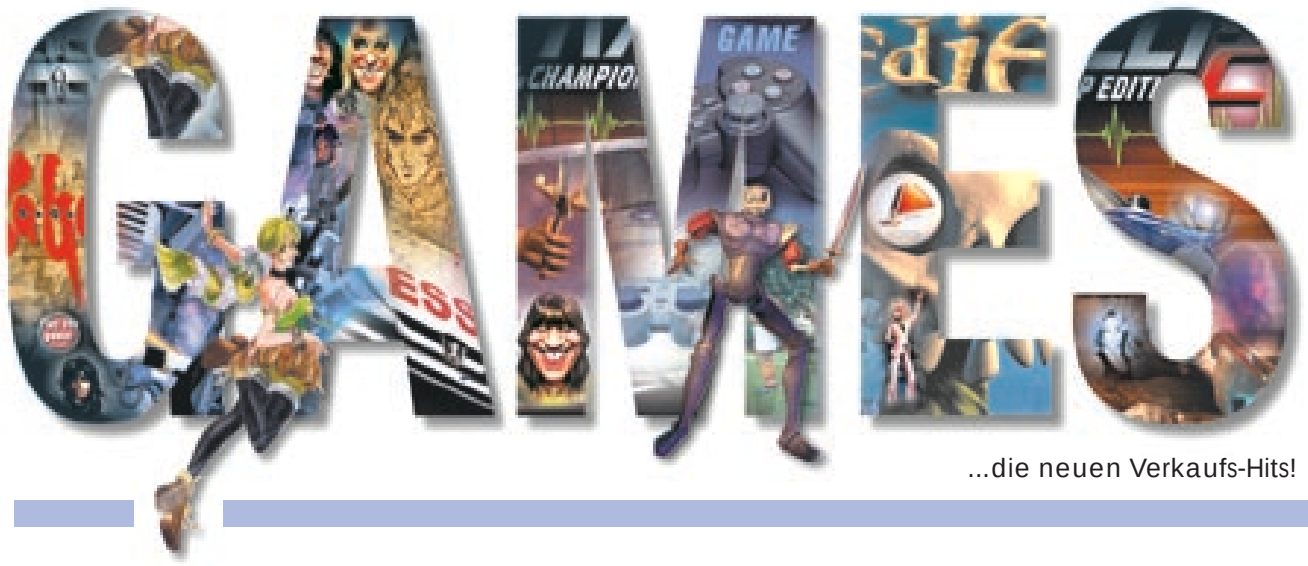
Elsa präsentiert Bluetooth Freisprech-Set

Neben zahlreichen Wireless-Lan-Geräten bietet Elsa neuerdings auch Bluetooth-Lösungen an. So ist jetzt unter anderem eine Bluetooth-Freisprecheinrichtung im Angebot zu finden. Mit dem „Vianect blue Handsfree“ steht eine Lösung zur Verfügung, die für jedes Auto und jedes Handy Sprachübertragung per Bluetooth unterstützt. Das Vianect blue Handsfree ist zu einem UVP von 699,- Mark verfügbar.

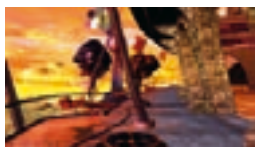
Sonys PDA „Clie“ mit Bluetooth-Zubehör

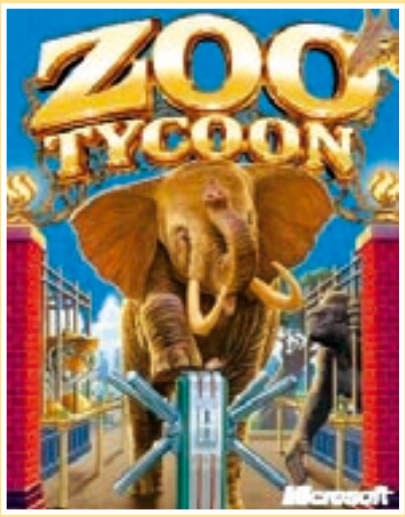
Nokia: Neue Ära persönlicher Konnektivität

Wie Nokia erläutert, errichtet die Mobilphone Industrie die Grundlagen für ein weiteres Wachstum von Bluetooth. Weil Bluetooth eine kostengünstige drahtlose Verbindungstechnik sein wird, ist sie geignet für den Einsatz in Millionen von Mobiltelefonen. Die erforderlichen Bluetooth-Schaltkreise sind kompakt genug, um sie in mobile Geräte zu integrieren, ohne deren Abmessungen und Gewicht zu erhöhen. Nokia rechnet für das Jahr 2003 mit mehr als 250 Millionen Bluetooth-Mobil-Telefonen weltweit. In der ersten Phase erwartet Nokia vorwiegend eine Anschaffungswelle für Bluetooth PC-Cards, Headsets und andere Produkte zum Ersatz der bisherigen Kabelverbindungen. In der zweiten Phase wird sich dann zeigen, daß Bluetooth mehr ist, als nur ein drahtloser Ersatz für die herkömmlichen Verbindungskabel. *evo*



- Zoo Tycoon
- Schizm
- Thunderhawk: Operation Phoenix
- DVD-Fernbedienung für die PlayStation 2
- MechCommander 2
- Max Payne
- Wipeout Fusion





ZOO TYCOON

Microsoft • Für PC

Zoo Tycoon verknüpft auf neue und aufregende Weise den Tycoon-Stil von Simulationen. Der Spieler wird herausgefordert, einen funktionierenden und florierenden Zoo aufzubauen, während er gleichzeitig für artgerechte Tierhaltung und die Zufriedenheit der Besucher Sorge trägt. Mit über 40 Tierarten für mehr als 175 Lebensräume und Materialien zum Aufbau eines Zoos erlaubt Zoo Tycoon dem Spieler, seinen Großstadtzoo nach eigenen Vorstellungen zu bauen, zu managen und in Stand zu halten.

Künftige Zoodirektoren können einen Zoo traditioneller Art mit Elefanten, Löwen und Giraffen aufbauen oder aber mit exotischen Tieren, wie Pandas oder weißen sibirischen Tigern, dem staunenden Publikum präsentieren. Jeder Spieler muß sich entscheiden, wie er aus seinem Zoo Gewinn schlägt. Der eine entscheidet sich für ein Sparkonzept, während vielleicht andere mit überhöhten Eintrittspreisen und überteuerten Getränken ihre Besucher vergraulen.

Das leicht verständliche Spiel ermöglicht es dem Spieler, die Entwicklung seiner Zoos zu überblicken. Der interaktive Lernmodus hilft, sich schnell in das Spiel einzufinden. Im Zoo Tycoon kann jeder, ob Anfänger oder Fortgeschrittener, seinen eigenen Zoo aufbauen oder sich mit 15 herausfordernden Szenarien in verschiedenen Schwierigkeitsgraden beschäftigen. Zoo Tycoon ist ein Spaß bringendes, intelligentes Spiel für die ganze Familie, absolut gewaltfrei und für Kinder geeignet.

Geniales Spiel mit hohem Wuselfaktor – es macht einfach Spaß, den Tieren zuzuschauen. Ein absolutes Muß für jenen Aufbaufan. Zoo Tycoon erscheint Mitte November 2001.

SCHIZM

infogrames

Adventure für PC

Wir schreiben das Jahr 2083. Vor zehn Monaten sind zum ersten Mal Menschen auf dem Planeten Argilus gelandet. Sie fanden dort Städte, Siedlungen und industrielle Anlagen vor – aber seltsamerweise nirgendwo ein Lebenszeichen. Der Planet schien vollkommen verlassen. Und alles sah nach einer überstürzten Flucht aus: Türen waren unverschlossen, Mahlzeiten nur halb verspeist, aber der erstaunliche Maschinenpark arbeitet noch. Vier Monate zuvor war ein Team aus Wissenschaftlern losgeschickt worden, um auf dem Planeten eine Forschungsbasis einzurichten und das Geheimnis des Planeten zu untersuchen. Der Spieler gehört zu dem zwei Mann starken Besatzungsteam eines Versorgungsschiffes, das der Expedition den erforderlichen Nachschub liefern soll. In der Nähe das Planeten Argilus angekommen, versucht er mit der Basis Funkkontakt herzustellen. Aber vergeblich. Das Wissenschaftsteam antwortet nicht. Sind sie etwa ebenfalls verschwunden? Als der Spieler in den Orbit um den Planeten einschwenkt, fallen plötzlich alle Systeme aus! Er ist gezwungen, das Schiff zu verlassen. Nur wohin? Es gibt nur eine Möglichkeit: Die Oberfläche des Planeten Argilus...

Schizm ist das zur Zeit beste Adventuregame in First Person Perspektive mit aufwendiger, extrem detailreicher und fotorealistisch vorgerenderter 3D Grafik in Fullmotion. Zahlreiche Live Videosequenzen mit echten Schauspielern und bekannten deutschen Stimmen, u.a. Klaus Kindler, der deutschen Synchronstimme von Clint Eastwood, sorgen für eine einmalige Atmosphäre. Die überzeugende SiFi Story stammt aus der Feder des preisgekrönten, australischen Science Fiction Autors Terry Dowling. Bei der komplexen, nichtlinearen Storyline bleibt es dem Spieler selbst überlassen, in welcher Reihenfolge er Rätsel und Probleme lösen möchte. Er kann jederzeit zwischen zwei Personen mit unterschiedlichen Anfangspunkten umschalten.

Durch das 360 Grad Echtzeit-Soundpositioning und den interaktiven digitalen Soundtrack wird die Atmosphäre des Rätselhaften zusätzlich perfekt unterstützt. Die frei bewegbare 360 Grad Perspektive und die animierten, hochaufgelösten Grafiken und Texturen, wie schwebende, ballonartige Städte, geheimnisvolle unterirdische Anlagen, verlassene Industriekomplexe, im Meer treibende, organische Raumschiffe, tragen ebenso zum hervorragenden Eindruck des Spieles bei.

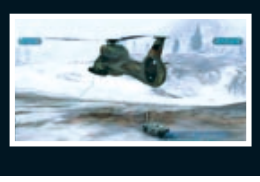
System: PII 300MHz, 32 MB RAM, 200 MB HDD, DVD- oder CD Win9x/2000, DirectX-komp. Sound- und Grafikkarte.

THUNDERHAWK: OPERATION PHOENIX

Eidos
Für PlayStation 2

Thunderhawk: Operation Phoenix führt den Spieler zu den Brandherden der Welt. An Bord der Helikopter befinden sich authentische, moderne Waffentechnologien, die über eine benutzerfreundliche Steuerung leicht zu bedienen sind. Die Geschwindigkeit des Spiels, der Spielablauf und die Detailgenauigkeit der Umgebung garantieren Spielspaß auf höchstem Niveau. In Thunderhawk: Operation Phoenix versorgt die Simulation des AWACS (Airborne Warning And Control System) den Spieler mit allen aktuellen taktischen Daten. Panzer-Bataillone stehen zur Verstärkung bereit, und Luftunterstützung kann vom Piloten jederzeit angefordert werden. Mit vollständiger dreidimensionaler Bewegungs- und Aktionsfreiheit reicht das Spektrum der Missionen von Großangriffen bis hin zum Einzelkämpfer-Auftrag. Bei erfolgreicher Beendigung der Aufträge locken Bonusmissionen. Die Piloten sind in der Lage, gegnerische Waffen oder Technologien zu stehlen oder zu bergen. So kann man die Kampfkraft des Phoenix oder der eigenen Truppen stärken. Zum Waffen-Repertoire gehören unter anderem EMP-Raketen, Erschütterungsbomben, Disruptoren, Turbo Boosts. Der Spieler wählt im Singleplayer-Modus zwischen actionbasierten Arcade- und Kampagnen-Szenarien. Im Multiplayermodus können Teams miteinander kooperieren. Thunderhawk: Operation Phoenix ist wahlweise in der Ego- oder Verfolgerperspektive spielbar.

Thunderhawk: Operation Phoenix zeigt einen rasanten und actiongeladenen Hubschrauber-Shooter, der den Vorgängern in nichts nachsteht. Die Möglichkeiten der PlayStation 2 bieten dem Spieler ein äußerst realistisches Cockpit-Erlebnis.



Täglich frische News: www.pos-mail.de

Die DVD-Fernbedienung

für die PlayStation 2

Mit der neuen original Sony PlayStation 2 Fernbedienung sind die DVD-Funktionen der PlayStation 2 komfortabler zu bedienen. Das im Design des Entertainment-Systems gestaltete Original-Zubehörprodukt hat eine Infrarot-Empfangseinheit und wird an den Controller-Port angeschlossen. Die Fernbedienung unterstützt alle Buttons des Standard-Controllers und bietet darüber hinaus, mit der im Lieferumfang enthaltenen Treibersoftware, eine Reihe zusätzlicher Bedienfunktionen:

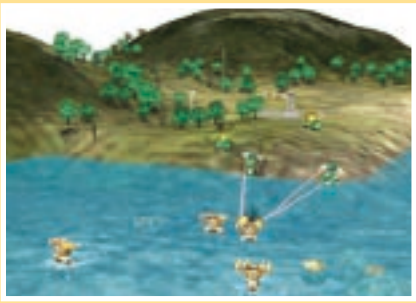
- Drei Suchgeschwindigkeiten (vorwärts/rückwärts)
- Zeitlupenwiedergabe (vorwärts/rückwärts)
- Anzeige von Spielzeit und Restspieldauer
- Time-Search
- 13 Wiedergabemodi durch Funktionen wie:

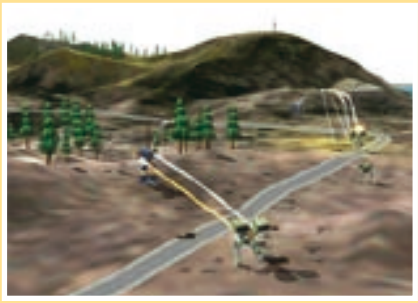
Shuffle (zufällige Reihenfolge), Programm (persönliche Abfolge), Wiederholung oder A-B-Wiederholung (Dauerwiedergabe von beliebigen Abschnitten).
Bekannte Funktionen wie Kindersicherung, Blickwinkelauswahl, Untertitel- und Audio-Optionen können ebenfalls mit der DVD-Fernbedienung aufgerufen werden. UVP: 59,95 DM

MechCommander 2

Microsoft • Für PC

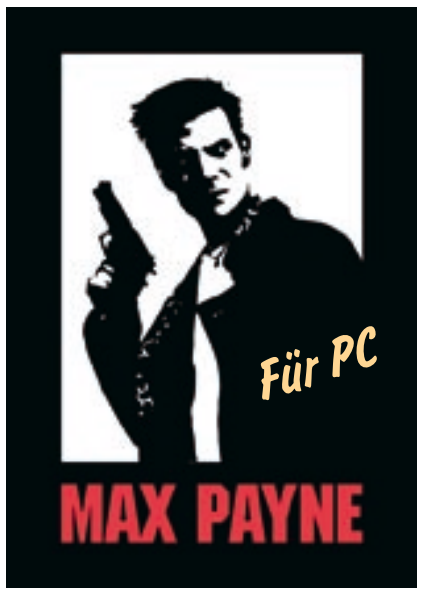
MechCommander 2 ist ein Spiel um Macht und Einfluß, Kampf und Verrat, das in Echtzeit abläuft und im BattleTech-Universum angesiedelt ist. Der Spieler befehligt eine Gruppe von MechWarrior-Söldnern und führt einen Machtkampf gegen drei rivalisierende Häuser. Bis zu 16 MechWarrior stehen unter seiner Kontrolle, jeder mit bis zu 100 Tonnen todbringender Waffensysteme bewaffnet, die er aus der Draufsicht an die gewünschte Position dirigiert und losschlagen läßt. Strategie und Taktik sind gefordert, geht es doch um das Machtverhältnis in der Region des Weltalls, die als Chaos March bekannt ist.
Aus der orbitalen Einsatzzentrale befehligt der Spieler bis zu 16 BattleMechs. Auf die richtige Kombination von Mensch und Maschine kommt es an, um im Kampf taktische Vorteile zu erringen. BattleMechs können nach Wunsch mit Waffen und anderen Systemen bestückt und ihre Piloten trainiert werden, so daß unschlagbare Teams entstehen.
Mehrspieler-Kämpfe sind mit bis zu acht Spielern über das Internet, die Microsoft Gaming Zone oder ein lokales Netzwerk möglich. Dazu zählen neue Mehrspieler-Missionstypen, kooperatives Spiel gegen computergesteuerte Gegner und eine Schnellstart-Funktion, die den MechCommander flugs mitten ins Geschehen bringt.





MAX PAYNE

TAKE 2 interactive



Ein Mann zwischen den Linien. Der Undercover-Cop Max Payne lernt die dunkelsten Seiten von New York kennen. Und zeigt den Spielefans die schönsten Seiten des Genres – eine neue Actionspiel-Generation!

Wenn sich die Nacht über die Dächer von New York legt, wird ein Mann durch die Hölle gehen, um sich für das zu rächen, was man ihm angetan hat. Er wird feststellen, daß es manchmal besser ist, nichts zu wissen, als schmerzhafte Antworten zu erhalten. Er hat niemand, dem er trauen kann, steht alleine da, von Polizei und Gangstern zugleich gejagt. Doch: Er kann nichts mehr verlieren, und das macht ihn zum Todesengel, der keinen Widerstand scheut, nichts fürchtet.
Max Payne ist ein packendes 3D-Actionspiel mit einer Story voller Wendungen und Überraschungen, mit Intrigen und Machtkämpfen, die den Spieler immer tiefer in das Geschehen saugen. Über 80 handgemalte Szenen im Comic-Look treiben die Story voran und vertiefen das mitreißendste Spiel, das je auf dem PC zu erleben war. Unterstützt wird das Erlebnis von einer einmaligen Grafik, basierend auf der eigens entwickelten „MAX FX"-Engine. Die Super-Engine ermöglicht Max Payne ein gewaltiges Bewegungsrepertoire, das bis zu Seitwärtssprüngen reicht, in denen Max zugleich mit zwei Kanonen auf Gegner feuern kann. Ein weiteres Highlight ist der „Matrix"-ähnliche Special Effect: Agieren Sie mehrere Sekunden in Super-Zeitlupe, in denen Sie zielgenau Ihre Gegner ausschalten, während Ihnen Dutzende Kugeln um die Ohren zischen.

Systemvoraussetzungen:

Microsoft Windows 95/98/ME/2000, DirectX 8.0, DirectSound kompatible Sound Karte

Minimum (um das Spiel mit minimalen Details zu spielen):
450 MHz Intel Pentium II Prozessor • 96 MB RAM • 16 MB Direct3D kompatible Grafik Karte

Optimal (um das Spiel mit maximalen Details zu spielen):
1000 MHz Intel Pentium III Prozessor • 256 MB RAM
64 MB Direct3D kompatible Grafik Karte

WIPEOUT FUSION

Für PlayStation 2

Der Traum vom Fliegen in Perfektion: Wendiger und schneller als die Flaggschiffe der „Galaxy-Klasse" aus Raumschiff Enterprise rasen die F9000-Gleiter über den futuristischen Parcours. Wipeout Fusion bietet auf PlayStation 2 Rennen in rasender Geschwindigkeit. Man schreibt das Jahr 2150. The Federation hat beschlossen, eine neue Rennserie für die ultraschnellen Raumgleiter ins Leben zu rufen: Wipeout F9000. Die besten 16 Piloten weltweit tragen ihre Wettkämpfe auf 45 neuen Strecken in Dschungel- und Wüstenumgebungen aus oder rasen durch Städte und Bergwelten. Der Spieler kann aus 32 modifizierten Raumschiffen auswählen. Die F9000-Serie in Wipeout Fusion bietet über 48 individuelle Möglichkeiten, das Fahrverhalten und Handling der Raumgleiter zu optimieren. Die einzelnen Racing-Tracks sind bis zu dreimal so lang und fordern den Piloten heraus, an Rampen „Vertical Jumps" zu vollführen, gefährliche Kreuzungen und geheime „Short Cuts" zu fliegen.
Neu bei Wipeout Fusion sind die unterschiedlichen Charaktere der Piloten. Wählt der Spieler einen unbeliebten Fahrer, hat man während des Rennens hart zu fighten. Häufiges Abdrängen und Schneiden der Rivalen führt zu Racheaktionen, die sich dann über die gesamte Rennsaison hinziehen. Sehr realistisch gestaltet sind die Kollisionseffekte: Kontakt mit Wänden oder dem gegnerischen Spacecraft zerstört die eigene Flugmaschine und disqualifiziert den Piloten.
Für lang anhaltenden Spielespaß sorgen sechs verschiedene Spielmodi, darunter der überarbeitete Arcade-Modus; und wie immer warten versteckte Strecken darauf, frei gespielt zu werden. Der Soundtrack kommt in bewährter Manier von bekannten Künstlern der elektronischen Musikszene.

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

www.fotolabor.de ● 0228-623177

LG Digitally yours

Wir sind einer der weltweit größten Hersteller von Elektronikgeräten. Ständige Innovationen und ein hoher Qualitätsanspruch haben uns in diese führende Marktposition gebracht. Verstärken Sie unser Team und kommen Sie zu uns als

Mitarbeiter/in

Technischer Support Klimageräte

Sie sind wichtiger Ansprechpartner für unsere Kunden, denen Sie für die Klärung von technischen Fragen telefonisch zur Verfügung stehen. Im Rahmen einer intensiven Betreuung werden Sie Kunden vor Ort besuchen und dabei auch technische Schulungen durchführen. Eine weitere Aufgabe ist die Erstellung technischer Dokumentationen.

Sie sind erfahrener Techniker mit guten Kenntnissen aus dem Bereich Klimatechnik oder Kälteanlagenbau, dem es Spaß macht, Probleme schnell und kompetent zu lösen. Ein flexibler, zuverlässiger Arbeitsstil sowie ausgeprägte Kundenorientierung gehören zu Ihren Stärken. Ideal wäre es, wenn Sie Englischkenntnisse mitbringen würden.

Möchten Sie in einem überaus erfolgreichen, wachstumsstarken Unternehmen mitarbeiten? Suchen Sie Aufgaben, bei denen Sie eigene Ideen einbringen können? Dann haben wir Ihnen attraktive Perspektiven anzubieten. Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen, einschließlich Lebenslauf, Lichtbild und Zeugnissen, senden Sie bitte unter Angabe der Gehaltsvorstellung an unsere Personalabteilung.

LG Electronics Deutschland GmbH, z. H. Frau Gisela Niederehe
Jakob-Kaiser-Straße 12, 47877 Willich, Tel. 02154/492-185, http://www.lge.de

Um unseren Vertrieb weiter auszubauen und neue Kunden zu gewinnen, suchen wir für das Postleitzahlengebiet 7, 8 und 9 einen

Vertriebsleiter Süd m/w

für Klimageräte

Sie werden Ihr Vertriebsgebiet selbständig betreuen und dabei unsere bestehenden Kunden kompetent beraten. Darüber hinaus erwarten wir wichtige Impulse im weiteren Ausbau unseres Verkaufsgebietes sowie in der Akquisition neuer Partnerfirmen.

Sie haben umfangreiche Vertriebserfahrung, idealerweise im Bereich der Klimageräte, gesammelt und sind in der Lage, in einem indirekten Vertrieb erfolgreich zu verkaufen. Als überzeugender Vertriebsprofi verfügen Sie über hervorragende Marktkontakte sowie gute Kenntnisse Ihrer Region. Sicheres Auftreten, Verhandlungsgeschick und einen innovativen, durchsetzungsstarken Arbeitsstil bringen Sie für diese interessante Position mit.

Reizt Sie eine Aufgabe mit überdurchschnittlichen Freiräumen, in der Sie mit uns gemeinsam erfolgreich sein können? Dann senden Sie bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung an unsere Personalabteilung.

LG Electronics Deutschland GmbH, z. H. Herrn Christoph Zimmermanns
Jakob-Kaiser-Straße 12, 47877 Willich, Tel. 02154/492-183, http://www.lge.de

LG Electronics – we put people first!

Wir verstärken unser Team:

Großflächiger Fachmarkt für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener Großraumwerkstatt sucht zur Teamverstärkung für sofort oder später:

Mitarbeiter(in) für den Kassen- und Infothekenbereich

Wir erwarten: • selbständiges Arbeiten • Organisationstalent, um unseren Kassen- und im Wechsel unseren Infothekenbereich zu organisieren und eigenverantwortlich zu führen • Professionelle Handhabung beim Zahlungsverkehr • Sicherheit im Umgang mit Kunden • eigenverantwortliches Arbeiten • Teamgeist • Bereitschaft f. eine 5-T.-Woche (40,5 Std.) auch samstags • Einsatzbereitschaft • Belastbarkeit, um auch in turbulenten Zeiten nie die Übersicht zu verlieren

Jungen Car-Hifi Einbauer / Verkäufer

für Car-Hifi, Navigationssysteme u. Freisprecheinrichtungen
Wir erwarten: • solide Fachkenntnisse u. eine schnelle Auffassungsgabe • eigenverantwortliches Arbeiten • Teamgeist • Grundkenntnisse im Bereich der Kfz-Elektrik • Führerschein Klasse III

Jungen Mitarbeiter im Lager

für die Warenannahme u. -ausgabe sowie für die Auslieferung
Wir erwarten: • eigenverantwortliches Arbeiten und Organisationstalent • Führerschein Klasse III • Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit, um auch in turbulenten Zeiten nie die Übersicht zu verlieren • Teamgeist • Alter zwischen 20 und 35 Jahre

Wir bieten: • leistungsbezogene, übertarifliche Bezahlung • besondere Sozialleistungen • ständige Schulungen • gutes Betriebsklima in einem jungen dynamischen Team

Richten Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen an Herrn Dirk Wittmer

Johann + Wittmer
— worldwide electronic shopping —

Kaiserswerther Str. 95 • 40880 Ratingen
www.johann-wittmer.de

Kleinanzeigen in PoS-MAIL erreichen Ihre Zielgruppe!

Auftrag PoS-MAIL

☐ **Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in**

PoS-MAIL

○ 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 €*

☐ unter Chiffre (Gebühr: 10,– DM / 5,11 €*)

☐ Stellengesuch zum ermäßigten Preis
(50% auf die oben angebenen 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 10/2001

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtigen Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem 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 Stellenanzeigenteil 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.

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

LG Digitally yours

Die LG Electronics Deutschland GmbH ist die Tochtergesellschaft eines weltweit operierenden internationalen Konzerns. Unsere koreanische Muttergesellschaft ist einer der größten Hersteller von Elektronikgeräten. Ständige Innovationen und ein hoher Qualitätsanspruch haben uns in diese führende Marktposition gebracht. Um auch in Zukunft der digitalen Herausforderung gerecht zu werden, müssen wir unser Team in Willich verstärken. Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

Systems Engineer Netzwerktechnik

Ihre Aufgabe:
Als „Systems Engineer" für Netzwerkprodukte haben Sie hauptsächlich folgende Aufgaben:
Technischer Support für die Netzwerk- und Kommunikationsprodukte (Router, Switch, Hub, Adapter, ADSL Solutions, Cable Modem, Wireless Solutions) sowohl telefonisch als auch vor Ort beim Kunden, Kundenbesuche zusammen mit dem Vertrieb bei Projekten (Pre-Sales-Support), Teilnahme an IT-Messen in Deutschland (CeBIT und Exponet), Korrespondenz mit dem Headquarter in Korea.

Ihre Qualifikation:
Sie haben ein Studium der Informatik oder eine vergleichbare Ausbildung erfolgreich absolviert. Danach haben Sie bereits mehrere Jahre Berufserfahrung im Netzwerk-Bereich (Ethernet Switching Layer 2 und 3) und im Kommunikations-Bereich (ADSL, Routing WAN, Modems) gesammelt. Sie haben gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift.

Unsere Leistungen:
Wir bieten Ihnen die sehr guten Sozialleistungen eines globalen Großunternehmens. Dies beinhaltet neben zahlreichen monetären Sonderleistungen eine flexible Arbeitszeit, ein tolles Betriebsklima und die Möglichkeit, durch Schulungen immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Wir bieten Ihnen Freiräume, sich auch persönlich weiterzuentwickeln.

Interesse?
Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf mit Lichtbild, Zeugniskopien, Gehaltsvorstellung).

Bitte senden Sie diese an unsere Personalabteilung:

LG Electronics Deutschland GmbH
Frau Gisela Niederehe / Herr Christoph Zimmermanns
Jakob-Kaiser-Str. 12 · 47877 Willich · Tel.: 02154 / 492-185 · Fax: 02154 / 492-134

LG Electronics – we put people first!

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

Gestandener Marketing Mann (48)

20 Jahre Erfahrung in der CE Branche bei einem namhaften japanischen Hersteller

Marketing, Produktmanagment und Verkaufsleitung

Bisher Kontakte in D/A/CH/Skandinavien

Örtlich nicht gebunden

Sucht zum 1.1.2002 neue Herausforderung

Chiffre: CAT 4910

Sind Sie immer in der Lage,

den richtigen Mitarbeiter mit der richtigen Aufgabe zu betrauen? Wenn Situation, Aufgabe und der Mitarbeiter zusammenpassen, dann stimmt auch die Motivation der Mitarbeiter.

Ihr Nutzen
Sie werden sicherer in der Führung Ihrer Mitarbeiter und erledigen Ihre Aufgaben trotz Zeitdrucks besser und motivierter.

Zielgruppe
Führungskräfte

Dauer
5 x 1 Tag

Inhalte
Führungsstil und Führungsverhalten
Delegation und Zielvereinbarung
Lob und Anerkennung
Konstruktive Kritik
Die Mitarbeiterbesprechung

Seminargebühr
EURO 2.300,- / DM 4.500,- (+ MwSt.)

Weitere Infos und Anmeldung
NEWAYS INTERNATIONAL
Ringstr. 2 b • 50996 Köln
www.neways-international.com
Tel. 0221 35 79 445 • Fax 0221 35 79 447

Orte/Termine

	Hamburg	Köln	Frankfurt
1. Tag	10.10.01	11.10.01	29.10.01
2. Tag	06.11.01	09.11.01	20.11.01
3. Tag	03.12.01	06.12.01	11.12.01
4. Tag	16.01.02	16.01.02	14.01.02
5. Tag	05.02.02	04.02.02	14.02.02

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, Michael Nothnagel
Georg Reime, Karl Tetzner

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

NO(?)SENSE

Stress Computer

Wie das britische Wissenschaftsmagazin „New Scientist" berichtet, hat ein italienischer Forscher ein Computersystem für den Einsatz in Call Centers entwickelt, das bei Mitarbeitern die Entwicklung von Stress vermeidet. An den zu überwachenden Personen werden verschiedene, mit einem Computer verbundene Sensoren angebracht, welche die Herzfrequenz, den Puls und die elektrische Leitfähigkeit der Haut messen und diese Daten an ein spezielles Programm übermitteln. Die Software vergleicht die Meßwerte mit gespeicherten Referenz-Profilen. Sobald das Überwachungssystem einen erhöhten Stress-Pegel errechnet, reduziert es die Anzahl der pro Zeiteinheit an den Mitarbeiter weitergeleiteten E-Mails und Kundentelefonate. Diese Steuerung soll nicht den Call Center-Mitarbeiter schützen, sondern erreichen, daß die beim Call Center anrufenden Kunden immer einen freundlichen und ausgeglichenen Gesprächspartner auf der anderen Seite der Leitung antreffen. Fabrizio Davide, ein Wissenschaftler der Telecom Italia, stellte das neue System kürzlich auf der Fachtagung „Sensors and their Applikations" vor. Hotlinegeschädigte Kritiker bezweifeln jedoch die Alltagstauglichkeit. Die Stressbelastung der Call Center-Angestellten steht in enger Wechselwirkung mit der Gereiztheit der Anrufer, die in der Regel längere Zeit in der Warteschleife verbringen müssen. Durch die zwecks Stressvermeidung geringere Anzahl durchgestellter Anrufe würden die Wartezeiten ansteigen, der Stress der Anrufer und Call Center-Mitarbeiter eskalieren und damit die Hotline zum Erliegen kommen.

Deutsche Telekom

TeleKiosk.
Alles in einem. Für alle. Mit Ihnen.

„Vor dem Abflug habe ich online noch schnell ein Hotelzimmer mit Frühstück gebucht."

Ihr Online-Banner auf der öffentlichen Surf & Phone Station

Von unterwegs ins Internet, E-Mails verschicken und empfangen, Telefonieren und die Fax-Funktion nutzen – der TeleKiosk bietet auch Ihrer Zielgruppe ein mehr als attraktives Leistungsspektrum. Profitieren Sie davon: Mit einem Werbe-Banner am TeleKiosk sind Ihre Kunden und Interessenten mit einem Klick bei Ihrem Angebot.
Wenn Sie weitere Informationen möchten, rufen Sie uns einfach an: **0 61 51/83 18 390**