

INHALT

ASP-Forum auf der Systems beantwortet Fragen zum Thema „Rent-a-Software“	...S. 8
Motorola entwickelt Produkte und Events für junge Kunden	...S. 10
Samsung focussiert weiterhin hochwertige Tk-Produkte	...S. 13
Siemens will stärker mit dem Fachhandel zusammenarbeiten	...S. 14
Ericsson Consulting entwickelt neue Geschäftsmodelle	...S. 15
Philips' Spezialität sind Geräte mit Zusatznutzen	...S. 16
photokina 2000 zeigte die Zukunft der Bildtechnologie	...S. 18
Loewe Aconda auf Wunsch mit Digital-TV Internet	...S. 19
Aiwa zeigte Neuheiten auf Hotel Show	...S. 21
Begegnung mit Thomson Multimedia der 3. Art	...S. 23
Neues für MP3	...S. 24
Internationale Messe für Home Cinema in Köln	...S. 25
18 Zoll TFT/LCD-Klasse stark im Kommen	...S. 26
Canton – Design und Klangerlebnis	...S. 27
Kurskorrekturen beim Online-Shopping	...S. 28
LG nimmt ein „nützliches Duo“ mit Videorekorder und TV-Gerät ins Programm	...S. 29
LG bringt ein neues LCD-TV-Gerät auf den Markt	...S. 29
Aktuelle Camcorder im Miniformat: klein, handlich und fototauglich	...S. 30
Electronic Partner stellte den EP:Netshop vor	...S. 32
Games	...S. 34
No(?)sense	...S. 39
Telekom-Neuheiten	...S. 9
Neuheiten	...S. 22
Aktuelles	...S. 6, 8, 12, 20

Unterhaltungselektronik und Computertechnik:



Die neue Welt der DVD

Innerhalb eines Jahres ist DVD von einer Nebenrolle auf der Bühne der Unterhaltungselektronik zum dominierenden Superstar aufgestiegen. Mit einer noch nie beobachteten Wachstumsgeschwindigkeit hat sich die „Digital Versatile Disk“ (DVD) zur treibenden Kraft des gesamten Multimedia-Sektors entwickelt. Parallel dazu beschleunigt DVD gleich einem Katalysator den

Vorgang der Annäherung von Computertechnik und Unterhaltungselektronik. Kein Zweifel: Der Renner des kommenden Weihnachtsgeschäftes heißt DVD. PoS-MAIL faßt die derzeitige Situation auf dem Markt und die wichtigsten Zukunftsperspektiven zusammen. Die rasante Entwicklung auf dem DVD-Markt wird durch aktuelle Zahlen unterstrichen:

- Bis zum Ende des laufenden Jahres werden mit 474 Mio. Stück weltweit mehr als doppelt so viele Film- und Video-DVD's produziert als 1999 mit einer Stückzahl von 194 Mio.
 - Ende September wurde der zehnmillionste DVD Home-Player auf dem US-Markt ausgeliefert. Bis Ende 2000 wird dort die Haushaltspenetrationsrate 12 Prozent betragen; damit ist die Schwelle zum Massenmarkt überschritten. Der Umsatz für Kauf und Verleih von DVD-Filmen und -Videos wird in den USA von 1,7 Mrd. \$ in 1999 auf 4,7 Mrd. \$ bis Ende 2000 ansteigen.
 - Im laufenden Jahr werden weltweit 46 Mio. DVD-Heimgeräte abgesetzt werden, davon 21 Millionen in den USA und 17 Millionen Stück in Europa, was einer Verdreifachung des Umsatzes gegenüber dem Vorjahr entspricht.
 - Zählt man die in Computern installierten DVD-Laufwerke mit, werden Ende 2000 bereits 25 Prozent der US-Haushalte und 14 Prozent der europäischen Haushalte über mindestens einen DVD-Player verfügen.
 - Im August dieses Jahres war die Stückzahl der in Japan verkauften bespielten DVD's mit 2,9 Millionen zum ersten Mal höher als die Anzahl der 2,6 Millionen bespielten VHS-Cassetten.
 - Bis spätestens Ende 2003 sollen, einem wissenschaftlichen Report zufolge, 30 Prozent aller europäischen Haushalte über DVD-Abspielgeräte verfügen. Damit würde innerhalb von nur zwei Jahren eine Marktdurchdringung erreicht, für die die VHS-Cassette den Zeitraum von zehn Jahren benötigt hat, obwohl man mit VHS, im Gegensatz zur DVD, auch aufnehmen kann.
- DVD ist unzweifelhaft eine Schlüsseltechnologie, die die Voraussetzungen für eine Vielzahl neuer Produkte und eine progressive Geschäftsentwicklung mitbringt und damit für ganze Branchen eine längere Periode positiver und kontinuierlicher Absatzentwicklung einläutet.

Bei DVD ist einfach alles anders

Tatsächlich unterscheiden sich DVD und VHS auch wesentlich im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Bedeutung und Auswirkung auf Herstellerfirmen, Handel und Markt. Als Ende der Siebziger die ersten Videorecorder in die Hände der Kunden gelangten, änderte sich weder an der Bildwiedergabe, noch beim Ton irgendetwas zum Besseren. ▶

ASP als Schwerpunktthema auf der Systems

Die Systems 2000 in München macht das Thema Application Service Providing erstmals mit einem ASP-Forum zu einem Angebots-Schwerpunkt ... S. 8



Sichere Margen bei Samsung Telecom

Trotz des erfolgreichen Pre-Paid-Geschäftes will Samsung Telecom auch zukünftig hochwertige Tk-Produkte focussieren, die dem Handel Marge sichern ... S. 13



18"-TFT/LCD-Klasse stark im Kommen

Innerhalb weniger Monate hat sich mit den 18-Zollern eine vollkommen neue Monitor-Klasse im Markt der TFT-LCD-Flachbildschirme etabliert ... S. 26



Aktuelle Camcorder im Miniformat

Dank innovativer digitaler Verfahren haben sich die Einsatzmöglichkeiten von Camcordern im Miniformat in jüngster Zeit bemerkenswert ausgeweitet ... S. 30



Man konnte sich nun das kleinformatige flimmernde Fernsehbild und den schmalbandigen Einkanalton auch außerhalb der festgeschriebenen Programmzeiten anschauen und sich Videofilme ausleihen, die nicht im Fernsehen liefen. Das war zwar ein Fortschritt, hatte aber bis zum Auftauchen der ersten VCR-Kameras keine über

das Marktsegment der Videorecorder und Videotheken hinausreichenden Auswirkungen. Verglichen damit, ist DVD geradezu als Revolution anzusehen.

Zeitenwende

DVD verfügt über eine Bildqualität und Seitenformate, denen die beim Kunden vorhandenen Fernsehgerä-

te meist nicht gerecht werden. Das führt zu Anschlußkäufen bei hochwertigen Großformat-TV-Geräten, Rückprojektions-TV's, Farbprojektoren und Plasma-Bildschirmen. Die zeitgleich einsetzende Umstellung von analogem Fernsehen auf das qualitativ bessere Digital-TV erhöht als weiteres Argument die Bereitschaft, in einen guten Bild-

begonnen. Dazu gehört Warner Music, die ab dem 7. November in den USA sieben DVD-Audio-Titel aus den Kategorien Pop, Klassik und Jazz vorstellen wird. Danach will man das Angebot jeden Monat um neue Titel erweitern. Wie Warner Music mitteilte, werden alle DVD-Audio Scheiben auch in PCM Surround, PCM Stereo und in Dolby

Oktober den Verkaufsstart aller Beethoven Symphonien an, gespielt von den Berliner Philharmonikern unter Claudio Abbado, auf 5 DVD-A (DVD-Audio), sowie Carl Orff's Carmina Burana, Vivaldi's Vier Jahreszeiten und Tartini's Teufelstriller-Sonate mit Anne-Sophie Mutter, alle in 24 Bit/96 kHz Dolby Surround und in 24 Bit/48 kHz Stereo.

Hoffnung auf ein dickes Plus

Der High-Tech-Fachhandel steht vor einem guten Weihnachtsgeschäft. Auch wenn man mit Prognosen vorsichtig sein sollte, ist diese Vorhersage nicht gewagt. Rechtzeitig zur verkaufstärksten Saison des Jahres sind die lange diskutierten Innovationen da. DVD, das Thema unserer Titelgeschichte, wird dabei mit Sicherheit vom Hoffnungs- zum Wachstumsträger. Die gute Nachricht ist, daß sich dies nicht nur auf den Verkauf von Abspielgeräten bezieht. Die neue Plattform in der Welt der Consumer Electronics sorgt vielmehr auch für neue Dynamik in anderen Bereichen. Zum Teil läßt sich dies schon durch Zahlen belegen.



Rund 2 Milliarden DM, so schätzt die GfK, wird der High-Tech-Fachhandel im Jahr 2000 mit Home Cinema Produkten umsetzen. Die dynamische Entwicklung dieses Marktes ist ja bekanntlich auch Grund für die KölnMesse, im Februar eine neue Veranstaltung ins Leben zu rufen, die allein diesem Thema gewidmet ist. Die erfreuliche Entwicklung bei Home Cinema wäre nicht möglich, wenn die digitale Revolution mit DVD nicht endlich für ein Medium gesorgt hätte, das die Leistungsfähigkeit der großen Plasma-Bildschirme, Rückprojektionsgeräte und 16:9 Fernseher durch entsprechende Input-Qualität sichtbar werden läßt. Audio-Technologien wie Dolby Surround sorgen zudem dafür, daß die visuelle Begeisterung auch von einem entsprechenden Hörerlebnis begleitet wird.

Wenn man zudem noch an die bahnbrechenden Neuheiten bei digitalen Camcordern oder Digitalkameras denkt, kann man nur hoffen, daß die steigenden Energiepreise und die zum Teil hysterische Diskussion über die Ökosteuer nicht allzu abschreckend auf das Konsumklima wirken.

Der Fachhandel steht vor der Herausforderung, die neuen Unterhaltungswelten, die DVD ermöglicht, den Kunden lebensnah zu vermitteln. Das wird durch die Tatsache, daß die neue Plattform auch in der Computertechnik neue Möglichkeiten eröffnet, durchaus nicht einfacher. Darum darf an der Ausbildung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Verkauf keinesfalls gespart werden. Erfolgreiche Unternehmer wissen, daß vor dem Umsatz immer die Investition steht.

Wenn die Zeichen nicht trügen, steht jedenfalls fest, daß wir nicht erst auf UMTS warten müssen, um einen Wachstumsschub für Consumer Electronics zu erleben. Vielleicht sorgt der jetzt zu erwartende Boom sogar für zusätzlichen Schwung, um später in den Breitbandnetzen der neuen Mobilfunkwelten richtig abzuheben. Darum sollten wir zuerst einmal das verkaufen, was wirklich da ist. Es ist mehr als genug.

Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft.

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Logenplatz – JVC TH-A10 Digital Theater System

Das Konzept ist zielstrebig und schlüssig. Man kombiniert aus allen erforderlichen Grundkomponenten ein gut aufeinander abgestimmtes Heimkino-System und bietet dieses Paket zu einem Preis an, den eine möglichst breite Einkommensklasse noch als Einstiegspreis empfinden kann. Das passende Bildausgabegerät klammert man dabei erst mal aus, denn die Verfügbarkeit eines bereits vorhandenen Fernsehers darf vorausgesetzt werden. Sobald die Anlage beim Kunden steht, übernimmt sie die Aufgabe der eindrucksvollen Präsentation aktueller Home-Entertainment Technologien. Erfährt, ersieht und erhört der Kunde in seinen eigenen vier Wänden den sensationellen Qualitätssprung bei der Reproduktion von Bild und Ton mittels DVD und Digital Dolby-Mehrkanal-Ton, wächst die Bereitschaft zur Anschaffung eines adäquaten großformatigen TV-Geräts proportional zum Umfang seines Film- und Video-Archivs. Dabei ist die Wahrscheinlichkeit groß, daß er sich beim Anschlußkauf für den gleichen Hersteller entscheiden wird.

Sowohl qualitativ wie von der Preisgestaltung her hat sich JVC mit dem TH-A10R „DVD Digital Theater System“ die optimale Ausgangsposition für das eingangs beschriebene Szenario verschafft. Die Zentraleinheit der Anlage verfügt über einen Player für DVD-Scheiben, VCD und CD-Audio mit nachgeschaltetem 10 Bit/27 MHz Video-D/A-Wandler und einem Audio-D/A-Wandler für 14 Bit/96 kHz DVD-Audio. Die TH-A10 ist auf der Eingangsseite für nahezu alles bereit, was ihr Benutzer irgendwann anschließen könnte. Ein leistungsfähiger RDS-Tuner ergänzt die Auswahl der verfügbaren Programmquellen. Die Eingangs-Audiodaten werden in einem integrierten 5.1 Dolby Digital / DTS Dolby Surround Decoder zu Steuersignalen für den ro-



busten 200 Watt Sechskanal-Verstärker entschlüsselt, und der von JVC entwickelte Digital Acoustic Prozessor (DAP) erstellt daraus fünf anwählbare unterschiedliche räumliche Klangbilder. Vier zierlich und elegant gestaltete Satelliten-Lautsprecher fächern den Sound zur musikalischen Räumlichkeit auf, während ein mittig platzierter Center-Speaker die Richtungsinformation abstrahlt. Das je nach Programm dynamisch dramatische Klanggeschehen kann auf ein kraftvoll voluminöses Bassfundament aufsetzen, das durch den 25 cm großen Konuslautsprecher des aktiven Subwoofers erzeugt wird. Eine aktive Phasengang-Anpassung optimiert die Abstrahlung in jeweiliger Abhängigkeit zur räumlichen Entfernung des Hörers.

Zwei Fernbedienungen, eine beleuchtete Multi-Brand Vollfunktionsbedienung und eine kleinere vereinfachte Fernbedienung gehören zur Anlage. Mit der Einschaltung des Zentralgeräts werden gleichzeitig alle Komponenten betriebsbereit geschaltet. Zur gesamten Bedienung läßt sich nur eines sagen: Sie ist denkbar leicht und unkompliziert. „The keyword is ease!“, sagte ein amerikanischer Tester der Anlage. Leicht ist in Anbetracht der gebotenen Leistungen auch der UVP von 2.999,- DM zu tragen. Verfügbar ist das Heimkino-System TH-A10R von JVC ab sofort. *evo*

schirm zu investieren. DVD-Film und DVD-Audio bewirken einen gewaltigen Quantensprung bei der erreichbaren Tonqualität und der Reproduktion des ursprünglichen räumlichen Klanggeschehens. Daraus resultieren Anschlußkäufe bei Mehrkanalverstärkern, Satelliten-Lautsprecherboxen und Subwoofern. Außerdem haben die hohe Speicherdichte und geringe Größe von DVD-Medien die Konstruktion kleiner, flacher, 600 Gramm leichter, portabler DVD-Player mit LC-Display möglich gemacht. Hier entsteht ein völlig neues Marktsegment sowohl im geschäftlichen wie auch im privaten Sektor.

DVD Audio-CD

Nachdem sich die Markteinführung von DVD-Audio infolge urheberrechtlich relevanter Gründe um nahezu ein Jahr verzögerte, ist nun auch der Vertrieb von DVD-Audio Geräten angelaufen. Die großen Musiklabels haben bereits den Verkaufsstart von DVD-Audio Tonträgern angekündigt oder schon damit

Digital Surround abspielbar sein und können deshalb in jedem DVD-Player eingesetzt werden, ganz gleich ob es ein DVD-Audio-, DVD-Audio/Video-Kombi oder reiner Video-Player ist. Das ist ein geschickter Schachzug, der vermutlich auch von anderen Music Companies übernommen werden dürfte. Der Dirigent Daniel Barenboin, mit dem DVD-Audio Einspielungen aller Beethoven Symphonien geplant sind, äußerte sich zu PCM-Surround wie folgt: „Es klingt so, als gäbe es überhaupt keine Mikrophone und keine Lautsprecher. Es ist einfach so, als befände man sich in dem Saal, in dem die Musik gespielt wird.“ Die hohe Einschätzung der Tonqualität von DVD-Audio durch einen anerkannten Experten wird zwar nicht das sofortige Ende des bisherigen Musik-CD Marktes zur Folge haben, aber mit Sicherheit dazu führen, daß sich glückliche Besitzer einer DVD-Audio Mehrkanal-Anlage ihre Lieblingstitel ein weiteres Mal zulegen werden. Die Deutsche Grammophon Gesellschaft kündigt für Ende

Permanent im Autokino

Mit dem Verkaufsstart der DVD-Car-Audio/Video Kombination CQ-DVR909 im September hat Panasonic die Entwicklungsrichtung von DVD-Audio/Video im Segment Car-Stereo aufgezeigt (PoS-MAIL berichtete in Heft 10/2000, S. 22). Damit dürfte der Begriff „Car-Stereo“ in nicht zu ferner Zukunft erweitert werden, denn besonders im Auto mit seinen räumlich-akustisch symmetrischen Eigenschaften gerät die Errichtung eines virtuellen Konzertsaals mittels DVD-Audio und Dolby Digital zu einer besonders beeindruckenden Demonstration der erzielbaren Klangqualität. Hat der Besitzer gleichzeitig eines der vom gleichen Hersteller optional angebotenen TFT/LCD-Displays im Fahrzeug installiert, könnten sich die Fälle häufen, bei denen der Abonnements-Sitzplatz im Theater auf die Rückbank einer Luxuslimousine verlegt wird.



DVD Car Navigation

Die Gleichung ist einfach: **Speicherplatz = Detailinformation**. Und besonders hier hat die „Digital Versatile Disk“ (versatile = vielseitig) der bisher eingesetzten CD-ROM einiges voraus. Deshalb könnte es bei der Car-Navigation zu einem Generationenwechsel von CD-ROM zu DVD-ROM kommen. 4,7 GB auf einer einseitig einschichtigen DVD sind bereits siebenmal so viel Speicherplatz wie auf einer CD-ROM. Und die oberste, derzeit erkennbare Grenze der DVD liegt bei 17 GB. Panasonic hat mit dem CN-DV2000 schon ein mit DVD bestücktes Navigationssystem auf dem Markt. Im japanischen Mutterland sind außerdem auch die Modelle DV2001 und DV2500 lieferbar. Langfristig wird die Anwendung Car-Navigation wahrscheinlich mit der wiederbeschreibbaren DVD-RAM gekoppelt werden. Zusätzlich zur hohen Speicherdichte könnte die DVD-RAM über mobile Breitbandnetze in Real Time auf den aktuellen Stand der Verkehrslage gebracht werden.

Computer + Unterhaltungselektronik

Die nahezu abgeschlossene Digitalisierung der Unterhaltungselektronik, die plattformübergreifende Nutzung der gleichen Speichermedien und Dateiformate und die

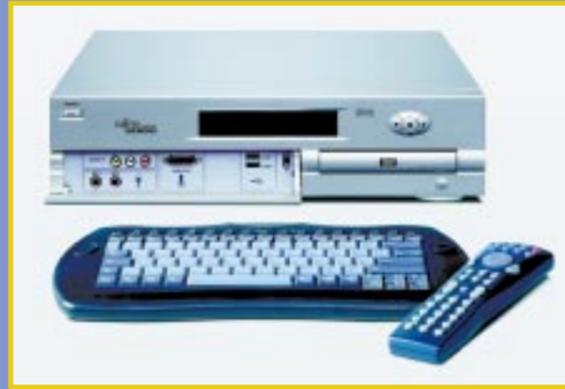
Normierung von gemeinsamen Schnittstellen, wie z. B. „DVI“ (Digital Visual Interface) für Monitore und TV-Geräte lassen die früheren Abgrenzungen zwischen kommerzieller Elektronik und Informationstechnologie gegenüber der Unterhaltungselektronik schwinden. DVD kennt diese Abgrenzungen von Beginn an nicht. Nach einer Studie von Understanding & Solutions sind zur Zeit 32,12 Millionen PC's in Europa in Betrieb, die zu 22 Prozent mit DVD-Laufwerken ausgerüstet sind (das entspricht 6,85 Millionen DVD-Spielern). In den nächsten zwei Jahren soll die Zahl der PC's auf 53 Millionen anwachsen, von denen dann 85 Prozent über ein DVD-Laufwerk verfügen. Das heißt, daß sich die Anzahl der DVD-Player in PC's von Ende 2000 bis Ende 2003 auf 45 Millionen, also um das 6,5-fache erhöhen wird.

Es gehen also ganz wesentliche Impulse für die Verbreitung von DVD von den PC-Benutzern aus. Dem Handel sollte bewußt sein, daß schon bald acht von zehn PC-Benutzern gleichzeitig potentielle Kunden für DVD-Filme, Dolby Digital Mehrkanal-Anlagen und Großformat-TV-Geräte sein werden.

Dem Kunden die Qualitäten von DVD näher bringen

Das Kino und die Filmverleihfirmen haben sich von dem Niedergang durch die Verbreitung des Fernsehens nur deshalb wieder erholen können, weil sie die Kinobesucher in mit modernster Technik ausgerüsteten Filmtheatern mit Großleinwänden und Dolby Surround Mehrkanal-Ton in eine perfekte

Es kann nur einen geben – Fujitsu-Siemens Multitainer



verstärkers, befinden sich sieben verschiedene Einzelgeräte, die zur Ergänzung nur noch ein verfügbares Fernsehgerät als Bildausgabegerät benötigen. Ohne lästige Kabel oder Steckverbindungen und bei äußerst geringem Platzbedarf stellt der Multitainer, je nach Bedarf, eine Kommunikationszentrale, einen Computer oder ein Home-Entertainment-Center dar.

Im Gegensatz zu den bisher vorgestellten Web-Pads und Internet-Boxen setzt der Multitainer mit allen seinen Funktionen auf einem eingebauten vollwertigen Intel Celeron Rechner mit 64 MB SDRAM (PC 100), schneller Festplatte mit UDMA66 IDE-Schnittstelle und Grafikkarte auf. Dies ist ein richtiger und konsequenter Schritt, weil bereits für den uneingeschränkten Zugriff auf Internet-Seiten die Performance und der Massespeicher eines vollwertigen Computers Grundbedingungen sind. Kommandos und Eingaben seines Benutzers empfängt der Multitainer über eine drahtlose Infrarot-Tastatur mit integrierter Mouse-Funktion oder über eine Infrarot-Fernbedienung.

Das Bildsignal des Intertainers stellt die Grafikkarte über SVHS-Video out und 15 Pin VGA-Buchse zur Ansteuerung von Fernsehgeräten oder Datenmonitoren bereit. 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 DVD-Scheiben auch CD-Audio, VCD, CD-R/W und sogar MP3-CD's ab und beherrscht damit alle Aufgaben eines DVD-Homeplayers. 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. Des weiteren läßt sich das Gerät als **Spielekonsole**, **Telefon** oder **Faxgerät** mit **Anrufbeantworter**, ja sogar als **Karaoke-Verstärker** benutzen. Die Verbindung zum Internet wird wahlweise über ein eingebautes 56 kbps V.90 Fax/Voice-Modem oder eine ISDN-Karte hergestellt. Außer dem Zugriff auf Internet-Seiten ermöglicht der Intertainer den Empfang und Versand von E-Mail nach SMTP oder POP. Der eventuelle Anschluß eines Druckers erfolgt über einen parallelen Printerport. Eine On Board 10/100 MB Fast Ethernetkarte stellt bei Bedarf die Kommunikation zu einem LAN oder TSL her. Zwei USB-Buchsen, ein Mikrofoneingang und ein Gameport für den Anschluß eines Joysticks oder sonstigen Eingabegeräts finden sich praktischerweise auf der Vorderseite des Geräts. Eine eigene von Fujitsu-Siemens entwickelte grafische Benutzersoftware soll die Nutzung des Intertainers zu einem Kinderspiel machen.

Passend zum Ambiente im Wohnungsbereich gibt es den Multitainer wahlweise mit einem schwarzen oder champagnerfarbenen Gehäuse. Der UVP des Multitainers liegt bei 2.500,- DM. Das Gerät soll schon ab Oktober verfügbar sein. PoS-MAIL wird den Multitainer ausführlich testen und in einer der nächsten Ausgaben über die mit dem Gerät gemachten Erfahrungen berichten, so wie auch über die gerade vor der Markteinführung stehende Fujitsu-Siemens Settop-Box „ACTIVI“ mit FreeTV und Internet-Zugang. *evo*

Super-DVD bereits in Sicht?

Am 5. Oktober führte die in New York, USA, ansässige Firma Constellation 3D Inc. der Presse einen Laufwerk-Prototyp vor, der mit einer von diesem Unternehmen entwickelten Fluorescent Multilayer Disc (FMD) 140 Gigabyte und damit die achtfache Speicherkapazität einer DVD erreicht. Auf einer derartigen Scheibe könnten bis zu 20 Stunden Fernsehprogramm nach HDTV-Standard gespeichert werden. Die transparente Disc mit den Abmessungen einer CD besteht aus zehn transparenten Speicherschichten, von denen jeweils eine zum Leuchten angeregt und dadurch aktiviert wird. Aus bis zu 100 dieser optischen Schichten kann eine FMD bestehen und damit sensationelle 1,4 Terrabyte an Daten speichern. Erste Laufwerke mit FMD sollen bis zum Jahr 2003 auf den Markt kommen. Geplant sind unter anderem auch 30 mm kleine Fluorescent Multilayer Discs mit zehn Schichten für Notebooks und Laptops, die dann vier Gigabyte Daten fassen sollen, sogenannte FMD Microm WORM. Das technische Prinzip von FMD stützt sich auf das in Untersuchungen von Philips und IBM beschriebene Prinzip der „Multi Layer Reflective Optical Disc“, das auch der Entwicklung von DVD zugrunde liegt. Während C3D Inc. Vicepräsident Patrick Maloney auf einer Pressekonferenz in London schon das „nahe Ende der DVD“ ankündigte, sieht Marketingchef John Ellis in Übereinstimmung mit ersten Kommentaren von Experten die neue Technologie von FMD realistisch eher als eine Ergänzung und Erweiterung von DVD. So könnten zukünftige FMD-Laufwerke problemlos so konstruiert sein, daß sie abwärtskompatibel zu DVD sind. *evo*



Illusion entführten, die das „Pantoffelkino“ nicht bieten konnte. Mit DVD holt die Fernsehetechnik auf, denn moderne Home-Cinema-Systeme verfügen über die gleichen Technologien und Eigenschaften wie professionelle Kino-Theater. Deshalb sollte DVD dem interessierten Kunden immer mit Bild und Ton und in natürlich angepaßter Lautstärke nahegebracht werden, eventuell auf dem Weg einer Leih- oder Vorführanlage in der Wohnung des Kunden. Die Rückkehr zum herkömmlichen Fernseher wird der eine oder andere danach nicht mehr hinnehmen wollen und statt dessen den Umstieg auf DVD erwägen.

Gleiche Scheibe – verschiedene Anwendungen

1982 stellten Philips und Sony der staunenden Welt den ersten CD-Audio-Player vor. Niemand dachte

damals an eine andere Verwendung der Compact Disc, vielleicht mit Ausnahme einiger Experten. So, wie sich die Compact Disc in den vergangenen Jahren unzählige Anwendungsgebiete erobert hat, wird auch die DVD als preiswertes Wechselspeichermedium hoher Speicherkapazität in alle Bereiche unseres Lebens und unserer Arbeitswelt Einzug halten. Und eines Tages wird sie die CD verdrängt haben, so wie es bei der Schellackplatte und der Vinyl-LP passierte.



C. Laufshöft und R. Fritsch von Hitachi mit dem ersten DVD Camcorder, der voraussichtlich ab Anfang 2001 in Deutschland lieferbar sein wird.



Der SD-900E kann außer DVD-Audio und DVD-Video auch CD-R, CD-RW, Video und Audio-CD's abspielen.

Das Kürzel „DVD“ steht dieses Jahr in irgendeiner Form auf vielen Weihnachtswunschzetteln. Toshiba hat dieser Entwicklung Rechnung getragen und präsentiert dem Markt rechtzeitig zum Saisonbeginn zwei neue DVD Audio/Video-Player, die über alle neuen Technologien für „Grand Cinema Home Theatre“ verfügen.



Das Schwestergerät des SD-900E, der SD-500E, hat weitgehend die gleiche Ausstattung und ist als Twin Tray Doppelaufwerk ausgelegt.

Digital Entertainment mit Toshiba

Für eine adäquate Wiedergabe der optimal aufbereiteten Ton- und Bildsignale an den Ausgangsbuchsen steht das komplette Lineup der ToshiVision, Großbild-TV-Geräte mit Bilddiagonalen von 102 cm bis 142 cm, bereit. Die drei Spitzenmodelle sind mit der neuen „Digital 100 Hz DFS Technologie“ ausgerüstet (Dynamic Frame Scan), die gestochen scharfe, flimmerfreie Bilder garantiert.

Das neue Spitzenmodell der Toshiba DVD Audio/Video-Player, der SD-900E, ist nach Toshibas Aussage der „Königsklasse“ zuzuordnen. Das Gerät kann außer DVD-Audio und DVD-Video auch CD-R, CD-RW, Video und Audio-CD's abspielen. Der SD-900E beherrscht HDCD und HQ-Picture mit 540 Linien und gibt die Signale wahlweise in PAL und NTSC aus. Die Option „Progressive Out“ sorgt auch bei der Ansteuerung von TV-Geräten und Projektoren ohne 100 Hz Technik oder entsprechende Bildaufbereitung für Flimmerfreiheit. Der Bildscharfgrad läßt sich mit 2-, 8- oder 30-facher Geschwindigkeit ausführen. Die Ausgangssignale stehen in Multinorm zur Verfügung: Scart, S-VHS, Component Video Out (YUV) und für Audio als Digital Cinch, optisch, Analog Cinch 5.1 und Analog Cinch (L/R). Vollkommen wird die perfekte Kino-Illusion durch Klang-Reproduktion mittels Dolby-Digital/AC3-Decoder im Mehrkanal-„Digital Theatre Sound“ (DTS). Für Kopfhörer- oder Zweikanal-Wiedergabe steht ein D-Raumklang-

Simulator bereit. Das Schwestergerät, der SD-500E, hat weitgehend die gleiche Ausstattung und ist als Twin Tray Doppelaufwerk ausgelegt. Über Progressive Scan verfügt der SD-500E nicht, doch diese, der flimmerfreien Darstellung dienende Signalaufbereitung ist nur dann von Vorteil, wenn für die Bildwiedergabe ein 50 Hz oder 60 Hz TV-Gerät ohne eigene 100 Hz Technik benutzt wird. Für den seit Oktober verfügbaren SD 500E wird ein UVP von 1.499,- DM angegeben. Die Markteinführung und der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis für das Spitzenmodell DS 900E standen bei Redaktionsschluß noch nicht fest.

Wer mit vollem Genuß die hohe Qualität der DVD-Filme und DVD-Audioaufnahmen mit einem Dynamik-Umfang vom 144 db und 40 KHz Bandbreite ausschöpfen möchte, ist mit einem der ToshiVision-, Grossbild-TV-Modelle gut beraten. Die diversen Ausstattungsmerkmale und Eigenschaften sind nicht nur beim Spitzenmodell der Baureihe, dem „Hollywood 56 WH 08 G“ mit 142 cm Bilddiagonale, zu finden: 16:9 Format, Digital 100 Hz Dynamic Frame Scan, New Black Stripe Screen-Antireflex, digitale Konvergenzanpassung, Premium Scan Control, Megatext mit 500 Seiten Speicher, Text/Dualscreen, abschaltbare Lichtenpassung etc., um nur die am stärksten herausragenden Features aufzuzählen. Neben diversen Eingängen gibt es auch einen digitalen Audioeingang (Cinch optisch). 54,1 kg bringt der „Hollywood 56 WH 08 G“ mit den Abmessungen 950 x 1115 x 440 mm (B x H x T) auf die Waage, und sein UVP beträgt 9.999,- DM. Die nächstfolgenden Modelle in der Baureihe sind der 117 cm/16:9 Hollywood 46 WH 08 G mit einer UVP von 7.499,- DM und der kleinere Bruder Hollywood 40 WH 08 G mit 102 cm/19:9 zu einem UVP von 6.499,- DM.

Alle Modelle sind verfügbar. Einzelheiten findet man auf der Website des Herstellers: http://www.toshiba.de/consumer/02produkt/02_ix.htm. evo



Zur Zeit unterscheidet man drei Einsatzzwecke der DVD:

DVD Format	Nutzungsform	Verwendungszweck
DVD-Video	Lesen	qualitativ hochwertige Kinofilme und Videofilme mit Dolby Digital oder digitalem Stereoton komprimiert nach MPEG 2
DVD-Audio	Lesen	qualitativ hochwertige Tonaufnahmen im komprimierten Format nach PCM Surround, PCM Stereo
DVD-ROM	Lesen	Speicherung von Daten, Bildern, Software, Lexica, Informationen, Multi-Media, MP3, Car-Navigation
DVD-RAM	Lesen + schreiben	Speicherung von Daten aller Art, Speicherung von selbst aufgezeichneten Videofilmen und Musikstücken in komprimiertem Format.

Aufbau der DVD

Die DVD, eine in den Abmessungen und im Aufbau der CD entsprechende Scheibe, gehört wie diese zu den sogenannten „Phase Change“ Wechselspeichermedien, bei denen ein scharf gebündelter

Laserstrahl an kleinen einzelnen Punkten (Pits) reflektiert und empfangen wird. Im Zuge der Entwicklung von DVD verkürzte man die Wellenlänge des DVD-Laserstrahls von den bei der CD verwendeten 780 nm auf 650 bzw. 635 nm und konnte so die Größe des Abstands zwischen den Spuren verringern und die Größe der Pits um die Hälfte verkleinern und damit die Spurdichte auf das Doppelte erhöhen. Hierdurch erreichte man mit 4,7 Gigabyte eine siebenmal so hohe Speichergröße wie bei der CD. Mit Hilfe eines sehr effektiven Komprimierungsformats (MPEG 2) läßt sich ein ganzer Spielfilm auf einer Seite einer Einschicht-DVD unterbringen. Die weiteren Speichergrößen ergeben sich aus der Kombination von zwei Speicherschichten auf einer oder auf beiden Seiten.

Kapazität	Schichten pro Seite	ein- oder zweiseitig
4,7 GB	Einschichtig	Einseitig
8,5 GB	Zweischichtig	Einseitig
9,4 GB	Einschichtig	Zweiseitig
17,0 GB	Zweischichtig	Zweiseitig

Platz für hohe Ton- und Bildqualität

Der große bei DVD verfügbare Speicherplatz ermöglicht bei Tonaufzeichnung mit 96 kHz eine mehr als doppelt so hohe Abtast-rate wie bei der Audio-CD mit einer Auflösung von bis zu 24 Bit (CD max 16 Bit). Eine so bespielte DVD-Audio erreicht die Tonqualität der ursprünglichen Studio-Masteraufnahme. Aber auch bei einer Filmaufnahme kann der begleitende Ton in digitalem Mehrkanalton nach Dolby Digital, AC3 oder MPEG 2 aufgezeichnet werden. Die ursprüngliche räumliche Klanginformation der Aufzeichnung wird hierbei mit Hilfe von fünf von

einander unabhängigen Digitalkanälen reproduziert (vorne links, vorne rechts, hinten links, hinten rechts, Mittenlautsprecher, Subwoofersystem) und deshalb als 5.1 Tonspursystem bezeichnet.

Ende offen

Schon jetzt verlockt der mehr als ausreichend zur Verfügung stehende Speicherplatz dazu, neben der eigentlichen Information für den Videofilm oder das Klangerlebnis weitere begleitende Informationen mit auf die DVD zu pressen. Diese „Add ons“ können Texte zur Musik, Informationen über die Künstler, mehrsprachige Übersetzungen der Dialoge, das Drehbuch oder Beschreibungen der Landschaft und der Orte der Handlung sein. In der Zukunft will man den im Gegensatz zur früheren Videokassette in Millisekunden

erfolgenden Wechsel zu anderen Informationsstellen auf der DVD dazu nutzen, um mehrere mögliche Versionen eines Handlungsablaufs durch Aneinanderreihen verschiedener Sequenzen zu realisieren. Dem Betrachter soll auf diese Weise die Möglichkeit geboten werden, aktiv in den Verlauf der Geschichte einzugreifen, indem er in bestimmten Situationen Entscheidungen fällen kann, die dann den weiteren Ablauf verändern. Ideal sind die großvolumigen Datenscheiben auch für Lexica und Nachschlagewerke, wobei die einzelnen Definitionen und Einträge mit umfangreichen multimedialen Inhalten hinterlegt sein können. DVD steht als Medium erst am Anfang seiner Geschichte, und man hat gerade erst damit begonnen, die sich ergebenden Möglichkeiten dieses Mediums auszuloten. evo

Erfolgshungrige Fernsehhändler gucken nicht länger in die Röhre.

Die Zukunft des Fernsehens heißt LCD-TV.

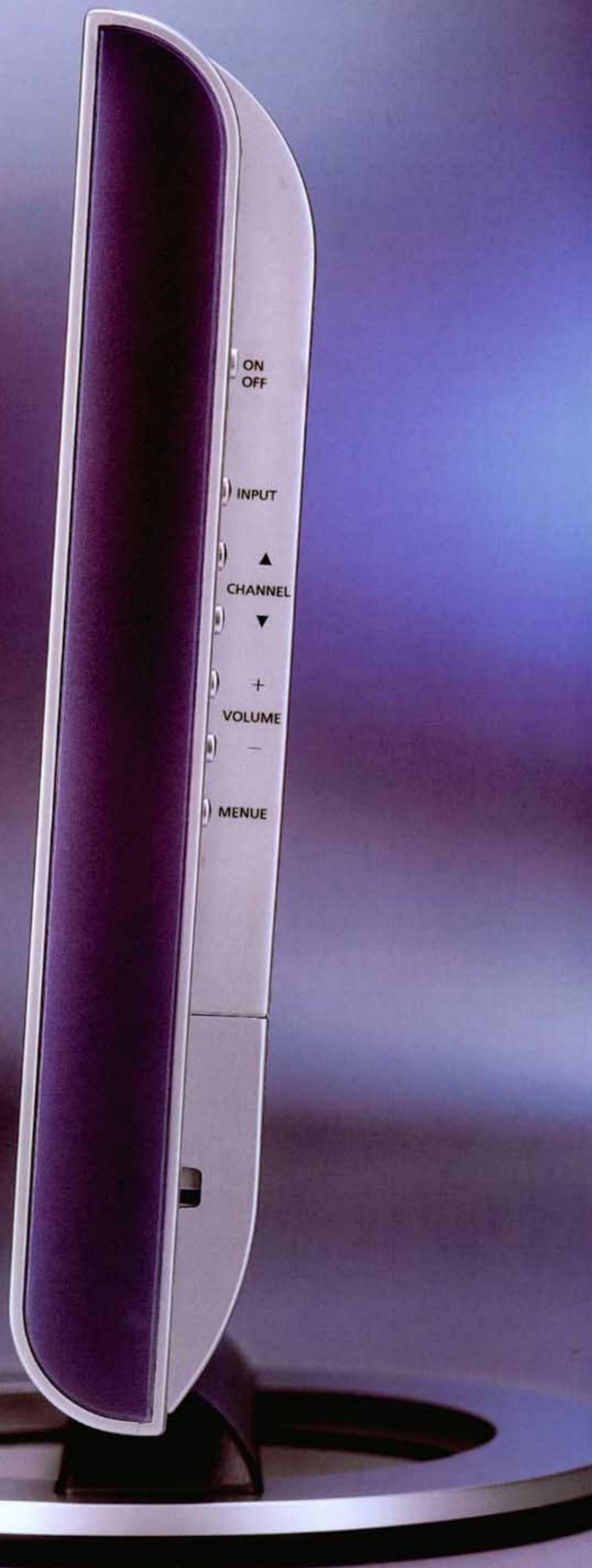
Ein neues Zeitalter bricht im Fernsehhandel an. Der neue 12" LCD Fernseher von SHARP bringt dem Kunden innovative Technologie, kristallklare Bildqualität, mehr Platz, entspannte Augen, Umweltfreundlichkeit und stilvolles Design. Und dem Händler: Den Beginn einer Produktlinie, die mit Größen von 12", 15", 20" und 28" umsatzstarke Zeiten verspricht. Nicht zu vergessen, die offensiven VKF-Aktionen von SHARP zur Markteinführung (wie LCD-Image-Anzeigen, audiovisuelle In-Store-Präsentation, Internet-Auftritt oder PR-Aktivitäten).

www.lcd-tv.de

Bringing LCD to life!



Eine der Aktionen: LCD-Image-Anzeige für **DER SPIEGEL**, **stern**, **FINANZEN**, **KiKa**, u.a.



SHARP

POS Aktuell

Samsung vergrößert Kompetenz der Vertriebsleitungen

Die Samsung Electronics GmbH Deutschland verzichtet auf eine Nachfolge für den Posten des Director Sales- und Marketing Consumer Electronics. Statt dessen trennte das Unternehmen die bislang einheitlich geführten Bereiche Braune und Weiße Ware zum 1. Oktober 2000. Die zuständigen Vertriebsleiter, Lothar Stein (Weiße Ware) und Hans-Barthel Braune (Braune Ware), werden die separaten Bereiche führen.

Acer und Computer 2000 starten Partnerschaft zur Fachhandels-Betreuung

Acer und Computer 2000 haben eine strategische Partnerschaft gegründet. Acer will damit die angekündigte, neue Vertriebsstrategie umsetzen, die unter anderem zur besseren Betreuung des Fachhandels führen soll. Für beide Partner ist die Kooperation von strategischer Bedeutung, da auch in der Kundenbetreuung eine engere Zusammenarbeit angestrebt wird. Zu

diesem Zweck wird bei Computer 2000 ein Acer CompetenceCenter eingerichtet, das durch geschulte und auf Acer spezialisierte Ansprechpartner eine professionelle Unterstützung des Fachhandels sicherstellen soll. Das Center soll somit als zentrale Schnittstelle zu allen Fragen rund um Produkte und Leistungen von Acer fungieren.

Für Acer ist die Partnerschaft mit Computer 2000 ein weiterer wichtiger Schritt in der Neuausrichtung der Distributionskanäle. „Unser Ziel ist es, verstärkt mit führenden Distributoren zu kooperieren, die eine durchgängig hohe Qualität in Service, Logistik und Auftragsabwicklung bieten können“, so Walter Deppeler, Country Manager und Geschäftsführer von Acer Deutschland. „In Computer 2000 haben wir einen solchen Partner gefunden, der uns auch weiterführende Lösungen wie zum Beispiel Pre- und Postsale-Betreuung anbieten kann.“

Computer 2000 zählt zu den führenden IT-Distributoren in Deutschland mit einem Jahresumsatz von 3,15 Mrd. DM. Das Unternehmen beschäftigt derzeit rund 900 Mitarbeiter. „Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Produktlinien wie Acer steigt ste-

tig. Dies ist sicherlich auch auf die verstärkte, sehr erfolgreiche Brandkampagne des Herstellers zurückzuführen“, so Mick Grom, Leiter Produktmanagement PC-Systeme und Mobile Computing bei Computer 2000. „Der Zeitpunkt ist somit ideal, um eine erfolgreiche Zusammenarbeit der beiden Unternehmen einzuleiten. Insbesondere die wettbewerbsfähige und gut positionierte Produktlinie der Acer Notebooks sowie die attraktive Preis/Leistungs politik des Herstellers geben dem Fachhändler eine neue Alternative im heiß umkämpften Mobile- und SMB-Markt.“

expert-Gruppe kommuniziert über neues B2B-Intranet

Die expert-Gruppe hat ein B2B-Intranet (Business-to-Business) mit Frame-Relay-Technik in Betrieb genommen. Damit sollen der Warenfluß und das Bestellwesen zwischen Händlern und Zentrale rationalisiert und vereinfacht werden. Das „eLink“-Kommunikationssystem ermöglicht neben dem Informationsaustausch die gesamte Abwicklung in Form einer Warenkorb-Funktion. Für jede Bestellung wird sofort eine Lieferauskunft erstellt und die Buchung

des Vorgangs im Händler-Warenwirtschaftssystem (WWS) vorgenommen. Dieses Verfahren beschleunigt den Beschaffungsablauf und den Weg der Ware bis zum Kunden deutlich. Um die Rechtsform der dynamisch verlaufenden Geschäftsentwicklung anzupassen, ist die Umwandlung der expert Bild+Ton Handelsgesellschaft + Co. KG in expert AG geplant.

expert-Gruppe meldet auf Jahresversammlung anhaltenden CE-Boom

Die expert-Fachhandelskooperation für Unterhaltungselektronik, Hausgeräte- und Kommunikationstechnik mit Sitz in Langenhagen konnte ihren Umsatz in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres (1.4.2000 bis 31.3.2001) um 11,7 Prozent auf 984 Mio. steigern. Die 347 kooperierten expert-Händler mit 512 Fachgeschäften erhöhten im gleichen Zeitraum ihren Außenumsatz um 10,8 Prozent auf 1,86 Mrd. DM. Der Umsatz der expert-Händler zu Konsumentenpreisen entwickelt sich im laufenden Jahr auf durchschnittlich 10,3 Mio. DM. „Bei steigendem Konkurrenzdruck können sich nur Händler behaupten, die durch ein klares Angebotsprofil

den Anforderungen des Marktes entsprechen“, so Heinz Heer, expert-Geschäftsführer.

Bei CE setzt sich der Boom fort, wie Heer auf der Jahresversammlung der Kooperation berichtete. Allein bei UE wurde ein Zuwachs von acht Prozent erzielt. Fußball-EM und Olympische Spiele führten im Produktbereich Fernseher zu einem Umsatzzuwachs von 13,6 Prozent. Die Nachfrage nach neuen DVD-Playern war ebenfalls sehr hoch. Bereits im ersten Halbjahr 2000 wurden im Gesamtmarkt mit 160.000 Geräten so viele Einheiten verkauft wie im gesamten Vorjahr. expert steigerte im Berichtszeitraum seinen Absatz um 193 Prozent.

Auch bei der Telekommunikation nimmt der Boom kein Ende. Bei Handys sorgten vor allem PrePaid-Pakete für steigende Umsätze. Die expert-Fachhändler verkauften in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 600.000 Handys (Vorjahr 225.000 Stück). Der Sektor Computer-Hardware einschließlich Peripherie entwickelte sich bei expert mit plus 67,2 Prozent auf 96,5 Mio. DM (Vorjahreszeitraum 57,7 Mio. DM) ebenfalls erfreulich. Hier beflügelte der Absatz von Laptops das Geschäft.

Hans Fritz tritt in die Geschäftsleitung der Metz-Werke ein

Ab 1. Oktober 2000 hat Hans Fritz als Mitglied der Geschäftsleitung die Gesamtverantwortung für die Bereiche Marketing, Vertrieb, Werbung/PR und Service der Metz-Werke, Zinndorf, übernommen. Innerhalb dieser Bereiche bleiben die bisherigen Führungsstrukturen sowie die jeweiligen Ansprechpartner unverändert. Fritz, der neu in das Unternehmen eintritt, verfügt über langjährige Erfahrung innerhalb der UE-Branche.

Gerd Schneider jetzt Vertriebsleiter bei Agfa Consumer Imaging

Gerd Schneider (43) hat Anfang September 2000 die Leitung des



Vertriebsbereiches Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft mbH in Köln

übernommen. Schneider ist in dieser Position Nachfolger von Michael Korn, der sich auf die Leitung des Geschäftsbereiches Consumer Imaging der Agfa Europa konzentrieren wird. Gerd Schneider zeichnete zuvor für den Geschäftsbereich Consumer Imaging bei Agfa in Kanada verantwortlich. Nach seinem Studium der Betriebswirtschaft begann er seine berufliche Laufbahn 1986 im Geschäftsbereich Foto in Leverkusen. Von 1988 bis 1990 war er Leiter Marketing Film in Japan und von 1993 bis 1998 Geschäftsbereichsleiter Foto bei Agfa in Korea.

Helmut Ibsch neuer Finanzvorstand bei Akcent Computerpartner

Helmut Ibsch ist mit Wirkung zum 1. Oktober als Vorstand der Finanzen in die Akcent Computerpartner



Deutschland AG berufen worden. Mit der Berufung legte Ibsch sein Amt als Aufsichtsratsmitglied des Unternehmens nieder. Er gehörte diesem Gremium seit 1998 an. Ibsch wurde 1961 in Celle geboren. Er absolvierte von

1977 bis 1980 eine Ausbildung zum Sparkassenkaufmann, der er diverse Fachlehrgänge an der Sparkassenakademie in Hannover sowie die Ausbildung zum Sparkassenbetriebswirt der Deutschen Sparkassenakademie in Bonn folgen ließ. Von 1990 bis 1994 war er Leiter der Organisationsabteilung und stellvertretendes Vorstandsmitglied der Sparkasse Celle und seit 1994 Vorstandsmitglied der Kreis Sparkasse Osterholz. Weitere berufliche Tätigkeiten war seit 1996 die Aufsichtsratsmitgliedschaft bei der S-Direkt GmbH in Hannover.

Michael Eicke verstärkt Akcent Computerpartner im Projekt-Bereich

Seit Anfang September verstärkt Michael Eicke (37) die Fachhandelskooperation Akcent Computerpartner im Projekt-Bereich in technischer und



betriebswirtschaftlicher Hinsicht. Eickes bisheriger beruflicher Werdegang umfaßt Stationen von der Software-Implementierung und -Entwick-

lung in der öffentlichen Verwaltung über Consulting bis zur EDV-Leitung in Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie und des Büromöbelfachhandels. Zukünftig ist Eicke bei Akcent als Projektmanager im Vertriebsbereich tätig und zeichnet für die Projektierung und Koordination von überregionalen Projekten und die Einbindung neuer technologischer Möglichkeiten in die Akcent Angebotspalette verantwortlich. Darüber hinaus steht Eicke im Unternehmen als Ansprechpartner zur Verfügung, wenn es zum Beispiel um die Themen ASP, internetbasierte Informations- und Kommunikationslösungen, so auch für die Akcent-eigene Verbundgruppenlösung m.i.c.e online, oder neue Trends im Soft- und Hardwarebereich geht. Zusammen mit dem Key-Account-Verantwortlichen Henning Gieschen akquiriert und betreut er Organisationen und Unternehmen, die im EDV-Bereich auf die Kompetenzen der Akcent Partner bauen.

Michael D. Capellas neuer Vorsitzender des Compaq Aufsichtsrates

Ergänzend zu seiner Funktion als President of Chief Executive Officer (CEO) wurde Michael D. Capellas (46) zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates der Compaq Computer GmbH gewählt. Capellas hat damit mit sofortiger Wirkung die Nachfolge von Benjamin M. Rosen angetreten, der sich entschlossen hatte, den Aufsichtsratsvorsitz nach 18 Jahren aufzu-

geben. In Anerkennung seiner Leistungen wurde Rosen per Akklamation ehrenhalber zum Chairman Emeritus ernannt.

Ralph Warmbold leitet Partnerbetreuung bei der Akcent AG

Seit 1.10.2000 verstärkt Ralph Warmbold als Leiter „Partnerbetreuung“ das Management-Team



der Akcent Computerpartner Deutschland AG. Warmbolds Aufgabe ist es, eine leistungsstarke Außendienstorganisation aufzubauen. Der gelernte Bankkaufmann war in den letzten Jahren in der Position des Geschäftsführers für einen Textilgroßhandel tätig. Als Leiter des Bereiches Partnerbetreuung wird er vorhandenen Mitgliedsbetrieben und Interessenten für Beratung in allen unternehmerischen Fragen und zu Vorteilen der Mitgliedschaft in der Kooperation zur Verfügung stehen. Er wird direkt an den Vorstand Marketing berichten.

QUALITÄT SETZT SICH DURCH.
DAS DESIGN MACHT
DEN UNTERSCHIED.

ALCATEL
ONE TOUCH 303



AUSTAUSCHBARE FRONTBLLENDE	VIBRATIONSALARM	109 MM	WAP	
FREISPRECHMODUS	VEREINFACHTE TEXTEINGABE	WWW.ALCATEL.COM		



INFOLINE: 0180-5202002*
*Deutsche Telekom AG, 0,24 DM/Minute

ARCHITECTS OF AN INTERNET WORLD

ASP-Forum auf der Systems beantwortet Fragen zum Thema „Rent-a-Software“

Application Service Providing (ASP) steht für einen Business-Ansatz, bei dem Software zukünftig nicht mehr gekauft, sondern nur noch für den jeweiligen Gebrauch gemietet wird. Zahlreiche Experten sehen in diesem neuen Wirtschaftsbereich enorme Wachstumschancen für IT-, Tk- und Handelsunternehmen (PoS-MAIL berichtete in Ausgabe 8/2000 und 9/2000). Die Systems 2000, die vom 6.-10. November in München stattfindet, macht das Thema erstmals zu einem Angebots-Schwerpunkt: Ein eigenes ASP-Forum soll den Besuchern der High-Tech-Messe zeigen, wie das Konzept des Software-Mietens die IT-Landschaft verändern wird.

Schon wenige Monate, nachdem der Begriff Application Service Providing erstmals mit konkreten Inhalten gefüllt wurde, hat sich das

besuchern einen umfassenden Überblick über das neue Modell der kommerziellen Software-Nutzung geben.

den. Auf rund 1.000 m² in Halle B1 bietet das Forum in Vorträgen, Podiumsdiskussionen und Expertenrunden eine Fülle von herstellerunabhängigen und damit neutralen Informationen. Sie sollen die Grundlage für anschließende Diskussionen mit den ASP-Service-Anbietern sein und die notwendigen Basisdaten für eine sichere Investitionsentscheidung liefern. Dabei sollen möglichst alle offenen Fragen, die mit der Nutzung der ASP-Services verbunden sind, thematisiert werden. Als Wichtigste wurden in einer Presseerklärung genannt:



Auf der Systems in München wird es unter anderem um Application Service Providing gehen.

Angebot derart entwickelt, daß IT-Experten es als ernstzunehmende Alternative zu den bestehenden Client-Server-Netzen in den Unternehmen werten. Die wirtschaftlichen Vorteile überzeugen sowohl IT-Abteilungen als auch das Controlling: Anstatt in Software-Pakete zu investieren und für deren Pflege, Administration und Update Ressourcen im eigenen Unternehmen vorzuhalten, „least“ man die Programme vom Application Service Provider und zahlt nur für die tatsächliche Nutzung. Application Service Provider können dabei auf ASP spezialisierte Unternehmen ebenso sein wie Tk-Anbieter oder Handelshäuser. Als erste Fachmesse in Deutschland greift die Systems 2000, 19. Internationale Fachmesse für Informationstechnologie, Telekommunikation und Neue Medien, dieses Thema mit einer eigenen Sonderschau auf. Diese soll Fach-

Ziel des ASP-Forums ist es, die Messebesucher über die Stärken und Schwächen dieser IT/TK-Alternative detailliert zu informieren. So sollen das derzeitige Angebot an ASP-Services umfassend dargestellt und ein intensiver Business-to-Business-Dialog rund um die wirtschaftlichen und technischen Fragen dieser neuen Art der Software-Nutzung angeregt wer-

Die Schweiz ist das Systems Fokusland

Das Fokusland der Systems 2000 ist die Schweiz: Unter dem gemeinsamen Dach „Switzerland: The Silicon Mountains“ präsentieren sich rund zwei Dutzend Schweizer IT- und Tk-Unternehmen. Außerdem sind zwölf weitere Firmen mit jeweils einem eigenen Stand vertreten.

- Überblick über den ASP-Markt und seine Anbieter
- Die Palette der ASP-Angebote von der Standard-Software bis zur kundenindividuellen ERP- (Enterprise Resource Planning) und SCM-Lösung (Supply Chain Management)
- Die Einsatzbereiche des ASP-Modells im Unternehmen
- Die verschiedenen Tarifierungsmodelle (Billing)
- Die technischen Aspekte wie die Ausstattung des Application Service Providers im Hinblick auf Rechenzentren, Backup-Reserven, Übertragungsnetze und Zugriffstechniken
- Datensicherheit und Datenschutz
- Betriebswirtschaftliche Kosten-/Nutzenrelation
- Vertragsgestaltung, Lizenz- und haftungsrechtliche Aspekte.

PoS Aktuell

Viag Interkom zeigt Angebot e-nfrastruktur auf der Systems 2000

Das neue Komplettangebot für den Mittelstand, e-nfrastruktur, und die Übertragungstechnik GPRS sind die beiden zentralen Themen von Viag Interkom auf der Systems 2000. Daneben stellt das Telekommunikationsunternehmen weitere Neuheiten seiner Mobilfunk-, Festnetz- und Internet-Dienste für Privat- und Geschäftskunden vor. Das neue Komplettangebot e-nfrastruktur von Interkom Business, dem Geschäftskundenbereich von Viag Interkom, richtet sich an mittelständische Unternehmen. Der Kunde bekommt eine Kommunikationslösung aus einer Hand. e-nfrastruktur führt Telefon und Internet in einem Angebot zusammen. Zu dem Komplettangebot gehört auch ein Internet-Portal, das jeder Kunde an seine individuellen Bedürfnisse anpassen kann.

Neben e-nfrastruktur präsentiert Viag Interkom seinen Geschäftskunden das Festnetzangebot Business Voice. Hier wird bereits bei mehr als der Hälfte aller Aufschaltungen die Richtfunktechnologie verwendet. Business Voice ermöglicht dadurch die Vermittlung von Ortsgesprächen sowie deutlich günstigere Verbindungspreise als bei einer Standard-Festverbindung.

Auch im Internet-Bereich bietet Interkom Business seinen Kunden einige Neuheiten. So gibt es für das Produkt IP-Transport zahlreiche neue Features für einen High-Speed-Zugang ins Internet.

Viag Interkom stellt auf der Systems auch die neue Übertragungstechnik General Packet Radio Service (GPRS) vor, die bis Jahresende flächendeckend zur Verfügung steht. GPRS bringt das Übertragungsprotokoll aus dem Internet (IP) in den Mobilfunk. Durch höhere Übertragungsraten werden die Services WAP und mobiles Internet schneller und komfortabler.

WAP und mobiles Internet werden deutlich günstiger als heute, da sich die Preismodelle vor allem an der tatsächlichen Nutzung orientieren. Die Geräte bleiben dauernd auf Empfang, sind also „always online“, weil keine Kosten mehr für die Online-Zeit entstehen.

Alle Viag Interkom-Mobilfunkkunden können sich ab sofort auf genion.de und loop.de kostenlos einen persönlichen E-Mail-Account mit fünf E-Mail-Adressen einrichten. Mit dem persönlichen E-Mail-Account ist jeder immer und überall erreichbar: über das Internet, per SMS und per WAP. loop.de bietet auch einen bisher deutschlandweit einmaligen Service für Loop Prepaid-Kunden: Ab

Oktober kann man dort das Sprach- und SMS-Konto ansehen. Der Kunde geht dafür auf www.loop.de, gibt seine Mobilfunknummer ein und bekommt ein Portal-Kennwort per SMS auf sein Handy geschickt. Mit diesem Portal-Kennwort kann er jederzeit ansehen, wie sich sein Loop-Konto entwickelt.

Schließlich präsentiert die Viag EuroPlattform AG das neue Mobilfunkprodukt Montel: In Österreich, Schweiz, Liechtenstein und Deutschland gilt ein einheitlicher Tarif. Der Kunde kann in vier Ländern zu einem Preis mobil telefonieren – egal zu welcher Uhrzeit und unabhängig davon, ob er eine Mobil- oder Festnetznummer wählt. Im Montel-Land zahlt man außerdem nur für abgehende Verbindungen, eingehende Gespräche sind in allen vier Ländern immer kostenlos. Montel richtet sich an Kunden, die viel im Ausland unterwegs sind. Sie können im Montel-Land bis zu 40 Prozent ihrer bisherigen Telefonrechnung sparen.

Brodos AG integriert Kreditkartenpayment in Online-Shops

Demjenigen, der in einem der Online-Shops einkauft, die die Brodos AG Fachhändlern kostenlos zur Verfügung stellt, stehen ab sofort noch mehr Zahlungsalternativen zur Verfügung: Nachdem Brodos erst kürzlich das paybox-Zahlungsverfahren in die Shops integriert hat, folgt jetzt Kreditkartenpayment. Ermöglicht wurde dies durch eine strategische Partnerschaft mit SelfServe.

Nach der Registrierung bei Self Serve können Endkunden ihre Zahlungen zusätzlich über Mastercard, Visa-Card, Eurocard und Diners Club International abwickeln. Für die Händler fällt bei dieser Zahlungsform ein Disagio in Höhe von drei Prozent der Gesamtumsätze an. Hinzu kommen Gebühren pro Vorgang, die sich je nach Anzahl der Kreditkartenzahlungen zwischen DM 0,75 und DM 0,15 bewegen. Die Gesamtsumme der Kartenzahlungen wird den Shop-Betreibern wochenweise gutgeschrieben.

Die Brodos AG arbeitet ständig an der Optimierung ihres Online-Shop Konzeptes. Das gilt auch für den Bereich Zahlungsvorgänge. So hat das Unternehmen für die nahe Zukunft eine Erweiterung des Spektrums der Zahlungsformen durch die Zahlung per Banklastschrift angekündigt. Damit soll der Online-Einkauf individuell noch bequemer und einfacher gemacht werden. Daß das kundenorientierte Konzept aufgeht, bestätigen die Zahlen: „Die zehn besten Brodos Online-Shops verwirklichten in den ersten sechs Monaten einen Gesamtumsatz von 1,2 Mio DM zusätzlich zu ihrem Ladengeschäft“, so Bernhard Neidiger, Projektleiter Online-Shops der Brodos AG.

Neuheiten

Funkwerk Dabendorf erweitert Programm der Freisprecheinrichtungen

Zum Jahresendgeschäft erweitert Funkwerk Dabendorf das derzeitige Produktprogramm Fun Line II und Audio Profi um mehrere Handytypen. So wurde die Festeinbau-Freisprecheinrichtung Audio-Profi um die Modelle Motorola Timeport L7089/7389 und 7389i, Siemens S/C/M 35, Mitsubishi Trium, Nokia 6210 und Nokia 8210 ausgebaut. Im Segment der Freisprecheinrichtungen für die Selbstmontage, Fun Line II, kommen ebenfalls Geräte für die Handytypen Siemens S/C/M 35, Mitsubishi Trium, Nokia 6210 und Nokia 8210 auf den Markt. Beim Nokia 8210 wird es, wie schon beim Nokia 3210, einen Außenantennenanschluß geben, den es im Originalzubehör nicht gibt. Bei der Festeinbau-Variante Audio Profi für das Nokia 8210 kommen als Funktionen noch die automatische Radiostummschaltung und die Aufschaltung auf die Radiolautsprecher hinzu.

Neu in den Markt eingeführt wurde bereits die universelle Freisprechanlage Audio 2000, die das Wechseln der Handytypen vereinfacht: Durch simples Auswechseln der Handyschale erfolgt der Umstieg von einem Handytyp zum

anderen. Der von den Dabendorfern entwickelte universelle Handystecker macht den Wechsel dabei unkompliziert. In der Startphase gibt es die Audio 2000 für die Mobiltelefonmodelle Siemens S/C25, Siemens S/C/M35, Nokia 51xx/61xx/71xx, Nokia 3210, Nokia 6210 und Ericsson T28s. In den kommenden Wochen ist die Erweiterung der Handypalette um die Typen der Hersteller Alcatel, Mit-



subishi, Panasonic, Motorola und Sony vorgesehen. Zu den technischen Details der Audio 2000 zählen neben der Akkuladefunktion die automatische Radiostummschaltung und die Aufschaltung der ankommenden Gespräche auf die Radiolautsprecher.

Neue Software für alle Euracom-ISDN-Anlagen

Verbesserter CTI und Unterstützung der neuen ISDN-Funktionen

Die neue Soft- und Firmware bietet zusätzliche Leistungen und Komfortmerkmale für professionelle Nutzer von Euracom-Telefonanlagen. Alle bisherigen Euracom-Anlagen der Baureihen 141, 180, 181 und 182 sowie 260, 261 und 262 lassen sich mit der Version 4D00 aufrüsten.

Für die Anlagen mit Flash-Speicher steht die Version 4D00 auf den Internetseiten von Euracom zum Download zur Verfügung. Anlagen mit Eprom-Speicher können durch einen Austausch des Eproms auf den neuen Stand aufgerüstet werden.

Die Änderungen an der neuen Softwareversion als Nachfolge der Version 3D10 betreffen die Firmware (ab Werk in die Anlage eingespielte Betriebssoftware) und das serienmäßig mit den Euracom-Anlagen mitgelieferte PC-Software-Paket. Es besteht nun aus:

- Konfigurationsprogramm zur Anlagenprogrammierung und -bedienung,
- Gebührenausswertungsprogramm,
- LCR-Konfigurationsprogramm zum kostensparenden Telefonieren über alternative Netzanbieter,
- neuer Treibersoftware (TAPI),
- einem CTI-Vermittlungsplatz und einer CTI-Applikation
- und unterstützt die neuesten (kostenpflichtigen) ISDN-Funktionen im Netz der Deutschen Telekom.

Besondere Aufmerksamkeit wurde der Verbesserung der Computer-Telephony-Integration (CTI) geschenkt. Computer und Telefonanlage kommunizieren über eine geeignete Schnittstelle besser als bisher miteinander. Dadurch ergeben sich völlig neue Anwendungsmöglichkeiten.

Im serienmäßigen Service inbegriffen ist die kleine, aber leistungsstarke und telefoniefähige Datenbanksoftware WinPhone Lite. Mit dem ebenfalls beiliegenden CTI-Programm können zahlreiche Funktionen der Telefonanlage per Mausclick ausgeführt werden. Das Programm ermöglicht die Besetztanzeige aller Teilnehmer und S₀-Busse der Anlage, Vermittlungsfunktionen wie Gespräche weiterverbinden, Konferenzen, Umleitungen und Rückrufe schalten und anderes mehr. Das CTI-Programm unterstützt außerdem ein beliebig großes, alphanumerisches Telefonbuch. Das Zusammenwirken von Dateien und Software im Computer mit einer Euracom-Telefonanlage wird durch eine standardisierte Schnittstelle ermöglicht, die sogenannte TAPI-Software (Telephony Application Programming Interface). TAPI erlaubt, daß unterschiedliche Programme mit Geräten von verschiedenen Herstellern zusammenarbeiten. Daher ist es nicht wichtig, welches Datenbank-Programm man als CTI-Applikation in Kopplung mit einer Euracom-Anlage verwendet – vorausgesetzt, es unterstützt den TAPI-Standard.

Die neue Brother Fax-T7er Serie bietet schickes Design in der Normalpapier-Klasse

Normalpapier-Faxgeräte von Brother werden preislich auch immer mehr für Privathaushalte interessant. An diese richtet sich Brother mit der neuen Fax-T7er Serie. Die drei Modelle dieser neuen Serie fallen durch ihr schickes Design mit kompakten Abmessungen, charakteristischen Bögen und modernen farbigen Akzenten auf.

Wie bereits andere Brother Faxgeräte bietet auch die neue Serie einfache Klartext-Benutzerführung im Display sowie eine komfortable Ausstattung. Eingehende Faxnachrichten werden von den Modellen der T-7er Serie auf DIN A4 Normalpapier empfangen. Hierbei bedienen sie sich aus einem 30 Blatt Papiervorrat. Dank des automatischen Vorlageneinzugs (ADF bis zu zehn Seiten) lassen sich auch mehr-

seitige Dokumente schnell und bequem versenden. Bereits das Einstiegsmodell der Serie, Brother FAX-T72, verfügt über eine Kopierfunktion, mit der sich Kopien für den Heimbereich erstellen lassen. Mit Hilfe des Kopierspeichers genügt das einmalige Einlegen des Originals, um Mehrfachkopien zu erstellen.

Alle drei Geräte sind mit einem 512 KB Speicher ausgestattet, der Fax-Rundsendungen, -Weiterleitungen und papierlosen Empfang ermöglicht. Falls das Papier oder die Thermotransferrolle einmal aufgebraucht sind, werden eingehende Faxnachrichten (bis zu 20 Seiten) gespeichert, bis das Gerät wieder empfangsbereit ist.

Im Rufnummernspeicher können 54 der häufig benötigten Fax- und Telefonnummern hinterlegt werden. Auch Call-by-Call-Nummern lassen sich auf diese Weise speichern. Zudem verfügt die T-7er Serie über eine Faxabruffunktion, mit der sich gewünschte Informationen zum Beispiel von TV-Ratgebersendungen schnell und unkompliziert abrufen lassen.

Das FAX-T72 läßt sich zusammen mit jedem Telefon betreiben und ermöglicht somit Faxen und Telefonieren unter einem Anschluß. Die intelligente Faxweiche erkennt automatisch, ob ein Telefonanruf oder ein Telefax hereinkommt. Das Brother FAX-T72 ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 379 DM.

Aufbauend auf der Grundausstattung des FAX-T72 ist das Modell T74 zusätzlich mit einem integrierten Telefon ausgestattet. Dieses verfügt über Display, Rufnummernspeicher und Wahlwiederholung und erlaubt das Wählen bei aufgelegtem Hörer. Auch das Brother FAX-T74 ist ab sofort zu haben. Die Verkaufspreisempfehlung für dieses Modell lautet 449 DM.

Ausgestattet mit zusätzlicher Freisprecheinrichtung und digitalem Sprach- und Textspeicher bietet das dritte Modell der T-7er Serie, das Brother Fax-T76, dem Anwender bei Bedarf noch ein wenig mehr: Nachrichten versendet das Gerät mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von 14.400 bps. Damit ist es schneller als die beiden Geräte FAX-T72 und FAX-T74, die mit 9.600 bps arbeiten.

Der automatische Anrufbeantworter speichert sowohl in Abwesenheit eingegangene telefonische Mitteilungen (maximal 15 Min.

Sprechzeit) als auch empfangene Faxe (maximal 20 Seiten). Die Anzahl der gespeicherten Sprach- und Textnachrichten wird im Display angezeigt. Von unterwegs kann der Anrufbeantworter jederzeit abgefragt werden: Nach dem dritten Klingeln erfährt der Anwender, ob Telefonanrufe und Faxe eingegangen sind. Über die Freisprech-Taste lassen sich Telefongespräche auch ohne Hörer führen. Das Brother FAX-T76 steht dem Handel ebenfalls ab sofort zur Verfügung. UVP: 549 DM.



Motorola V50 bietet extravagantes Design in neuer Farbe und reichhaltige Ausstattung

Motorola bringt in diesen Tagen ein neues Mini-Handy auf den Markt: Das Motorola V50 aus dem Produktsegment V. verfügt über einen WAP-Browser und wird in der neuen Farbe „Steel Silver“ (stahlsilber) erhältlich sein. Das Mobiltelefon kostet zirka 1.000 DM (unverbindliche Preisempfehlung) und ist mit einem Gewicht von 83 Gramm eines der leichtesten seiner Art. Trotz der kompakten Klapp-Form verfügt das Dual-Band-Handy über ein internetfreundliches Display mit bis zu fünf Textzeilen, so daß spezielle Internetdienste bequem gelesen werden können. Zusätzlich hat Motorola in das V50 eine Alarmfunktion und drei Spiele integriert. Technische Leistungsmerkmale: Ausgestattet mit VoiceNote, verfügt das Dual-Band-Handy Motorola V50 über eine Diktierfunktion und die Möglichkeit zum Mitschnitt von wichtigen Informationen während eines Gesprächs. Mit Hilfe der integrierten Spracherkennung können Funktionen eingestellt oder Anrufe getätigt werden. Darüber hinaus verfügt das Gerät wie seine Vorgänger über VibraCall, der diskret durch Vibrieren auf eingehende Telefonate aufmerksam macht. Ausgestattet mit einem Standard Lithium-Ionen-Akku bietet das Motorola V50 netz- und anbieterabhängig eine Gesprächszeit von bis zu 180 Minuten und eine Standbyzeit von bis zu 100 Stunden.



Jugendmarketing pur

Mit der Unterstützung der gerade gestarteten Konzerttournee des Teenager-Idols Britney Spears durch Deutschland unterstreicht Motorola erneut sein Engagement in Sachen Jugendmarketing. Wie kein anderer Tk-Hersteller hat das Unternehmen bereits in der Vergangenheit spezielle Events und Produkte geschaffen, die auf die Zielgruppe der jungen Käufer und Mobilfunknutzer zugeschnitten waren. Als herausragende Aktivitäten der jüngsten Zeit sind verschiedene Kooperationen mit dem Musiksender MTV und das Sponsoring des Finales der Motorola ISF World Pro Tour (ISF = International Snowboard Federation) Anfang des Jahres zu nennen, zu den Highlights unter den Produkten für junge Menschen zählen das Motorola V.2288, das unter anderem ein integriertes Radio besitzt, und der brandneue SMS-Spezialist V.100.

Um Erkenntnisse über die Lebens- und Denkweise der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erhalten, erstellte Motorola zusammen mit der Werbeagentur McCann-Erickson und dem Partner MTV eine Studie. Deren Ergebnisse, die durch ein Langzeitprojekt mit Interviews und Workshops in der

werden. Anstatt klassischer soziodemographischer Merkmale wie Alter, Berufsstand und Wohnort bestimmen zunehmend neue, subjektive Lebenswirklichkeiten die Kaufentscheidung. Da unterschiedliche „Lifestyles“ gerade im

das Internet, wenn überhaupt, zum E-Mails und Chatten.

Das Leben der Gang-Stars wird bestimmt durch die Hip-Hop-Bewegung und Musik. Sie interessieren sich für Konsolenspiele, Pager sowie Handy und sehen im Internet die große Zukunft.

Wichtig für Stylees ist ein gepflegtes, ästhetisches und modebewußtes Erscheinungsbild. Stylees sind wenig progressiv und somit auch weniger innovativ. Bei Handy und Internet steht der praktische Nutzen gekoppelt mit Ästhetik im Vordergrund.

Die Trendsetter von morgen sind die Creatics. Sie sind progressiv und zeichnen sich durch einen besonders aktiven und individuellen Lebensstil aus – geprägt durch einen starken Selbstverwirklichungscharakter und Kreativität.



Motorola Aktionen und Promotionen, so wie das Gewinnspiel im Rahmen der Clubnight-Tour, erreichen die Jugendlichen auch dort, wo sie ihre Freizeit verbringen.

Mindsets hat sich in den letzten Jahren sehr verändert: Das Handy ist ein Teil des alltäglichen Lebens geworden. Vor allem junge Mindsets nutzen das Mobiltelefon, um mit Freunden Verabredungen zu treffen oder „SMS-Schlachten“ zu veranstalten. Steht den Mindsets mehr Geld zur Verfügung, wird das Handy auch für längere Telefongespräche genutzt. Gespannt darf man auf die Reak-

nach Jay sucht, wurde dabei beantwortet: Mit seinem WAP-fähigen Motorola V.2288 suchte er nach einem HiFi-Geschäft und dort nach intakten Lautsprechern für seine House-Party. Für die TV-Spots kam eine innovative Foto-Animations-Technik zum Einsatz, die erst während des Projektes entwickelt wurde. Ziel der Kampagne war es, auf interessante und zielgruppenadäquate Art auf

Motorola entwickelt Produkte und Events für junge Kunden

Jugendmarkt deutlich ausgeprägt sind, ist es möglich, die Masse der Jugendlichen recht genau in verschiedene Szenen zu segmentieren, die zahlreiche Funktionen für den Aufbau von Markenimages übernehmen.

Mit der Studie beabsichtigt Motorola, näher an der Zielgruppe „Jugend“ zu sein, als die klassische Marktforschung dies könnte: Es geht darum, Trends in der Entstehung zu erkennen – nicht im nachhinein zu dokumentieren.

Die Teilnehmer des Projekts wurden zu Beginn der Untersuchung nach ihren Interessen in vier Motorola „Mindset“-Gruppen eingeteilt, die sich an der MTV „Mindset Style Galaxy“ orientieren: Zehn unterschiedliche Jugendkultur-Typen wurden dort im Hinblick auf ihre Trendkraft unterschieden. Die Wahl der Motorola Mindset-Kategorie fiel auf die vier Mindsets im Zentrum der MTV-Galaxy. Diese sind die Creatics, Stylees, Fanatics und Gang-Stars.

Fanatics sind typische Teenagermädchen, die – kaum der Pubertät entwachsen – auf der Suche nach dem eigenen Ich sind. Fanatics grenzen sich Jüngeren gegenüber ab und rebellieren gleichzeitig gegen die Welt der Erwachsenen. Körperbetonte Kleidung, Blackmusic und Basketball finden ihre Begeisterung. Das Handy sehen die Fanatics als Spaßfaktor. Sie sind SMS-Fanatiker und nutzen



Die MTV R'n'B Clubnight-Tour, die von Motorola V. präsentiert wurde, startete im Mai im Columbia in Berlin.

Von den vier Mindsets nutzen die Creatics als einzige das Internet als tägliche Informations- und Bezugsquelle und sehen es neben dem Handy als Option für kommunikative Mobilität. Sie befürworten die Digitalisierung der Medien und der Kommunikation. Das Telefonierverhalten aller

tion der Jugendlichen auf das neue Produkt, das Motorola V.100 Text-Handy, sein: Durch das innovative, Notebook-ähnliche Design und das große Display wird das Schreiben und Versenden von SMS (Short Message Services) besonders einfach. Mit Hilfe des Music Alert Editors kann der Nutzer seine persönliche Melodie als Klingelton komponieren und über den integrierten WAP-Browser internetbasierte Dienste abrufen.

Mit der Frage „What's Jay looking for?“ startete Motorola Ende Mai die Print-Werbekampagne zum V.2288. Zu sehen ist die Frage im Kopf der Teaser-Anzeige, die die Werbefigur Jay von hinten zeigt. Ab Mitte Juni erfolgte die Auflösung der Print-Teaser- sowie die thematisch analoge TV- und Rundfunk-Kampagne. Die Frage, wo-

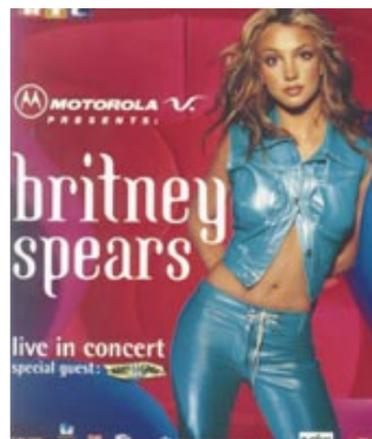
die Vorzüge des V.2288 sowie auf den Nutzen der eigens zu dem Gerät konzipierten Website www.sociallifesupport.com aufmerksam zu machen.

Als weitere Aktivität im Rahmen des Jugendmarketings brachte Motorola unter dem Titel „The Soul of MTV“ in Kooperation mit MTV und Jam FM die R'n'B Stars Montell Jordan, Mya und Jamelia nach Europa. Die MTV R'n'B Clubnight-Tour, die von Motorola V. präsentiert wurde, startete im Mai im Columbia in Berlin. Auf insgesamt neun Stationen in Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden machte die Tour Halt. Die Motorola-Beteiligung an dieser Tour war Teil der Kooperationsverträge zwischen Motorola und MTV. Bei der MTV R'n'B Clubnight-Tour ging es nicht nur um R'n'B. Die Gäste erwartete bei den jeweiligen Veranstaltungen wie auch schon im Vorfeld eine Reihe von Gewinnspielen. Hierbei drehte sich alles um den Buchstaben „V“: V wie VIP oder wie V.2288, das trendige Motorola Mobiltelefon.

Der Headliner Montell Jordan war mit seinem Superhit „Get It On ... Tonight“ lange Zeit in den Charts. Mit seinem gleichnamigen vierten Album lieferte Montell Jordan einen weiteren R'n'B und HipHop Bestseller. Bekannt wurde der aus Los Angeles stammende Musiker mit dem 95er Smash-Hit „This Is How We Do It“.



Mit speziellen Anzeigenmotiven und zielgruppenorientierten Projekten bringt sich Motorola immer wieder ins Bewußtsein der Jugendlichen und jungen Erwachsenen.



Hamburger Szenelokalität „Bar Rossi“ erzielt wurden, dienen als Basis für einen gezielten und fundierten Angang des Jugendmarktes im Bereich Mobiltelefone. Durch die intensive Kommunikation mit der Zielgruppe „Jugend“ wurde deutlich, daß Konsummöglichkeiten und Kaufpräferenzen immer weniger durch soziale Schicht und Herkunft bestimmt



Das neue Motorola V.100 macht den Versand von SMS besonders schnell.

KINO & KONZERTSAAL

Highend - DVD von Toshiba

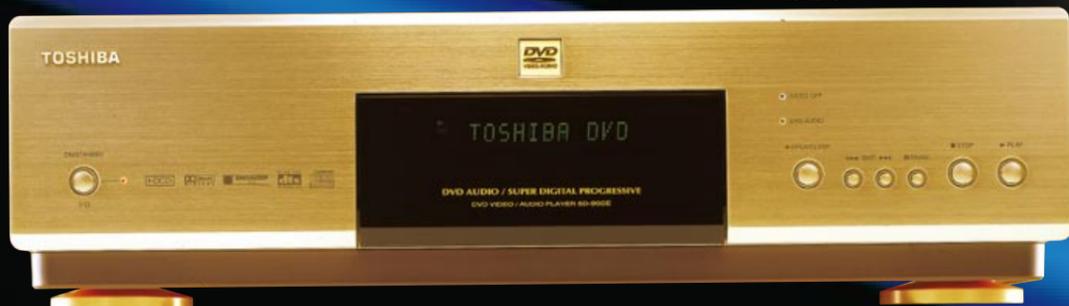
Vergessen Sie alles was Sie bisher gesehen und gehört haben. Mit DVD-Audio von Toshiba eröffnen sich völlig neue Perspektiven. Kino und Konzertsaal in einem.

SD 900 E Reference I

- Dolby Digital/AC3/DTS-Decoder
- Progressive Out (NTSC)
- Component Video Out (Yuv)
- HQ-Picture - 540 Linien (horizontal)
- Spatializer - 3D Raumklangsimulator
- Bildsuchlauf vor-/rückwärts 2-/8-/30-fach
- 4-fach Zoom
- PAL/NTSC-Wiedergabe
- Bildschirmmenü
- Hochwertiges Alugehäuse - Farbe "gold"



SB-Konzept



- Videoausgänge: Scart, S-VHS, Component Video Out (YUV)
- Audioausgänge: Digital Cinch + optisch, analog Cinch 5.1, analog Cinch (L/R)

In Touch with Tomorrow
TOSHIBA

www.toshiba.de/consumer

Pos Aktuell

Demuth & Dietl meldet personelle Veränderungen

Im Vertrieb von Demuth & Dietl + Co. haben weitere personelle Veränderungen stattgefunden: Jürgen Grasegger, der bereits seit Jahren in der Passauer Zentrale des Distributors beschäftigt ist, betreut nun als Teamleiter den süddeutschen Raum. In Wetzlar wechselte Sven Pietsch intern seine Position. Er arbeitet jetzt neben Rütger Schild als zweiter Teamleiter in der Mannschaft von Demuth & Dietl + Co. In dieser Funktion ist er für den mittel- und norddeutschen Bereich zuständig. Um weiterhin die optimale Abwicklung der

Ralf Eck nicht mehr im T-Online-Vorstand

Der bisherige Vorstand Produktmarketing bei T-Online, Ralf Eck, hat mit sofortiger Wirkung um die Auflösung seines Vertrages gebeten. Eck verantwortete seit Januar diesen Jahres den Bereich Produkt-Marketing. Bis zur Neubesetzung übernimmt der T-Online-Vorstand die Gesamt-Verantwortung für diesen Bereich. Die funktionale Verantwortung übernimmt ab sofort Burkhard Grassmann, der bislang den Bereich Unternehmens-Kommunikation im Zentralbereich Konzernkommunikation der Deutschen Telekom AG leitete. Grassmann soll dem Aufsichtsrat in seiner nächsten Sitzung als neuer Vorstand Produktmarketing der T-Online vorgeschlagen werden.

stetig steigenden Versandleistung zu garantieren, wurde auch die Lagercrew durch zwei neue Mitarbeiter verstärkt.

Außerdem bietet der Distributor seinen Fachhandelspartnern ab sofort eine offizielle Anlaufstelle für Problemfragen jeglicher Art: Das Customer Care Center betreut persönlich und versucht, anfallende Probleme unverzüglich zu

Euracom verlegt den Firmensitz nach Berlin

Die Euracom Communication GmbH hat ihren Firmensitz von Brandenburg nach Berlin verlegt. Die neue Anschrift des Tk-Anlagenentwicklers lautet: Euracom Communication GmbH, Franklinstr. 14, 10587 Berlin, Telefon: 030/3980170.

lösen. Jeweils für ein Vertriebsteam sind zuständig: Caro Aigner, Zentrale Passau, Telefon: 0851/9320153; Claudia Brück, Zentrale Wetzlar, Telefon: 06441/9117110.

Netzel Plus AG richtet Call-Center ein

Die Netzel Plus AG meldet erste Synergieeffekte aus dem Zusammenschluß mit der Marburger Teldafax AG für ihre Mobilfunkkunden: Als einer der wenigen Anbieter von Mobilfunkdienstleistungen in Deutschland bietet das Unternehmen laut Marketing-Vorstand Patrick A. Zuncke seinen Kunden innerhalb Deutschlands eine kostenlose 0800-Nummer zum Erreichen seiner „Service Line“ an. Möglich wurde dies über den Aufbau eines Call-Centers bei Teldafax in Marburg. Netzel geht damit nach eigenen Worten „konsequent den Weg höchstmöglicher Kundenorientierung und schafft damit über Service eine echte Differenzierung zum Wettbewerb im deutschen Mobilfunkmarkt“.

Nokia Game findet in 18 Ländern gleichzeitig statt

Am 1. November 2000 wird ein von Nokia entwickeltes, interaktives und multimediales Spiel beginnen. Teilnehmer können in die Rolle des Protagonisten schlüpfen, der im Verlauf der fiktiven Handlung ein Geheimnis lüften soll. Im Nokia Game müssen die Spieler ihr Geschick in verschiedenen Spielsituationen und beim Lösen von Rätseln beweisen, um dann zur nächsten Spielebene aufzusteigen. Im Spielverlauf erhalten sie

dazu verschiedene Hinweise, die sie richtig deuten müssen. Mitteilungen und Hinweise werden den Spielern mit Hilfe verschiedener Medien übermittelt, zum Beispiel über Internet, Fernsehen, Rundfunk, Sprach- und Kurzmitteilungen, Zeitschriften und Zeitungen. Die Aufgabe der Spieler besteht darin, die Spuren zu verfolgen und sich durch den Besuch der Game-Website auf dem laufenden zu halten. Das Nokia Game soll die Teilnehmer einen Monat lang beschäftigen – vorausgesetzt, sie scheiden nicht vorzeitig in einer der Spielebenen aus.

Im Nokia Game baut eine Stufe auf der anderen auf und ein Rätsel führt zum nächsten. Schritt für Schritt werden die besten Spieler ausgesiebt, bis in jedem Land ein Gewinner feststeht. Die Gewinner erhalten als Hauptpreis eine Reise zum „MTV Europe Snowball

„Traumangebot“ von Viag Interkom

Seit Anfang Oktober kosten Gespräche vom Viag Interkom-Festnetz innerhalb Deutschlands während der „Traumzeit“ (21 bis 6 Uhr) nur noch 3,3 Pfennig pro Minute. Dieser Preis gilt für Kunden, die sich im Call-by-Call-Verfahren über die 01090 einwählen sowie für Preselect-Kunden. Ausgenommen davon sind Sonderrufnummern. Mit dieser Tarifsenkung um 34 Prozent ist Viag Interkom eigenen Angaben zufolge einer der günstigsten Anbieter zu dieser Uhrzeit. Die Aktion heißt „Kalte Nächte, heiße Telefone“ und läuft bis zum 31. Dezember. Bisher kosteten Gespräche in der Zeit von 21 bis 6 Uhr 5 Pfennig pro Minute.

Event“, der im Januar 2001 im italienischen Wintersportort Madonna di Campiglio stattfindet.

Die Teilnahme am Nokia Game ist kostenlos. Spielvoraussetzungen sind ein Internetzugang, eine E-Mail-Adresse und ein Mobiltelefon mit Empfangsmöglichkeit für Kurzmitteilungen. Es gibt keine Al-

tersbeschränkungen für das Spiel; Spieler unter 18 Jahren müssen lediglich die Einverständniserklärung der Eltern vorlegen. „Das Nokia Game, das im vorigen Jahr in Holland stattfand, ist vom Publikum sehr gut angenommen worden. Deshalb weiten wir dieses einzigartige Spiel auf insgesamt 18 europäische Länder aus, um mehr Menschen die Teilnahme zu ermöglichen“, kommentierte Pekka Rantala, Vice President Marketing Services, Nokia Mobile Phones, Europe & Africa.

D Plus sponsert deutsche Ski-Nationalmannschaft

Zu Beginn der neuen Ski-Saison werden die Athleten des Deutschen Skiverbandes (DSV) von D Plus als „offizieller Ausrüster der deutschen Ski-Nationalmannschaft für Mobilfunk“ unterstützt. Der DSV und das Telekommunikationsunternehmen haben jetzt ihre Sponsoringpartnerschaft besiegelt. „Für D Plus ist Sportsponsoring eine wichtige Komponente im gesamten Kommunikationsmix des Unternehmens“, meinte Michael H. Wettengel, Marketing-Bereichsleiter von D Plus. Die Partnerschaft mit dem DSV und die Unterstützung der deutschen Nationalmannschaften im Alpinischi, Ski-Springen, Langlauf, Biathlon und Snowboard sollen den Bekanntheitsgrad von D Plus in der Öffentlichkeit nachhaltig steigern.

Robert J. Amman wird Chef bei GTS

Die Global TeleSystems Inc. (GTS), einer der führenden Anbieter von E-Business- und Breitbanddiensten in Europa, hat Robert J. Amman zum Chairman, President und Chief Executive Officer (CEO) ernannt. Er übernimmt die Nachfolge von H. Brian Thompson, der zurückgetreten ist. Amman mit Dienstsitz in London ist seit März 1999 President und Chief Operating Officer und seit Mai 1998 Director im Unternehmen.

Viag Interkom unterstützt Roadshow durch Bayern

Im September ist das „e-mobil“, ein 18 Meter langer Truck, zu seiner Reise durch Bayern gestartet. Es soll Schüler, Eltern und Lehrer über die Chancen durch neue Technologien im 21. Jahrhundert informieren. Viag Interkom ist einer der sechs Hauptsponsoren, die sich an dem Projekt „e-mobil“ beteiligen, einer Gemeinschaftsaktion der Bayerischen Staatsregierung und führender internationaler Unternehmen. Hauptziel der Aktion ist es, bayerische Schüler, Eltern und Lehrer über aktuelle und visionäre Technologien

otelo bietet jetzt auch Mobilfunk an

Seit Anfang Oktober bietet otelo als Service-Provider von D2 Mannesmann auch Mobilfunkverträge inklusive Handys an. Für otelo mobil gibt es zwei Tarife: otelo D2-Fun (Zielgruppe: Wenig- und Freizeittelefonierer) und otelo D2-Classic (Zielgruppe: Business-Telefonierer). Zusätzlich startete das Kölner Unternehmen zum 1. Oktober sein neues Festnetz-Mobilfunk-Bündelprodukt otelo take2. Mit diesem Produkt erhält der Kunde den Angaben zufolge neben günstigeren Konditionen ein umfassendes und auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Kommunikationspaket aus einer Hand. otelo take2-Kunden erhalten nur noch eine Rechnung für Festnetz- und Mobilfunkgespräche.

anschaulich zu informieren. Zu diesem Zweck macht der Truck Halt an Gymnasien, Realschulen, Haupt- sowie Fach- und Berufsoberschulen. In insgesamt neun Erlebniswelten, die sich alle mit unterschiedlichen Themen befassen, erfahren die Schüler zum Beispiel, wie eine WAP-Seite auf das Handy-Display gelangt.

Die Roadshow fährt in den nächsten 18 Monaten mehr als 150 Stationen an. Vormittags finden Praktika zu verschiedenen Themen statt. Projektbegleiter zeigen den Schülern, was derzeitige Technik alles leisten kann. Auf zukünftige Entwicklungen gehen die Betreuer ebenso umfassend ein wie auf alle entstehenden Fragen von Seiten der Schüler. An der Station Telekommunikation und Internet, deren inhaltliche Gestaltung in enger Zusammenarbeit mit Viag Interkom entwickelt wurde, können Interessierte beispielsweise selbst ausprobieren, wie mobile Kommunikation funktioniert und welche Dienste damit möglich sind. Andere Erlebniswelten informieren über E-Commerce, Satellitenkommunikation, Telematik oder E-Banking. Auch die Grundlagen der Elektronik und der Computertechnik werden ausführlich erläutert. Nachmittags steht das „e-mobil“ dann für alle Besucher offen. Auch hier sind Fachleute an den einzelnen Stationen und stellen sich den Fragen. Abends werden Vorträge und Diskussionsveranstaltungen angeboten. Eltern und Lehrkräften soll hier etwa die Bedeutung der Informationstechnologien für den Unterricht deutlich gemacht werden. Ein weiterer Schwerpunkt liegt darauf, deutlich zu machen, wie wichtig der routinierte Umgang mit Computer und Internet für den Nachwuchs ist.

Nokia Mobile Phones gewinnt europäischen Preis für Qualitätssicherung

Die European Foundation for Quality Management (EFQM) hat bekanntgegeben, daß Nokia Mobile Phones, Europe & Africa, der Gewinner des diesjährigen europäischen Preises für Qualitätssicherung in der Kategorie der Großunternehmen ist. Nokia bewarb sich in diesem Jahr zum ersten Mal um diesen Preis. Der angesehene European Quality Award wird an die hervorragendsten Organisationen in den privaten und öffentlichen Sektoren Europas in Anerkennung außergewöhnlicher Prozeßhand-

habung sowie herausragender operativer Leistungen verliehen. Große, mittlere und kleine Unternehmen können sich ebenso wie öffentliche Körperschaften um diese prestigeträchtige Auszeichnung bewerben, die erstmals im Jahre 1992 verliehen wurde.

Die Bewerber um diese Auszeichnung wurden auf der Grundlage ihrer formellen und schriftlich eingereichten Unterlagen ermittelt, die durch ein Team aus hochrangigen europäischen Managern bewertet wurden. Nokia qualifizierte sich mit seiner Bewerbung für den Besuch durch ein Gut-

achter-Team vor Ort. Während seines einwöchigen Aufenthalts an neun verschiedenen Nokia-Standorten ist das Gutachter-Team ungefähr 500 Mitarbeitern begegnet. Die Gewinner wurden schließlich aus einer Auswahlliste ermittelt, die noch 23 Finalisten aus verschiedenen Branchen und 13 verschiedenen Ländern enthielt. Die Gewinner wurden für das höchste Maß an Engagement bei der Verbesserung der geschäftlichen Prozesse und beim Ausbau ihrer Position im Wettbewerb ausgezeichnet.

Die Wachstumskurve des Prepaid-Marktes verliert langsam, aber sicher an Dynamik. Trotzdem wird das PrePaid-Geschäft dem Handel auch weiterhin viele Kunden bringen. Ungeachtet der Stückzahlen in satter Millionenhöhe, die mit PrePaid-Handys erzielt werden, wird sich der koreanische Gerätehersteller Samsung zur Zeit nicht an diesem Massenmarkt beteiligen. „Wir haben uns in der Vergangenheit als High-Tech-Anbieter positioniert, der in der Lage ist, Margen für den Handel zu generieren, und wir möchten dieser Philosophie auch zukünftig treu bleiben“, erklärte Harry Nemnich, Senior National Sales Manager, Telecom Department, bei der Samsung Electronics GmbH in Schwalbach, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Damit setzt das Unternehmen die Vertriebspolitik fort, die es von Beginn seiner Aktivitäten im GSM-Markt verfolgt hat. Nemnich: „Wir werden zukünftig mit neuen Geräten auch neue Zielgruppen ansprechen, aber wir sind weiterhin

Bei Samsung bleiben die Margen sicher

die Klappe in den allermeisten Fällen problemlos vom Benutzer wieder in die Halterung einsetzen, ohne daß das Telefon zur Reparatur abgegeben werden muß. Auch die weiteren Kennzeichen der derzeit sechs Modelle des GSM-Programms erfüllen die Erwartungen, die der Kunde aufgrund der Marktpositionierung der Geräte hegen kann. Das neue Modell SGH-M100 bietet sogar einen inte-

neuen Mobilfunkstandards GPRS und UMTS entgegen. „Samsung gehört seit vielen Jahren bei der Entwicklung und Realisierung von Mobilfunkstandards zu den Hauptdarstellern“, stellte Nemnich fest. Natürlich könne man zu diesem Zeitpunkt noch keine exakten Ankündigungen bezüglich der Geräte machen, die der koreanische Produzent für die neuen Techniken anbieten werde, betonte

19.000 Handelspartner zur Verfügung stehen, die diese haben wollen. „Da die Zusammenarbeit zur Zufriedenheit des Handels und zu unserer Zufriedenheit läuft, haben wir keine Intentionen, uns in alternative Vertriebskanäle zu begeben, soweit sich das aus unserer Position heraus kontrollieren läßt“, betonte Nemnich.

Die Zufriedenheit der Beteiligten gewährleistet Samsung durch die Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse der beteiligten Partner. Vertriebskonzepte werden stets im Dreiergespräch ausgearbeitet und umgesetzt. Hier sind neben Samsung auch die Kartenanbieter (Netzbetreiber oder Provider) und die Händler mit an Bord.

So wurde beispielsweise in Kooperation mit debitel und EP vor den Olympischen Spielen in Sydney eine Aktion ins Leben gerufen, bei der Handelspartner und Endverbraucher die Chance erhielten, als Gewinner eines Wettbewerbs zu dem sportlichen Mega-Ereignis nach Australien zu fliegen. „Wir nehmen unsere selbstformulierte Absicht sehr ernst, immer wieder neue Konzepte mit jeweils voll-

kommen anderen, kanalorientierten Anforderungen umzusetzen“, so Nemnich.

Neben dem GSM-Geschäft gehört bei Samsung auch die DECT-Telefonie zum Bereich „Wireless“



Bei den Normalpapier-Telefaxgeräten von Samsung repräsentiert das Topmodell SF-6800 modernste Lasertechnologie. 600 dpi Druckauflösung, Papierspeicher für bis zu 500 Blatt, 5 MB Speicher für die Speicherung von bis zu 400 Seiten, Rundfaxen, Gruppensenden oder zeitversetztes Faxen sind einige der Ausstattungsmerkmale. Nebenbei läßt sich das Gerät auch noch als Bürokopierer mit Zoomfunktion einsetzen. Die Modellvariante SF-6900 ist mit einem schnellen 33,6 kbps-Modem ausgestattet und beschleunigt damit den Faxversand deutlich.

Koreanischer Hersteller fokussiert weiterhin hochwertige Tk-Produkte

grierten MP3-Spieler, der das Aufnehmen und Abspielen digitaler Musikstücke ermöglicht. Als erstes Modell einer futuristischen Handygeneration weist das SGH-M100 gleichzeitig auf den Weg hin, den Samsung als innovativer Hersteller beschreiten wird: die Verbindung von Technikwelten, deren Kombination in einem einzigen Gerät noch vor wenigen Jahren undenkbar war. In einer weiteren Designstudie für den asiatischen Markt hat Samsung bereits gezeigt, daß auch das Zusammenführen einer digitalen

Nemnich, aber aufgrund der bisherigen Vertriebspolitik könne man sicher sein, daß Samsung von Beginn an mit hochwertigen Terminals für Business-Kunden im Markt vertreten sein werde. „Hier wird vor allem das Thema Application Service Providing eine zunehmende Rolle spielen“, sagte der Senior National Sales Manager voraus.

Gleichzeitig werde auch der Trend zu Online-Spielen mit den schnelleren Übertragungsraten wachsen, insbesondere in den Bereichen, in denen sich mehrere Spieler auf einer virtuellen Plattform treffen können. Nemnich zeigte sich zuversichtlich, daß in den kommenden Jahren die Nachfrage nach High-End-Geräten steigen werde. „Allerdings“, so schränkte er ein, „die Voraussetzung dafür ist, daß der Verbraucher die neuen Techniken verstehen und erlernen kann.“ Um dieses Ziel zu erreichen, hätten alle Beteiligten noch eine Menge Arbeit zu erledigen.

Doch von den Visionen zurück zum Alltagsgeschäft. Bei der GSM-Telefonie arbeitet Samsung direkt mit den Netzbetreibern, den Distributoren und den kooperierten Händlern zusammen. Diese sorgen letztlich dafür, daß Samsung Geräte allen der insgesamt rund

(drahtlos, d. Verf.). Auch hier hat Samsung beispielsweise mit den Schnurlos-Telefonen SP-R 6100 und SP-R 6150 schick designte und mit hohem Bedienungskomfort und einer Vielzahl technischer Kabinettstückchen ausgestattete Modelle zu bieten.

Zweites Standbein der Samsung Electronics GmbH neben Wireless ist der Bereich Office Automation, in dem Drucker und Telefaxgeräte verkauft werden. Jahrelange Erfahrung und intensive Forschung haben Samsung zu einem der weltgrößten und innovativsten Produzenten von Faxgeräten werden lassen. Heute umfaßt das Produktportfolio zahlreiche Tintenstrahl-, Toner- und Lasermodelle vom Einsteiger- bis zum Profigerät. Die Modelle werden nicht nur unter eigenem Markennamen vertrieben, sondern kommen auch als OEM-Produkte für andere Anbieter auf den Markt.

Herbert Päge



Zukunftsorientierte Geräte, hier das GSM-Telefon SGH-M100 mit integriertem MP3-Player, sollen den Samsung-Kunden auch weiterhin einen Mehrwert bieten.

entschlossen, den Markt von oben nach unten anzugehen.“ Nicht über den Preis sollen die Geräte an den Kunden verkauft werden, sondern über Ausstattungsmerkmale, „die“, so Nemnich, „einen echten Mehrwert darstellen und unsere Produkte von denen anderer Hersteller abgrenzen“.

Eines dieser anwenderfreundlichen Features sei beispielweise die bewährte Klappe der Samsung-Handys: Dieses Teil ist bei einigen Geräten eine Schwachstelle. Bricht sie ab, führt dies meistens zur vorübergehenden Unbrauchbarkeit des Gerätes. Anders bei Samsung-Handys. Bei diesen läßt sich



Harry Nemnich, Senior National Sales Manager, Telecom Department, bei der Samsung Electronics GmbH.

Fotokamera und eines Mobiltelefons möglich ist.

Aufgrund dieser Erfahrungen blickt die Samsung Electronics GmbH mit hohen Erwartungen den



Bild oben: Das SGH-2400 gehört zu den Handy-Spitzenmodellen im Samsung Sortiment. Neben einem extrem flachen Gehäuse mit den Abmessungen 108 x 45 x 19,6 mm, das in den Farben Silber oder Anthrazit zu haben ist, besitzt das Dual-Band-Gerät eine Fülle von Funktionen, darunter Vibrationsalarm, Voice Dialing, Voice Memo, CLIP/CLIR, Cell Broadcasting, Weltzeit, Alarm und Telefonbuch. Weitere Charakteristika sind Mikro-Ohrhörer-Kombination, SIM-Toolkit und Stand-by-/Gesprächszeiten bis zu 75/3,5 Stunden.

Bild rechts: An ein GSM-Telefon erinnert das DECT-Modell Samsung SP-R 6100. Dieses wird in den Farbvarianten Champagner-Gold und Anthrazit-Metallic angeboten und hat die Maße 115 x 46 x 22 mm.



Die Wachstumskurve des Prepaid-Marktes verliert langsam, aber sicher an Dynamik. Trotzdem wird das PrePaid-Geschäft dem Handel auch weiterhin viele Kunden bringen. Ungeachtet der Stückzahlen in satter Millionenhöhe, die mit PrePaid-Handys erzielt werden, wird sich der koreanische Gerätehersteller Samsung zur Zeit nicht an diesem Massenmarkt beteiligen. „Wir haben uns in der Vergangenheit als High-Tech-Anbieter positioniert, der in der Lage ist, Margen für den Handel zu generieren, und wir möchten dieser Philosophie auch zukünftig treu bleiben“, erklärte Harry Nemnich, Senior National Sales Manager, Telecom Department, bei der Samsung Electronics GmbH in Schwalbach, im Gespräch mit PoS-MAIL.

Damit setzt das Unternehmen die Vertriebspolitik fort, die es von Beginn seiner Aktivitäten im GSM-Markt verfolgt hat. Nemnich: „Wir werden zukünftig mit neuen Geräten auch neue Zielgruppen ansprechen, aber wir sind weiterhin

Bei Samsung bleiben die Margen sicher

die Klappe in den allermeisten Fällen problemlos vom Benutzer wieder in die Halterung einsetzen, ohne daß das Telefon zur Reparatur abgegeben werden muß. Auch die weiteren Kennzeichen der derzeit sechs Modelle des GSM-Programms erfüllen die Erwartungen, die der Kunde aufgrund der Marktpositionierung der Geräte hegen kann. Das neue Modell SGH-M100 bietet sogar einen inte-

neuen Mobilfunkstandards GPRS und UMTS entgegen. „Samsung gehört seit vielen Jahren bei der Entwicklung und Realisierung von Mobilfunkstandards zu den Hauptdarstellern“, stellte Nemnich fest. Natürlich könne man zu diesem Zeitpunkt noch keine exakten Ankündigungen bezüglich der Geräte machen, die der koreanische Produzent für die neuen Techniken anbieten werde, betonte

19.000 Handelspartner zur Verfügung stehen, die diese haben wollen. „Da die Zusammenarbeit zur Zufriedenheit des Handels und zu unserer Zufriedenheit läuft, haben wir keine Intentionen, uns in alternative Vertriebskanäle zu begeben, soweit sich das aus unserer Position heraus kontrollieren läßt“, betonte Nemnich.

Die Zufriedenheit der Beteiligten gewährleistet Samsung durch die Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse der beteiligten Partner. Vertriebskonzepte werden stets im Dreiergespräch ausgearbeitet und umgesetzt. Hier sind neben Samsung auch die Kartenanbieter (Netzbetreiber oder Provider) und die Händler mit an Bord.

So wurde beispielsweise in Kooperation mit debitel und EP vor den Olympischen Spielen in Sydney eine Aktion ins Leben gerufen, bei der Handelspartner und Endverbraucher die Chance erhielten, als Gewinner eines Wettbewerbs zu dem sportlichen Mega-Ereignis nach Australien zu fliegen. „Wir nehmen unsere selbstformulierte Absicht sehr ernst, immer wieder neue Konzepte mit jeweils voll-

kommen anderen, kanalorientierten Anforderungen umzusetzen“, so Nemnich.

Neben dem GSM-Geschäft gehört bei Samsung auch die DECT-Telefonie zum Bereich „Wireless“



Bei den Normalpapier-Telefaxgeräten von Samsung repräsentiert das Topmodell SF-6800 modernste Lasertechnologie. 600 dpi Druckauflösung, Papierspeicher für bis zu 500 Blatt, 5 MB Speicher für die Speicherung von bis zu 400 Seiten, Rundfaxen, Gruppensenden oder zeitversetztes Faxen sind einige der Ausstattungsmerkmale. Nebenbei läßt sich das Gerät auch noch als Bürokopierer mit Zoomfunktion einsetzen. Die Modellvariante SF-6900 ist mit einem schnellen 33,6 kbps-Modem ausgestattet und beschleunigt damit den Faxversand deutlich.

Koreanischer Hersteller fokussiert weiterhin hochwertige Tk-Produkte

grierten MP3-Spieler, der das Aufnehmen und Abspielen digitaler Musikstücke ermöglicht.

Als erstes Modell einer futuristischen Handygeneration weist das SGH-M100 gleichzeitig auf den Weg hin, den Samsung als innovativer Hersteller beschreiten wird: die Verbindung von Technikwelten, deren Kombination in einem einzigen Gerät noch vor wenigen Jahren undenkbar war. In einer weiteren Designstudie für den asiatischen Markt hat Samsung bereits gezeigt, daß auch das Zusammenführen einer digitalen

Nemnich, aber aufgrund der bisherigen Vertriebspolitik könne man sicher sein, daß Samsung von Beginn an mit hochwertigen Terminals für Business-Kunden im Markt vertreten sein werde. „Hier wird vor allem das Thema Application Service Providing eine zunehmende Rolle spielen“, sagte der Senior National Sales Manager voraus.

Gleichzeitig werde auch der Trend zu Online-Spielen mit den schnelleren Übertragungsraten wachsen, insbesondere in den Bereichen, in denen sich mehrere Spieler auf einer virtuellen Plattform treffen können. Nemnich zeigte sich zuversichtlich, daß in den kommenden Jahren die Nachfrage nach High-End-Geräten steigen werde. „Allerdings“, so schränkte er ein, „die Voraussetzung dafür ist, daß der Verbraucher die neuen Techniken verstehen und erlernen kann.“ Um dieses Ziel zu erreichen, hätten alle Beteiligten noch eine Menge Arbeit zu erledigen.

Doch von den Visionen zurück zum Alltagsgeschäft. Bei der GSM-Telefonie arbeitet Samsung direkt mit den Netzbetreibern, den Distributoren und den kooperierten Händlern zusammen. Diese sorgen letztlich dafür, daß Samsung Geräte allen der insgesamt rund

(drahtlos, d. Verf.). Auch hier hat Samsung beispielsweise mit den Schnurlos-Telefonen SP-R 6100 und SP-R 6150 schick designte und mit hohem Bedienungskomfort und einer Vielzahl technischer Kabinettstückchen ausgestattete Modelle zu bieten.

Zweites Standbein der Samsung Electronics GmbH neben Wireless ist der Bereich Office Automation, in dem Drucker und Telefaxgeräte verkauft werden. Jahrelange Erfahrung und intensive Forschung haben Samsung zu einem der weltgrößten und innovativsten Produzenten von Faxgeräten werden lassen. Heute umfaßt das Produktportfolio zahlreiche Tintenstrahl-, Toner- und Lasermodelle vom Einsteiger- bis zum Profigerät. Die Modelle werden nicht nur unter eigenem Markennamen vertrieben, sondern kommen auch als OEM-Produkte für andere Anbieter auf den Markt.

Herbert Päge



Zukunftsorientierte Geräte, hier das GSM-Telefon SGH-M100 mit integriertem MP3-Player, sollen den Samsung-Kunden auch weiterhin einen Mehrwert bieten.

entschlossen, den Markt von oben nach unten anzugehen.“ Nicht über den Preis sollen die Geräte an den Kunden verkauft werden, sondern über Ausstattungsmerkmale, „die“, so Nemnich, „einen echten Mehrwert darstellen und unsere Produkte von denen anderer Hersteller abgrenzen“.

Eines dieser anwenderfreundlichen Features sei beispielweise die bewährte Klappe der Samsung-Handys: Dieses Teil ist bei einigen Geräten eine Schwachstelle. Bricht sie ab, führt dies meistens zur vorübergehenden Unbrauchbarkeit des Gerätes. Anders bei Samsung-Handys. Bei diesen läßt sich



Harry Nemnich, Senior National Sales Manager, Telecom Department, bei der Samsung Electronics GmbH.

Fotokamera und eines Mobiltelefons möglich ist.

Aufgrund dieser Erfahrungen blickt die Samsung Electronics GmbH mit hohen Erwartungen den



Bild oben: Das SGH-2400 gehört zu den Handy-Spitzenmodellen im Samsung Sortiment. Neben einem extrem flachen Gehäuse mit den Abmessungen 108 x 45 x 19,6 mm, das in den Farben Silber oder Anthrazit zu haben ist, besitzt das Dual-Band-Gerät eine Fülle von Funktionen, darunter Vibrationsalarm, Voice Dialing, Voice Memo, CLIP/CLIR, Cell Broadcasting, Weltzeit, Alarm und Telefonbuch. Weitere Charakteristika sind Mikro-Ohrhörer-Kombination, SIM-Toolkit und Stand-by-/Gesprächszeiten bis zu 75/3,5 Stunden.

Bild rechts: An ein GSM-Telefon erinnert das DECT-Modell Samsung SP-R 6100. Dieses wird in den Farbvarianten Champagner-Gold und Anthrazit-Metallic angeboten und hat die Maße 115 x 46 x 22 mm.



Beim Thema UMTS scheiden sich die Geister: Während notorische Schwarzmaler die neue Mobilfunktechnologie für zu teuer und überflüssig halten, sehen andere in ihr, ebenso wie in GPRS, eine Möglichkeit, neue Geschäftsmodelle zu realisieren. Zu den Optimisten gehören die Mitarbeiter der Ericsson Consulting GmbH. Sie sind nicht nur der Überzeugung, daß UMTS schnell erfolgreich sein wird, sondern sie vertreten auch die Meinung, daß der kommende Standard auch große Chancen für alle Beteiligten bringen wird. PoS-MAIL informierte sich in Düsseldorf über die Visionen von Ericsson.

nach Wilds Meinung zum einen im Verkauf der neuen Produkte und Verträge, die für UMTS erforderlich seien, zum anderen in der Möglichkeit, den Kunden gezielt über sein Mobilgerät auf Angebote aufmerksam zu machen. „Ein einfaches Beispiel dafür ist, daß ein Kunde, der in der Lebensmittel-



Stellten PoS-MAIL ihre Visionen für UMTS vor: Andreas Wild, Managing Director der Ericsson Consulting GmbH (Bild oben), und Carsten Ahrens, Principal, Network Operators & Service Providers bei der Ericsson Consulting GmbH.

abteilung Kaviar und Champagner kauft, sofort über das Display von einem Sonderangebot in der Schmuckabteilung erfährt. Mit

schnell reagieren, sie können durch die Möglichkeit, Bilder zu übertragen, auch bessere Verkaufserfolge zu erzielen.“ Schnelligkeit spiele

Große Chancen für alle Händler

„Erstaunlicherweise vertreten selbst viele Experten die Ansicht, daß UMTS im derzeitigen Stadium ausschließlich die Sache der Lizenzersteigerer und der Service Provider ist“, stellte Andreas Wild, Managing Director der Ericsson Consulting GmbH, fest. „Dabei ergeben sich mit UMTS vor allem auch Chancen für den gesamten Handel.“ Diese Chancen bestehen

UMTS und GPRS ist er schließlich immer auf Empfang“, beschrieb Wild eine der möglichen zukünftigen Kommunikationsformen zwischen Handel und Kundschaft. Im Fachjargon heißt diese Art der Pflege von Kundenbeziehungen One-to-One-Marketing und Customer Relationship Management (CRM). Wild: „Mit UMTS können Anbieter nicht nur extrem

dabei vor allem bei „leichtverderblichen“ Waren wie Flugreisen oder Eintrittskarten eine wichtige Rolle, die Möglichkeit der Bilddarstellung komme dagegen eher erklärungsbedürftigen Produkten zugute.

Der interaktive Einkauf kann jedoch auch vom Kunden ausgehen. So ist es beispielsweise denkbar, daß ein Verbraucher an einem virtuellen „schwarzen Brett“ ein Kaufgesuch hinterläßt, das von den Händlern eingesehen werden kann. Hat ein Händler in der Nähe des Kunden ein entsprechendes Produkt im Angebot, kann er dem Interessenten augenblicklich eine Mitteilung zukommen lassen.

Wichtige Voraussetzung für diese Art des Marketings ist, daß der Händler seinen Kunden kennt. „Natürlich kann Werbung den Empfänger irgendwann einmal nerven“, betonte Carsten Ahrens, Principal, Network Operators & Service Providers bei der Ericsson Consulting GmbH. „Vor allem dann, wenn ständig Produkte und Leistungen angeboten werden, die den Kunden überhaupt nicht interessieren.“ Um dieser Misere zu entgehen, sollten die Anbieter frühzeitig beginnen, mit Hilfe von Gewinnspielen, Incentives, Miles-and-More-Aktionen und ähnlichen Initiativen Kundenprofile zu erstellen. Ahrens: „So wird gewährlei-

Ericsson Consulting entwickelt neuartige Geschäftsmodelle

stet, daß wirklich nur die Werbung beim Kunden ankommt, die er sich wünscht und die er akzeptiert.“ Daß die Mehrheit der Handybesitzer prinzipiell nichts gegen Werbung einzuwenden hat, beweist eine Befragung der Ericsson Consulting GmbH. Allerdings erklärten sich die Befragten nur dann damit einverstanden, wenn die Werbung sinnvoll ist, wenn sie hilft, die Kosten für bestimmte Dienste zu senken und wenn sie personalisiert ist und den Eindruck von Exklusivität

getauscht werden könnten. Hier machten viele denkbare Kooperationen von Unternehmen unterschiedlicher Branchen sehr viel Sinn.

In der Tatsache, daß UMTS nicht nur eine Marketingchance bietet, sondern auch den Verkauf neuer Produkte und neuer Dienstleistungen fördert, liegt die zweite große Chance des Handels. „Besonders High-Tech- und IT-Handel werden davon profitieren, daß die gesamte Gerätepalette deutlich wachsen

70% der Konsumenten würden Werbung auf dem Handy akzeptieren, wenn...

- sie sinnvoll ist, also Informationsgehalt und einen aktuellen Bezug hat.
- wenn sie hilft, die Kosten für bestimmte Dienste zu senken.
- sie personalisiert ist und den Eindruck von Exklusivität vermittelt.

Next Exit, 2 Miles SPECIAL BIG MAC \$1.50

Quelle: Ericsson Consulting GmbH

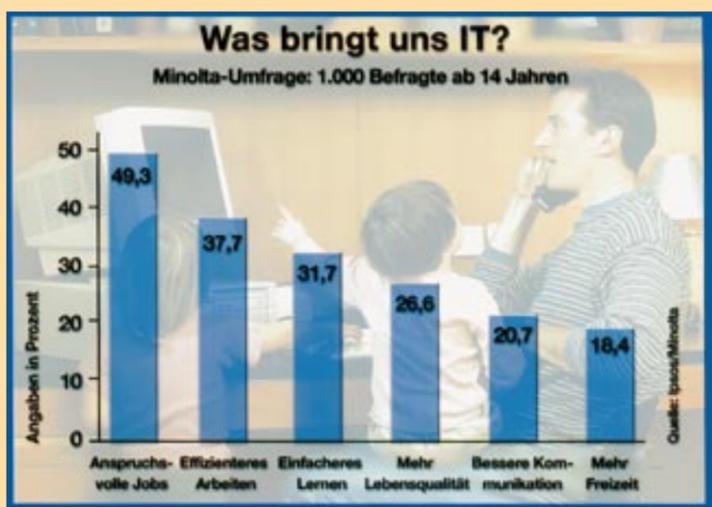
Nach Erkenntnissen der Ericsson Consulting GmbH wäre die Mehrzahl der Verbraucher unter bestimmten Umständen bereit, Werbung auf dem Handy zu akzeptieren.

vermittelt. „Die Erstellung der Kundenpanels ist eine der wichtigsten Aufgaben für die Anbieter“, meinte Andreas Wild. „Und wer von Anfang an beim UMTS-Geschäft dabei sein will, der sollte so schnell wie möglich aktiv werden.“

Wild empfahl den Unternehmen, sich bezüglich der Erstellung der Panels strategische Partner zu suchen, mit denen Erkenntnisse aus-

wird“, sagte Ahrens. „Es wird die unterschiedlichsten, auf die individuellen Bedürfnisse des Konsumenten zugeschnittene Lösungen geben: von einfachen Telefonen, die für die Sprachübertragung genutzt werden, über Multimediageräte mit großem Display, eingebauter Kamera und Bluetooth-Funktion bis zu kompletten Paketen, in denen Software und mobile PCs enthalten sind.“ Auch die Zahl grafik- und bildorientierter Dienste werde wachsen. Ahrens: „Wer kann all das besser verkaufen als der Handel, der bereits jetzt den unmittelbaren Kontakt zum Konsumenten hat?“

Herbert Päge



Breite Technologieakzeptanz der Deutschen

Vor allem junge Deutsche erwarten von PC, Internet, Handy & Co. neue anspruchsvolle Jobs, eine verbesserte Kommunikation und ein Plus an Freizeit durch effizientere Möglichkeiten der Arbeit. Dies ist das Ergebnis einer Repräsentativbefragung von 1.000 Deutschen ab 14 Jahren, die das Meinungsforschungsinstitut Ipsos im September im Auftrag der Minolta Europe GmbH durchgeführt hat. Den Angaben zufolge ist heute mehr als jeder Zweite (53,8 Prozent) der Meinung, daß IT-Unternehmen neue Arbeitsplätze in Deutschland schaffen, und 36,4 Prozent erwarten von der Branche entscheidende Impulse für die Gesamtwirtschaft. 20,7 Prozent erwarten eine „erleichterte zwischenmenschliche Kommunikation“, 26,6 Prozent sind der Überzeugung, daß IT-Unternehmen „Lösungen für mehr Lebensqualität“ bereitstellen, und 43,3 Prozent glauben, daß IT-Produkte uns „effizienter arbeiten“ lassen.



Designstudien und erste Prototypen aus dem Hause Ericsson zeigen die Vielfalt möglicher UMTS-Geräte. Hier Beispiele für ein „normales“ Telefon mit großem Display (Bild links), ein Telefon mit eingebauter Kamera und Bluetooth-Headset (Bild links oben) und einen notebook-ähnlichen Communicator (Bild oben) mit großem Display, der die Texteingabe dank einer großen Tastatur deutlich vereinfacht.

Mit dem Faxgerät E-Mails verschicken

Mit schicken und sehr kompakten Telefaxgeräten spricht Philips sowohl Nutzer aus dem SoHo-Bereich (Small Office Home Office) als auch Privatanwender an, die zwar ein Faxgerät besitzen, dafür aber nicht allzu viel Platz bereitstellen wollen. Im Sortiment vertreten sind Normalpapierfaxe ebenso wie Geräte für den Thermodruck.



Besondere Kennzeichen der Philips-Modelle sind Ausstattungsmerkmale, die für den Anwender einen Zusatznutzen darstellen. Als Beispiele zu nennen sind etwa, je nach Modellvariante, Schnittstellen zum Anschluß an einen PC, die Möglichkeit, PC-Dokumente farbig auszudrucken, die Unified Messaging Funktion, die Telefaxvorlagen automatisch in E-Mails umsetzt, die Möglichkeit der zusätzlichen Schnurlos-Telefonie mit bis zu sechs DECT-Handgeräten, abnehmbare Scanner oder die Easy Install/Plug&Play-Funktion, die die Inbetriebnahme der Geräte vereinfacht.

GSM-Telefonie mit Spracherkennung

Die hochentwickelte Spracherkennung ist eine der Stärken von Philips Mobiltelefonen. Sie kann nicht nur zur Anwahl einer im Telefonbuch gespeicherten Nummer genutzt werden, son-



dern auch zur Einwahl in ein WAP-Portal. Weitere Kennzeichen der Philips Handys sind die einfache Benutzerführung und die hohe Produktqualität. Das Sortiment umfaßt derzeit sieben GSM-Modelle, vom zuverlässigen Einsteigergerät Philips Savvy bis zum üppig ausgestatteten Philips Xenium 9@9 (Bild oben), das vor wenigen Monaten vorgestellt wurde.

Handelspartner mit hoher Akzeptanz

Das Telekom-Geschäft des Unternehmensbereiches Consumer Communications der Philips GmbH, der seit Mitte des Jahres in einem neuen Domizil in Eschborn beheimatet ist, steht auf drei Säulen: Telefax, Festnetz- und GSM-Telefonie. Unter der Verantwortung des General Managers Dr. Gerhard Ries hat sich das Geschäft während der vergangenen Jahre in allen drei Bereichen kontinuierlich nach oben entwickelt. Als wichtigste Gründe dafür nannte Ries im Gespräch mit PoS-MAIL die klare Preis- und die saubere Absatzpolitik des Unternehmens sowie das gut ausgebildete und kompetente Personal in Form von Key-Account-Managern und Promotoren.

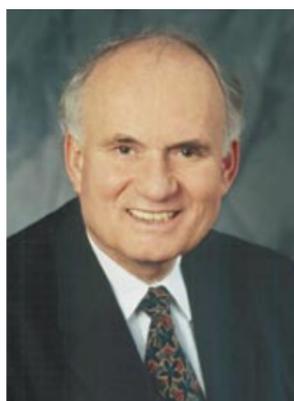
„Wir haben in der Vergangenheit immer unser Vertriebskonzept konsequent durchgehalten und sind damit zu einem zuverlässigen Partner geworden, der im Handel hohe Akzeptanz genießt“, stellte Ries fest. „So gibt es bei uns bei-

informative Leporello-Broschüren im Format 10,5 x 21 cm ein, die in unmittelbarer Nähe der Produkte platziert werden können. Und gibt es doch noch einmal ein Display, dann hat auch dieses einen Mehrwert: So liefert Philips dem Handel

Philips' Spezialitäten sind Geräte mit Zusatznutzen

spielsweise keine ‚Harakiri-Aktionen‘ mit Preisverhau, wenn der Lagerdruck einmal zu groß sein sollte.“ Über die Vertriebspolitik hinaus könne Philips aber auch mit vielen attraktiven Produkten aufwarten, die stets die aktuellen Wünsche der Konsumenten hinsichtlich Design und Ausstattung erfüllen. Dabei sei es zwar nicht immer einfach, den richtigen Zeitpunkt für die Neueinführung eines Produktes zu treffen, so Ries, „aber mit der bisherigen Praxis, Geräte dann in den Markt zu führen, wenn sie tatsächlich einen Mehrwert für den Anwender darstellen und Ausstattungsmerkmale besitzen, die sie deutlich von Mitbewerber-Produkten unterscheiden, haben wir in den vergangenen Jahren immer richtig gelegen“.

Zur Zuverlässigkeit in der Zusammenarbeit mit dem Handel gehört nach Ries' Worten bei Philips auch die Abverkaufs-Unterstützung. So würden zum Beispiel zur Einführung neuer Produkte die Werbe- und Promotionaktivitäten prinzipiell verstärkt. Außerdem stelle Philips seinen Handelspartnern Informationsmaterial für den Point of Sale zur Verfügung. Dabei habe man sich inzwischen von großformatigen Displays weitgehend verabschiedet, „weil dafür die Akzeptanz im Handel aus verschiedenen Gründen abnimmt“, erläuterte Ries. Stattdessen setzt Philips jetzt



Dr. Gerhard Ries, General Manager Philips Consumer Communications

beispielsweise das Fax-Modell Magic 2 DECT, das im Original mit einem Schnurlos-Telefonhörer ausgestattet ist, zu Ausstellungszwecken mit einem roten Papphörer. Ries: „Damit läßt sich das Risiko, daß der Hörer vom Gerät gestohlen wird, auf Null reduzieren.“

Ein besonders erfolgreiches Kapitel in der Erfolgsstory von Philips Consumer Communications hat das Team um Dr. Gerhard Ries mit Telefaxgeräten geschrieben. Hatte das Unternehmen vor vier Jahren, zu dem Zeitpunkt, als Ries die Verantwortung übernahm, „lediglich einen“, so der General Manager, „bescheidenen Marktanteil“, so zeigen aktuelle Marktuntersuchungen, daß Philips hier nach Stückzahlen den Weg an die Spitze geschafft hat. Erwähnenswert ist, daß die Verkaufszahlen im Consumer Electronics Handel und bei Mass Merchandisern erzielt wur-



DECT-Festnetz-Telefon mit Handy-Funktionalitäten

Zenia, Onis und Kala heißen die Modellreihen, mit denen Philips in diesem Herbst im DECT-Festnetz-Geschäft antritt. Alle Modelle präsentieren sich in modernem, in Frankreich entwickeltem Design und mit einer Vielzahl innovativer Features. Verkaufszahlen und Tests in Fachmagazinen beweisen ebenso wie andere Auszeichnungen (Design Award, Preistip etc.), daß diese Ausstattungsmerkmale im Markt ankommen. Hervorzuheben ist besonders die Handy-Funktionalität einiger Philips-Geräte, die sich unter anderem in der Anschlußmöglichkeit für Headsets, Lautsprecher- und Freisprechfunktion ausdrückt. Ende des Jahres wird das Sortiment der DECT-Telefone um neue Modelle für den Einsteigerbereich erweitert.

den, während viele der Wettbewerber ihre Telefaxgeräte überwiegend über den Bürofachhandel absetzen.

Ein wichtiges Thema ist für Ries auch die DECT-Festnetztelefonie. Auch hier spielt das Unternehmen nach Stückzahlen in der obersten Liga mit. Philips konzentriert sich derzeit ausschließlich auf den höheren Preisbereich (175 DM bis 350 DM), „weil hier noch interessante Margen für den Handel und natürlich auch für uns zu erzielen sind“, meinte Ries. Gänzlich verlassen wird Philips dagegen in den kommenden Monaten das Geschäft mit analogen Festnetztelefonen. Ries: „Um hier mitmischen zu können, muß man einen Preisbereich von unter

100 DM schaffen. Dann fällt es aber schwer, Gewinne zu erzielen.“

Im GSM-Markt will Philips vom rückläufigen PrePaid-Markt profitieren. „Wenn wieder hochwertige Geräte mit Kartenverträgen verkauft werden, können wir dem Handel einige attraktive Modelle bieten“, betonte Ries. Wichtige Faktoren für den weiteren Erfolg sollen dabei die hohe Qualität der Geräte, die sich in einer Rücklaufquote von etwa einem Prozent ausdrückt, moderne Features und die kooperative Zusammenarbeit mit dem Handel sein. hepä



An die Stelle großformatiger Displays treten bei Philips Consumer Communications immer häufiger informative Faltbroschüren im Format 10,5 x 21 cm.

So haben Sie die Bundesliga noch nie gesehen.



Spitzenleistungen für Ihren Umsatz.



- Die TV-Sensation: Alle Spiele, alle Tore – die ganze Bundesliga live
- Zwei neue Einstiegspakete für Sportbegeisterte: SPORTS WORLD und SPORTS WORLD mit KICK
- PREMIERE WORLD unterstützt den Abverkauf mit einem riesigen Werbedruck
- Fußball, Formel 1 und Boxen sind enorme Publikumsmagneten. Nutzen Sie dieses Umsatzpotential für Ihr Geschäft

www.premiereworld.de

Interesse? Rufen Sie gleich an:

08000 / 44 45 46

Mit 1.663 Ausstellern aus 45 Ländern war die photokina 2000 im 50sten Jahr ihres Bestehens die bisher größte überhaupt. 162.000 Besucher aus 144 Ländern informierten sich vom 20. bis 25. September in Köln über die Zukunft digitaler und analoger Bildwelten. Dabei führen neue Technologien zur Zeit im Amateurmarkt kaum zur Ablösung bewährter Verfahren. Vielmehr ist mit einem dramatischen Anstieg der Anwendungen von Bildern durch die Digitaltechnik zu rechnen.

photokina
Köln 2000
20.–25. Sept.

photokina 2000 zeigte die Zukunft der Bildtechnologie

Schöne Aussichten

Digitalkameras waren zumindest in den Publikumsmedien die unbestrittenen Stars dieser photokina. Qualitätsdiskussionen gehören angesichts von Auflösungen über drei Millionen Pixeln im Amateurbereich der Vergangenheit an. Modelle mit 2,1 Millionen Pixeln, deren Auflösung für ein fotorealistisches Bild im Format 10 x 15 cm mehr als ausreichend ist, werden inzwischen für deutlich unter 1.000,- DM angeboten. Dabei setzen die Kamerahersteller verstärkt auf attraktives Design und äußerst kompakte Bauweise, damit die digitalen Schnappschußgeräte wirklich immer und überall dabei sein können. Im oberen Marktsegment stellte Olympus mit der Camedia E-10 eine Spiegelreflexkamera mit fast 4 Millionen Pixeln vor, die mit ihrem 4fach-Zoomobjektiv zu einem Preis von 3.500,- DM umfangreiche fotografische Möglichkeiten bis zum professionellen Einsatz bietet. Pentax überraschte mit dem

Prototyp einer Spiegelreflex-Systemkamera, die mit einem 6 Millionen Pixel Chip ausgestattet ist, der exakt die Ausmaße eines Kleinbildnegatives aufweist. Über den möglichen Verkaufspreis und einen verbindlichen Liefertermin gab es allerdings noch keine Aussagen.

„Zwitter“ für neue Zielgruppen

Immer mehr Hersteller versuchen, durch den Einbau neuartiger Features in Digitalkameras neue Zielgruppen für das Fotografieren zu gewinnen. So stellten Fujifilm, Polaroid und Samsung Digitalkameras mit eingebautem MP3 Spieler vor, die neben digitalen Bildern auch digitales Musikvergnügen versprechen.

Bei einem anderen Modell nutzt Polaroid seine Sofortbildtechnologie für eine Digitalkamera mit eingebautem Drucker, der das digitale Foto auf Wunsch als fertiges Sofortbild ausgibt. Zudem stellte das Sofortbildunternehmen einen äußerst kompakten Drucker vor, mit dem digitale Aufnahmen direkt vom Speichermedium auf Sofortbildmaterial belichtet werden können. Die Stromversorgung des netzunabhängigen Gerätes erfolgt dabei durch die im Polaroid Sofortbildfilm integrierte Batterie.

Quicklebendig: 35 mm und APS

Auch die analoge Fotografie zeigte sich auf der photokina innovativ. Agfa stellte eine komplett neue Filmgeneration vor; andere Hersteller

präsentierten Abrundungen ihrer Palette. Dabei geht der Trend zu immer höheren Empfindlichkeiten weiter. Alle wichtigen Hersteller warten inzwischen bei 35 mm mit ISO 800 auf – damit ergeben sich für Amateure völlig neue Fotografiemöglichkeiten bei vorhandenem Licht, beim Einsatz von Blitzgeräten wird die Reichweite deutlich verlängert. Fujifilm und Konica bieten die ultraschnellen 800er Filme sogar für das APS System mit kleinerem Negativformat an. Für neues Leben bei APS sollen zudem neue Kompaktkameras sorgen.



Martin Hubert, Leiter Marketing und Vertrieb Consumer Produkte bei Olympus, präsentiert die Camedia E10, mit dem der Digitalkameramarktführer in ein professionelles Qualitätsniveau vorstößt.

Kodak präsentierte mit der neuen Preview Kamera ein Modell, bei dem das Bildergebnis sofort nach der Aufnahme auf dem eingebauten LCD-Display begutachtet werden kann. Dabei hat der Anwender die Möglichkeit, die gewünschte

Soll neue Zielgruppen erschließen: die FinePix 40i Digitalkamera von Fujifilm mit eingebautem MP3 Player.



Zahl der Abzüge (zwischen 0 und 9) auf der Magnetschicht des APS Films abzuspeichern. Andere Kamerahersteller wie Canon, Konica und Nikon setzen bei ihren neuen APS Modellen vorwiegend auf Design. Dabei läßt die kleine APS Filmpatrone außerordentlich kompakte Modelle zu.

SLR Innovationen

Daß sich die klassische Fotografie weiter großer Beliebtheit erfreut, zeigt nicht nur die steigende Zahl von Bildern im Großlabor und der ungebrochene Film- und Kameraverkauf. Auf der photokina stellten mehrere große Hersteller neue Spiegelreflexmodelle vor – und zwar meist für die gehobene Amateurklasse. Dazu gehört z. B. die Canon EOS 30 mit augengesteuertem Autofokus-System, die Minolta Dynax 7 mit neuartigem Navigationsdisplay und umfangreicher Ausstattung, und ein neuer Prototyp, mit dem Pentax überraschend aufwartete. Dagegen richtet sich die Nikon F65 vorwiegend an Einsteiger. Für ausgesprochene Liebhaber sorgte die neue Contax N1 Autofokus-Spiegelreflex für Aufsehen, für die es vier neue Carl Zeiss Objektiv mit N-Bajonett gibt.

Die neuen Dienstleistungen

Ob Bilddateien auf der Digitalkamera oder digitalisierte analoge Aufnahmen: Die Herstellung richtiger Fotos von Bits und Bytes ist



Hohen Bedienungskomfort bietet die neue Minolta Dynax 7 für die gehobene Amateurklasse.

kein Problem mehr. Alle bedeutenden Großlabors bieten inzwischen Bilder über das Internet an – ebenso wie Newcomer, die sich auf die Herstellung von Prints aus digitalen Quellen im Großlabor verlegen. Zusätzlich gibt es von den Großlabors und der Laborgeräteindustrie Terminals für den Fotohandel, mit denen Bilder von digitalen Speichermedien ausgelesen und entweder über das Netzwerk oder auf Datenträger zum Printen ins Labor transportiert werden. Auch für Zuhause gibt es immer bessere Drucker, die Bilder aus digitalen Quellen mit oder ohne PC aufs Papier bringen – diese Verfahren sind allerdings meist immer noch vergleichsweise langsam und, was die Verbrauchsmaterialien angeht, teuer. Dagegen nähert sich das Preisniveau digitaler Fotoabzüge aus dem Labor inzwischen den normalen Bilderpreisen an.

Neue Verfahren

Als besonders interessant erwies sich die photokina 2000 bei der Diskussion über die Frage, auf welche Weise in Zukunft Bilder in Großlabors oder Minilabs hergestellt werden. Das fängt bei der Filmentwicklung an. Applied Science



Bereits zur Eröffnung der photokina betonte Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes „den gelungenen Aufbruch in eine Epoche der Fotografie“.

Fiction, ein Technologieunternehmen aus Amerika, das bisher vor allem durch Scannersoftware zur automatischen Beseitigung von Staub und Kratzern auf Bildern von sich reden machte und über eine hervorragende Software zur Rekonstruktion der Farben ausgeglichener Bilder verfügt, stellte das bereits im Frühjahr auf der PMA angekündigte trockene Filmentwicklungsverfahren erstmals als funktionierenden Prototypen vor. Dabei wird der Film nicht wie bisher entwickelt, gebleicht und fixiert, sondern nach dem Auftragen einer speziellen Paste sofort gescannt, wobei die Bildinformation in digitale Dateien mit einer Größe von 20 MB pro Aufnahme umgewandelt wird. Die Negative werden bei diesem Prozeß zerstört; der Kunde soll stattdessen eine CD-Rom erhalten. ASF plant den Einsatz dieser Technik in Servicekiosks, deren Prototypen



Dan Sullivan, President/CEO des amerikanischen Unternehmens Applied Science Fiction mit dem Prototypen einer Kioskstation, die innerhalb weniger Minuten einen kompletten Satz Bilder vom 35mm oder APS Film ohne den Einsatz von Fotochemie liefert.

ebenfalls in Köln zu sehen waren. Hier wirft der Kunde seinen belichteten Negativfilm ein und erhält innerhalb von gut sechs Minuten die fertigen Bilder.



Print & Go ist der Name des neuen Inkjet Minilabs, das Laborgerätespezialist Gretag gemeinsam mit Epson entwickelt hat.

Überraschend präsentierte Digital Now, ein bisher als Anbieter von Systemen zur Digitalisierung analoger Bilder und ihrer Bereitstellung im Internet bekanntgewordenes Unternehmen, ebenfalls ein „trockenes“ Verfahren zur Filmentwicklung. Im Unterschied zur Lösung von Applied Science Fiction können hier die Negative nach dem Scannen auf Wunsch ausentwickelt werden. Geeignet sind die-



Dieter Werkhausen, Vorstandsmittglied der Kodak AG, verspricht sich von der innovativen Advantix Preview Kamera neue Impulse für APS. Dazu soll auch der Relaunch der Kodak Advantix Filme unter dem neuen Namen APS Erlebnis beitragen.

se trockenen Filmentwicklungsverfahren, wenn sie sich in der Praxis bewähren, vor allem für Kiosklösungen und digitale Inkjet

Minilabs, die ebenfalls in Köln angekündigt wurden. Gretag Imaging zeigte in Zusammenarbeit mit Epson bereits ein Gerät mit einer Kapazität von 150 bis 200 Bildern in der Stunde. Phogenix Imaging, ein Joint-Venture zwischen Eastman Kodak und Hewlett-Packard, stellte ein entsprechendes Gerät mit höherer Kapazität hinter verschlossenen Türen vor, dessen Einführung Ende kommenden Jahres zu erwarten ist. Sowohl die Qualität der Bilder als auch die Kosten pro Foto sollen dabei mit der herkömmlichen Fotochemie vergleichbar sein.

Während bisher Einigkeit darüber herrschte, daß die Herstellung von Bildern in der Massenproduktion

von Großlabors sich zum derzeitigen Preis-/Leistungsverhältnis nur auf Fotopapier realisieren läßt, waren in Köln erstmals Alternativen zu sehen. Indigo und Xeikon zeigten die Herstellung von Bildern im Digitaldruck. Dabei werden in einem offset-ähnlichen Verfahren flüssige (Indigo) oder pulverförmige (Xeikon) Toner eingesetzt. Der fotorealistische Eindruck des fertigen Bildes entsteht durch entsprechende Papierträger und Nachbearbeitungsverfahren, z. B. Laminierung.

Die Qualität der in Köln gezeigten Ergebnisse aus den Prototypen war außerordentlich gut. Ob sich solche Geräte in den Arbeitsablauf durchrationalisierter Großlabors integrieren lassen, wird die Praxis zeigen.

Natürlich braucht man für die Produktion von Fotos im Digitaldruck digitalisierte Bilder. Hochgeschwindigkeitsscanner mit einer Kapazität von bis zu 10.000 Kleinbildaufnahmen pro Stunde wurden auf der photokina von mehreren Ausstellern – zum Teil im Zusammenhang mit digitalen Printsyste-men für Fotopapier – vorgestellt.

Zukunfts-perspektiven

Die photokina 2000 bewies deutlich, daß auf dem Bildermarkt in den nächsten Jahren mit einer spannenden Entwicklung zu rechnen ist. Die Digitaltechnik sorgt für immer neue Anwendungen von Bildern, die durch die leichtere Übertragung in Breitband-Netzwerken nochmals erweitert werden.

Die Digitalkamera, die automatisch die Bildinformationen über das Mobilfunknetz zum Ausbe-lichten ins Labor schickt, wird in absehbarer Zukunft keine Utopie mehr sein.

ZUKUNFT DIGITAL

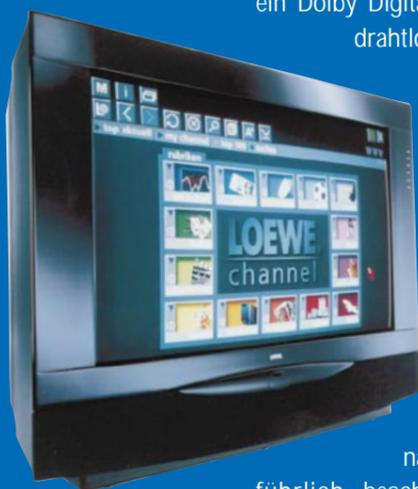


photokina

X Loewe Aconda auf Wunsch mit Digital-TV und Internet X

Mit den Fernsehgeräten der neuen Aconda Linie stellt die Loewe AG Kronach das „Multimedia TV von Morgen“ mit Digital TV-Empfang und Internet schon heute als serienreife verfügbare Realität vor. Die neuen Loewe Aconda Geräte faszinieren bereits rein äußerlich durch die gelungene Integration einer Real Flat-Bildröhre mit 16:9 Breitbildformat in ein Gehäuse, daß sich durch seine schlicht elegante Linienführung repräsentativ abhebt. Neben dem 81 cm Modell mit 16:9 Format gibt es nun auch ein 72 cm Modell im 4:3 Format mit Real Flat-Bildröhre. Die elektronischen Programmführer, NextView für analoge und Electronic Program Guide für Digitale TV-Stationen, ermöglichen zusammen mit dem Personal Control System (PCSplus) eine individuelle Abstimmung auf persönliche Programmwünsche und Vorlieben, die den Erwerb einer Programmzeitschrift überflüssig machen.

Weltweit erstmalig werden die Aconda Modelle mit der innovativen 100Hz TV-Elektronik „Media Plus“ ausgerüstet. Media Plus realisiert eine Basisausrüstung mit einem modularen Aufrüstkonzept, in das sich jederzeit individuell ausgewählte Komponenten für Home-Multimedia nach Wunsch einbauen lassen. Verfügbar sind ein Online-Modul für den Zugang zum Internet, ein Digital-TV Modul zum Empfang von ca. 150 unverschlüsselten frei empfangbaren digitalen Fernsehstationen,



ein Dolby Digital Modul (AC3) und demnächst auch ein Wireless Audio Modul für die drahtlose Ansteuerung eines Mehrkanal Lautsprechersets. Das Dolby Digital Modul integriert erstmalig einen Circle-Surround Decoder in ein Fernsehgerät und stellt im Zusammenwirken mit einem extern angeschlossenen DVD-Player die Signale für echten 5.1 Mehrkanal Kinoton bereit. Mit dem Online-Modul wird der Loewe Aconda zusätzlich internetfähig und ermöglicht mittels Bedienung über eine kabellose Infrarot Tastatur die uneingeschränkte Nutzung von Internetangeboten, insbesondere auch mit der in Kooperation von Loewe mit dem ZDF geschaffenen Internet-Kennung „URL“, einem System, das PoS-MAIL in einer ihrer

nächsten Ausgabe ausführlich beschreiben wird. Erhältlich sind die Fernsehgeräte der Aconda Reihe in den Farben: Hochglanz-Schwarz, Stratosmetallic, Stratosmetallic Blau und Stratosmetallic Rot.

evo



PoS Aktuell

lomega setzt Preis für Zip-Laufwerke herunter

lomega hat den empfohlenen Verkaufspreis für das Zip-100-MB-USB Laufwerk von 299 DM auf 179 DM gesenkt. Auch das Zip 100 USB Starter Kit kann in Zukunft zu einem empfohlenen Verkaufspreis

von 229 DM (bisher 279 DM) angeboten werden. Beide Lösungen bieten PC- und Mac-Anwendern ein vielseitig einsetzbares Wechselspeichermedium.

Neuer Bereichsleiter bei Computer 2000

Jörg Lauer ist neuer Bereichsleiter Vertriebsaußendienst bei der Computer 2000 Deutschland GmbH. Der 42jährige verfügt über

umfassende Fach- und Führungserfahrung in der IT-Branche. So war er zunächst als Vertriebsleiter bei einem süddeutschen Systemhaus und später als Key Account Manager tätig.

Seit 1991 ist Lauer bei Computer 2000 beschäftigt. Zunächst war er als Consultant Corporate Marketing tätig, 1992 übernahm er die Teamleitung der Abteilung. 1994 wurde er Leiter der Business Unit

CAD. Seit Februar 2000 war Lauer zusätzlich Leiter der europäisch agierenden CAD Business Group der Computer 2000 AG.

Brodos stellt auf der Systems neue Dienste vor

Mit mehr als 60.000 Anmeldungen hat sich brodos-sms bereits wenige Monate nach seiner Einführung zu einem der beliebtesten SMS-Dienste in Deutschland entwickelt (PoS-MAIL berichtete in Ausgabe August 2000, S. 6). Neben der

das Unternehmen mit seiner Projektgruppe brodos pro-messaging gewerblichen Kunden, wie sie auf ihrer Homepage der Internet-Community eine ähnliche Kommunikationslösung anbieten können. Nach dem Selfservice-Prinzip ist es den Kunden von brodos pro-messaging freigestellt, aus einem großen Pool von SMS-Dienstleistungen ihren eigenen Leistungsumfang selbst auszuwählen. Die Brodos AG nimmt die Messe darüber hinaus zum Anlaß, mit

Loewe und ZDF vereinbaren Partnerschaft in Sachen Multimedia

Die Loewe AG, Kronach, und das ZDF haben gemeinsam eine Internet-Kennung (URL) entwickelt, die vom ZDF ausgestrahlt wird und dem Fernsehzuschauer den Aufruf von Webseiten zum laufenden Programm und auf dem selben Fernseh Bildschirm ermöglicht. Der neuartige Service soll bis Ende 2000 seinen Betrieb aufnehmen und ist als Standard offen für alle anderen Hersteller von Consumer Electronics Produkten und Programm-Anbieter. Ab Anfang 2001 sollen alle Loewe Multimedia Fernsehgeräte serienmäßig mit dieser Funktion ausgestattet werden. Der Benutzer kann mit Druck auf eine Taste der Fernbedienung die Internetseiten auf dem Bildschirm darstellen, die Bezug zum laufenden Fernsehprogramm haben. Die Erkennung, Anwahl und Darstel-

lung der betreffenden Webseiten führt das Online-Modul des TV-Geräts selbstständig aus. Wahlweise können die Internetseiten auch parallel zum laufenden Programm angesehen und genutzt werden, das dann als Bild im Bild weiter anzusehen ist.

Das nutzbare Spektrum dieser Einrichtung ist weit gefächert und erschließt eine Vielzahl darauf aufsetzender Informationsangebote und E-Commerce Anwendungen. Dazu gehören:

- Während einer medizinischen Infosendung kann man zu einem Einzelbeitrag, zum Beispiel Rheuma, die Webseiten von Selbsthilfegruppen oder einem Therapiezentrum abrufen.
- Während eines Reiseberichts kann man Webseiten mit Infos über die Region und Anbieter von Ferienreisen aufrufen.

- Zu einer TV-Sendung über Kochen lassen sich die Webseiten mit den entsprechenden Rezepten, Zutatenlisten und Bezugsquellen abrufen.

Außer diesem „Co-Branding“ zwischen TV-Programm und Internet-Anbieter ermöglicht das in den Loewe Fernsehgeräten integrierte „Online Modul“ auch das freie normale Surfen im Internet mittels einer zugehörigen Infrarot-Tastatur. Unabhängig vom oben beschriebenen Service können viele TV-Geräte von Loewe bereits jetzt optional mit dem Online Modul bestückt werden.

Die Loewe AG will die begonnene Partnerschaft mit dem ZDF ausweiten. Eines der nächsten Ziele ist ein gemeinsamer Messestand auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) 2001.



Möglichkeit, über SMS Kurznachrichten und E-Mails zu verschicken, hält brodos-sms auch (kostenpflichtige) Downloadangebote für Klingeltöne und Display Motive bereit. Auf der Systems in München zeigt

brodos cash-up ein neuartiges elektronisches Verfahren zur Aufladung von Mobilfunk PrePaid-Karten vorzustellen, das die Abwicklung für den Handel deutlich vereinfachen und das PrePaid-Geschäft revolutionieren soll.

CREATIVE FINEPIX 4900 Z



Aiwa zeigt Neuheiten auf Hotel Show

Transformation von Analog zu Digital, das ist der Prozeß, dem sich Aiwa zur Zeit selbstbestimmt und mit voller Intensität unterzieht. Die Botschaft vermittelten Geschäftsführer Taiji Izumi und Vertriebsleiter Wolfgang Götz Handel und Presse im Rahmen einer Informationstour durch Deutschland.

Auf zehn Terminen der „D-AHA“ (AHA = Aiwa Hotel Show) zeigt



Autoradio CDC-MP3 mit integriertem MP3 Player.

Aiwa Deutschland anhand einer Vielzahl von Neuheiten, daß man sich nicht auf Anpassung der Produktlinien von analog zu digital beschränken wird, sondern den Kurs der Entwicklung maßgeblich mitbestimmen will. Dazu hat Aiwa ein Gesamtangebot mit beachtlicher Breite und Variationsvielfalt in jedem Segment realisiert.



Europäisches und deutsches Management beantworteten die Fragen (v. l.): H. Satake, J. Schmitz, N. Sudo, D. Sakai, T. Izumi und W. Goetz.

Einige der wichtigsten Produkte des Aiwa Sortiments seien hier stellvertretend für alle genannt: Bei den Headphone Stereos, einer traditionellen Stärke Aiwas, verdient neben CD- und Minidisk-Playern besonders das komplett neue Line up der MP3 Geräte Beachtung. Hier findet man Neuheiten wie den

MM-FX500, einen portablen MP3 Player, der mittels integriertem MP3 Invers-Dekoder direkt und ohne einen PC aus analogen Tonquellen im MP3-Format aufnimmt und über zwei Slot-in für Speichererweiterungen verfügt. Verschiedene Modelle unterstützen neben MP3 auch geschützte Formate von



Auch ein digitales Netzwerk-Videoespann war auf der Aiwa Hotel Tour zu sehen.



Das komplett neue Line up der MP3 Geräte fand große Beachtung.

SDMI, oder die schnelle USB-Schnittstelle.

Weiterhin gibt es den CD/CD-RW Portable XP-MP3, der neben CDs auch MP3-CDs abspielt, die zehn Stunden Musik fassen. Das Autoradiomodell CDC-MP3R besitzt nicht nur alle Attribute eines CD-RDS Tuners mit Wechslersteuerung, sondern gibt auch MP3-CD

wieder. Umsichtige Multiformat-Unterstützung bietet das XR-MP50 Micro-System für MP3 und der DVD-Homeplayer XD-DV370, der jede Art von Zwölf-Zentimeter-Scheibe abspielt, und bereits Dekoder und Ausgang für 5.1 Dolby Digital/DTS integriert hat.

Zu den Highlights zählen darüber hinaus die in Micro-Systeme und Radio-Cassette Kombinationen integrierten DVD-Player (CSD-DVM1, XR-DV3M) und die neuen Home Theatre Systeme XH-N3RW, XH-A1000RW, XH-DZ7RW in gut vermittelbaren Preisklassen. Angekündigt ist eine TV-Linie mit planen CRTs und größeren Bild-diagonalen.



Kompakt und mit 12 V-Anschluß: DVD Player XD-DV170.

POWER

DIGITAL. ERSTE WAHL. DIE NEUE FINEPIX 4900 Z: MIT HOCHAUFLÖSENDEM SUPER CCD, OPTISCHEM 6FACH-ZOOM, ELEKTRONISCHEM SUCHER, 160 SEK. VIDEO-AUFZEICHNUNG SOWIE MANUELLER STEUERUNG VON ZEIT/BLENDE. UND VIELEN WEITEREN HIGHLIGHTS – FÜR KREATIVITÄT OHNE KOMPROMISSE.

FUJIFILM

digital
Tools for the imagination.

www.fujifilm.de



POS Neuheiten

Internetbasiertes Kommunikationssystem von der Info Tip GmbH

Anläßlich des 20. KDV-Kundendienstleister Kongresses Anfang Oktober in Berlin hat die Info Tip GmbH ein neues, internetbasiertes System für Know-how, Management und Kommunikation vorgestellt. Die neue Software „Info Tip 2001“ ermöglicht die flexible Anpassung an branchentypische Aufgaben. Die Bandbreite erstreckt sich vom Archivmanagement für Dokumente, Schaltbilder, Bedienungsanleitungen und Produktkataloge über Abrechnungsfunktionen für B2B E-Commerce bis zu einem Informationsforum für Firmenmitteilungen, Pressemeldungen, Termine und Technologie-Glossare. Mit geringem Aufwand lassen sich mittels Info Tip 2001 komplette Branchenportale aufbauen. Durch die Portierung der ISDN-basierten Info Tip-Software auf das Internet kann nun auch das Internet als international verfügbares Übertragungsmedium genutzt werden.



Dokumentenscanner von Fujitsu schafft bis zu 114 Seiten in der Minute

Die Fujitsu Deutschland GmbH präsentierte auf der diesjährigen DMS

Philips nutzt LightFrame Technologie für Monitore



Für verbesserte Nutzungsbedingungen von CRT-Computermonitoren bei deren Verwendung im Foto- oder Videobereich hat Philips eine vollkommen neue Technologie entwickelt. Während das Schwerkraft der Eigenschaften bei Datenmonitoren auf einer möglichst detailreichen Bildwiedergabe liegt, verfügen TV-Geräte in der Regel über höhere Kontrast- und Helligkeitswerte. Mit der neuentwickelten Philips LightFrame Technologie ausgestattete Monitore werden nun allen Aufgaben mit optimalen Abbildungseigenschaften gerecht. In einem frei vom Anwender zu wählenden Fensterbereich erzeugt ein mit LightFrame ausgestatteter Monitor auch von Foto- und Videoaufnahmen helle und scharfe Bilder. Durch die Möglichkeit, selbst flexibel die in der Darstellung zu schärfenden Bereiche der Bildoberfläche festzulegen, bleiben die Stärken der Datenmonitore, wie zum Beispiel die ausgezeichnete Lesbarkeit von Schriften, im übrigen Bildbereich vollständig erhalten. Der Anwender kann durch Aufziehen eines Auswahlrahmens oder durch Klick auf ein Fenster wahlweise die Auswahl, ein Fenster oder das gesamte Vollbild zur „Schärfezone“ definieren. Die Systemressourcen des Rechners werden durch die Aktivierung von LightFrame nicht zusätzlich belastet, da die erforderliche Umrechnung der Bildzonen ausschließlich in dem mit LightFrame Technologie ausgestatteten Monitor selbst stattfindet. Seit September werden folgende Philips Monitore mit LightFrame Technologie ausgestattet: 107P20, 107B20, 109B20 und 109S20. LightFrame ist zu Windows 95/98/NT4.0 und MAC OS 8/9 kompatibel. Die einfach zu installierende Software liegt den entsprechenden Monitoren in mehrsprachiger Version auf CD-ROM bei. Trotz der zusätzlichen Ausstattung mit LightFrame Technologie bleiben die bisherigen Preise der damit ausgerüsteten Monitore unverändert.



Expo in Essen zum ersten Mal den neuen Dokumentenscanner Fujitsu fi-4750C. Der schnelle DIN A3 Farb Duplex Scanner verarbeitet im Duplex Betrieb bis zu 114 DIN A4 Seiten pro Minute im Schwarzweiß-Modus und bietet Auflösungen bis zu 600 dpi. Im Color Scan-Betrieb schafft er 61 Seiten pro Minute und Auflösungen von bis zu 400 dpi. Ausgestattet mit einem automatischen 100-Blatt DIN A8-A3 Vorlageneinzug und einer berührungslosen optischen Infrarot Doppelseitigskontrolle, bewältigt der neue Fujitsu fi-4750 C ein

Papiervolumen ab 3.000 Blatt pro Tag. Das Gerät wird ab Anfang 2001 für den Fachhandel lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet zirka 26.000 DM.

Der Konferenz-Mixer von Sanyo zeichnet Besprechungen auf



Neben digitalen Diktier- und farbigen Mikrogeräten ist der Konferenz-Mixer CM100K neu im Sanyo-Programm. Der CM100K wurde speziell für das Aufzeichnen

von Besprechungen in größerer Runde entwickelt. Angeschlossen an ein Aufnahmegerät (über Tel.-Record Anschluß) ermöglicht der Konferenz-Mixer ein klares Auseinanderhalten der einzelnen Stimmen. Vier Tischmikrofone lassen sich über Drehlager individuell ansteuern, somit kann die Leistung des Aufnahmegerätes in Besprechungen mit größerer Teilnehmerzahl der jeweiligen Situation angepaßt und optimiert werden.

Loewe präsentiert Fernsehgeräte in farbigem Design



Mit der matt durchscheinenden Rückwand in den Farben Luminaweiß, Luminablau und Luminagrün liegen die Loewe Xelos M 55 VT-Geräte mit der 55er Bildröhre im Trend. Zusätzlich bietet Loewe mit dem Xelos Rack 2 einen fahrbaren Untergrund für die peppigen Geräte. Der Xelos M 55 VT ist mit einer S-VHS- und RGB-tauglichen Scart-Buchse ausgestattet. Die Senderprogrammierung erfolgt automatisch und kann bis zu 99 Sender speichern. Die Vorderfront des Gerätes verfügt über einen Kopfhöreranschluß. Der Xelos M 55VT kann zudem jederzeit mit einem



integrierten Modul für den Satellitenempfang nachgerüstet werden. Statt 99 stehen dann 299 Programme zur Verfügung. Sie können alle über das TV-Gerät aufgerufen werden, ohne daß auf den Sat-Receiver umgeschaltet werden muß. Für das Kinderzimmer wurde die neue Xelos M 37 VT-Linie von Loewe konzipiert. Die Geräte verfügen über eine 37 cm Bildröhre und kommen in den Trendfarben Twinblau, Twingrün und Twinorange daher. Der Xelos M 37 VT besitzt eine Scart-Buchse, die S-Video- und RGB-tauglich ist. Somit eignet sich das Gerät auch als Monitor in Verbindung mit Spielkonsolen wie Sega, Dreamcast und Sony PlayStation oder Nintendo 64. Auch der Xelos M 37 VT kann mit einem integrierten Modul für den Satelliten-Empfang nachgerüstet werden.

ISDN- und 56K-Modems von Acer sorgen für einfachen Internetzugang



Acer bringt zwei neue Modems auf den Markt, die den Zugang zum Internet unkompliziert machen: Das

Acer Modem 56 Surf USB und das Acer ISDN 128 Surf USB. Beide Modelle lassen sich dank USB-Anschluß im laufenden Betrieb an- und abstecken und werden direkt über den USB mit Strom versorgt – ein eigenes Netzteil entfällt. Im Lieferpaket beider Geräte ist zudem eine umfangreiche Kommunikations- und Faxsoftware enthalten. Der unverbindliche Endverbraucherpreis inklusive Mehrwertsteuer beträgt 169 DM für das Acer ISDN 128 Surf USB und 139 DM für das Acer Modem 56 Surf USB. Auf beide Geräte gewährt Acer drei Jahre Garantie. Die Modems sind ab sofort verfügbar.



Xerox DocuPrint P1210 spricht vor allem kleine Arbeitsgruppen an



Einen neuen Maßstab für A4-Arbeitsplatzdrucker soll die neue DocuPrint P1210 von Xerox setzen, die speziell für den Einsatz in kleinen Arbeitsgruppen und im SoHo-Bereich entwickelt wurde. Optional auf Netzwerkeinsatz erweiterbar, liefert die DocuPrint P1210 einen hohen Durchsatz mit bis zu zwölf Seiten pro Minute und einer Auflösung bis zu 1.200 dpi bei 144 Graustufen. Serienmäßig ist das Gerät mit einer halbautomatischen Duplexeinheit ausgerüstet. Optional läßt es sich mit einer zweiten Tonerkartusche ausrüsten. Der 4 MB Basisspeicher läßt sich auf 68 MB erhöhen. Das Gerät ist serienmäßig mit Windows-, Linux- und Macintosh-Rechnern kompatibel.



Mit dem WorkCentre 390 hat Xerox darüber hinaus ein Multifunktionsgerät vorgestellt, das neben seiner hohen Leistung auch eine große Vielseitigkeit bietet. Dank Lasertechnologie liefert es hohen Druckdurchsatz als Arbeitsplatzdrucker, kann aber auch als Farb-scanner, Fax und Kopierer genutzt werden. Mit der Scan-to-E-Mail-Funktion trägt das WorkCentre 390 auch dem immer wichtigeren Online-Bereich Rechnung.

Neues Panasonic DECT-Telefon gewährleistet hohe Flexibilität und Mobilität



Hohe Flexibilität und Mobilität gewährleistet das neue DECT-Schnurlostelefon KX-TD7590 von Panasonic. Das extrem kompakte (40 x 142 x 18 mm inklusive Antenne) Mobilteil wurde speziell für Telefonanlagen in Unternehmen entwickelt und zeichnet sich durch Ausstattungsmerkmale aus, die bereits von Handys bekannt sind. Dazu gehören beispielsweise Vibrationsalarm und ein Anschluß für eine Sprechgarnitur. Das Telefon bietet eine Reichweite von 50 Metern in Gebäuden und 300 Metern im freien Gelände. Dieser Aktionsradius läßt sich ausbauen, indem bis zu zwölf Basisstationen strategisch im Betrieb positioniert werden. Die Mobilteile werden dann auto-

matisch und unmerklich von Basisstation zu Basisstation weitergeleitet, wenn sich der Nutzer in dem entsprechenden Areal bewegt. Das Gerät wiegt 73 Gramm und gehört damit nach Angaben des Herstellers weltweit zu



den leichtesten DECT-Telefonen. Das KX-TD7590 ist mit einer automatischen Antwortfunktion ausgestattet. In Kombination mit einem optionalen Headset können so eingehende Anrufe entgegengenommen werden, ohne daß der Benutzer das Mobilteil in die Hand nehmen muß. Für besonderen Komfort sollen darüber hinaus drei Tasten sorgen, die mit häufig genutzten Funktionen wie Rufweiterleitung oder Abfrage der Mailbox belegt werden können. Im persönlichen Rufnummernspeicher ist Platz für 100 Einträge, der zentrale Rufnummernspeicher kann bis zu 500 Einträge aufnehmen. Das neue Panasonic Telefon ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 499 DM.



Begegnung mit Thomson Multimedia der 3. ART

Wer der Wysius Home Entertainment Anlage von Thomson einmal begegnet ist, der interessiert sich nicht mehr für Prognosen, was einmal wird und was einmal sein könnte, sondern nur noch für die Antwort auf die Frage, wo er 29.999,- Mark her bekommt, um sich diesen „Rausch der Sinne“ leisten zu können.

Das komplette Wysius Home Entertainment-Paket 42 HT 93 PK besteht aus fünf hochwertigen harmonisch aufeinander abgestimmten Komponenten. Die zentrale Bildausgabe übernimmt ein ultraflacher Plasma-Bildschirm, der auf einer Bild-diagonalen von 106 cm (42") atemberaubend realistische Bilder erstehen läßt, die in ihrer Schärfe, Helligkeit und Farbbrillanz, wenn überhaupt, dann nur von der Natur selbst übertroffen werden könnten. Thomson Wysius Home Entertainment zeigt das beim derzeitigen Stand der Technik Machbare auf, und das ist wahrhaftig nicht wenig.

Thomson Wysius Plasma-Bildschirm 42 WS 93 E

Schon im ausgeschalteten Zustand wird ein gravierender Unterschied zwischen diesem nur 8,9 cm flachen Bildschirm und gewohnten Röhrengeräten deutlich. Während bei den konventionellen Fernsehgeräten noch immer der beherrschende Eindruck vom Gehäuse ausgeht, das wie eine schwere Fassung den Bildschirm trägt, scheint der Wysius Bildschirm trotz seiner Größe schwerelos im Raum zu schweben und seinem schlichten, weiß-silbernen changierenden Rahmen nur die Trennung von Bild und Hintergrund zu obliegen. Mit 1,228 Mio. Zellen in den Farben RGB stellt der 42 WS 93 E seine Auflösung von 853 x 480 Bildpunkten im 16:9 Format und in 16,7 Millionen Farben

dar. Mit einem sensationellen Kontrastverhältnis von 500:1 im Video-Modus und 700:1 im PC-Modus und einer Helligkeit von 220 cd/m² (500 cd/m² ohne Frontscheibe) stellt der Wysius auch bei hellem Umgebungslicht farbkräftige, leuchtend helle Bilder dar. Für optimale Farbtreue sorgt das von NEC entwickelte Capsulated Colours Filter-Verfahren. Der große Blickwinkel von 160° horizontal und vertikal erschließt dem Zuschauer einen weiten Bewegungsspielraum. Mit seiner lückenlosen Funktionsvielfalt und diversen Eingängen paßt sich der Wysius-Plasma-Bildschirm allen gängigen Signalquellen und unterschiedlichsten Bildformaten optimal an und ist Meister bei der verlustfreien Formatumrechnung. Durch einen integrierten Stereoverstärker mit 2 x 7 Watt Musikausgangsleistung ist der Wysius auch ohne nachgeschalteten AV-Receiver komplett. Ein programmierbarer variabler Zoom einschließlich Panning rundet die komfortable Vollausrüstung ab. Wer den nur 33 kg leichten Plasma-Bildschirm 42 WS 93 E ohne die anderen Komponenten solo erwerben möchte, muß dafür einen UVP von DM 24.999,- einplanen.

DVD-Player Thomson DTH 4500

Der DVD-Player DTH 4500 übernimmt die Aufgaben der „Cinema-Maschine“ der Anlage und garantiert anspruchsvollste Kino-Atmosphäre in den eigenen vier Wänden. Mit einem integrierten 2- bis 4fach Zoom lassen sich

während der Wiedergabe und im Standbild- oder Zeitlupenbetrieb einzelne Bildausschnitte vergrößern. Für die Reproduktionsfähigkeit von Original-Cinema Sound in Dolby Digital AC3 und Digital Theater Sound trägt der eingebaute Digital-Audio-Decoder mit 5.1-Multikanal-Audio Sorge. Neben DVD's lassen sich auch Audio CD's, CD-R/W und sogar auf CD gebrannte MP3 Musiktitel abspielen.

Thomson D-VHS-Video- recorder DVH 8090

Als einer der ersten auf dem Markt befindlichen digitalen Videorecor-



der nutzt der DVH 8090 die auf dem digitalen Kompressionsformat MPEG-2 basierenden neuen Aufzeichnungstechnologien. Mit einer konstanten Datenübertragungsrate von 14 Mbs zeichnet der 8-Kopf-HiFi-Stereo-D-VHS-Video-recorder alle Signalquellen in Originalqualität auf, ganz gleich ob digital oder analog. Auf einer DF 420 Cassette können 7 bis 21 Stunden Videoprogramm abgespeichert werden. Zu den analogen Video-Formaten VHS und S-VHS ist der DVH 8090 abwärtskompatibel und verfügt mit Digital Picture Improvement über Techniken zur digitalen Bildverbesserung beim Abspielen älterer Videoaufnahmen.

Besitzer eines Mini-DV-Camcorders finden an der Vorderseite des Geräts einen DV-Eingang zum Anschluß ihrer

Kamera vor. Zur einfachen und schnellen Verwaltung eines Videoarchivs ist der DVH 8090 mit TapeLibrary ausgerüstet.

Thomson AV-Receiver DPL 2000

Eindrucksvolle Klangwelten in realistischem Kino-Sound produziert der Thomson HighEnd AV-Receiver DPL 2000 synchron zum Bild. Eine Vielzahl von Anschlußmöglichkeiten für TV-Geräte, Satelliten-Receiver, Settop-Boxen, Videorecorder und DVD-Player, Videokameras und Spielekonsolen macht den DPL 2000 zum universellen multimedialen Regiecenter. Der integrierte Decoder für DTS,

stellungsprofile lassen sich als wiederaufladbare Presets abspeichern. Wie alle anderen Geräte des Home Entertainment Pakets ist auch der DPL 2000 mit NaviLight und einer multifunktionalen Fernbedienung ausgerüstet.

Thomson Boxenset SPL 2000

Das aus einem Center-Kanal, vier Hauptkanälen und einem Subwoofer bestehende Boxenset SPL 2000 setzt die zur Verfügung stehenden Tonsignale in Dolby Surround Klang und überwältigenden Digital Theatre Sound um. Trotz der Klangfülle sind die Abmessungen der Lautsprecherboxen kompakt, und ebenso wie beim Plasma-Bildschirm ist auch die Anbringung an der Wand möglich.



Thomson Rack STTH 4291

Optional ist für den UVP von 2.999,- DM ein funktional gestyltes Rack erhältlich, auf dem die Komponenten und der Wysius Plasma Bildschirm angeordnet werden können.

Alle Produkte des Wysius Home Entertainment Pakets sind ab Dezember 2000 im Handel verfügbar und erweitern damit die Auswahl sinnvoller Weihnachtsgeschenke um eine interessante Alternative.

evo



Neues für MP3

MP3 boomt – und parallel mit der Zunahme der Beliebtheit dieses komprimierten Musikformats rollt eine Flut von neuen Abspielgeräten, Software, Portables und jetzt auch Autoradios auf den Markt zu, so daß es schwerfällt, einen vollständigen Überblick zu behalten. Von PoS-MAIL aus der Fülle herausgepickt:

Lange erwartet: Erstes Auto-Radio mit MP3-CD Player



Für nur 999,- DM (UVP) bringt Aiwa ein Autoradio mit leistungsfähigem RDS-Tuner und CD/CD-RW Player auf den Markt, das auch MP3 CD's abspielen kann. Damit lassen sich zehn Stunden Non Stop MP3 Musik auf einer CD abspielen. Man kann nun sein gesamtes Lieblings-Repertoire auf einer CD-ROM mit auf die Reise

nehmen! Integriert sind eine CD-Wechslersteuerung, ein Advanced H-Bass 3-stufig, DSSA Fahrer-Akustikeinstellung und 2 Vorverstärkerausgänge. Leistung: High Power 45 W x 4 (Sinus 22 W x 4). Außerdem verfügt das Radio über ein abnehmbares Bedienteil.

Direkt von der Audioquelle zu MP3 – MM-FX500

Mit dem MM-FX500 stellt Aiwa eine Weltneuheit vor, mit der nun auch all die Musik- und MP3-Begeisterten ihre Lieblingstitel selbst zu MP3 umwandeln können, die keinen PC besitzen und mit seiner Bedienung nicht vertraut sind. Der MM-FX500 verfügt über einen MP3-Invers Decoder, kann also jedes eingespeiste Tonsignal direkt zu MP3 kodieren, aufzeichnen und natürlich wiedergeben. Zehn Stunden Longplay schafft das Gerät mit einer Alkaline Mignon-Batterie (oder fünf Stunden Aufnahme). Über ein eingebautes Mikrofon sind acht Stunden Sprachaufnahme/Mitschnitte auf bis zu 99 Einzeltracks möglich. UVP: 564,- DM.

Zehn Stunden MP3 ohne hohe Speicherkosten

Mehr und mehr macht sich die Erkenntnis breit, daß es sich bei MP3 nicht nur um ein Online-Musik-Format handelt, das man nur von teuren FlashMedia Cards oder im Internet anhören kann. Spielt man die in hoher Qualität komprimierten MP3-Musikstücke auf eine CD, so kann man zehn Stunden Musik auf einer einzigen Scheibe speichern. Ein passendes Gerät, um sich diese CD's unterwegs oder zu Hause anzuhören, stellt Aiwa mit dem XP-MP3 portable CD/CD-RW/MP3 Player vor, der außer MP3 natürlich auch Audio-CD's und selbstgebrannte CD's abspielt. UVP: nur 499,- DM und damit ein Preishit!

Hart im Nehmen – Samsung YP-ND64 mit 64 MB Speicher

In einem robusten, betont technisch futuristisch gestylten Gehäuse hat Samsung einen MP3 Player und eine Sprachaufzeichnung mit eingebautem Mikrofon verpackt. 64 MB eingebaute Speicherkapazität für MP3 bringt der YP-ND64 schon mit, die man auch über eine Jukeboxfunktion genießen kann. 7-Preset Equalizer und 3D Sound



Samsung YP-ND64 – MP3: Telefonbuch und Diktiergerät

kompletieren das 75 Gramm leichte Musikmaschinchens.

Bild mit Musikuntermalung – Photo Yepp

Wer sich beim Anhören seiner Lieblingsmusiktitel gleichzeitig die Fotos seiner Freundin (nen?) oder der Pop-Stars anschauen möchte, findet in dem Photo Yepp von Samsung das richtige Gerät dazu. Mit 32 MB eingebautem Speicher, 7-Preset Equalizer, 3D-Sound, Telefonbuch und ADPCM Sprachaufzeichnungseinrichtung über ein eingebautes Mikrofon kann der Photo Yepp auch Bilder und Texte auf seinem 2 Zoll-Display darstellen, wahlweise mit Intervallschaltung. Formate: MP3/JPEG/Text.

Kaum größer als ein Schlüsselanhänger: MM-EX300 von Aiwa

In einem hübschen superkompakten Aluminium-Gehäuse mit LCD-

Display stecken 32 MB eingebautes Flash-Memory für Musik im MP3- oder AAC-Format, die über einen Slot-in mit einer weiteren Media Card erweitert werden können. Nur 77 Gramm wiegt das mit einer schnellen USB-Schnittstelle versehene Teil. UVP: 564,- DM.



MM-EX300 – fünf Stunden Longplay im Kompaktdesign

MP3 Portable mit FM Radio und 30 Stationspeicher

Falls der Besitzer des MM-RX400 von Aiwa die in einem kompakten Aluminium-Gehäuse auf 32 MB verpackten Musikstücke nicht zum 64. Mal anhören möchte, schaltet er einfach auf das eingebaute UKW-Radio um, das auf 30 Stations-tasten die Voreinstellung aller Lieblingssender ermöglicht. Der eingebaute Speicher läßt sich über einen Slot-in mit weiterem Memory bestücken. Das Laden von neuen Titeln benötigt über die integrierte UCB-Schnittstelle nur wenig Zeit. Das musikalische Duo gibt's für einen UVP von 653,- DM. *evo*

Für kreative Bildbearbeitung auf technisch höchstem Niveau: das Creative Network System.
Mit digitalem Camcorder NV-MX 300 mit optionaler SD Memory Card und digitalem Videorecorder NV-DV 2000.
Mehr Info unter www.panasonic.de.

Mini DV
MiniDV-Kassette



Internationale Messe für Home Cinema in Köln

HEIVA FÜR GROßE BILDER

Mit einer neuen Veranstaltung trägt die KölnMesse dem dynamisch wachsenden Markt für Home Cinema Produkte Rechnung: Vom 9. bis 11. Februar 2001 sollen sich Verbraucher und Fachleute auf dem Kölner Messegelände auf der HEIVA über die neuesten Konzepte und Produkte in diesem Bereich informieren.

Das Kürzel HEIVA steht für Heimkino, Video und Audio und soll zum Markenzeichen für eine attraktive Publikumsveranstaltung werden. „Hauptzielrichtung für unsere neue Messe ist der Consumer, der in den eigenen vier Wänden ein optimales Hör- und Seherlebnis genießen will“, erläuterte Bernd Aufderheide, Mitglied der Geschäftsführung der KölnMesse, auf einer Pressekonferenz in Köln. „Auf der HEIVA kann er alle Komponenten, die dazu nötig sind, ebenso finden wie das notwendige Know-how, um die Einzelbausteine zu einer Anlage zusammenzufügen, die den räumlichen und akustischen Voraussetzungen bei ihm zu Hause optimal entsprechen.“

Zu diesem Zweck sollen namhafte Hersteller ein umfangreiches Sortiment von Produkten rund um das Thema Heimkino präsentieren. Dazu gehören Standard-TV-Geräte, Flachbildschirme, Rückprojektoren, Videoprojektoren, Linedoubler, Quadrupler, Scaler, Videoschnitt-Equipment, Audio-Verstärker, Surround-Prozessoren, DVD-Player, Lautsprecher, Kopfhörer, Universalfernbedienungen, Set-Top-Boxen, Sat-Antennen, Sat-Receiver, DVD-Software, Laser-Disc-Software, Video-Tapes, Raumsteuerung, AV-Kabel, Projektionsschirme und Raumakustik.

Für die Premiere im Jahre 2001 erwarten die Organisatoren rund 120 in- und ausländische Aussteller. Nach Angaben der GfK wird der Markt fürs Heimkino im Jahr 2000 ein Gesamtvolumen von zwei Milliarden DM erreichen. Mit einer Wachstumsrate von 83% gehört dieses Segment zu den Motoren in der Unterhaltungselektronik. Die HEIVA soll als Publikumsmesse dazu beitragen, daß sich die Konsumenten über Komplettlösungen in Form von Rauminstallationen sowie anhand von praktischen Beispielen für individuelle Gestaltungen, über die Mög-

lichkeiten der neuen Technologien informieren können. „Damit dient die HEIVA auch allen Formen des Handels, der bei der Er-

schließung neuer Kundenpotentiale unterstützt wird“, erläuterte Bernd Aufderheide. Neben den Präsentationen der Aussteller soll ein breites Rahmenprogramm die Besucher in eine neue Welt des Sehens und Hörens einführen und das Fernsehen der Zukunft erleb- und erfahrbar machen.

Für die Industrie betonte Ralf Hansen, Vertriebsleiter Consumer Electronics Deutschland bei Panasonic, die Wichtigkeit einer umfassenden Verbraucherinformation, die unterschiedliche Nutzungsmöglichkeiten wie Kino- und TV-Filme im Großformat, Shows in quasi Live-Atmosphäre oder die Faszination großprojizierter elektronischer Spielwelten vorführt. Das neue Medium DVD, so Hansen, werde zur weiteren Popularisierung des Home Cinema Segmentes beitragen. Neuentwickelte Display-Systeme wie Plasma-Bildschirme, Projektoren und Rückprojektionsgeräte bieten immer bessere Voraussetzungen, um die durch die Digitaltechnik erzielte Qualität sicht-



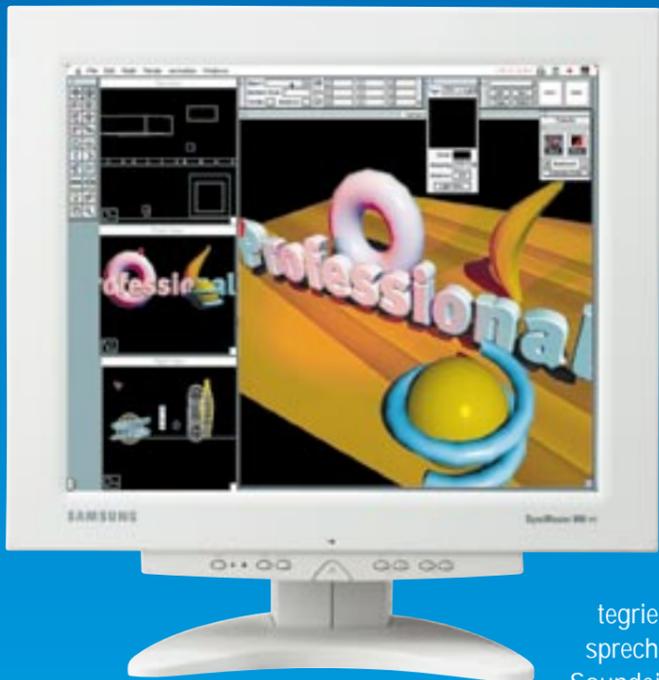
Demonstrierten auf der Pressekonferenz zur Ankündigung der HEIVA Partnerschaft zwischen Messegesellschaft und Industrie: Bernd Aufderheide (links), Mitglied der Geschäftsführung der KölnMesse, und Ralf Hansen, Vertriebsleiter Consumer Electronics Deutschland bei Panasonic.

bar und hörbar zu machen. Die HEIVA wird vom 9. bis 11. Februar 2001 jeweils von 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet sein. Bei Eintrittspreisen von 15,- DM (Einzeltageskarte) oder 35,- DM (Dauerkarte bzw. Familientageskarte) versprechen sich die Verantwortlichen eine große Publikumsresonanz. Dazu soll auch das Image der Stadt Köln als Fernsehmetropole beitragen, in der acht TV-Anstalten vom WDR über Vox und VIVA bis RTL sowie elf Hörfunk-Sender zu Hause sind. Auch von der geografischen Lage Kölns im Zentrum der kaufkraftstärksten Region der Europäischen Union soll die HEIVA profitieren: Im Umkreis von 500 Kilometern konzentrieren sich über zwei Drittel der Kaufkraft des europäischen Binnenmarktes.

Panasonic verändert Ihr Leben.

What's New
by
Panasonic

18 Zoll TFT/LCD-Klasse



ViewSonic VG181

Neben seiner natürlichen Auflösung von 1280 x 1024 Pixeln interpoliert der VG181 von ViewSonic meisterhaft auch kleinere Formate bis herunter zu 640 x 480 Pixeln, und dies wahlweise unter Beibehaltung des originalen Seitenverhältnisses oder in bildschirmfüllender Darstellung. Mittels Opti-Sync werden sowohl analoge wie digitale Signale der verschiedensten Quellen perfekt synchronisiert. Das 18,1 Zoll Display erreicht eine Helligkeit von bis zu 235cd/m² bei einem typischen Kontrastverhältnis von 300:1 und einem Betrachtungswinkel von 160° vertikal und horizontal. Das Bildschirmpanel läßt sich im Uhrzeigersinn auf Hochformat drehen. Für bildfüllende Darstellung im Hoch- wie im Querformat sorgt die mitgelieferte PerfektPortrait Software. Mit je einem analogen und digitalen Eingang (DVI-D, mit optionalem Adapter DVI) ist dieses 18 Zoll Display für die digitale Zukunft gerüstet. Alle wichtigen Parameter sind über OnView, Menü zu regulieren. Der ViewSonic VG181 benötigt für seine 457 x 660 x 239 mm (B x H x T) und 10 kg Gewicht nur wenig Stellfläche. Erfüllt werden alle internationalen Prüfungsstandards und die Energy 2000 Richtlinien. 60 Watt Verbrauch im Betrieb stehen 1,7 Watt im Standby und nur 0,7 Watt im ausgeschalteten Zustand gegenüber. Der UVP des VG181 beträgt 6.840,- DM.

Das Schwestermodell, der VP181, bietet für ca. 1.000,- DM mehr einen USB-Hub mit 2x + 2x down und 1x + 1x up, digitale Vergrößerungsfunktion, zwei in-

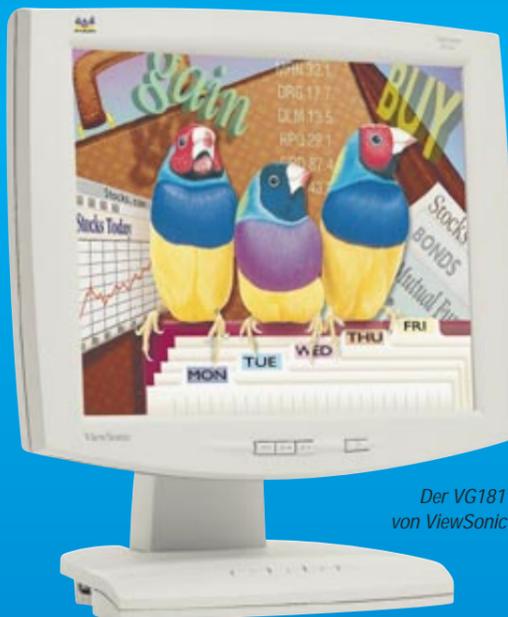
tegrierte Lautsprecher, zwei Soundeingänge, zwei digitale und zwei analoge Eingänge, einen Composite- und einen S-Video-Eingang für die Normen PAL, NTSC und SECAM. Damit ist dieses Display zu vielen analogen und video-basierten Programmquellen kompatibel, wie z. B. DVD-Player, Videorecorder, Camcorder, Settop-Boxen, etc. und damit bestens auf die Zukunft vorbereitet. Das Videosignal kann formatfüllend dargestellt oder als skalierbares Bild im Bild eingeblendet werden. Folgerichtig bekam der ViewSonic VP181 zusätzlich auch die Auflösung 1600 x 1200 Pixel spendiert.

SyncMaster 800 TFT

Lange Zeit nahm Samsung, der weltweit größte Hersteller von TFT- und CRT-Monitoren, als einziger Anbieter eines 18 Zoll TFT/LCD-Monitors eine Sonderstellung ein. Inzwischen haben die Mitbewerber nachgezogen, und nun muß sich der SyncMaster 800 TFT den Eigenschaften, Werten und Marktpreisen der entsprechenden Mitbewerbermodelle messen lassen. Außer der natürlichen Bildschirmauflösung von 1280 x 1024 Pixeln unterstützt der SyncMaster 800 auch die bildschirmfüllenden Skalierungen 1024 x 768, 800 x 600, 640 x 480 und verfügt über eine komfortable Auto-Adjustment-Funktion. Die mittlere Bildhelligkeit beträgt 170 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 200:1 und 16,7 Millionen Farben. Über ein mehrsprachiges

Innerhalb weniger Monate hat sich eine von den Abmessungen her völlig neue Monitor-Klasse im Markt der TFT/LCD-Flachbildschirme etabliert. Lange Zeit war Samsung der einzige Hersteller für 18" Panels. Inzwischen findet man gleich bei mehreren Anbietern ein Modell dieser interessanten Größe im Programm. Die exakt 18,1 Zoll dieser LCD-Monitore entsprechen genau der sichtbaren Bild-diagonale eines 21 Zoll Röhren-Monitors. Gewaltig sind dagegen die Unterschiede beim Platzbedarf, denn der TFT-LCD Flachbildschirm begnügt sich mit einem Fünftel der Fläche, die der CRT-Monitor in Anspruch nimmt. Dies ist gewiß ein weiteres Argument, um 18,1" LCD's im professionellen Bereich für Multimedia und CAD zu einer interessanten Alternative zu machen.

On Screen-Menü werden Darstellungsmodis und alle wichtigen Parameter des Displays eingestellt. Der SyncMaster 800 TFT wird über einen analogen Sub-D Eingang angesteuert. Maximal 50 Watt verbraucht dieser TFT-Monitor und erfüllt mit seinen Werten die Energiespar-Funktionen nach VESA/EPA/Nutek und die Prüfungsrichtlinien nach TCO'99. Eine USB-Box,



Der VG181 von ViewSonic

ein Mac-Adapter und ein Multimedia-Set sind optional erhältlich. Das Signalkabel für die Verbindung zum Rechner ist im Lieferumfang enthalten. Die Abmessungen von Gerät und Stellfuß betragen 450 x 460 x 218 mm (B x H x T) bei einem Gewicht von 12 kg. Die Garantie erstreckt sich auf drei Jahre und schließt im Bedarfsfall den Austausch vor Ort ein.

Sanyo MLC-1801E

Wer vor der Wahl steht, einen Arbeitsplatz im anspruchsvollen professionellen Bereich mit einem großen Monitor auszustatten, wird seine Aufmerksamkeit neben herkömmlichen 21" und 22" CRT-Modellen auch dem Sanyo MLC-1801E zuwenden müssen. Mit einer optischen Auflösung von 1.280 x 1.024 Pixeln, der beach-

lichen Helligkeit von 235 cd/m² und einem Blickwinkel von 160° horizontal wie vertikal, ist der MLC-1801E ein ideales Bildausgabegerät für den Einsatz im Bereich von CAD, Grafik, Multimedia und für die anspruchsvolle Präsentation auf Messen oder am Point of Sales.

Die optimale Synchronisation und Anpassung des Bildschirms an unterschiedliche Auflösungen wird durch die von Sanyo entwickelte Digital Automatic Pixel Synchronisation (DAPS) selbsttätig durchgeführt, während Sanyo's Kantenglättungs-Technologie für perfekte Liniendarstellung verantwortlich zeichnet. Je ein Eingang in Sub-D und BNC ermöglicht den wahlweisen Betrieb an zwei gleichzeitig angeschlossenen Rechnern. Ein digitaler Eingang nach DVI (Digital Visual Interface) wäre eine weitere sinnvolle Erweiterung gewesen. Als kostenlose Zugabe kommt der Sanyo MLC-1801E zusammen mit einer Infrarot-Maus. Vorbildlich und zukunftssicher ist die Ausstattung mit einem USB-Hub (2 x up, 3 x down). Das unter 8 kg wiegende Leichtgewicht gibt sich mit einem Stellplatz von 465 x 433 x 230 mm (B x H x T) zufrieden und ist zu einem UVP von 7.950,- DM im Handel verfügbar. Sanyo Büro-Electronic rundet das Angebot mit einem kostenlosen 24-Stunden-Austauschservice innerhalb der Garantiezeit von 36 Monaten ab.

Princeton Senergy 850

Der Hersteller Princeton Inc. USA setzte von Beginn an konsequent auf die digitale Ansteuerung seiner TFT/LCD-Displays. Bis zur inzwischen erfolgten Standardisierung des Digital Visual Interface (DVI) lieferte Princeton Graphics seine LCD-Flachbildschirme immer zusammen mit einer Grafikkarte mit digitaler Schnittstelle aus

und vermied damit unter anderem das oft schwierig auszuregelnde Flimmern an den Kanten von Linien und Buchstaben, das bei analoger Ansteuerung über den gewohnten VGA-Eingang gerne auftritt.

Der Princeton 18,1 Zöller TFT/LCD Senergy 850 hat eine natürliche Auflösung von 1280 x 1024 Pixeln und verfügt parallel zu seinem Sub-D Analog-Eingang auch über einen digitalen Eingang nach DVI, über den der Flachbildschirm mit vier verschiedenen Auflösungen bis zu flimmerfreien 1600 x 1200 Pixeln angesteuert werden kann. Das Monitorbild mit einer Helligkeit von max. 200 cd/m² erlaubt einen Betrachtungswinkel bis zu 70° horizontal und vertikal. Ein digitaler Ausgang nach DVI und ein aktiver USB-Hub mit 1x up und 2x down erweitern die Anzahl der Anschlußmöglichkeiten. Zahlreiche Parameter lassen sich über einen One Touch Dial für Power und On Screen Dialog einstellen. Komfortabel ist ein erweitertes digitales Zoom mit Panning und die Möglichkeit, Screen und Bild mit einem Handgriff um 90° auf Hochformat drehen zu können. Das Monitor-Panel läßt sich auf dem Monitor-Standfuß um 8° abwärts, 16° aufwärts ankippen und innerhalb eines Bereichs von 51 mm in der Höhe regulieren. Die Montagewinkel für eine eventuelle Wandmontage sind bereits integriert, ebenso zwei passive Stereo-Lautsprecher. Der Monitor erfüllt alle internationalen und europäischen Richtlinien für Ergonomie und Strahlungssicherheit. Die Abmessungen betragen 431 x 467 x 239 mm bei einem Gewicht von 13,2 kg. Die Garantie erstreckt sich auf drei Jahre Vor-Ort-Service bei einem UVP von 6.675,- DM.

Philips Brilliance

Der gleichfalls mit einem 18,1" In-Plane-Switching Panel von LG-

se stark im Kommen

Philips bestückte Brilliance 181AS zeichnet sich durch ein scharfes, farbrillantes Bild bei einem horizontalen und vertikalen Betrachtungswinkel von 160° aus. Mit einer mittleren Helligkeit von 200 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 250:1 stellt dieser 18,1" TFT/LCD-Monitor schon aufgrund seiner äußerst geringen Stellfläche auch im professionellen Bereich eine interessante Alternative gegenüber einem 21" CRT-Monitor mit circa gleich großer Bildfläche

dar. Die Standardauflösung des Displays beträgt 1280 x 1024 Pixel (SXGA). Die Bildschirmparameter sind über ein komfortables On Screen-Display einstellbar. Außer einem analogen Sub-D Eingang verfügt der Brilliance 181AS über eine digitale Schnittstelle nach DVI. Optional wird ein USB-Hub als nachrüstbares Zubehör angeboten sowie eine durchsichtige, kratz feste und wasserdichte Schutzabdeckung, die das Display des Brilliance 181AS vor Beschädigungen schützen soll. Der Philips TFT/LCD-Monitor erfüllt alle internationalen Spezifikationen für Ergonomie und Störstrahlungssicherheit sowie nach TCO '99. Der UVP des Philips Brilliance 181AS beträgt 7.199,- DM. Das Gerät soll ab September für den Handel verfügbar sein.

NEC D1810X

Der 18 Zoll NEC LCD1810X ist der er-

Der Philips 181AS zeichnet sich durch ein scharfes, farbrillantes Bild bei einem horizontalen und vertikalen Betrachtungswinkel von 160° aus.

ste LCD-Monitor von NEC, der mit „ambix-Technologie“ ausgestattet wird. „ambix“ steht vermutlich für „ambivalent“ und sicherlich für die Ausstattung mit je einem konventionellen analogen und einem digitalen Eingang nach DVI. Damit läßt sich dieser TFT-Monitor auch an zukünftigen digitalen Ausgängen von Grafikkarten nach der inzwischen standardisierten grafischen Schnittstelle „DVI“ betreiben, (DVI=Digital Visuell Interface), ermöglicht aber auch den alternativen Betrieb des Displays an zwei gleichzeitig angeschlossenen Rechnern. Das 200 cd/m² helle Bild mit einem Kontrastumfang von 150:1 und 16.7 Millionen Farben läßt sich ohne Qualitätsabstriche bis zu einem Winkel von horizontal und vertikal 170° betrachten (bei CR=10:1). Die natürliche optimale Auflösung beträgt 1280 x 1024 Bildpunkte. Bildschirm und Standfuß sind durch „TORO Design“ für eine vielfach variable Aufstellung und Anbringung des Monitors ausgelegt. Die im Lieferumfang eingeschlossene Software „Pivot“ ermöglicht die Umstellung des Bildinhalts auf Hochformat bei um 90° im Uhrzeigersinn gedrehtem Monitor-Display. Das Gerät erfüllt die Spezifikationen nach CE, TÜV GS, Ergonomie ISO 9241-3/-7/-8 und TCO'99.

Die Garantieleistungen erstrecken

sich auf drei Jahre und schließen im Bedarfsfall den Austausch vor Ort ein. Der UVP des NEC LCD1810X beträgt 7.199,- DM.

885LE von LG

Der mit einem 18,1" In-Plane-Switching Panel von LG-Philips ausgerüstete Flatron 885LE stellt einen analogen Sub-D Eingang und parallel dazu auch eine digitale Schnittstelle nach DVI-I bereit. Der betont technisch gestylte Flachbildschirm läßt sich mittels einer im Standfuß integrierten

Schwenkmechanik präzise horizontal und vertikal justieren. Die natürliche Standardauflösung des Displays beträgt 1280 x 1024 Pixel (SXGA). Geringere Auflösungen können wahlweise in Originalgröße angezeigt oder bildschirmfüllend hochgerechnet werden, wobei die Hochrechnung zu leichten geometrischen Veränderungen von Kreisen und Rechtecken führen kann. Mit einer mittleren Helligkeit von 200 cd/m² und einem hohen Kontrastverhältnis von 250:1 bei 16,7 Mio. Colors bietet



Der 18,1" In-Plane-Switching Panel von LG-Philips Flatron 885LE stellt einen analogen Sub-D Eingang und parallel dazu auch eine digitale Schnittstelle nach DVI-I bereit.

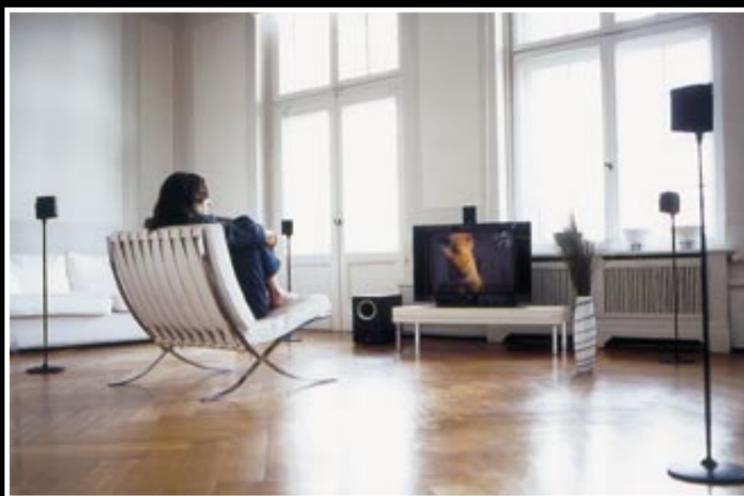
der Flatron 885LE innerhalb eines Betrachtungswinkels von horizontal und vertikal 160° ein scharfes Bild mit hoher Farbrillance. Das mit vielfältigen Einstellmöglichkeiten ausgerüstete On Screen Menü hält auf Tastendruck eine Überraschung in Form einer gespiegelten Darstellung des gesamten Bildinhalts bereit.

Der UVP des Flatron 885LE beträgt einschließlich aller mitgelieferten Anschlußkabel 6.500,- DM. *evo*



Canton – Design- und Klangerlebnis

Filmfreaks wollen auf Kinound in den eigenen vier Wänden nicht länger verzichten. Musik-Enthusiasten setzen auf ein perfektes Klangerlebnis. Zudem spielt Optik eine wichtige Rolle. Neben technischen Höchstleistungen ist Design gefragt. Mit der Boxen-Serie „Karat“ zeigt der deutsche Lautsprecherspezialist Canton, wie Funktionalität und formschönes Design miteinander harmonieren können.



Die Canton-Movie Systeme sorgen für ein homogenes Klangbild und garantieren erstklassige Raumeffekte.

Ergänzend zu den beiden Karat Standboxen bietet Canton zwei leistungsstarke Kompaktboxen, einen Center-Lautsprecher sowie einen Aktiv-Subwoofer an. Das Design der Lautsprecher ist an der Bauhaus-Form orientiert und soll sich harmonisch in jedes gehobene Wohnambiente einfügen. Tech-

nisch hat die Karat-Serie ebenfalls einiges zu bieten. Ein Highlight ist die Alu-Membran für den Mitteltonbereich, die eine unverfärbte, transparente Wiedergabe vermittelt. Das leichte feste Material sichert eine hohe Impulsschnelligkeit, verbessert den Wirkungsgrad und steigert die Pegelfestig-

keit. Im sensiblen Hochtonbereich sorgt die optimierte, klassische Alu-Mangan-Kalotte für eine verzerrungsfreie und transparente Wiedergabe. Die Standboxen der Karat-Serie M 50 DC und M 70 DC sind mit einem vergoldeten Bi-Wiring-Anschluß ausgestattet. Somit bietet sich die Möglichkeit,

Tief- und Mittelhochtonbereich aus zwei Verstärkern oder aus getrennten Ausgängen eines Verstärkers anzusteuern. Bei der M 30 DC handelt es sich um eine Dreiweg-Kompaktbox, die auf dem gleichen Entwicklungsaufsatz eines eingebauten Tieftöners basiert. Bei der Basswiedergabe ist sie mit ihrer Pegelfestigkeit mit kleineren Standboxen vergleichbar. Durch die seitliche Anordnung des Tieftöners ist die Front der Kompaktbox extrem schmal. Auf der Front befinden sich der legendäre Alu-Mangan-Hochtöner und die neuen Alu-Mangan-Mitteltöner. Neu im Canton-Boxen-Sortiment ist auch die Zweiweg-Kompaktbox M 10 DC. Sie ist mit dem gleichen Chassis wie die anderen Karat-Modelle bestückt und verfügt über einen frontalen 16-cm-Alu-Woofer. Für eine optimale Wiedergabe ist unter anderem eine getrennte Ansteuerung des Bass- und Mittelhochtonbereichs

verantwortlich. Die Kompaktbox ist in aufwendig verarbeiteten Gehäusen aus Echtholzurnieren erhältlich.

Neben dem ausgefeilten Karat Boxensystem sind die Movie-Systeme ebenfalls neu im Canton-Sortiment. Canton Movie 10-MX besteht aus fünf Mini-Boxen und einem Aktiv-Subwoofer. Die extrem kleinen Satelliten von nur 9 x 11 x 10 cm bieten maximalen Dolby Surround Sound. Dank der von Canton entwickelten SC-Technik kann trotz der geringen Größe ein dynamischer Baß reproduziert werden. Mit den als Zubehör erhältlichen Lautsprecherständern LS 90 können die Boxen auf optimale Ohrhöhe im Raum aufgestellt oder mit den serienmäßigen Halterungen an der Wand montiert werden. Dank ihrer kompakten Bauweise eignen sich die Boxen insbesondere für diejenigen, die Platz sparen und dabei nicht auf gute Akustik verzichten möchten. *miz*

http://www.#####.de

Kurskorrekturen bei Online-Shopping

Vergleicht man die weiterhin überschwenglich positiven Prognosen von Politik und Medien für E-Commerce und Online-Shopping im Internet mit der Kursentwicklung der Werte des „Neuen Markt“, macht sich Verwirrung breit. Verlustreiche Bilanzergebnisse, negative Kursentwicklungen und zahlreiche Firmenschließungen bei Online-Unternehmen passen nicht zu dem zur Schau getragenen Optimismus.

Was sind die Gründe für die auffälligen Widersprüche, und wo befindet sich die Mitte zwischen überzogenen Zukunftserwartungen und aktueller Realität? Wie geht es weiter, und welche Orientierungspunkte helfen dem Handel, die richtigen Entscheidungen zu treffen?

Zurück auf dem Boden der Tatsachen

Tatsache ist, daß die dynamisch verlaufende Vernetzung durch neue Technologien der Information und Telekommunikation alle Bereiche unserer Gesellschaft gravierend verändert. Die Form des Austauschs von Waren und Gütern wird dabei nicht ausgespart. Das Internet und die kommenden mobilen Breitband-Netze eröffnen unzählige neue Möglichkeiten, die man andenken muß. Welche Lösungen und Wege sich zukünftig durchsetzen und Akzeptanz beim Konsumenten finden werden, weiß heute noch niemand. Die zur Zeit betriebenen Unternehmungen für Online-Shopping und E-Commerce sind als Versuche zu werten, die wertvolle Erkenntnisse vermitteln, aber noch keine Gewinne bringen, sondern Geld kosten. In dem durch den Aktienmarkt und die Rückkopplung der Medien überhitzten Klima der letzten zwölf Monate wurden jedoch der Öffentlichkeit Hoffnungen und Erwartungen als in naher Zukunft eintretende Fakten verkauft. Dieses Verhalten hat eine Zeitlang den Kurs

der neuen Werte am Aktienmarkt beflügelt und dadurch einigen Anlegern erhebliche Spekulationsgewinne beschert. Die nun der Euphorie folgende Ernüchterung eröffnet einen neuen Abschnitt der Entwicklung.

Viele der „Dotcoms“ haben ihre Geschäftstätigkeit eingestellt, wie Boo.com, Living.com, Toy-smart.com, Auctions.com, car-order.com und der Onlinevertrieb von C&A, oder wurden von größeren Playern übernommen, wie z. B. Infoseek.de, Ricardo.de und Lycos. Einige kränkeln dahin, weil inzwischen der Geldnachschub durch die Börse zum Stillstand gekommen ist. Geplante Börsengänge wurden wegen der ungünstigen Entwicklung zurückgestellt. Das geschwundene Vertrauen der Kapitalanleger zwingt zur Solidität und fördert den Sinn für Realität.

Noch wenig Freude beim Klick-Kauf

Die Mehrzahl der zur Zeit im Internet existierenden Online-Shops bietet dem potentiellen Käufer nur einen Bruchteil der Informationen, Eindrücke und Auswahlmöglichkeiten eines realen Einkaufs. Freude und Konsumbereitschaft werden hier schwerlich ausgelöst. Selbst der Verkauf über den niedrigsten Preis setzt eine bereits getroffene Kaufentscheidung für ein bestimmtes Produkt voraus, und dieser wichtige Vorgang findet in der Regel noch immer außerhalb des Internets statt. Schneller als beim konventionellen Einkauf kommt man Online meist auch nicht an die Ware, eher langsamer, wie entsprechende Testkäufe zeigen. So bietet denn auch eine Online-Bestellung beim Pizza-Service keine erwähnenswerten Vorteile gegenüber der Benutzung eines Telefons. Doch es ist nicht nur der freudlose Klick auf eine nichtssagende Typenbezeichnung, verbunden mit der Aufforderung: „in den Warenkorb“, der die Käufer eher abschreckt, sondern auch die bestehenden Risiken der Online-Bezahlung und Schwächen in der Logistik, oft verbunden mit

mangelnder Verfügbarkeit der bestellten Artikel.

Die Stunde der konventionellen Unternehmen

Beim jetzigen Stand der Entwicklung können die am Markt etablierten Hersteller und Handelsunternehmen konventioneller Prägung vorteilhaft ihre eigentlichen Stärken einsetzen. Sie verfügen ohne Neuinvestitionen bereits über die Basis einer vorhandenen Infrastruktur für Transport, Lagerung, Großhandel, Einzelhandel und Service, verbunden mit Instrumenten für Marketing, Werbung und Information. Zwar ist das Internet auch für diese Firmen eine neue Vertriebsplattform, aber vorerst eben nur eine von vielen bereits genutzten Möglichkeiten. Die über eine zentrale Internet-Präsenz des Unternehmens aquirierten Bestellungen können unter Einbeziehung bisheriger Handelspartner vor Ort und mit Anschlußservice abgewickelt werden. Ein derartiges Konzept praktiziert seit Beginn dieses Jahres die Philips GmbH (siehe dazu das Interview mit Hans-Joachim Kamp/Philips, PoS-MAIL 10/2000, S. 28) mit einem „Händler-Pinboard-System“.

Ein ähnliches Modell will in wenigen Wochen die Unternehmensgruppe „ElectronicPartner“ (EP:) an den Start bringen. In 400 EP:Netshops im Internet soll der Online-Kunde das Vollsortiment aller Markenhersteller im Consumer-Electronics-Bereich vorfinden und erwerben können. Durch die Einbindung des stationären Handels kann die gewohnte Beratung weiterhin durch den Kunden in Anspruch genommen werden. Bei der Bezahlung und bei Vereinbarungen über Lieferung, Montage und After-Sales-Service verfügt der Online-Käufer weiter über seine volle Verhandlungs- und Entscheidungsfreiheit.

Vom Handel zum Dienstleistungsbetrieb?

Sind die oben beschriebenen Modelle erfolgreich und durch-

setzungsfähig, dann ist unter anderem auch eine Entwicklung denkbar, bei der dem konventionellen Einzelhandel die Rolle eines Dienstleisters zuwachsen könnte. In diesem Fall würden sich die Aufgaben der Bedarfsweckung, der Werbung, der Beratung und des Verkaufsabschlusses überwiegend auf den Online-Shop des Herstellers oder Importeurs verlagern, der dann seinerseits für die Ausführung und Abwicklung des Auftrags, inklusive Montage, Einweisung und After-Sales-Service, die Dienstleistungen eines Fachunternehmens vor Ort in Anspruch nimmt. Denn so, wie die Deutsche Post in ihrer Werbung suggeriert: „Sie machen Klick und wir den Rest“, wird es wohl in vielen Fällen nicht funktionieren.

Längere Übergangszeiten

Wie auch immer die Entwicklung verlaufen wird, zu der vermuteten schnellen Umschichtung der bisherigen Vertriebswege scheint es bei analytischer Betrachtung aktueller Zahlen nicht zu kommen. Der Hauptverband des deutschen Einzelhandels schätzt den derzeitigen Anteil des Online-Shoppings am gesamten Einzelhandelsumsatz in Deutschland mit 0,5% auf 5 Milliarden Mark pro Jahr. Innerhalb von 5 bis 10 Jahren wird ein Anstieg auf 10% prognostiziert. Fraglich bleibt, ob der deutsche Online-Umsatz des Einzelhandels zur Zeit überhaupt die Größenordnung von 0,5% erreicht oder ob bei diesen Schätzungen nicht auch viele konventionelle, aber per E-Mail abgewickelte Aufträge, dem „Online-Business“ zugerechnet wurden. Die USA, die mit einem Vorsprung von circa zwei Jahren an der Spitze der Entwicklung stehen, benennen für das zweite Quartal 2000 einen Online-Anteil von 0,7% des US Einzelhandelsvolumens im entsprechenden Zeitraum. Nur beim Wertpapierhandel vollzieht sich der Umstieg auf „Online“ offensichtlich im Zeitraffertempo. Wie „Net-Business“ berichtet, sollen ab Mitte 2001 in Deutschland auch die Aufträge von Privatanlegern, die als letzte Trans-

aktionen noch auf dem wirklichen Börsenparkett abgewickelt werden, nur noch über das Börsenhandel-Computersystem „Xetra“ laufen.

Vorkasse ist eine unbeliebte Online-Zahlungsweise

Wie sich aus diversen Umfragen und den Erfahrungen von Webshop-Betreibern ergibt, mißtraut ein Großteil der deutschen Online-Shopper Zahlungssystemen, bei denen Vorkasse geleistet werden muß. Die Begleichung einer Rechnung durch Übermittlung der Kreditkartennummer erhöht das Risiko zusätzlich. Es existieren schon mehrere ausgereifte Online-Zahlungssysteme von CyberCash bis zur YahooCard der Bank24, ohne daß sich eines dieser Verfahren durchsetzen konnte. Der Einsatz dieser konkurrierenden System setzt immer die Verfügbarkeit dieser Einrichtung beim Anbieter und beim Kunden voraus und würde den Onlinehandel zwingen, kostentreibend mehrere Zahlungs-Systeme parallel zu betreiben. Ein sicheres und bequemes Online-Zahlungsmittel ist das „Paybox“-System, (www.paybox.de). Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Zahlungsdienst ist ein eigenes Handy und ein Girokonto. Im Internet wählt der bei Paybox registrierte Käufer auf der Webshopseite als Zahlungsoption „paybox“ aus und gibt dort seine Mobiltelefon-Nummer ein. Der Händler schickt die Transaktion über eine sichere Datenverbindung zur paybox und diese ruft den Käufer sofort unter der angegebenen Nummer zurück. Der Käufer gibt die getätigte Transaktion durch Eingabe seiner paybox-PIN frei. Die paybox.net AG zieht das Geld per Lastschriftverfahren ein und leitet es an den Internet-Händler weiter. Ein anderes praktikables Online-Zahlungssystem, das dem Kunden die Wahl läßt, zeigt die Postbank auf ihrer Website (www.postbank.de) mit ihrem neuen „Cyber-Cash“-Angebot. Ähnlich wie bei der in einem früheren Heft vorgestellten „YahooCard Bank24“, kann man sicher und ohne die Übergabe von Identifikationsdaten anonym aus einer virtuellen Geldbörse (Wallet) bezahlen, hat aber außerdem die Möglichkeit, seine Rechnung mit Kreditkarte oder im verbreiteten Lastschriftverfahren zu begleichen.

e-€ommerce

Es ist davon auszugehen, daß dieses oder ein ähnliches System innerhalb der nächsten Zeit von allen Geldinstituten als verbindlicher übergreifender Standard vereinbart, und damit ein weiterer wichtiger Schritt für die Entwicklung des Online-Shoppings getan wird. *evo*

Nützliches Duo – KE-14P2GX von LG

„Nützlich, praktisch, preiswert“. Das sind die Attribute, die einem beim Anblick der Kombination eines 37-cm-Farbfernsehgeräts mit einem 2-Kopf-VHS Videorecorder in den Sinn kommen. Als raumsparender Alleinunterhalter in einem Single-Appartement oder stets bereiter Babysitter im Kinderzimmer wird der KE-14P2GX von LG Electronics immer einen Platz finden und sicher gelegentlich auch zusammen mit seinen Besitzern in den Urlaub fahren dürfen.

Das Kombigerät ist nur unwesentlich höher als ein normales Farbfernseh-Portable und beansprucht keine größere Stellfläche als ein reines Fernsehgerät. In einem gefällig gestalteten Gehäuse untergebracht, hat man an wechselnden Orten stets neben dem Fernsehgerät auch einen VHS-Recorder verfügbar. Ganz nebenbei entfällt die oft störende und gelegentlich störanfällige Kabelverbindung zwischen TV-Gerät und Recorder. So gibt es denn auch gleich mehrere Zielgruppen, die als Interessenten und Käufer für den LG KE-14P2GX in Frage kommen. Die preisgünstige TVCR-Kombination läßt sich nicht nur im privaten Bereich als „Märchentante“ für die

Kinder oder als Wochenend- und Urlaubsbegleiter einsetzen, sondern auch in Geschäften und Warenhäusern als Präsentationsgerät und Verkaufshilfe.

Die sichtbare Bilddiagonale des 37 cm Mono-Farbfernsehgerätes beträgt 34 cm. Der Kabel- und Hyperbandtuner verfügt über 100 Speicherplätze und unterstützt beim Empfang die TV-Standards PAL-B/G, D/K, I/I. Über den integrierten VHS-Videorecorder können auch Videoaufzeichnungen und Filme nach NTSC-Norm abgespielt werden. Die Einstellungen erfolgen über ein Bildschirmmenü, das wahlweise die Texte in Deutsch, Englisch oder Französisch anzeigt. Integriert ist eine

Top-Videotext-Funktion mit Zwischenspeicherung von acht bereits abgerufenen Seiten. Komfortabel, ist die Ausstattung mit Senderanzeige, Kindersicherung, Quick View, Uhrzeit, Ein/Aus-Timer und automatischer Abschaltung. Der Ton wird mit maximal 3 Watt Ausgangsleistung über den eingebauten Lautsprecher abgestrahlt. Ebenfalls über eine umfangreiche Komfort-Ausstattung verfügt der eingebaute 2-Kopf-VHS Videorecorder des LG KE-14P2GX. Die Bedienfunktionen umfassen: Suchen vor- und rückwärts, Single Play/Long Play, Sofortaufnahme, Autorepeat. Es können fünf verschiedene voneinander unabhängige Aufnahmeprogrammierungen im Ein-Jahreskalender ausgeführt werden. Die Spurlagenregelung ist selbsttätig und die Kopfreinigung wird automatisch durchgeführt. Auf der Frontseite findet man einen Kopfhörer-Ausgang und einen AV-Eingang, an dem man zum Beispiel im Urlaub seine Video-Kamera betreiben kann. Auf der Geräterück-



seite ist außerdem eine Scart-Buchse verfügbar. Die Leistungsaufnahme im Betrieb beträgt 80 Watt.

Mit seinen Abmessungen von (B x H x T) 386 x 429 x 415 mm wiegt der KE-14P2GX von LG Electronics 12,8 kg und ist für einen UVP von DM 699,- in den Farben Grün-Metallic, Pink-Metallic und Blau-Metallic verfügbar. *evo*



Nach modischen Trendfarben sortiert: Der KE-14P2GX!



Die Kombination macht Sinn. Immer öfter werden auf dem PC auch Anwendungen genutzt, die dem Bereich Unterhaltung zuzuordnen sind. DVD-Filme, die über ein Einbaulaufwerk im PC oder Notebook abgespielt werden, verlangen geradezu nach einem dem hohen Qualitätsstandard dieses Videoformats entsprechenden Bildausgabegerät. PC-TV Steck-

karten haben dem PC schon geraume Zeit zugleich auch TV-Fähigkeiten verschafft. Deshalb ist es konsequent, einen Flachbildschirm nicht nur als hochwertigen Datenmonitor, sondern auch als Fernsehgerät nutzbar zu machen. So ist der LG LE-15A10 auch ein LCD-TFT Monitor mit einer sichtbaren Bilddiagonalen von 38,35 cm. Die Auflösung beträgt 1024 x 768

Mit einem 15 Zoll TFT-LCD Bildschirm ist LG im Oktober in das völlig neue Marktsegment der flachen LCD-Fernsehgeräte gestartet. Der LE-15A10 ist zugleich ein ultrascharfes Stereo TV-Gerät und ein leistungsfähiger 15" LCD-Monitor und wird beiden Aufgaben optimal gerecht.

LG bringt LCD-TV-Gerät LE-15A10

Pixel (XGA) bei 16 Millionen Farben. Die horizontale Ablenkfrequenz von 31 – 69 KHz und eine Bildfrequenz von 56 bis 85 Hz garantieren ein ergonomisch flimmerfreies und scharfes Bild. Einstellung und Konfiguration erfolgen über ein mehrsprachiges OSD-Menü. Der VGA-Anschluß befindet sich auf der hinteren Geräteseite. Der Leistungsbedarf von 30 Watt geht im Stand by-Betrieb auf nur 3 Watt zurück.

Als LCD-TFT Fernsehgerät bietet der LG LE-15A10 die volle Funktionalität eines hochwertigen Stereo-Fernsehers. Empfangen

werden alle gebräuchlichen PAL/Secam-Formate. Bei der Wiedergabe von AV-Cassetten unterstützt der LG LE-15A10 auch NTSC-Format. Bei Videotext-Betrieb (Top Videotext) hält das Gerät bis zu acht Seiten im Speicher und sorgt damit für schnelles Blättern zwischen bereits abgerufenen Seiten. Der Stereoton wird über zwei seitlich in das Gerät integrierte Lautsprechersysteme mit einer Leistung bis zu 2 x 1 Watt abgestrahlt. Der eingebaute Kabel- und Hyperbandtuner stellt 100 Speicherplätze bereit und verfügt über die Funktionen ACMS+ und Programm Edit. Eine Kinder-

sicherung und einstellbare Profile für Bild und Ton (Easy-Sound und Easy-Picture) sowie die automatische Lautstärkeanpassung (AVL) vervollständigen die komfortable Ausstattung. Ein S-Video-Eingang, AV-Eingang, Kopfhöreranschluß und Scartbuchse liegen auf der Geräterückseite. Die Abmessungen des auf einem filigran wirkenden Standfuß montierten Flachbildschirms betragen 384 x 106 x 394 mm bei einem Gewicht von nur 8 kg. Der in Anbetracht der gebotenen Funktionalität niedrige UVP liegt bei 4.799,- DM. Das Gerät ist seit Oktober verfügbar. *evo*

Aktuelle Camcorder im Mini-Format

Die aktuellen digitalen Camcorder-Modelle bestechen vor allem durch ihre Vielseitigkeit. Ob „Video Clip-Funktion“, mit der sich aufgenommene Sequenzen so komprimieren lassen, daß sie sich für die Kommunikation via Internet eignen, die Aufnahme von Still-Bildern auf separaten Speicherkarten oder umfangreiche Digitaleffekte, mit denen ganze Szenen kreativ verfremdet werden können, die Einsatzmöglichkeiten dieser Produkte haben sich dank innovativer digitaler Verfahren enorm erweitert.



KLEIN, HANDLICH UND FOTOTAUGLICH

Bei allen Herstellern läßt sich zur Zeit ein Trend zur Miniaturisierung feststellen, was gerade Freizeitfilmern entgegenkommen dürfte, die keine Lust haben, sich als Belohnung für bewegte Urlaubsbilder ein Rückenleiden vom Schleppen der Ausrüstung zuzuziehen.

Canon

Ganz groß im Verkleinern zeigt sich dabei Canon. Seit September sind die neuen digitalen Camcorder MV3, MV3i, MV3 MC und MV3i MC lieferbar. Sie gehören mit ihren Maßen von 48 x 106 x 86 mm zu den kleinsten ihrer Klasse und bieten dennoch eine hochwertige technische Ausstattung, die sich sehen lassen kann. Masaharu Kawamura, General Manager Digital Consumer Products, Development Division IV bei Canon, hat sich auf die Miniaturisierung von Video-Modellen spezialisiert. Die Planungs- und Entwicklungsphase für die neue MV3-Reihe des Unternehmens hat insgesamt ein Jahr gedauert, wobei sich in dieser Zeit alles um die Kernfrage drehte, wie man einen möglichst kleinen Camcorder entwickeln kann, der trotzdem mit allen wichtigen Funktionen ausgestattet ist. Bei den digitalen „Minis“ von Canon ist das gelungen. Sie sind mit einem weiterentwickelten 800.000-Pixel-Chip, RGB-Filter, Vollbildabtastung, Canon Bildstabilisator und einem schwenkbaren 2,5 Zoll LCD-Schirm ausgerüstet. Ein Beispiel für die Verkleinerungsleistung des Canon-Entwicklerteams ist das leistungsfähige 10fach Zoomobjektiv, das zu den kleinsten Linsen der Welt zählt und einen optischen Zoombereich bie-

tet, der sich digital bis auf 40fach erweitern läßt, was einem Brennweitenbereich von 43,9 mm bis 1756 mm (optisch 439 mm) bei einer Kleinbildkamera entspricht. Die beiden MC-Versionen der neuen Camcorder-Range bieten darüber hinaus die Möglichkeit, Standbilder aufzunehmen, die separat auf MultiMedia Cards gespeichert werden können. Diese „Fotos“ können dann entweder ausgedruckt oder nach der Bearbeitung am Rechner in die auf DV-Band gespeicherten Filmsequenzen eingefügt werden. Die Camcorder bieten zusätzlich die Möglichkeit, auch während des Filmens über den Fotoauslöser Einzelbilder aufnehmen zu können, ohne daß umständlich zwischen Film- und Fotomodus hin- und hergeschaltet werden muß. Da bei der Entwicklung der Camcorderreihe die Miniaturisierung im Vordergrund stand, wurde auf den Einsatz eines höher auflösenden Chips, der

auch eine höhere Leistung des Objektivs erfordere, diese wiederum wäre bei dem kleinen Maßstab der MV3-Objektive nicht zu realisieren gewesen. Neben dem Einzelbild-Feature bieten die Camcorder verschiedene Digitaleffekte, mit denen sich die aufgenommenen Szenen kreativ gestalten oder bearbeiten lassen. So können beispielsweise Aufnahmen durch Umsetzung eines Vierfarb-Filmabschnitts in eine monochrome Bildarstellung verfremdet werden. Das Stereo-Mikrofon der „Minis“ (raumsparend im großen Bedienungsrad integriert) wurde so ausgerichtet, daß die Stimme der Person vor der Kamera deutlich hörbar ist, die des Filmen den dagegen gedämpft wird. Um Nachvertonungen zu erleichtern, gehört zum Lieferumfang die Dockingstation DU-300 zum Anschluß eines externen Mikrofons. Hobbyfilmer, denen es vor allem darauf ankommt, eine Videoausrüstung zu besitzen, die so kompakt ist, daß man sie überall mit hinnehmen kann, und die trotzdem nicht auf eine gute Bildqualität verzichten wollen, sind mit einem der vier MV3-Modelle gut beraten.



Durch einen separaten Kartenslot wird es bei den digitalen Mini-camcordern der MV3-Reihe möglich, Einzelbilder auf MultiMedia-Karten abzuspeichern.

auch höhere Auflösungen der Standbilder bieten könnte, bewußt verzichtet. Kawamura verdeutlicht in diesem Zusammenhang, daß eine höhere Auflösung des CCDs

sieht ihr Entwickler Kawamura übrigens an dem Punkt, wo die Schalter und Knöpfe der Produkte nicht mehr von der menschlichen Hand bedienbar sind. Die Camcor-

der-Riege von Canon wurde sogar extra mit einer zusätzlichen Handgriffschleife ausgestattet, damit sie auch Anwender mit größeren Händen sicher halten können.

Die Modelle MV3 (3.199 DM) und MV3 MC (3.499 DM) verfügen über einen DV-Eingang. MV3i (3.499 DM) und MV3i MC (3.799 DM) sind sowohl mit DV-Ein- als auch DV-Ausgang ausgestattet. Alle vier MV3-Versionen sind seit September lieferbar.

JVC

Mit den aktuellen Top-DV-Camcordern GR-DVX10 und GR-DVX9 hat JVC die Anwendung innovativer Videofunktionen, MultiMedia und die Möglichkeiten der Bild-

und Tonkommunikation vereint. Mit der VideoClip-Funktion lassen sich ausgewählte Szenen derart komprimieren, daß zum Beispiel ein 20-Sekunden-Videoclip mit Ton lediglich 100 bis 200 KB groß ist. Als Video-Mail oder auch als E-Mail-Anhang ist diese Datei damit für die private und geschäftliche Video- und Audiokommunikation via Internet geeignet. Die Daten werden auf der integrierten MultiMedia-Karte gespeichert und lassen sich auf den PC überspielen. Darüber hinaus sind die DV-Camcorder als digitale Fotokameras einsetzbar. Die Schnappschüsse können je nach Verwendungszweck wahlweise in VGA- oder XGA-Auflösung auf der MultiMedia-Karte abgespeichert werden. Genau wie bei den Canon-Modellen bietet auch JVC über

Speichermedien für Standbilder

Immer mehr digitale Camcorder bieten inzwischen zusätzlich zur Videoaufnahme die Möglichkeit zur Standbildaufnahme. Für die Speicherung dieser Daten sind die Produkte mit einem zusätzlichen Karten-Slot ausgestattet. Ähnlich wie bei den Speichermedien für Digitalkameras gibt es auch hier keinen einheitlichen Speicherstandard. Viele Hersteller favorisieren MultiMedia Cards. Auf Grund ihrer geringen Größe (32 x 24 mm, 1,4 mm flach) finden sie selbst noch in den kleinsten Mini-Camcordern Platz. Seltener ist da schon der Einsatz von SmartMedia-Karten wie sie z. B. JVC einsetzt. Der Vorteil von Panasonic's Favorit der SD Memory Card ist das enorme Speicherpotential, das in dieser Karte steckt. SD Memory Cards können nicht nur Bild- und Video-, sondern auch Audio-Daten speichern. Die auf FlashMemory basierende Karte ist seit kurzem mit Kapazitäten zwischen 32 und 64 MB erhältlich. Noch für dieses Jahr ist eine Karte mit einem Speicherpotential von 128 Megabyte vorgesehen. Ein anderer für die Verbraucher nicht unerheblicher Vorteil der SD Memory Card liegt in der schier unbeschränkten Kompatibilität der Speicherkarte. So können Inhalte, die auf einer Gerätefamilie (zum Beispiel Standbilder eines digitalen Camcorders) aufgezeichnet wurden, auf völlig anderen Systemen (etwa einem SD Memory Card-fähigen Handy) wiedergegeben werden. Kompatibilität bietet auch Sonys ureigenstes Speichermedium der Memory Stick. Er ist zur Zeit in Kapazitäten von bis zu 64 Megabyte erhältlich und bildet die Plattform für die Verwendung in den unterschiedlichsten Sony-Produkten wie Notebook, Digitalkameras, Digitalen Fotodruckern oder Bilderrahmen.

Der GR-DVX9 von JVC bietet die Möglichkeit, Videoszenen so zu komprimieren, daß sie sich als Video-Mail oder E-Mail-Anhang für die Übertragung im Internet eignen.



die Dual Shooting-Funktion die Möglichkeit, VGA-Standbilder während der Videoaufzeichnung aufzunehmen. Während der Aufnahme und nachträglich lassen sich verschiedene Audioeffekte (MP3-Format, z. B. Applaus, Lachen, Fanfare u. a.) einfügen. Zusätzlich zu den Daten der MultiMedia-Karte können auch Musikstücke im MP3-Format abgespielt werden. Zur technischen Ausstattung der neuen DV-Camcorder gehören jeweils ein Progressive Scan-CCD (800.000 Pixel) mit Progressive Farbfilter und High-Band-Signalprozessor, ein hochwertiges 10fach Zoom-Objektiv (200-fach Digitalzoom), digitaler Bildstabilisator, Automatikblitz sowie ein hochauflösender 2,5"-LCD-Monitor. Die RS-232C-Schnittstelle sowie der DV-Ein- und Ausgang (GR-DVX9 nur Ausgang) ermöglichen verlustfreie Überspielungen vom und zum PC, Drucker oder anderen kompatiblen Geräten. Hinzu kommen die austauschbare MultiMedia-Karte und ein umfangreiches Softwarepaket. Der GR-DVX9 ist seit Juli zu einem Preis von 3.499 DM, der GR-DVX10 seit August zu einem Preis von 3.999 DM lieferbar.

Panasonic

Panasonic präsentiert gleich drei neue digitale Camcor-



Der NV-MX300 von Panasonic stellt das Topmodell der aktuellen „e.cam-Serie“ von Panasonic dar. Laut Presstext ist er der kleinste und leichteste 3CCD-Digital-Camcorder der Welt.

der-Modelle, die sich auch für die Aufnahme von Stillbildern eignen. Laut Aussage des Unternehmens (Stand: August 2000) ist der NV-MX300 der kleinste und leichteste 3CCD-Digital-Camcorder der Welt. Er ist mit drei 1/4 Zoll-Chips mit je 570.000 Pixeln, die für eine horizontale Auflösung von 520 Linien sorgen, ausgestattet. Als erstes Ergebnis der Zusammenar-

Profikameras kennt. Dazu zählen beispielsweise die Zebramuster-Warnung vor Überbelichtung oder eine Farbbalkenaufzeichnung. Neben der automatischen Steuerung der Aufnahmen lassen sich Einstellungen wie Entfernung, Blende, Shutter oder Weißabgleich auch manuell einstellen. Fünf Digital-Funktionen bieten Möglichkeiten für kreative Bildgestaltungen.

So lassen sich beispielsweise über die mitgelieferte MultiMedia Card zwölf attraktive Rahmen in das Video- oder Standbild integrieren. Für digitale Still-Fotos auch bei Dunkelheit bietet Panasonic optional ein Blitzlicht mit Rote-Augen-Reduktions-Funktion, das über den 8-Pin-Anschluß im Zubehörschuh mit Spannung versorgt und gesteuert wird. Der Digital-Camcorder NV-MX300 ist seit Oktober dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 5.999 DM.

Zwei weitere Megapixel-Digital-Camcorder, die sich gleichzeitig als Digital-Still-Camera einsetzen lassen, sind der NV-MX7 und der NV-MX5 von Panasonic. Noch multimedialer wird ihr Einsatz mit einer optional erhältlichen SD Memory Card. Mit ihrer Hilfe können die beiden Camcorder sogar als SD Musik Player eingesetzt werden. Zu den technischen Features der Produkte zählt ein Megapixel-CCD, der Videoaufnahmen mit 520 Linien horizontaler Auflösung sowie Fotoschnappschüsse mit 1,1 Millionen Pixeln ermöglicht. Für die Bildkontrolle sorgen ein Farbsucher und ein 3-Zoll-LCD-Monitor. Weitere Ausstattungsmerkmale sind ein 10fach-Zoomobjektiv, das digital sogar 100fache Vergrößerungen erlaubt, elf digitale Bildeffekte wie Mosaik, Solarisation oder Stroboskop und verschiedene Wiedergabefunktionen.

Für den Transfer der Videos verfügen beide Modelle über einen DV- und einen SVHS-Ausgang. Der NV-MX7 ist zusätzlich mit einem DV- und einem Analog-Video-Eingang ausgestattet. Beide Camcorder sind ab diesem Monat erhältlich. Der NV-MX7 kostet 4.499 DM, der NV-MX5 3.999 DM (UVPs).

Sharp

Auffälligstes Detail an Sharps aktuellem digitalen Mini-Camcorder VL-PD6S ist der abnehmbare 2,5"-LCD-Monitor mit 200.640 Bildpunkten, der die Fernsteuerung der Kamera über eine Kabelverbindung ermöglicht. Für die Bildqualität des digitalen Minis sorgt ein CCD-Chip mit einer Auflösung von 810.000 Pixeln.

Für den guten Ton ist ein hochwertiges Zoom-Mikrofonssystem auf der Kamera verantwortlich. Kontrastreiche Aufnahmen auch bei Dunkelheit werden dank „Super-Cats-Eyes“ per Infrarot

möglich. Auch diese Kamera ermöglicht die Aufnahme von Einzelbildern, allerdings speichert der VL-PD6S die Bilder auf einer SmartMedia-Karte. Mit seinen Maßen von 73 x 104 x 137 mm und einem Gewicht von 580 Gramm ist der Camcorder der ideale Begleiter für mobile Einsätze.

Ein leistungsstarkes Lithium-Ionen-Akku klärt über den aktuellen Batteriezustand auf. Der VL-PD6S ist zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 3.499 DM lieferbar.

besonders hohe Qualität der Aufnahmen erreicht. Beide DV-Camcorder lassen sich neben der Videoaufzeichnung auch zur Aufnahme von digitalen Standbildern einsetzen. Gespeichert werden sie auf einer MultiMedia Card. Die Produkte werden mit einem umfangreichen Zubehör-Paket mit PC-Anschluß-Set und Software für die optimale Nachbearbeitung von Filmen und Standbildern ausgeliefert. Darüber hinaus gehört eine PC-Schnittstellen-Karte IEEE 1394 zur Grundausstattung. Mit dem äußerst kompakten DV-Camcor-



Der Clou an Sharps VL-PD6S ist das abnehmbare Display. Es ermöglicht beispielsweise in geselliger Runde das Herumreichen von ganzen Video-Sequenzen.

Sony

Sony bietet mit dem DRC-PC110 einen Megapixel-Camcorder an (1,07 Millionen Bildpunkte), der die Anwender auch beim Fotografieren dank eines aufklappbaren Blitzes nicht im Dunkeln sitzen läßt. Im Fotomodus öffnet er sich bei zu wenig Licht automatisch. Das Carl-Zeiss Vario-Sonnar-Objektiv des Camcorders arbeitet im Brennweitenbereich von 48 bis 480 mm (10fach Zoom). Für die Speicherung der Standbildaufnahmen ist Sony's Memory Stick zuständig. Der DCR-PC110 ist seit Oktober lieferbar und kostet 4.699 DM

der VMD 9 lassen sich Filmaufnahmen nachbearbeiten und mit einem professionellen Touch versehen. Die nachbearbeiteten Aufnahmen können anschließend vom PC wieder auf den DV-Camcorder überspielt werden (Preis: 4.499 DM).

Das DV-Camcorder-Flaggschiff VMD 20 bietet dem Nutzer die ganze Fülle der MultiMedia-Welt. Für ihn lautet die unverbindliche Preisempfehlung 4.999 DM.

höl

Thomson

Thomsons Multimedia-Gruppe war unter anderen an der Entwicklung des Mini-DV-Formates beteiligt und bietet mit dem VMD 9 und dem VMD 20 gleich zwei High End-Modelle der Scenium-Produktreihe an. Beide sind mit Features wie Farbmonitor, Farbsucher und Bildstabilisator ausgestattet. Durch die Progressive Scan CCD-Abtastung des VMD 20 wird eine



Äußerst kompakt wurde auch der Scenium VMD 9 von Thomson gestaltet. Er paßt problemlos ins Handschuhfach des Autos.

Kundenorientiert – partnerschaftlich – ausgereift

Am 12. Oktober 2000 hat Hartmut Haubrich auf einer Pressekonzferenz von Electronic Partner den EP:Netshop vorgestellt. 400 Händler haben sich bereits zur Startphase Anfang November entschieden und gehen mit der größten europäischen Verbundgruppe für TV, Video, HiFi, Telekommunikation, PC/Multimedia und Elektro ans Netz.

Im neuen EP:Netshop sind alle namhaften Markenartikel der CE-Branche zum Kauf per Mausklick bereit. Das als solches stellt nichts Neues dar. Jedoch ergibt sich aus der von der EP Zentrale aufgestellten Kombination die flächendeckende Einbindung der EP Händler, die bundesweit als bisher einmalig gilt. Der Kunde entscheidet, ob er die online bestellte Ware im EP Partnershop abholt oder ob er sie vom Händler geliefert bekommt. Der Service läßt sich auf der Web-Site auch differenzieren, der Kunde kann sofort zwischen reiner Abholung, Anlieferung, Anlieferung und Installation – mit oder ohne Entsorgung der Altgeräte – auswählen. Der Kunde entscheidet auch, wie die Zahlung erfolgen soll – online am PC, bar bei Lieferung oder bei Selbstabholung. Das Ganze ergibt einen runden Auftritt, und die Konzeption erscheint marktgerecht.

Ob auf dem nationalen EP Eingangsportale oder auf der kundeneigenen Seite, die von der Zentrale erstellt und gepflegt wird: Mit diesem System werden die Möglichkeiten der „alten und neuen Economy“ verbunden und machen den Einstieg für den EP Partner in das E-Commerce Business besonders attraktiv. Das EP:Netshop Konzept will nicht nur den erfahrenen Internetuser ansprechen, sondern auch die

Kosten nur Euro 50 für den Partnershop anfallen. Bei der Erstellung des Konzeptes wurden kompetente Partner ins Boot geholt. Dazu gehören die PixelNet AG aus Berlin, Sun Microsoft als Hardware-Partner oder Oracle als Datenbanksystem sowie die Deutsche Bank, deren Tochter PAGO für die ElectronicPartner das Debitorenmanagement koordiniert. Geprüft und besiegelt wird das ganze Konzept vom Euro Handels

Institut in Köln, das das Siegel „Geprüfter Online Shop“ hier gerne vergeben hat. In seinen Ausführungen betonte Haubrich eine ganz klare Fokussierung auf den Endkunden und dessen Bedürfnisse. Das derzeitige Online-Marktvolumen im Bereich UE liegt lediglich bei 150 Millionen DM Umsatz (0,7 Prozent). Haubrich prognostiziert für die Jahre 2003/2004 eine Möglichkeit des Wachstums auf 7 Prozent. Für das EP Mitglied wird mit diesem System eine attraktive Teilnahme am Markt des E-Commerce erschlossen, wobei das Risiko nicht auf den Mitgliedsschultern ruht, sondern ausschließlich von der Zentrale verantwortet wird. Durch einen bereits



So kann die EP:Netshop Mitglieder Homepage aussehen.

skeptischen Endkunden, die Probleme mit der Sicherheit haben. Bedingt durch die 400 Outlets zum Start ist ein flächendeckender Service sofort verfügbar. Seit April letzten Jahres hat die EP Zentrale unter dem im eigenen Haus gegründeten „EP:Netshop“ (Geschäftsführer Dr. Michael Krump) 20 Millionen DM investiert, um den EP Partnern den Einstieg ins E-Commerce einfach und sicher zu gestalten, wobei an monatliche



Hartmut Haubrich, Sprecher der Geschäftsführung von EP und Dr. Michael Krump, Geschäftsführer EP:Netshop GmbH stellen den EP:Netshop vor.

gestaltung – ist rechtlich abgesichert, da der einzelne EP Shop in einer Art Agentursystem für den Netshop auftritt. Die einzelnen Netshop Partner haben gegenüber der Zentrale eine präzise definierte, standardisierte Leistung für den Endkunden bereitzuhalten, die ei-

ner permanenten Revision und Teststellung unterliegt. Die Zusammenarbeit mit den Industriepartnern wurde von der Zentrale bereits über ein Jahr lang diskutiert, und die Einbindung ist sichergestellt, so daß man nicht nur eine Shop-in-Shop-Konstellation der Hersteller auf dem EP Netportal erwarten kann. Es ist vielmehr vorstellbar, daß bereits kurzfristig eine Vernetzung von den Herstellerseiten zum EP:Netportal realisiert werden kann. Von der Zentrale wurde angekündigt, daß nach der Testphase im Weihnachtsgeschäft im Jahre 2001 auch eine nationale Werbung geplant ist, um diese Adresse bekanntzumachen. In Anbetracht der Bedeutung auch für die übrigen europäischen Länder ist geplant, daß Netzwerk bereits Mitte 2001 auf zwei weitere europäische Länder auszuweiten, um dann sukzessive den kompletten Europaverbund einzubeziehen. *Wag*

erfolgten Ausbau der Logistik in den einzelnen über Deutschland verteilten Lager-Standorten ist selbst für die kommende Weihnachtssaison sichergestellt, daß es hier zu keinen Engpässen kommen wird. Die Verantwortlichen für den EP:Netshop streben an, mit dieser Positionierung im wachsenden B2C-Geschäft eine Führungsposition zu erarbeiten, wobei Partner und Hersteller in das Geschäftsmodell Internet bestens integriert sind. Ziel ist es, die europäische Marktführerschaft im Segment „Fachvertrieb von Consumer Electronics“ zu etablieren und zukünftig zu halten. Nach Ansicht von Haubrich wird Electronic Commerce in der Zukunft eine „Renaissance des leistungsfähigen Handels“ einläuten. In der Zentrale ist man sicher, die Zahl von anfangs 400 Shops bereits bis zum Februar 2001 auf 700 bis 800 Mitglieder steigern zu können. Das Konzept – inklusive der Preis-

Pos Aktuell

BetaDigital strahlt Sunshine Live aus

BetaDigital – ein Unternehmen der KirchPayTV – strahlt den Hörfunksender Sunshine Live ab sofort via Astra analog und digital aus. Durch die parallele Verarbeitung als analog SatRadio und DVB SatRadio im Simulcast-Betrieb deckt Sunshine Live sowohl bestehende als auch zukünftige Hörermärkte ab und erzielt so eine optimale technische Empfänger-Reichweite. Der Privatsender mit Sitz in Schwetzingen bei Heidelberg hat laut MA 2000 im Vergleich zum Vorjahr prozentual die meisten Hörer hinzugewonnen.

Deutsche Post lädt zum Di@log 2000

Die Deutsche Post lädt für den 2. und 3. November zu einem Kongreß für Geschäftskunden ein. Thema der Veranstaltung ist: Erfolgreicher Werben durch eine sinnvolle Verzahnung von Direktmarketing im Internet. Auf dem „Di@log 2000“ im Gelsenkirchener Wissenschaftspark sollen insbe-

sondere mittelständischen Unternehmen Möglichkeiten für den Einstieg und die erfolgreiche Nutzung des Mediums Internet vermittelt werden. Hierzu hat die Deutsche Post viele namhafte Referenten eingeladen, die Zahlen, Fakten und Hintergrundinformationen zum Thema E-Business vorstellen. An beiden Kongresstagen werden Topreferenten ihre Erfahrungen im Dialogmarketing, in der Online-Marktforschung und über E-Commerce als Erfolgsfaktoren unternehmerischen Handelns präsentieren.

Neue Runde im Streit um Regioncode bei DVD

Besitzer von sogenannten „Regioncodefree-Playern“ könnten bald vor dunklen Bildschirmen sitzen, wenn die Pläne der amerikanischen Filmstudios Warner Brothers und Columbia Tristar erfolgreich durchgesetzt werden. Dem Vernehmen nach wollen die Filmstudios beim Mastering ihrer Film-DVDs zukünftig das neuentwickelte „Regional Code Enhancement“ einfügen. RCE überprüft nach dem Einlegen der DVD, ob der Player auf einen Regionalcode festgelegt ist. Bei einem nachträglich regioncodefree geschalteten DVD-Player zeigt der Bildschirm statt des Films die Mitteilung, daß die-

ses Abspielgerät nachträglich verändert wurde und der eingelegte DVD-Film nur auf einem unmodifizierten DVD-Player für die zum Beispiel Region „1“ betrachtet werden kann. Man solle statt dessen einen Film mit dem für die betreffende Region vorgesehenen Regioncode erwerben und einlegen. Berichte, nach denen als erste DVD-Titel mit RCE schon Ende Oktober „The Perfect Storm“ (Warner) und „The Patriot“ (Columbia Tristar) auf den Markt kommen, wurden offiziell nicht bestätigt. Die Informationen über Regional Code Enhancement wurden auf der englischen Website www.dvddebate.com veröffentlicht und von amerikanischen Fachjournalisten bestätigt.

Der DVD Regionalcode unterteilt den Globus in verschiedene Zonen, die keine direkten sprachlichen oder kulturellen Gemeinsamkeiten haben. Begründet wird die Codierung mit den Interessen der Filmgesellschaften, die sicher stellen wollen, daß neue DVD-Filme erst nach der Vorführung in öffentlichen Kinos in den Handel kommen. Kritiker des DVD-Regioncode bezweifeln die genannten Gründe und verweisen auf die Tatsache, daß auch ältere und ganz alte Filme mit dem Regioncode verschlüsselt sind, die nicht mehr im Kino aufgeführt werden.

Kathrein will Grundig kaufen

Der Rosenheimer Antennenhersteller Kathrein will die Mehrheit am Unterhaltungselektronik-Konzern Grundig übernehmen. Zur Zeit hält Kathrein einen Anteil von 25 Prozent an dem Nürnberger Elektronik-Unternehmen. Bislang ist die Rede von einer Erhöhung auf 70 Prozent. Laut Aussage Kathreins laufen derzeit „intensive Verhandlungen“ mit allen Beteiligten, die voraussichtlich bis Ende November abgeschlossen seien. Zudem ist das Einverständnis der Grundig-Aktionäre gefragt. Kathrein ist nach eigenen Angaben der



Dr. Anton Kathrein (Bild links) ist stellvertretender Aufsichtsratschef bei Grundig. Sein Unternehmen ist bislang mit 25 Prozent an dem Fürther Konzern beteiligt. Dr. Herbert Bruch (Bild rechts), Vorstandssprecher der Grundig AG, war nach eigenen Aussagen über die Pläne von Kathrein nicht genauer informiert, würde jedoch die Übernahme des Unternehmens begrüßen.



In Deutschland erfreuen sich aus USA importierte DVD-Filme mit Regioncode 1 großer Beliebtheit, weil sie umfangreiche Zusatzinformationen, wie Making of, Drehbücher oder Starbiografien enthalten.

TechniSat-TV Stassfurt ISO 9001-zertifiziert

Neben den beiden Werken TechniSat Elektronik Thüringen und TechniSat

Vogtland GmbH wurde nun auch das dritte Werk, die TechniSat-TV Stassfurt, ISO 9001 zertifiziert. Das Unternehmen stellt sich damit der Herausforderung des Marktes, höchste Qualitätsstandards für ihre Produkte und Dienstleistungen zu erreichen. Diese Standards sind fester Bestandteil der Qualitätspolitik und sichern somit wichtige Wettbewerbsvorteile.

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:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Einzelhandel: | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |
| <input type="checkbox"/> Dienstleister: | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |
| <input type="checkbox"/> Distributor | |
| <input type="checkbox"/> Lieferanten: | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Hersteller | |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |



- **Crimson Skies**
- **Terracon**
- **Vib Ribbon**
- **CD-Shooter**
- **Chase The Express**



Neue ForceFeedback Hardware von Logitech – Good Vibrations!

WingMan Rumblepad

Das WingMan Rumblepad von Logitech ist ein neues Gamepad mit Force-Feedback.



möglicht zusätzlich den schnellen Wechsel von einem Sport-Setup zu einem speziellen Setup

für Flugsimulationen oder Fahrspiele. Die mitgelieferte WingMan Software ermöglicht dem Spieler, auch individuelle Einstellungen für bestimmte Spiele vorzunehmen und enthält zusätzlich mehr als 285 Spielprofile zu den populären Spielen. Ein hervorragendes Plug-and-Play ist damit mehr als sichergestellt.

Systemanforderungen: USB-Schnittstelle, Betriebssysteme MS Windows 98 und Windows 2000. UVP: 79,- DM

WingMan Force 3D

Mittels der neuen Force Feedback Technologie des Logitech Joystick WingMan Force 3D erfährt der Spieler eine noch realistischere Dimension seiner Games. Die Technik ermöglicht es, daß er den natürlichen Rückstoß von Schußwaffen, das Ausbrechen von Fahrzeugen oder gar Unfälle mit selbigen am eigenen Leibe „spüren“ kann. Spielerlebnis total, denn der Gamer erhält stets hautnahe Rückmeldungen. Das kompakte Design des WMF 3D sorgt für mehr Platz auf dem Schreibtisch, überzeugt durch Lei-

Die Vibrations-Feedback-Technologie des WingMan Rumblepad ist ein Novum im Bereich der PC-Gamepads, denn das allseits beliebte Feature war bisher nur den Usern der PlayStation- oder Dreamcast-Spielekonsolen vorbehalten. Endlich gibt es den heißbegehrten Zusatzeffekt des Vibrierens auch für PC-Gamepads. Der Spieler spürt es in der Hand, wenn er beispielsweise bei einem Racing-Game von der Seite gerammt wird oder vom Asphalt abkommt. Logitech verwendet hierfür als „einziger“ Hersteller die intelligente Dual-Motor-Technologie. Das WingMan Rumblepad ist ideal für alle Action-, Sport-, Racing- oder Flugspiele (ob mit oder ohne Force-Feedback). Das WingMan Rumblepad besitzt zwei präzise und verzögerungsfrei reagierende, analoge Knöpfe, die eine genaue 360-Grad-Bewegung ermöglichen. Ein 8-Wege-Steuerkreuz und 9 voll programmierbare Tasten sowie ein einfach zu erreichendes Gaspedal für Flugspiele sind von unschätzbarem Wert. Die vorhandene Modus-Taste er-

stungsfähigkeit und bietet sämtliche Features eines High-Quality-Joysticks – und das bei einer UVP von nur 149,- DM. Darüber hinaus verfügt der WingMan Force 3D über sieben voll programmierbare Knöpfe, Drehgriff mit Sperrfunktion für präzise „3D“-Kontrolle, 8-Wege-Rundblick-Schalter und einen erstklassigen Präzisionsschubregler.

Zusätzlich zur Treibersoftware erhält der Spieler beim WingMan Force 3D eine Konfigurationssoftware, die ihm die Möglichkeit bietet, die Belegung der Tasten für seine Lieblingsspiele frei zu konfigurieren. Durch Nutzung einer Shift-Tastenkombination hat der Spieler die Möglichkeit, die Anzahl der programmierbaren Funktionen noch zu verdoppeln. Der leicht zu konfigurierende Joystick ist äußerst bedienerfreundlich. Die Möglichkeit des Herunterladens von Benutzerprofilen aus dem Internet besteht für den Joystick ebenfalls.

Als Bonus ist dem WingMan Force 3D Joystick eine Originalversion von Castrol Honda Superbike World Champions (von Midas Interactive Entertainment) beigelegt. Dieses aufregende Motorradrennen bietet die Spannung eines High Speed-Wettbewerbs mit ausgezeichnetem Gameplay und sehr realitätsnahem Force-Feedback.

Systemanforderungen: USB-Schnittstelle, Betriebssysteme MS Windows 98 und Windows 2000. UVP: 149,-DM



Schwere Geschütze, schnelle Flugzeuge

Crimson Skies ist ein Flugsimulator, der Action pur bedeutet. Die Hintergrundgeschichte spielt im Jahr 1937, Luftpiraten machen den Himmel über Amerika unsicher, nachdem der Zeppelin zum wichtigsten Transportmittel geworden ist. Der Spieler ist als tollkühner Pilot Nathan Zachary dabei. Nicht nur die Hintergrundgeschichte von Crimson Skies ist aufregend, gleiches gilt auch für die zu bewältigenden Missionen. Mal geht es darum, berühmte Wissenschaftler aus Zeppelinfestungen zu befreien oder sich den neusten Flugzeugprototyp zu schnappen.

der ausgefallenen Konstruktionen ihren eigenen Reiz hat. Wem die vorhandene Auswahl an Flugzeugen nicht ausreicht, der kann sich für die Sofortaction und das Multiplayergame sogar sein eigenes Flugzeug konstruieren.



Auch hat der Spieler die Möglichkeit, über das Internet, LAN oder über eine Modemverbindung auch direkt Mann gegen Mann gegen (bald ehemalige!) Freunde zu spielen. Mit Hilfe des neuen SideWinder Game Voice ist es sogar machbar, daß man sich dabei mit seinen Teamkameraden unterhält. Absprachen im Kampf gegen ein feindliches Geschwader sind dann ohne Probleme möglich. **Zusätzlicher Verkaufstip:** Zu empfehlen ist bei Crimson Skies ebenfalls ein Force Feedback Joystick wie der Sidewinder Force Feedback 2. Der Spieler kann mit Hilfe der Force Feedback Technologie den Rückstoß der Maschinengewehre oder die Turbulenzen hautnah fühlen und erleben.



Selbstverständlich kommt auch der eigentliche Luftkampf mit allen kunstvollen Flugmanövern nicht zu kurz. Crimson Skies fesselt durch seine vielen Möglichkeiten nicht nur Fans von Flugsimulator-Spielen. In insgesamt 11 Flugzeugen kann der Spieler in 24 Missionen zeigen, was er beim Microsoft Flugsimulator auf einer Boeing 747 gelernt hat. Die Flugzeuge sind mit allen technischen Feinheiten des Jahres 1937 wie großkalibrigen Maschinengewehren, Nitro-Boostern und Raketen ausgestattet. Die Flugeigenschaften der Flugzeuge, unter denen sich sogar eine Art Hubschrauber befindet, sind durchaus realistisch, wobei jede



Systemanforderung: Windows ab 95, 64 MB RAM, mindestens 675 MB freier Festplattenspeicher und zusätzlich 250 MB Festplattenspeicher für die Auslagerungsdatei, 4*CD-ROM, mindestens Pentium II 266 MHz, 8MB-VRAM-Grafikkarte, DirectX7.0

Microsoft stellt die neue Hardware für das Weihnachtsgeschäft vor

Microsoft startet mit insgesamt 30 Hardwareprodukten ins Weihnachtsgeschäft 2000. Darunter befinden sich überarbeitete und verbesserte Produkte wie der SideWinder und der SideWinder Precision 2, aber auch völlig neue, höchst interessante Eingabegeräte wie der SideWinder Strategic Commander und SideWinder Game Voice.

SideWinder Joystick

Der SideWinder ist ein robustes Eingabegerät für Einsteiger oder preisbewußte Gelegenheitsspieler. Er wird einfach per USB-Kabel und ohne Installation einer zusätzlichen Software an den PC angeschlossen. Acht leicht zu erreichen-



de Aktionstasten und ein präziser, mittig angebrachter Schubregler garantieren eine gute Kontrolle. Der sehr angenehm in der Hand liegende, ergonomisch geformte Griff gewährleistet auch nach längerer Benutzungszeit maximale Spielfreude und Einsatztauglichkeit.

Systemanforderungen: Windows 95, Windows 98 oder höher, Pentium 166 oder höher, USB Port. UVP: 59,- DM

SideWinder Precision 2

Microsoft SideWinder Precision 2 tritt die Nachfolge des beliebten digitaloptischen Joysticks SideWinder Precision Pro an.

Alle bekannten Features des SideWinder Precision 2 wurden komplett überarbeitet und um intelligente Neuerungen erweitert. Entstanden ist ein extrem belastbares Spieleingabegerät, dessen exakte Steuerung und neu durchdachte Anordnung der Funktionstasten, des „Coolie Hats“ und des Schubreglers neue Maßstäbe setzt. Der SideWinder Precision 2 wurde speziell auf Anforderungen von Flugsimulationen, 3D-Shootern und Actionspielen zugeschnitten und ist damit erste Wahl für alle Spieler, die großen Wert auf leichte Bedienbarkeit, höchste Präzision, aber auch Langlebigkeit legen. Der neue, seitlich angebrachte Schubregler ermöglicht eine genaue Einstellung der Geschwindigkeit. In brenzligen Situationen erlaubt es die überarbeitete Tastenanordnung, mehrere Funktionen gleichzeitig auszuführen. So kann der Spieler schneller und angemessener reagieren: ein rascher Rundumblick per „Coolie Hat“ und der gleichzeitige Sprung

über ein auftauchendes Hindernis? Mit dem SideWinder Precision 2 ohne weiteres möglich. Abgesehen von technischen Vorteilen verbindet das frische und ansprechende Design ergonomischen Komfort mit ästhetischen Gesichtspunkten. Die silberfarbig ausgelegten Tasten heben sich edel vom schwarzen Standkörper des Joysticks ab und garantieren auch anspruchsvolleren Spielertypen ein Maximum an Qualität und modernem Aussehen.

Der SideWinder Precision 2 liegt optimal in der Hand. Die Aktions-Knöpfe und der Schubregler für die exakte Geschwindigkeitseinstellung liegen nah am Stick und sind leicht erreichbar. Die gleichzeitige Betätigung der auf der Oberseite angebrachten Buttons und des „Coolie-Hats“ ist bequem und einfach. Der drehbare Schaft ermöglicht dem Gamer eine Ruderkontrolle ohne zusätzliche Pedale. Der Spieler kann die Bedienungsknöpfe und den „Coolie-Hat“ nach Belieben mit insgesamt bis zu 16 Funktionen frei programmieren. Acht übersichtlich platzierte Tasten gewährleisten einen uneingeschränkten Zugriff. Bei der Anordnung wurde bewußt auf die Anforderungen moderner Flugsimulationen, 3D-Shooter und Actionspiele geachtet: Auf der Oberseite des Griffs befinden sich neben dem „Coolie Hat“ drei weitere, mit dem Daumen zu betätigende Tasten. Der mit dem Zeigefinger aktivierbare Feuerknopf ist auf der Vorderseite des Steuerknüppels untergebracht, und die vier parallel angeordneten Druckknöpfe sind neben dem Schubregler zu finden. Überdies sind die einzelnen Tasten noch nummeriert, was die Übersichtlichkeit enorm erhöht und die Programmierung der Sonderfunktionen wahrhaft erleichtert. Konfiguration komplexer Bewegungen: Durch die SideWinder Game Device Software werden Spiele mit vorkonfigurierten Einstellungen unterstützt. Die Software ermöglicht die Speicherung von komplexen Bewegungen oder Manövern auf einem einzigen Button.

Systemanforderungen: Windows 98, Windows Millennium oder Windows 2000 Professional, Pentium 166 MHz



oder höherer Prozessor, 16 MB RAM, 25 MB freier Festplattenspeicher, 4x CD-ROM oder höher, SVGA Graphikkarte mit Monitor für 256 Farben (16 Bit Farbtiefe empfohlen), USB Port, DirectX 7.0a API oder höher, Microsoft Mouse oder kompatibles Zeigergerät. UVP: 99,- DM

SideWinder Strategic Commander

Mit dem SideWinder Strategic Commander stellt Microsoft ein vollkommen neuartiges Eingabegerät vor, das dem Spieler eine optimale und effiziente Steuerung von Strategiespielen wie Ages of Empires oder Command & Conquer ermöglicht. Bisher konnten die komplexen Steuerungsbefehle dieser Spiele nur mit einer schwierigen und lernintensiven Kombination aus Maus und Tastaturbefehlen bewältigt werden, was nun der Vergangenheit angehört.

Das ergonomisch raffiniert geformte Gerät läßt die linke Hand des Spielers bequem ruhen, während seine rechte wie bisher die Maus steuert. Anstatt komplizierte Tastaturfolgen auswendig zu lernen oder während einer Spiele-Session immer wieder einen Blick ins Handbuch zu werfen, bewegt sich der Spieler nun mühelos durch Szenarien und Kampagnen. Kommandofolgen und Menübefehle lassen sich über eine einfache Software auf sechs programmierbare Schaltflächen und drei seitlich angebrachte Zusatztasten legen. Insgesamt sind so bis zu 72(!) Befehle möglich, und selbst umfangreiche Prozesse kann der Spieler durch einen einzigen schnellen Tastendruck aktivieren.



Um den Einstieg zu erleichtern, sind bereits 30 Bedienprofile für Spiele wie Age of Kings, Starcraft und Myth2 voreingestellt, eigene Tastenkombinationen und Profile lassen sich leicht definieren und auch während des laufenden Spieles variieren oder auch ausdrucken. Ändert sich also eine Situation oder erkennt der Benutzer des SideWinder Strategic Commanders, daß er eine zusätzliche Aktion belegen möchte, kann er dies jederzeit auch während des laufenden Spiels programmieren. Das Oberteil des SideWinder Strategic Commanders liegt horizontal beweglich auf einem stabilen und rutschfesten Standfuß, wodurch sich dem Spieler eine neue Dimension für einfache Kartenbewegungen und -navigationen eröffnet. Zusammen mit der Maus erreicht der Spieler atemberaubende Geschwindigkeiten und wird auch bei großen Heeresformationen viel leichter den Überblick behalten. Über eine virtuelle Kameraposition wird die Orientierung sowohl in zwei- als auch dreidimensionalen Welten zusätzlich verbessert. Dank einer intelligenten Tasten-Beleuchtung kann man jederzeit erkennen, welche der sechs an der Oberseite des Strategic Commanders angebrachten Tasten mit einer Befehlsfolge

programmiert wurde: Bereits definierte Kommandotasten leuchten oder ändern ihre Farbe, wenn eine weitere Zuordnung erfolgt. Der SideWinder Strategic Commander bietet somit ein ganzes Füllhorn an Möglichkeiten, das Einsteigern und Profis die faszinierende Welt der Strategiespiele näher bringt. Die Funktionen des Strategic Commanders werden dem Benutzer anhand eines höchst lehrreichen Einführungsvideos erklärt, das Studium von Handbüchern entfällt somit. So finden sich Anfänger schneller zurecht und müssen sich nicht mit dem theoretischen Studium kryptischer Tastaturkombinationen beschäftigen, Fortgeschrittene können mehr Zeit auf die richtige Taktik oder Strategie verwenden und erhalten damit gerade im beliebten Multiplayer-Spiel über Internet oder LAN spielentscheidende Vorteile.

Systemanforderungen: Windows 98, Windows Millennium oder Windows 2000 Professional, Multimedia PC mit mindestens Pentium 166 MHz oder höherer Prozessor, 16 MB RAM, 25 MB freier Festplattenspeicher, 4x CD-ROM oder höher, SVGA Graphikkarte mit Monitor für 256 Farben (16 Bit Farbtiefe empfohlen), USB Port, DirectX 7.0a API oder höher, Microsoft Mouse oder kompatibles Zeigergerät, Microsoft DirectX 7.0 kompatible Soundkarte mit Lautsprechern zur Wiedergabe des Einführungsvideos, Internet Explorer 4.0 für die Darstellung des Handbuchs, Drucker, um die angelegten Steuerungsprofile auszudrucken. UVP: 129,- DM

SideWinder Game Voice

GameVoice ist ein völlig neuartiges Eingabegerät, das speziell für das gemeinsame Spiel im Internet oder Netzwerk entwickelt wurde. Es ermöglicht die direkte Kommunikation mit anderen Spielern und zusätzlich sogar die bequeme und effektive Sprachsteuerung von Spielen. Das Microsoft GameVoice besteht aus einem Paar hochwertiger Kopfhörer (Headset von der Firma Plantronics) und einer neu entwickelten Kontrolleinheit mit acht großflächigen Tasten.

Mit Hilfe der acht Tasten der Kontrolleinheit können bestimmte Personen oder Gruppen auf bis zu sechs Kanäle gelegt werden und dann direkt angesprochen werden. Beispiel: Taste 1 verbindet mit dem Flügelmann, Taste 2 öffnet den Kanal für Kommandos an die gesamte Gruppe, Taste 3 nimmt Kontakt zum gegnerischen Team auf. Die anderen Funktionstasten der Kontrolleinheit dienen der Lautstärkeregelung, dem Aktivieren der Spracherkennung oder regeln das Umschalten zwischen Headset und Lautsprechern. Mit Hilfe der Softwareunterstützung kann der Spieler andere Teilnehmer via LAN oder Internet rasch finden, Verbindung aufnehmen und auf bis zu sechs unterschiedlichen Kanälen Gespräche führen. Über das übersichtliche Programmfenster des MSN Messengers sieht der Spieler potentielle Mitspieler, kann an Chat Sessions teilnehmen oder auch zu eigenen Chats ein-

laden. Sechs Kompressionsstufen sorgen für die optimale Datenübermittlung per Internet. Damit läßt sich die Performance des Systems ideal an den jeweiligen PC und die Qualität der Internet-Verbindung anpassen. Durch die Wahl des richtigen Kompressionsfaktors wird die Sprachqualität maximiert, ohne die so sehr geschätzte Spielgeschwindigkeit zu beein-



flussen. Zusätzlich ist GameVoice mit einer integrierten Spracherkennung ausgestattet: In fast jedem Spiel ist es in der Lage, über angelegte Profile gesprochene Kommandos zu interpretieren. Mit kurzen Befehlen wie „Angriff“ oder „Landeklappen ausfahren“ löst man einfache oder komplexere Aktionen rasch aus und erspart sich so zeitraubende und schwer zu erlernende Tastaturkombinationen. Eine Reihe von vordefinierten Profilen für populäre Spiele ist bereits im Lieferumfang enthalten, doch auch das Erstellen eigener Kommandos ist problemlos realisierbar. Zusätzlich Spielkomfort und mehr Spielgenuß auch bei längeren Spiele-Sessions garantiert das praktische und qualitativ hochwertige Headset aus leichten und ergonomisch geformten Materialien. Mit der ebenso leistungsstarken wie leicht zu bedienenden Controller Software läßt sich Microsoft GameVoice schnell und bequem an die persönlichen Bedürfnisse des Spielers anpassen.

Game Voice läßt alle bisherigen Headsets ganz schön alt aussehen. Die Möglichkeiten des SideWinder Game Voice werden dem Spieler in einem Einführungsvideo erklärt. Braucht man mehr?

Systemanforderungen: Windows 98 oder höher, Multimedia PC mit Pentium 233 MHz oder höheren Prozessor und MMX-Technologie, 64 MB Arbeitsspeicher (RAM), SVGA-Graphikkarte mit Monitor für 256 Farben (16 Bit Farbtiefe empfohlen), CD-ROM Laufwerk (4x oder höher), Festplatte 45 MB verfügbaren Festplattenspeicher, Microsoft-Mouse oder kompatibles Zeigergerät empfohlen, Audiowiedergabe Soundkarte mit Voll-duplex-Chipsatz und funktionierenden Line-Out- und Mikrofon-Buchsen. Microsoft DirectX 8 API oder höher für manche Spiele erforderlich, Modem mit 33,6 Kbit/s (56 Kbit/s oder höher empfohlen), freier USB-Port. UVP: 129,- DM Lanz

TERRACON Action Adventure für die PlayStation

Bei Terracon übernimmt der Spieler die Rolle des Xed und muß mit Hilfe der Materie-Energie „Genergy“ Landschaften umbauen oder Fahrzeuge generieren, die ihn durch insgesamt 32 Level befördern. Er reist durch detailreiche, in anspruchsvollster 3D-Grafik erstellte Welten, die sich als äußerst vielfältig und abwechslungsreich erweisen: Tiefster Urwald, endlose Eislandschaften, trockene Wüsten sowie auch irrealer,



übernatürliche Umgebungen warten auf ihn. Echtzeit-Lichteffekte, Wetter-Ereignisse; aber auch natürliche Tag- und Nachtverläufe machen hierbei das grandiose virtuelle Erlebnis aus. Mit Freuden wird der Spieler bei seiner Reise durch die überaus faszinierenden Welten verschiedene Fortbewegungsmittel wie Boote und Fahrzeuge benutzen, ohne deren Hilfe es wohl kaum ein Vorkommen gäbe. Zur Wehr setzen muß sich der Spieler aber auch gegen die Attacken diverser Roboter-Heere, deren Natur es ist zu mutieren und deren raffinierte Waffentechnik sich während des Spieles stets weiterentwickelt und verbessert. Ein Extra-Waffen-System erlaubt es dem Spieler aber, sich mit

der notwendigen Ausrüstung zu versorgen, mit der er sich entsprechend zu schützen vermag.



Die Storyline in Terracon erzählt die Geschichte eines Völkchens von Planetenherstellern – den Grey. Die außerirdischen Baukünstler sind gerade dabei, neun nagelneue Planeten fertigzustellen, doch aus



Robotern die Welten zu zerstören, die er vorher – gemeinsam mit den Grey – geschaffen hat. Eine gewaltige Schlacht entbrennt:

Angst, die Produktions-Station könnte angesichts der aktuellen Hochleistungsphase zu viel Energie verlieren, beschließen sie, das System herunterzufahren. Terracon, Herz und Hirn der Materie-Station, wehrt sich gegen die Entmachtung und wendet sich mit vernichtenden Absichten gegen seine Schöpfer. Xed überlebt die Attacke und nimmt entschlossen die Verfolgung von Terracon auf. Das einzige Ziel der Supermaschine Terracon ist es jedoch, mit Hilfe einer Armee von

Xed versucht, die Startcodes von allen planetarischen Verteidigungssystemen zu sammeln, um diese dann gleichzeitig auf Terracon abfeuern zu können, was das Computerhirn natürlich mit allen ihm zur Verfügung stehenden Mitteln zu verhindern gedenkt.

Die großen 3-D-Welten sind manchmal etwas unübersichtlich, trotzdem macht Terracon, das Action Adventure für die PlayStation, immens großen Spaß.

USK: ab 12 J., Preis: DM 59,95 Lanz

PoS-MAIL Besuch bei Pokémon & Co



VIB RIBBON

Vib Ribbon erzählt die Geschichte von Vibri, dem Hasen, auf seinem imaginären Weg durch die Klangwelten eines Musik-Titels. Ähnlich wie die Tintenspur einer Seismographennadel schlägt die weiße Linie aus, auf der er sich bewegt und die bei jedem Ton neue Höhen und Vertiefungen (Wellen) bildet – Hindernisse für das Langohr. Schnelle Techno-Beats lassen Vibri auf einen Irrgarten aus Quadraten, Kreisen und sonstigen bizarren Hindernissen zulaufen, an dem der Spieler ihn geschickt vorbeilotsen muß. Abhängig von der gewählten Musik, tanzt und hüpfet Vibri im Takt des gerade eingelegten Songs über den Bildschirm.

Ausflüge, bei denen Vibri erfolgreich über Gruben oder spitze Felsen hinwegtanzt, lassen ihm Flügel wachsen, was zum Ausdruck bringt, daß sich das Spielniveau des Gamers auf einem hohen Level befindet. Macht Vibri hingegen zu viele Fehler und stößt gegen Hindernisse, büßt er Flügel und schlimmstenfalls seinen aufrechten Gang ein. In letzter Konsequenz führt dies zum Bildschirm-Tod des Hasen. Vib Ribbon eignet sich insbesondere für Kinder, die mit dem Hoppelhasen garantiert einen Höllenspaß haben werden.

Das Spiel kostet 49,95 DM

USK: ohne Altersbeschränkung Lanz



Axel Herr, Managing Director Sales & Marketing Nintendo Deutschland

Im August hatte PoS-MAIL Gelegenheit, mit Axel Herr, Managing Direktor Sales & Marketing von Nintendo Deutschland, zu sprechen. Vorab erklärte Axel Herr, daß Nintendo seinen Verkaufsschwerpunkt zwar eindeutig im Bereich Spielwaren sehe, daß dies aber nicht heißen soll, daß der Bereich der Consumer Electronics je vernachlässigt würde. Zusätzlich zum bisherigen Handelskonzept möchte Nintendo in Zusammenarbeit mit seinen Handelspartnern im Bereich Spielwaren innovative Sonderverkaufsflächen entwickeln.

Diese Verkaufsflächen werden von Nintendo bestückt, aber auch aktiv betrieben werden, denn auch geschultes Personal wird dem Kunden an Ort und Stelle zur Verfügung stehen. Herr betonte, daß man mit den bisher so ausgestatteten Outlets bereits auf beiden Seiten nur beste Erfahrungen gemacht habe.

Des weiteren hatte PoS-MAIL auch Gelegenheit, einen Blick auf die Verkaufsflächengestaltung zu werfen, die mit ihrem auf die Pokémon-Serie abgestimmtem Design einen sehr effektvollen und somit

auch verkaufsfördernden Eindruck machte. Der Kunde kann mühelos durch die um die Verkaufsfläche herum platzierten Regale in diese hineinschauen; bestückt sind die Regale mit Pikachu Stofftieren und anderen Artikeln, die gleichzeitig das Publikum auch aus der Ferne locken. Was die Zielgruppe betrifft, so ist das Konzept komplett auf die Bedürfnisse der jungen und jüngsten Kunden ausgerichtet.



des neuen Gamecube und des neuen Game Boy Advance im Jahr 2001 warten, sondern wird, wie Axel Herr betonte, seine Aktivitäten für die Nintendo 64 Konsole und den Gameboy noch steigern. Dies wird auch mit Hilfe von neuen Spielen der Pokémon Reihe, wie Pokémon Pinball und Pokémon Trading Card Game, ganz sicher der Fall sein.

Lanz



Nintendo plant, noch möglichst viele dieser Verkaufsflächen in diversen Einzelhandels-Häusern zu errichten – und desweilen wird bis Ende des Jahres ein Pokémon-Promotion Bus noch 23mal sowie ein Pokémon Motorrad noch 17mal im Einsatz sein, um den Handel beim Absatz von Nintendo-Produkten zu unterstützen. Zusätzlich wird Nintendo in der Zeit vom 27.11.00 bis 6.1.01 in circa 90 Outlets Weihnachtspromotion betreiben. Nintendo will sich also definitiv nicht auf dem bisher Erreichten ausruhen und auf die Einführung



Zielgruppe

CD-shooter Onlinegame von Philips



CD-Shooter kann kostenlos von der Philips Internetpage <http://www.pc-stuff.philips.com> heruntergeladen werden. Um das Spiel zu starten, muß man lediglich auf das hier vorzufindende CD-Shooter Banner klicken. CD-Shooter ist ein Spiel vom Schlag Moorhuhn und genau so einfach oder so schwer. Der Spieler muß hier nur CD's abschließen – und dies möglichst

schnell. Die Spielgeschwindigkeit steigt von Level zu Level kontinuierlich an. Noch bis zum 31. Dezember 2000 können Spieler ihre Best-Ergebnisse online an Philips senden. Um den Punktestand online an Philips zu übertragen, benötigt der Spieler aber die letzten sechs Ziffern des Strichcodes eines CD-R Produkts von Philips(!). Erster Preis: Jeden Monat ist eine

einwöchige Reise nach Las Vegas für 2 Personen incl. Hin- und Rückflug mit der KLM zu gewinnen. Weitere Gewinne: 50 Philips Pronto Handheld Home Entertainment-Geräte (Oktober), 100 Philips Xenium WAP Mobiltelefone (November), und im Monat Dezember sind 100 tragbare MP3-CD-Player der Marke Philips eXpanium zu gewinnen.

Lanz



4 Millionen PlayStation verkauft

Die viermillionste PlayStation in Deutschland wurde am 28. September im Media Markt in Hannover verkauft. Julia Milanovic, 19, heißt die glückliche Gewinnerin, die „einfach nur eine PlayStation für den kleinen Bruder zum Geburtstag“ kaufen wollte – und prompt die „Jubiläumskonsole“ erwischte, die im Lieferkontingent an den Media Markt in Hannover (Vahrenwalder Straße) enthalten war. Marco Riek, Geschäftsführer Media Markt Hannover: „Wir freuen uns über das einmalige Ereignis, hier in Hannover die viermillionste PlayStation verkauft zu haben. Statistisch gesehen besitzt damit jeder neunte Haushalt in Deutschland eine PlayStation.“



Im Bild (von links nach rechts): Marco Riek, Geschäftsführer Media Markt, Hannover, Julia Milanovic, Käuferin der viermillionsten PlayStation, Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland.

Mit diesem Absatzergebnis ist die weltweit erfolgreichste Videospiele-Konsole aller Zeiten weiterhin in Deutschland die unangefochtene Nummer eins. PlayStation hat sich bei einer ganzen Generation als Synonym für Videospiele-Konsolen im Sprachgebrauch etabliert, ist in nur fünf Jahren zum Kultprodukt geworden und mittlerweile sogar im Duden aufgeführt.

Ab dem 29. September 2000, dem fünften Geburtstag von PlayStation, ist die Konsole in überarbeitetem Design erhältlich. Das technische Innenleben bleibt jedoch unverändert. PSone heißt das überarbeitete Modell und ist ein Drittel kleiner und kompakter (19,3 x 3,8 x 14,4 cm) als die bisher übliche PlayStation.

Das schlanke, smarte Gehäuse spart einerseits Platz neben dem TV-Gerät zu Hause und macht andererseits den PlayStation-Spielespaß noch mobiler: Einfach die neue PSone in die Tasche stecken und mitnehmen.

Auf PSone können alle PlayStation-Softwaretitel (zirka 900 Games) in gewohnter Qualität gespielt werden.

Hinzu kommen weitere 200 neue Titel, die bereits von seiten der Softwareentwickler angekündigt wurden.

4.000.000



Die PSone ist seit dem 29. September zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 DM im Handel erhältlich.

chase the express Action um den Super-Zug Blue Harvest

Chase the express ist ein überaus spannender, den Adrenalinausstoß fördernder Actionthriller, denn der Spieler schlüpft hier in die Rolle des real existierenden, allseits bekannten und überaus kampferfahrenen US-Air-Force Leutnants Jack Morton. Zur Information: Der Einzelkämpfer wurde in unzähligen Krisenherden rund um den Globus eingesetzt und erlangte innerhalb der Nato durch seine Fähigkeiten als Anti-Terror-Spezialist einen hohen Stellenwert.

In der Rolle des Jack Morton übernimmt der Spieler keine geringere Aufgabe, als die Befreiung eines französischen Botschafters, der während einer Besichtigungsfahrt im Blue Harvest*, irgendwo zwischen St. Petersburg und Paris, gekidnappt wird. Bislang galt das High-Tech-Monster Blue Harvest als sicher, doch im Spiel geschieht das bisher Unmögliche, der Zug wird von Terroristen entführt. Der Botschafter sowie dessen Familie geraten in ihre Gewalt. Jack Morton ist die letzte Hoffnung des Botschafters.

Durch die dichte Atmosphäre, die den großen Hollywood-Leinwand-Vorbildern in kaum etwas nachsteht, kann man die Anspannung des Helden förmlich spüren. In jedem Raum des gigantischen Zuges könnte sich ein Gegner befinden, aufmerksames und vorsichtiges Agieren und Reagieren sind notwendig, um das eigene Leben und das der Geiseln nicht in Gefahr zu bringen, denn die Zeit läuft wie immer gegen den Spieler. USK: ab 16 • Preis 89,95 DM

*Blue Harvest, ein von der Nato speziell entwickelter Super-Zug zur schnellen und sicheren Evakuierung von Flüchtlingen aus internationalen Krisenregionen.



Zubehör von Saitek

Neue Produktreihe für PlayStation und PSone

Saitek, die weltweite Nummer drei unter den Herstellern modernster PC-Steuerungen, hat sich für die Zukunft viel vorgenommen. Der Spezialist für PC-Spielecontroller präsentiert derzeit eine ganze Palette innovativster PlayStation- und PSone-Produkte. Die hochwertigen Saitek Elektronikprodukte werden in einem eigenen Produktionsbetrieb in China mit mehr als 2.000 (!) Beschäftigten gefertigt.

Zum PlayStation- und PlayStation one-Sortiment gehören die mit Dual-Shock-Technologie und analogen Joysticks ausgerüsteten PX2500 und PX1500 sowie das preisgünstigste Einsteigerpad überhaupt, das PX1000.

Für Rennspiel-Liebhaber gibt es das „RX150“, ein besonders

griffiges Lenkrad, das neben vielen technischen Features für größten Spiel-Spaß auch Dual-Schock-Effekte bietet, die den Games ein Höchstmaß an zusätzlichem Realismus verleihen.

An der Spitze des Sortiments aber steht das Gamepad Saitek PX3000 mit analogem Joystick, Schubregler und Dual-Shock-Technologie. Der besondere Clou dieser neuen High-End-Variante unter den PlayStation-Pads ist die „Tilt-Funktion“, durch die die Handbewegungen des Spielers mit dem Gamepad direkt und ohne Zeitver-



zögerung als Steuerbefehle an die PlayStation weitergegeben werden.

Diese Variante der Spielsteuerung ist bisher nur von PC bekannt. Hierdurch eröffnen sich dem Spieler ganz neue, atemberaubende Möglichkeiten. Grandios!

Chu Chu Rocket – Entscheidung beim Europawettbewerb Dreamcast-online

Im Juli rief Sega zum „ChuChu Rocket!“-Online-Contest auf, worauf fünf europäische Länder (Deutschland, England, Irland, Frankreich und Spanien) ihre nationalen Champions ins Rennen schickten. Ermittelt wurden die einzelnen Favoriten unter den vier jeweils besten Gamern eines Landes, wobei sich im deutschen Finale in Düsseldorf am 8. September 2000 Daniel Klein durchsetzte.

In der Frankfurter Diskothek „Lofthouse“ stellte sich dieser am 16. und 17. September dann online seinen europäischen Konkurrenten. Logisch, daß die Diskothek an diesem Wochenende ganz im Zeichen des „ChuChu Rocket!“ Europawettbewerbes von Sega stand. In einem heißen Kopf-an-Kopf-Rennen erkämpfte sich die deutsche „Superrakete“ den vierten Platz. Europa-Champion im „ChuChu Rocket!“ wurde letztendlich aber der Ire Kevin Lim, der sich noch vor dem Franzosen Max Franquelin und dem Briten Shaun Locker etablierte. Lim kann sich nun auf ein einwöchiges Astronautentraining im Nasa-Space-Center(!) in Alabama, USA, freuen.

Auch Daniel Klein, der 24jährige Deutschland-Champion, ging nicht leer aus: Unter dem Jubel seiner Fans nahm er eine der heiß begehrten, von Hand geairbrushten „ChuChu Rocket!“-Dreamcasts entgegen.

Im Anschluß an den „ChuChu Rocket!“-Wettbewerb versetzten „Music Life-Acts“ die 1500 Besucher in Party-Stimmung. Die vier Party-Floors des Lofthouse boten für jeden Musikgeschmack etwas. Bis in die frühen Morgenstunden tanzten die Gäste zu Hip Hop, Black Sounds, House Music und Trance. Ach ja, „gespielt“ wurde natürlich auch noch. Einen enormen Ansturm verzeichnete nämlich der „Dream-Arena-Club“, in dem sich alle eingefeischten Sega Online-Gamer und die, die es noch werden wollen, zum Testen der neuesten Games trafen!





Europäische Vertriebszentrale für Unterhaltungselektronik eines namhaften koreanischen Großkonzerns sucht zum nächstmöglichen Termin eine(n)

Verkaufsleiter(in) Innendienst (Deutschland + Österreich)

Aufgabengebiete:

- Koordination der Verkaufs- und Marketingaktivitäten
- Betreuung der Handelsvertreter
- Ausarbeitung von Angeboten
- Umsatzplanung
- Durchführung von Außendienst-Meetings
- Jahresgespräche mit Key-Account-Kunden
- u. v. m.

Anforderungsprofil:

- Kaufmännische Ausbildung
- Technisches Verständnis
- Branchenerfahrung wünschenswert
- Gute PC-Kenntnisse (Windows NT, Internet etc.)
- Kommunikationsfähigkeit und Überzeugungskraft
- Teamfähigkeit
- Gute englische Sprachkenntnisse in Wort und Schrift

Wir bieten:

- Selbständiges Arbeiten in einem kleinen, engagierten Vertriebsteam
- Gute Rahmenbedingungen

Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen (mit Gehaltsvorstellung) senden Sie bitte an

Sherwood Electronics Europe GmbH

z. Hd. Ulrike Hartwig • Am Kronberger Hang 3 • 65824 Schwalbach

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Werden Sie Ihr eigener Chef – eröffnen Sie ein Bang & Olufsen Geschäft als

selbständige(r) Shop Manager/in

in Baden-Baden, Berlin, Bremen, Braunschweig, Dresden, Erlangen, Freiburg, Gießen, Hamburg, Kassel, Kiel, Koblenz, Köln, Leverkusen, Ludwigsburg, Magdeburg, München, Nürnberg, Recklinghausen, Regensburg, Saarbrücken, Schwerin, Sindelfingen, Trier, Tübingen, Ulm, Wuppertal

Sie finden, es ist an der Zeit, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen!

Dann bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihr eigenes Geschäft aufzubauen und zu führen. Eine Herausforderung, bei der Sie innerhalb eines umfassenden Supportsystems arbeiten, Entscheidungen treffen und selbst die Früchte Ihrer Arbeit ernten.

Bang & Olufsen sucht Partner, die den Verkauf seiner Audio-/Video- und Telekommunikationsprodukte mit Begeisterung zu ihrer zentralen Aufgabe machen und Spaß am Umgang mit einer anspruchsvollen Klientel haben. Für Sie haben wir das beste Retail-Konzept der Branche entwickelt – erwarten Sie von uns optimale Unterstützung, um Ihr Geschäft erfolgreich zu führen: von der Potentialanalyse und Standortsuche über Marketing, Shop-Design und Produktpräsentation bis zur Finanzierung und Businessplanung. Für uns brauchen Sie kein Audio-/Video-Experte zu sein – technisches Verständnis sollten Sie allerdings mitbringen! Unser mehrwöchiges Training macht Sie fit für Produkte, Marketing, Merchandising und Verkauf. Wichtig ist Ihre eigene Begeisterungsfähigkeit für die Marke Bang & Olufsen.

Könnte Ihre Zukunft so aussehen? Wenn Sie Eigeninitiative, Kundenorientierung und ca. 60.000 Euro ungebundenes Eigenkapital für den Start in die Selbständigkeit mitbringen, dann senden Sie Ihre Unterlagen bitte an:

Bang & Olufsen Deutschland GmbH • z. Hd. Herrn Axel Ruth,
 Rudolf-Diesel-Straße 8 • 82205 Gilching bei München • Telefon (0 81 05) 3 89-147
 E-Mail: ARU@bang-olufsen.dk • <http://www.bang-olufsen.com>

Diskretion sichern wir Ihnen zu.



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

Verkaufsleiter/-in Mobiltelefone

Ihre Aufgabe: In vielen europäischen Ländern gehört LG Electronics zu den führenden Anbietern von Mobiltelefonen. Die Aufgabe des neuen Verkaufsleiters für Mobiltelefone wird es sein, diese Position auch in Deutschland zu erreichen. Hierzu werden Sie den Kundenstamm und somit die Marktposition systematisch aufbauen, erweitern und sichern. Langfristig werden der Aufbau einer kompletten Vertriebsorganisation und die Führung der Vertriebsmitarbeiter zu Ihren Aufgaben gehören.

Ihre Qualifikation: Wir erwarten fundierte Kenntnisse und mehrjährige Vertriebs Erfahrung im Bereich Mobiltelefone. Sie sind in der Branche bekannt und haben beste Kontakte zu den Entscheidungsträgern in der Industrie und im Handel. Ein systematischer Arbeitsstil, Flexibilität und ausgeprägte Eigenmotivation zeichnen Sie aus. Gutes Englisch sowie Erfahrung mit EDV-Programmen setzen wir voraus. Wenn Sie eine gehörige Portion Pioniergeist mitbringen, wird Sie die anstehende Aufgabe begeistern.

Produktmanager/-in Mobiltelefone

Ihre Aufgabe: In vielen europäischen Ländern gehört LG Electronics zu den führenden Anbietern von Mobiltelefonen. Die Aufgabe des neuen Produktmanagers für Mobiltelefone wird es sein, zusammen mit dem koreanischen Produktmanagement die Entwicklung zukunftsweisender Produkte für den deutschen Markt voranzutreiben. Hierzu werden Sie sowohl mit den Entscheidern bei unseren Produktionsstätten als auch sehr eng mit unserem Verkaufsleiter zusammenarbeiten.

Ihre Qualifikation: Wir erwarten fundierte technische Kenntnisse und mehrjährige technische Erfahrung im Bereich Mobiltelefone. Sie haben ein Studium erfolgreich abgeschlossen oder Ihre Fähigkeiten durch eine vergleichbare Ausbildung erworben. Ein systematischer Arbeitsstil, Flexibilität und ausgeprägte Eigenmotivation zeichnen Sie aus. Gutes Englisch sowie Erfahrung mit EDV-Programmen setzen wir voraus. Wenn Sie eine gehörige Portion Pioniergeist mitbringen, wird Sie die anstehende Aufgabe begeistern.

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 • z. Hd. Frau Gisela Schimski / Herrn Christoph Zimmermanns
 Jakob-Kaiser-Str. 12 • 47877 Willich • Im Internet finden Sie uns unter: <http://www.lge.com> • Per e-mail erreichen Sie uns unter: zimmermanns@lge.co.kr

Vertriebsrepräsentant (42)

sucht neue Herausforderung im
 Außendienst Raum Düsseldorf/NRW

Ich biete:

- Langjährige Vertriebserfahrung in der Foto-/Imaging-Branche.
- Fundierte Kenntnisse in analogen und digitalen Aufnahme- und Ausgabesystemen.
- Hohes Maß an Engagement und Zuverlässigkeit sowie strukturierte, eigenverantwortliche Arbeitsweise.

Hohes Maß an Engagement und Zuverlässigkeit sowie strukturierte, eigenverantwortliche Arbeitsweise.

Ich bin verfügbar:

ab Februar 2001

Rückmeldungen an: Chiffre 4832911

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

Auftrag



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in



- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

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

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

Stellengesuch zum ermäßigten Preis (50% auf die oben angegebenen Stellenanzeigen-Preise, statt 12,00 DM / 6,14 €* also nur 6,00 DM / 3,07 €* *)

kostenloses Stellengesuch für Auszubildende (Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

PoS-MAIL 11/2000

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 Stellenanzeigenanteil nur 600,- DM / 307,- €* . Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10,- DM / 5,11 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 300,- DM / 153,50 €* . Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 1 v. 01.01.2000.

* Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.



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

Key Account Manager/-in Optische Laufwerke

Ihre Aufgabe:

Als erfahrener Key Account Manager werden Sie das gesamte Spektrum unserer optischen Laufwerke vertreiben. Hierzu gehören CD-Rom-Laufwerke, CD-Rewritable und DVD-Laufwerke sowohl in Standardversionen als auch in kundenspezifischen Anfertigungen. Sie werden unseren Kundenstamm im Bereich Retail zentral betreuen und unsere Industriekunden (Assembling) in allen Fragen von optischen Laufwerken beraten. Um Lösungen für diesen anspruchsvollen Kundenkreis zu erarbeiten, werden Sie direkt mit dem koreanischen Produktmanagement und mit unseren zahlreichen Fertigungsstätten zusammenarbeiten.

Ihre Qualifikation:

Wir erwarten fundierte Kenntnisse und mehrjährige Vertriebserfahrung im Bereich optische Laufwerke. Sie sind in der Branche bekannt und haben beste Kontakte zu den Entscheidungsträgern im Handel und in der Industrie. Ein systematischer Arbeitsstil, Flexibilität und ausgeprägte Eigenmotivation zeichnen Sie ebenso aus wie ein souveränes Auftreten auf allen Hierarchieebenen. Sehr gutes Englisch sowie langjährige Erfahrung mit Hard- und Software setzen wir voraus.

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

z. Hd. Frau Gisela Schimski / Herrn Christoph Zimmermanns
Jakob-Kaiser-Str. 12
47877 Willich

Im Internet finden Sie uns unter: <http://www.lge.com>

Per e-mail erreichen Sie uns unter: zimmermanns@lge.co.kr

WE NEED YOU!

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

Kauffrau(mann) im Einzelhandel
für unsere Hifi-, TV/Video- u. Camcorder- Abt.

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

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

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

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

Johann+Wittmer
www.weltwilde-electronic-shopping.de

Johann+Wittmer • Herrn Dirk Wittmer • Kaiserswerther Str. 95 • 40880 Ratingen
E-Mail: info@johann-wittmer.de • Internet: www.johann-wittmer.de



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

Vertriebspartner

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

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

4CALL CT Technology AG
Königswinterer Str. 667
53227 Bonn
Tel: 0228 9449725
Fax: 0228 9449700

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

NOISENSE

E-Traffic als Selbstläufer

Wie das Bundesverkehrsministerium (BMVBW) in einer Pressemeldung vom 5. 10. verlautbarte, will Verkehrsminister Reinhard Klimmt das deutsche Verkehrssystem auf einen starken Anstieg des Verkehrsaufkommens durch die Zunahme von E-Commerce vorbereiten. Im Zusammenwirken mit Spitzenvertretern von Transportgewerbe und Gewerkschaften beriet er über geeignete Maßnahmen. Erstzunehmende Studien belegen, daß durch E-Commerce bis zum Jahre 2004 in Deutschland ca. 600 Millionen Pakete und Päckchen mehr als heute befördert werden. Die Umstellung von bisherigen Mengenlieferungen an den Handel auf Einzelsendungen direkt zum Kunden bewirkt zwangsläufig einen starken, die Nachfrage belebenden Impuls auf die Verpackungsindustrie, der dann auf Maschinenbau und Transportgewerbe übergreifen wird. Neu geschaffene Arbeitsplätze erhöhen ihrerseits die Kaufkraft und damit das E-Commerce Volumen. Auf diese Weise erfüllen sich, ganz ohne Ausweitung des persönlichen Konsums, die an die neuen Technologien geknüpften Erwartungen auf Vollbeschäftigung. Gleichzeitig werden hohe Einnahmen aus der geplanten Maut-Erhebung für LKW's erzielt. Für den Fall, daß „Die Grünen“ als Regierungspartner diese Pläne nicht billigen, könnte die Regierung ihre Kontakte zur FDP intensivieren. *evo*

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 Ludwig
Georg Reime

Anzeigen:

Franz Wagner
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 1 v. 1. Januar 2000

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

Blaumann



MOTOROLA, TIMEPORT 250 are trademarks of Motorola, Inc. © 2000 MOTOROLA, Inc. All rights reserved.

TIMEPORT 250

email

voice activation

vibracall

www.motorola.de



MOTOROLA