

INHALT

WLAN-Neuigkeiten	...S. 8
Sony und Philips engagieren sich für Super-Audio-CD	...S. 10
Projektoren, Plasma- und LCD-TVs: Neues aus dem Sony Wega Theater	...S. 12
Samsung Herbstkampagne mit dem Schwerpunkt Plasma- und LCD-TV	...S. 14
Bose präsentiert seine neuen Acoustimass Home Cinema Speaker Systems	...S. 16
LG Electronics präsentiert erstes DLP-Rückprojektions-TV	...S. 18
Momentaufnahmen der photokina 2002 in Köln	...S. 20
Hochauflösender TV-Bildschirm mit D.I.S.T.-Technologie von JVC	...S. 22
VDO Dayton stellt neues Navigationssystem mit Software-Auswahl vor	...S. 23
„Mobile“, „Performance“ und „Home Cinema“: Neue Projektoren von Toshiba	...S. 24
Panasonic mit neuen Home-Cinema-Produkten und neuen Shop-in-Shop-Konzepten	...S. 26
Hitachis Produktpremieren auf der photokina	...S. 27
Linux-Neuigkeiten	...S. 28
Siemens liefert „Geschenke, über die man spricht“	...S. 32
O ₂ Germany präsentiert Mobil Solutions Program	...S. 35
Mit Grapheno und DataExpress Bilddaten schnell und sicher am Datenstau vorbei übertragen	...S. 36
Games	...S. 38
Tk-Nachrichten	...S. 30
Tk-Neuheiten	...S. 34, 37
Neuheiten	...S. 10, 15, 33
Aktuelles	...S. 6
Kleinanzeigen	...S. 39
No(?)sense	...S. 39
Impressum	...S. 39



Heimkino-Markt und Handel

Der Bereich Heimkino liegt voll im Trend: Mit Zuwachsraten von über 100 Prozent per anno befindet sich der deutsche Markt für Home-Cinema-Systeme in einer ähnlich starken Aufwärts-Bewegung, wie die Verkaufszahlen für DVD-Player, die 2002 in Deutschland erstmalig die 3-Millionen-Grenze überschreiten werden. Neue Technologien und die Verwirklichung einer bisher unerreichten Wiedergabequalität von Bild und Ton machen den

spontanen Filmgenuss in der eigenen Wohnung für viele attraktiver, als den Besuch in einem der großen Multiplex-Kinopaläste. So wie seinerzeit das Fernsehen dem klassischen Lichtspieltheater das Wasser abgegraben hat, begünstigt die progressiv ansteigende Home-Cinema-Entwicklung den Markt für Unterhaltungselektronik und ist damit eine bedeutende Chance für den Handel.

Marktzahlen und Prognosen

Die aktuellen Zahlen beim Absatz von Heimkino-Systemen stützen die positiven Prognosen für die Marktentwicklung. Genaue Ermittlungen der Anzahl verkaufter Heimkino-Systeme sind schwer zu realisieren, weil die meisten Home Cinema Komponenten im Zeitalter der Medienkonvergenz auch für andere Zwecke einsetzbar sind. Als brauchbare Indikatoren für die Marktentwicklung eignen sich deshalb Schlüsselkomponenten wie DVD-Player oder Dolby-Digital-Receiver. Unzweifelhaft ist: Heimkino boomt. Wahrscheinlich

werden alle aktuellen Erwartungen von der tatsächlichen Entwicklung überholt, denn die DVD hat in den letzten Jahren sogar optimistischste Erwartungen weit hinter sich gelassen. Bis zum Jahresende werden mehr als 5 Millionen DVD-Player in deutschen Haushalten stehen und mehrere Millionen DVD-Einbaulaufwerke in Computern verfügbar sein. 2001 wurden im Durchschnitt pro DVD-Player 17 DVD-Filme abgesetzt, mehr als jemals Videokassetten pro VHS-Recorder in einem Jahr verkauft wurden. Für das Volumen des jährlichen DVD-Software-Verkaufs wird bis 2005 eine Steigerung um den Faktor 14 vorausgesagt. Laut

einer Markterhebung der Inter-Connection Consulting Group, Wien/München soll der gesamte Heimkino-Bereich im selben Zeitraum um bis zu 250 Prozent zulegen. Im ersten Halbjahr 2002 wurden in Europa 39.000 Stück Plasma-Monitore und 42.000 Multimedia-Projektoren im Heimkino-Segment verkauft. Bei den für privaten Konsum abgesetzten Geräten belegen die Deutschen mit 18.582 gekauften Geräten Platz 1. Besonders aufschlussreich: Bei Plasma-Displays liegt der Home Cinema Bereich mit einem Zuwachs von 39 Prozent im 1. Quartal des laufenden Jahres, wie auch bei der Stückzahl der Ab-

verkäufe klar vor dem Business-Segment und dem PoS-Bereich. Dem Einzelhandel beschert diese Entwicklung den Zuwachs eines neuen und hochpreisigen Produktbereichs, in dem bei richtiger Weichenstellung auch die erwirtschafteten Margen stimmen werden.

Plasma-Displays: Auf Platz 1 der Wunschliste

Die flachen, leuchtstarken und farbenfreudigen Plasma-Displays stehen bei Verbraucherbefragungen ganz vorn auf der Wunschliste. Kaum jemand kann sich dem intensiven Bildeindruck eines

Neues aus dem Sony Wega Theater

Zum Weihnachtsgeschäft bringt Sony neue Produkte im Bereich Home Cinema auf den Markt, darunter LCD-TVs, neue Projektoren und neue Plasma-TVs ... S. 12



Wer Kino will, muß hören

Mit seinen neuen Sound Speaker Systemen will Bose auch anspruchsvolle Verbraucher für den Konzertsaalklang zu Hause begeistern ... S. 16



Panasonic präsentiert Shop-in-Shop-Konzept

Panasonic bietet seinen Handelspartnern seit Oktober ein neues Shop-in-Shop-Konzept, mit dem Panasonic Home Cinema Produkte in Szene gesetzt werden sollen ... S. 26



Siemens Angebote fürs Weihnachtsgeschäft

„Geschenke, über die man spricht“ ist das doppeldeutige Motto der Aktivitäten zum Weihnachtsgeschäft, die Siemens Cordless Products für den Handel bereithält ... S. 32





Sonys erste LCD-TVs kommen voraussichtlich im November 2002, klein und fein und mit brillanter Bildqualität sowie mit flexiblem Komfort: KLV-15SR1 (15 Zoll / 38 cm / 4:3) und KLV-17HR1 (17 Zoll / 43cm / 16:9 / 4:3 / 14:9).

Qualität zahlt sich aus



Am Ende eines Jahres, das für die Consumer Electronics Branche wirklich nicht einfach war, gibt es eine auf den ersten Blick überraschende Nachricht: Als erstes Unternehmen aus der Unterhaltungselektronik wurde die Loewe AG mit dem Deutschen Marketing-Preis 2002 ausgezeichnet. Diese höchste Anerkennung des Deutschen Marketing-Verbandes wird jedes Jahr nur an ein einziges Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung vergeben. Loewe steht hier in einer Reihe mit BMW, Volkswagen, Henkel oder Miele.

Mit der Auszeichnung würdigte die hochkarätig besetzte Jury die Tatsache, daß Loewe in einem äußerst wettbewerbsintensiven Markt mit hochwertiger Technik und Spitzendesign wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich war. Das ist ein ermutigendes Signal in einer Zeit, in der mancher meint, die eigene Marktposition nur durch Hauen und Stechen an der Preisfront verteidigen zu können – dabei hat es besonders in diesem Jahr bekanntlich eine ganze Reihe blutiger Nasen in Handel und Industrie gegeben.

Die Antwort des High-Tech-Fachhandels auf die Billigangebote der Lebensmittel-Discounter, die sich vor Weihnachten sicher noch häufen werden, kann eben gerade nicht mit der Preiskeule gegeben werden. Spitzentechnik und die aktuellen Innovationen sind weitaus bessere Argumente, um die Kunden ins Fachgeschäft zu locken und dabei nicht nur Umsätze, sondern auch Gewinne zu erwirtschaften. Das setzt allerdings Qualität nicht nur im Sortiment, sondern auch im Verkauf voraus. Dazu gehört mehr als sachkundige Beratung. Die Emotionen, die die Industrie in der Werbung weckt, müssen nämlich auch beim High-Tech-Fachhandel ihren Widerhall finden. Die eigene Faszination des Verkäufers oder der Verkäuferin ist darum das beste Argument, um die Kunden für Spitzenleistungen in Technik und Design zu begeistern.

Folgerichtig hat der Deutsche Marketing-Verband die Loewe AG nicht allein für technische Spitzenleistungen ausgezeichnet, sondern ausdrücklich auch für die Darstellung und Kommunikation des gesamten Unternehmens. Kurz gesagt: Die Kronacher haben nicht nur das richtige Sortiment angeboten, sondern es vor allem hervorragend verkauft. Dieses Erfolgsrezept hat mit Sicherheit nicht nur für Hersteller, sondern auch und vor allem für den Fachhandel Gültigkeit.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

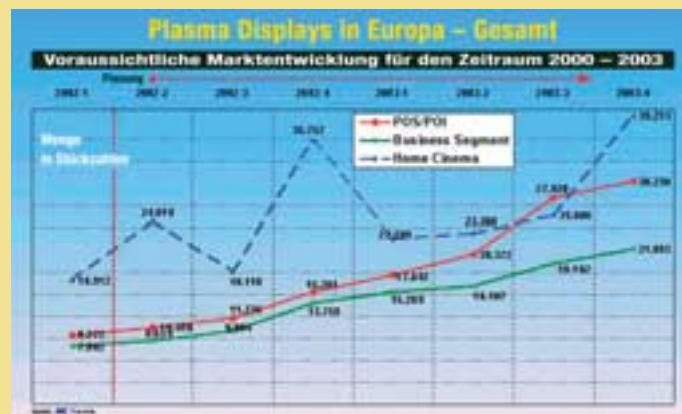
Franz Wagner
Objektmanagement

Plasma-Displays entziehen, das in seiner Charakteristik einem hell durchleuchteten Diapositiv vergleichbar ist. Bei den aktuellen Verkaufspreisen sind Plasma-Displays nur für einen kleinen Teil der Käuferschicht erschwinglich. Hier schlummert ein riesiges Marktpotential. Denn mit günstigeren Verkaufspreisen werden zurückgestellte Wünsche für eine steigende Anzahl von Konsumenten bezahlbar. Dies führt beim Erreichen bestimmter Preisschwellen zum Anwachsen der Nachfrage. Analysten sehen die nächsten Eckpunkte bei 5.000,- und bei 3.000,- Euro. Keine Rolle spielt es, daß Plasma-Bildschirme in bezug auf laufende Kosten und Lebensdauer nicht zu den ökonomischsten der angebotenen Lösungen zählen. Auch beim Autokauf wird schließlich nicht immer das sparsamste Modell



Sharp zauberte als erster Elektronik-Konzern mit einem 40" (102 cm) LCD-TV im 16:9 Format realistisches Home Cinema Feeling ins Wohnzimmer. Auch das 30" Modell LC-30HV2E (76 cm) ist mit seiner RGB-Schnittstelle ein echter Allrounder, der mit einer Helligkeit von 430 cd/m² und einer Auflösung von 1.280 x 768 sowohl als LCD-TV wie im Zusammenspiel mit einem PC oder Notebook seine visuelle Spitzenklasse unter Beweis stellt. Die Betrachtungswinkel betragen vertikal wie horizontal 170 Grad.

Kontrast und der Helligkeit sowie der Anzahl der Anschlußmöglichkeiten ist bei den im Wohnbereich eingesetzten PDPs die niedrige Intensität des Betriebsgeräusches eine wichtige Kenngröße. Durch konstruktive Maßnahmen zur passiven Kühlung kann bei zahlreichen für den Home Cinema Bereich entwickelten Plasma Displays auf aktive Kühlungsmaßnahmen verzichtet werden. Das Resultat sind völlig geräuschlose Geräte ohne Gehäuselüfter.



bevorzugt. Für den Heimkino-Bereich interessant sind Bildschirme im Seitenformat 16:9 mit Diagonalen von 37", 40" und 42" (94/102/107 cm). Ob die Kaufentscheidung für ein Plasma-TV oder einen Plasma-Monitor fällt, ist nicht wesentlich. Für fast alle PDPs wird optional ein TV-Tuner angeboten. TV-Empfangssignale werden auch von DVB-Receivern und Personal Video Recordern (PVR) geliefert. Auch VHS-Recorder verfügen über ein eigenes Empfangsteil. Neben der Bildschirmgröße, der Auflösung, dem

Zunehmender Wettbewerb bei Plasma Displays

Ihren anfänglichen „Exoten“-Status haben Plasma Displays abgelegt und zieren inzwischen als Flaggschiffe die Angebotspalette aller namhaften Elektronik-Hersteller. Besonders umfangreich ist das Angebot bei den Anbietern, die ihre Panels selbst produzieren. Zu diesem relativ engen Kreis zählen: Fujitsu Hitachi Plasma Display, der weltgrößte Produzent von Plasma

Displays, ein Joint-venture von Hitachi und Fujitsu, mit dem auch Sony kooperiert. NEC, einer der ersten Hersteller, die nach Samsung und LG-Electronics die 60 Zoll Barriere überwinden konnten, Pioneer, die mit ihrer selbst entwickelten „Waffelrippenstruktur“ die nach eigenen Angaben zur Zeit hellsten und kontrastreichen Displays herstellen. Der Konzern Samsung, der eine neue Fabrik in der koreanischen Provinz Chungchong zur größten Fertigungsanlage der Welt ausbauen und im Jahr 2005 eine Kapazität von 130.000 Panels pro Monat erreichen will. Samsung erwägt, nach Aussage von Olaf Lietzau, Senior Director Samsung / Digital Media, die Errichtung von weiteren Fertigungsanlagen für PDPs auf dem amerikanischen Kontinent (evtl. Mexico) und in Europa (evtl. Spanien). Eigene Produktionslinien betreibt auch die Panasonic-Tochter Plasmaco Inc. USA. Fertigungsanlagen für Plasma Panels besitzt zudem der bei Joint-ventures mit Philips auf dem Display-Sektor äußerst aktive koreanische Konzern LG Electronics, der seine umfangreiche, bis zu 60 Zoll reichende Range gerade durch drei neu vorgestellte Plasma-TVs in 40", 42" und 50" Bildgröße erweitert und außerdem ein neues 37" Modell angekündigt hat. Panasonic wartet mit einer Palette von vier Modellen im Breitformat 16:9 auf: einem 42" Display, einem weiteren 42" Display mit höherer Auflösung sowie einem 50" Display, das mit seiner besonders hohen Auflösung bereits HDTV-kompatibel ist. Das vierte Modell, das TH-37PW5EX, ein 37" Display, kommt im November auf den Markt. Allen Modellen gemeinsam ist das Kontrastverhältnis von 3000:1, Bildformat 16:9, Flimmerfreiheit durch progressive Scan, Ansteuerung mit den Videonormen NTSC / PAL / PAL60 / Secam und 16 Watt Stereo-Ausgangsleistung für externe Lautsprecher. Panasonic hält zur Zeit mit einem Marktanteil von 26,3% nach Stückzahl und 21,9% nach Wert die Spitze (Quelle: GfK,

Thomson hat die umfangreichste Range an Rückprojektions-TV-Geräten mit insgesamt 12 Modellen zwischen 102 bis 133 cm Bilddiagonale, davon drei mit integriertem DVD-Player, kompatibel zu CD-R + MP3 und mit Virtual Dolby Surround.



Juni/Juli 2002). Sony fügt seinem aus einem 37" Gerät und dem von der Jury mit einem EISA-Award zum „European Plasma Television of the Year 2002-2003“ gekürten KZ-32TS1 bestehenden Sortiment noch vor Weihnachten zwei weitere ungewöhnliche Plasma-TVs hinzu: Die Empfangsteile des neuen KE-50MR1 mit 50" Bilddiagonale (125 cm, 1.365x768 Bildpunkte) und des KE-42MR1 mit 42" Bilddiagonale (106 cm, 1.024 x 768 Bildpunkte) sind mit Steckplätzen für Sony Memory Stick Flash-Speicher ausgestattet. Auf den beiden hochauflösenden Bildschirmen lassen sich auf Memory Stick im JPEG- oder MPEG1-Format gespeicherte Bilder und Kurzvideos in UXGA-Auflösung (1.600 x 1.200) direkt betrachten.



Panasonic hält bei Plasma Displays mit 26,3% Marktanteil nach Stückzahl die Spitzenposition (Quelle: GfK, Juni/Juli 2002) und hat vier aktuelle Plasma-TVs im Breitformat 16:9 im Angebot: ein 42" Display, ein weiteres 42" Display mit höherer Auflösung sowie ein 50" Display mit HDTV kompatibler Auflösung. Das 37" Modell TH-37PW5EX kommt im November.

Samsung hat zwei neue Plasma-TVs im Angebot: den PS-42P2S, einen 42" Plasma TV (107 cm), Auflösung 852 x 480 Bildpunkte, und den PS 50P2H, einen 50" Plasma TV (127 cm) mit einer Auflösung von 1366 x 768 Bildpunkten. Beide Geräte haben das Seitenformat 16:9.

Philips stattete kürzlich das erste einer neuen Reihe der gehobenen Klasse angehörenden Le Méridien-Hotels mit Plasma-TVs aus. Den Anfang machte das 381 Zimmer umfassende Le Méridien München. Der Auftragswert für 370 gelieferte Geräte lag bei circa 2 Millionen Euro. Plasma-Fern-

sehgeräte und Displays für den Consumer-Bereich führen zudem Sharp, Loewe, Bang & Olufsen, Philips und Daewoo im Angebot.

Groß geworden: LCD-Bildschirme

Dem Trend zum flachen, eleganten Bildschirm entsprechen auch LCD-TVs. Nachdem die LCD-Technologie in Form der platzsparenden und leichten TFT-Monitore den Siegeszug bei den Bildschirmarbeitsplätzen angetreten hat, erobern die scharfen flachen TFT-Bildschirme als LCD-Fernsehgeräte nun auch die Wohnzimmer. Als vor zwei Jahren die ersten dieser Geräte auf den Markt kamen, lagen die Bildschirm-Diagonalen nur bei 14 bis 15 Zoll, während die Verkaufspreise denen von hochwertigen 82 cm Breitbild-TV-Geräten entsprachen. Doch sehr schnell haben sich LCD-TV-Monitore zu respektablen LCD-TV-Geräten entwickelt und werden inzwischen von mehreren Herstellern mit Bildschirm-Diagonalen von 43 cm, 60 cm und 78 cm und im Breitformat 16:9 angeboten. Bereits angekündigt ist die Markteinführung der ersten Modelle mit 107 cm Bilddiagonale. Allerdings werden die Verkaufspreise vorerst noch auf der gleichen Höhe wie der vergleichbarer Plasma-Displays liegen. Die Analysten sehen eine große Zukunft für die neuartigen Bildschirme und glau-



LG Electronics erweitert seine bis zu 60 Zoll reichende Range mit drei neu vorgestellten Plasma-TVs in 40", 42" und 50" Bildgröße und kündigt außerdem ein neues 37" Modell an.

ben, daß besonders LCD-TVs das Potential besitzen, innerhalb der nächsten Jahre die Position herkömmlicher Röhrengeräte einzunehmen und sie langfristig zu ersetzen. Sharp, einer der größten Hersteller von LCD-Panels, erhöhte aufgrund der kräftigen Nachfrage nach flachen Displays seine Gewinnprognosen für das laufende Geschäftshalbjahr um 24 Prozent. Neben der Handybranche nannte das Unternehmen die starke Nachfrage durch Hersteller von Fernsehgeräten als Grund für den positiven Geschäftsverlauf, der die derzeitigen Rückgänge im IT-Bereich mehr als ausgleicht. LG.Philips LCD Co. Ltd., das gemeinsame Unternehmen von LG Electronics und Philips, konnte Mitte Oktober die bisher von keinem anderen Unternehmen erreichte Rekordzahl von 10 Millionen produzierter TFT-Bildschirme bekanntgeben.

LCD-TVs: Hochauflösend, wirtschaftlich und ökologisch

Im kritischen Vergleich der verbreiteten Bildschirm-Technologien punkten besonders LC-Displays, denn sie bestehen die meisten Bewertungskriterien positiv. LCD-Bildschirme verbrauchen am wenigsten Energie, strahlen die geringste Wärme ab, wiegen am wenigsten und haben die längste Lebenserwartung, denn das einzige wirkliche Verschleißteil, die rückwärtige Beleuchtungseinheit (Backlight), läßt sich mit relativ geringem Kostenaufwand austauschen. Vor allem aber können LC-Displays, bauartbedingt, bei der Anzahl der Bildpunkte, der Auflösung in Pixeln, Vorteile ausspielen. So verfügt z.B. der 61 cm große Samsung LW-24 R15W, ein typischer Vertreter eines Breitwand LCD-TVs mit dem Seitenverhältnis 16:9, über eine Auflösung von 1920 x 1200 Pixeln. Das entspricht 2,304 Millionen Bildpunkten und bedeutet, daß die kommenden Groß-LCD-TVs bei 120 cm Bildschirmdiagonale über weit mehr Bildpunkte verfügen werden, als aktuelle Digitalkameras im oberen Consumer-Bereich bei einer Aufnahme aufzeichnen. Die bauartbedingt hohe Auflösung von LCD-TVs wird sich bei der

Rekordumsätze im Videomarkt

Wie aus den Zahlen des GfK-Konsumentenpanels hervorgeht, wurde im deutschen Videomarkt ein neuer Umsatz-Rekord erzielt. Die Erlöse aus Verkauf und Vermietung von DVD und VHS-Bildträgern erreichten im ersten Halbjahr 2002 die Rekordhöhe von 607 Millionen Euro. Das entspricht einer Umsatzsteigerung von 24,2% und übertrifft um 130,6 Millionen Euro erstmalig das Kinoeinspielergebnis aus dem gleichen Zeitraum. Es wurden 27,4% mehr Umsatz mit dem Verkauf und Verleih von Video-Filmen erwirtschaftet, als mit dem Verkauf von Kino-Eintrittskarten. Der Umsatz aus dem Verkauf von DVD-Filmen und bespielten VHS-Kassetten stieg im gleichen Zeitraum um 34,4% auf 437,4 Millionen Euro an. Dies ist fast ausschließlich auf den boomenden Absatz von DVD-Filmen zurückzuführen, deren Verkaufserlöse sich um 80% auf 278,8 Millionen Euro erhöhten und den Verkauf von VHS-Kassetten um 76% überstiegen. Von 27,2 Millionen verkauften Filmträgern war jeder zweite eine Film-DVD (50,5%). Erfreulich sind auch die Umsätze aus dem Verleihgeschäft: Mit 169,6 Millionen Euro erwirtschafteten die Videotheken bei 61,3 Millionen Verleihvorgängen 28% des Branchenumsatzes. Gekennzeichnet ist die Entwicklung durch zwei aussagekräftige Wendemarken: die Überflügelung des Filmtheater-Geschäfts durch den Videomarkt und die erstmalige Führung der DVD-Filme bei den Filmträgern. Beide Ereignisse spiegeln die zu beobachtende Entwicklung im Home Cinema Bereich wider und sind deshalb im engen Zusammenhang mit dieser zu bewerten.

Einführung des hochauflösenden digitalen Fernsehens (HDTV) als eines der stärksten Argumente für diese Bildschirm-Technologie erweisen. Durch Weiterentwicklung und den Einsatz neuer Technologien wurden die relativ engen Betrachtungswinkel der ersten Generation bei den aktuellen, meist als Super-IPS-TFT oder Dual-Domain-IPS-TFT ausgeführten Displays auf komfortable 170° horizontal und vertikal erweitert. Für Home Cinema ist das wegen der unterschiedlichen Betrachterpositionen zum Bildschirm besonders wichtig. Gleichzeitig wurden die Reaktionszeiten der TFT-Zellen auf 25 ms bis zu 12 ms verringert, so daß auch schnell bewegte Bildinhalte scharf und ohne Schliereffekte dargestellt werden. LCD-TV-Geräte werden inzwischen von den meisten Herstellern angeboten. Neben Samsung gehören LG Electronics und Sharp zu den Unternehmen, die auf diesem Gebiet Pionierarbeit geleistet haben und als erste Anbieter TFT-Monitore mit der Fähigkeit zum TV-Empfang herstellten. Panasonic führt ein komplettes Sortiment an LCD-TVs, und auch Sony hat vor kurzem mit mehreren Modellen den Einstieg in das Zeitalter der LCD-TVs vollzogen.

16:9 Breitbild Röhren-TV-Geräte

Ein umfangreiches Angebot an Fernsehgeräten unterschiedlicher Anbieter mit modernen, vollkommen planen Bildröhren, verbesserten Bildmasken und im Breitbildformat 16:9 stellt zur Zeit noch die wichtigste Basis der für Heimkino-Systeme eingesetzten Bildschirme dar. Moderne CRT-TVs haben durch den Einsatz zahlreicher neuer Technologien einen qualitativen Höchststand erreicht, den man vor einigen Jahren als nicht realisierbar angesehen hat.

100 Hz Bildwechselfrequenz und digitale Signalverbesserung sorgen für eine scharfe, farbreine und flimmerfreie Bildarstellung und bringen, unterstützt von räumlichem Dolby-Surround Sound, realistische Kino-Eindrücke in die Wohnräume. Die neuen, flachen 16:9 CRT-Bildschirme sind in Größen bis zu 92 cm Bilddiagonale (86 cm sichtbar) auf dem Markt. Ständige Modellpflege und Weiterentwicklung bei moderaten Anschaffungspreisen machen diese Geräteklasse wahrscheinlich



Samsungs neuer 40 Zoll LCD-TV mit 102 cm Bilddiagonale und 16:9 Seitenformat löst mit Wide Screen XGA 980.000 Pixel auf (1.280 horizontal mal 768 vertikal). Die Betrachtungswinkel betragen 170° horizontal wie vertikal. Der Helligkeitswert beträgt 500 cd/m², das Kontrastverhältnis 600:1. Die links und rechts vom LCD-Panel angeordneten Lautsprecher werden mit bis zu 2 x 20 Watt Ausgangsleistung angesteuert. Weitere Features: 2 Tunerteile mit Bild in Bild Funktion, Dolby Digital Decoder, Mega Text 200 Seiten Speicher, PC-Schnittstelle.



Samsung erweitert sein Angebot mit zwei neuen Plasma-TVs im Seitenformat 16:9: PS-42P2S, 42" Plasma TV (107 cm), Auflösung 852 x 480 Bildpunkte und PS 50P2H, 50" Plasma TV (127 cm) mit einer Auflösung von 1366 x 768 Bildpunkten.

noch lange Zeit zu einer attraktiven Option für einen Home Cinema Bildschirm (siehe hierzu auch die

Beiträge über neue JVC TV-Technologien und Samsung-TVs in diesem Heft).

Imposant: Rückprojektions-TVs

Auf dem Prinzip der Rückprojektion basierende Großbild-TV-Geräte sind beim derzeitigen Stand der Technik die erschwinglichste Lösung zur Realisierung größerer Bildflächen und darum hervorragende Bildausgabe-Geräte für eine Heimkino-Anlage. Wie der Name sagt, werden bei Rückprojektions-Geräten die durch ein im Inneren des TV-Geräts angeordnetes Projektionssystem erzeugten Bilder über einen Umlenkspiegel auf die Rückseite einer lichtdurchlässigen Projektionsfläche geworfen. Moderne Geräte arbeiten mit leistungsfähigen LCD- oder neuerdings auch DLP-Systemen und erreichen Bildhelligkeiten, die eine Raumabdunklung überflüssig machen. Die Bildqualität ist gut, die Darstellung nicht ganz so scharf wie bei guten Bildröhrengeräten. Empfangstuner, Audioverstärker und Basislautsprecher sind integriert. Die Abmessungen sind je nach Bilddiagonale beträchtlich, und die Geräte können zwischen 45 kg bis 90 kg schwer sein. Belohnt wird der Betrachter durch imposante Bildgrößen bis hin zu 145 cm Bilddiagonale, wie sie z.B. der ToshiVision 57 WH 18 P von Toshiba bietet. Sony ist es bei seinem Großbild-TV „Grand Wega KF-50 SX 200“ gelungen, trotz gewaltiger 125 cm Bilddiagonale die Gerätetiefe auf 38,4 cm und das Gewicht auf 42 kg zu reduzieren. Thomson kombiniert bei seinen Rückpro-TVs modernste Bildtechnologie mit 100 Hz-Digital Vision Mastering und einem integrierten DVD-Player, der CD-R + MP3 kompatibel ist, ergänzt durch Virtual Dolby Surround mit 80 Watt Musikausgangsleistung, zu kompletten Heimkino-Systemen. LG Electronics hat gerade einen 112 cm Rückprojektions-TV vorgestellt, bei dem man erstmalig zur Bilderzeugung ein DLP-System verwendet (DLP = Digital Light Processing). Mit diesem, bei hochwertigen Projektoren eingesetzten DLP-System erreicht der neue RE-44SZ20 die ungewöhnlich hohe Helligkeit von 500 Cd/m² bei einem hervorragenden Kontrastverhältnis von 800:1 (siehe dazu den ausführlichen Bericht in diesem Heft auf Seite 18).

Multimedia-Projektoren

Die computergestützte Multimedia-Entwicklung hat bei den digitalen Datenprojektoren einen

gewaltigen technologischen Entwicklungssprung ausgelöst, der das Angebot ständig mit neuen, sowohl bei den Bildwerten wie den Bedienungsmöglichkeiten verbesserten Modellen bereichert. Deshalb sind fast alle modernen digitalen Projektoren auch für den Betrieb mit einem Home Cinema System geeignet. Die Industrie bietet aber eine Vielzahl speziell für den Heimkino-Einsatz geeigneter Modelle an, die auch preislich die Gegebenheiten im Consumer-Segment berücksichtigen, wie z.B. die erfolgreichen Modelle von Sony und Kindermann sowie die preislich sehr interessanten Angebote von BenQ. Oft ergibt sich für Projektoren die interessante Möglichkeit der ambivalenten Nutzung: für Business-Präsentationen einerseits und andererseits im Heimkino-Bereich. Bewertungskriterien für den Heimkino-Einsatz sind Helligkeit, hoher Kontrast und niedriges Betriebsgeräusch.

Voll im Aufwind: Digitale Sat-Receiver

Fahrt aufgenommen hat in der zweiten Hälfte des laufenden Jahres ein Marktbereich, der lange Zeit auf „Stand by“ vor sich hindümpelte: der aufstrebende Markt für digitale Satelliten-Receiver, Settop-Boxen und Sat-Receiver mit Festplatten-Videorecordern. Das Erwachen aus dem Dornröschenschlaf ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen. Ein wichtiger Grund ist die zunehmende Marktdurchdringung mit Heimkino-Anlagen. Trotz umfangreicher Auswahl an verfügbaren DVD-Filmtiteln ist der Benutzer einer Home Cinema Anlage auf weitere Programmquellen angewiesen. Mit DVB-Receiver (Digital Video Broadcast) läßt sich diese Lücke wirksam schließen. Bis auf wenige Ausnahmen bedienen alle UE-Anbieter diesen Markt mit unterschiedlichsten Modellen. Digitale Sat-Receiver holen Hunderte von freien TV-Stationen auf die Heimkino-Anlage. Spielfilme werden im Dolby-Digital Mehrkanal-Ton ausgestrahlt, und bei Abschluß entsprechender Abonnements ist der Empfang von Pay-TV Sendern, wie z.B. Premiere Film, möglich. Nach der Abkehr von der Idee des Betacrypt-Monopols auf der D-Box und der zügigen Lizenzvergabe an Hersteller von DVB-Receiver wächst die Auswahl an Geräten, mit denen auch Premiere-Pakete empfangen und decodiert werden können. Beim Abschluß eines Premiere Abonnements wird der Receiver-Kaufpreis subventioniert. Der deutsche Hersteller Galaxis hat in Zusammenarbeit mit Beta-Research eine preisgünstige „Volks-

Lichtstark und ultraleise: Mitsubishi XL30U

Mitsubishi erweitert sein Angebot portabler Projektoren mit dem lichtstarken XL30U. Das LCD-System des trotz hoher Leistung nur 5.9 kg wiegenden Modells besteht aus 3 x 1" Polysilicon Panels mit XGA-Auflösung (1.024 x 768) und erreicht eine Lichtstärke von 3.000 ANSI Lumen bei einem Kontrastverhältnis von 350:1 bei 16,77 Millionen Farben. PC-Kompatibilität ist bis max. UXGA gegeben. Das manuelle Zoom variiert im Verhältnis 1.3 : 1. Die Projektionsgröße ist zwischen 1,01 m bis 7,62 cm Bilddiagonale wählbar. Angenehm ist das mit 27 dB nahezu unhörbare Betriebsgeräusch, welches den Einsatz des sehr lichtstarken Projektors in kleinen Räumen zu einer Freude macht. Ein für den Anwender spezifisches Standbild-Logo kann programmiert werden. Die Bedienung erfolgt über ein zehnsprachiges On-Screen-Menü. Die mitgelieferte Fernbedienung ist lernfähig für die Steuerung weiterer eingesetzter Geräte wie DVD-Player und Videorecorder. Neben der umfangreichen Ausstattung des XL30U arbeitet das Gerät mit der komfortablen RIS-Technologie (Room Illuminance Sensor), mit der Helligkeit und Kontrast automatisch dem aktuellen Umgebungslicht angepaßt werden.

Mitsubishi XD200U: 2.000 ANSI-Lumen DLP-Projektor

Mit 2.000 ANSI Lumen Lichtstärke, 16,77 Mio. Farben und seiner XGA-Auflösung von 1024 x 768 Pixeln und nur 3 kg Gewicht ist der neue Mitsubishi XD200U für eine Vielzahl von Aufgaben einsetzbar. Zu den Leistungsmerkmalen zählt die Ausstattung mit DCDI, der innovativen Mitsubishi Technologie zur weiteren Optimierung der Line-Doubler-Funktion, sowie Mitsubishi Natural Color Matrix zur Kalibrierung der Farbwerte. Mit zahlreichen Anschlußmöglichkeiten, wie RGB-analog, DVD/HDTV 1080, RGB-Komponenten oder FBAS/S-Video, sowie Unterstützung aller Standard-Video-Signale von NTSC über PAL bis hin zu SECAM, verfügt der XD200U über größtmögliche Flexibilität bei unterschiedlichsten Einsatzmöglichkeiten. Professionelle Extras sind: Digital-Zoom, Picture-In-Picture-Darstellung, digitale Trapez-Korrektur. Der UVP des XD-200U beträgt 5.800,- Euro. Der „flüsterleise“ XL-30U ist zum UVP von 8.300,- Euro verfügbar.



Premiere-tauglich, optischer AC Ausgang, Software-Updates, benutzerfreundliches Bildschirmmenü: Galaxis preisgünstige „Volksbox“ namens „POP“ kommt noch vor Weihnachten als Kabel-, Sat- und terrestrische Version in den Fachhandel.

box“ namens „POP“ entwickelt, bei deren Entwicklung man sich am Swatch Konzept orientierte. Obwohl unkompliziert, gehören Premiere-Tauglichkeit, optischer AC Ausgang, Software-Updates und ein besonders benutzerfreundliches Bildschirmmenü zum POP-Konzept. „POP“ soll noch vor Weihnachten als Kabel-, Sat- und terrestrische Version an den Fachhandel ausgeliefert werden. Ein zum Jahresende geplantes neues Verschlüsselungssystem soll einen wesentlichen Anteil der bisherigen Pay-TV Hacker in die Legalität zurückführen. Ein weiterer positiver Impuls geht von dem Umstieg vieler Kabel-Kunden auf Sat-Anlagen aus. Der Gesamtbereich SAT-Anlagen verzeichnet aktuelle Zuwachsraten in der Größenordnung von 160 Prozent.

Ohne Sound nichts los

Wer es noch nicht weiß, kann es ausprobieren: Trotz Großbild-TV,

Plasma-Display oder riesigem Projektionsbild fällt die beeindruckende Realitätsnähe eines Filmelerlebnisses enttäuschend in sich zusammen, sobald der begleitende 3D Sound auf die eindimensionale Toninformation reduziert wird. Die Bezeichnung „Heimkino-Receiver“ oder „Heimkino-System“ für Komponenten, die ausschließlich der Klangerzeugung dienen und an der Vermittlung eines Bildeindrucks scheinbar unbeteiligt sind, ist zutreffend. Die Realitätsnähe moderner Kinofilme und die Illusion des Zuschauers, am Geschehen teilzunehmen, werden mit Hilfe einer sorgfältig ausgefeilten Raumton-Dramaturgie erzeugt. Zufriedene Kunden gewinnt deshalb der Fachhändler, der seine Heimkino-Kunden davon überzeugen kann, daß in die Audio-Komponenten einer Home Cinema Anlage der gleiche Betrag investiert werden sollte, der für die Anschaffung des Bildschirms aufgewendet wird. Die

Elektronik-Industrie stellt eine fast unübersehbare Fülle von Geräten und Klangerzeugern bereit, in der für jede Aufgabe und jeden Geldbeutel die günstigste Lösung zu finden ist. Der im Rahmen dieses Schwerpunkts beleuchtete „Personal Receiver“ RP-U200 von Yamaha steht als anschauliches Beispiel für die im Handel verfügbaren Produkte zur räumlichen Reproduktion von Dolby Digital Kino-Sound. *evo*

Eigener Tonmeister: Yamaha RPU-200

Die Toninformationen digitaler Filmträger und Programmquellen, wie DVD-Filme und digital ausgestrahlte Filmprogramme, sind meist als Mehrkanalton in Dolby Digital, Dolby Surround oder DTS (Digital Theater Sound) codiert. Werden Mehrkanal-Tonsignale beim Abspielen mit einem passenden Gerät dekodiert, so stehen die Signale der einzelnen Tonkanäle wieder getrennt und voneinander unabhängig (diskret) zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung und können über Mehrkanal-Lautsprechersysteme abgestrahlt werden. Das Ergebnis ist ein originaler räumlicher Filmtone, wie er aus modernen Kino-Theatern bekannt ist. Die vorstehend beschriebenen Funktionen übernimmt ein Heimkino-Receiver oder Dolby Digital Verstärker. Der Yamaha Personal Receiver RP-U200 verfügt über alle Eigenschaften eines gut ausgestatteten Home Cinema Receivers und einiges mehr. Er ist mit drei analogen Eingängen, einem analogen Ausgang, einem digitalen koaxialen Eingang, zwei optischen Digitaleingängen und einem optischen Digitalausgang ausgestattet. Ein Subwoofer-Ausgang und 5 verstärkte Tonkanäle stehen mit je 15 Watt Ausgangsleistung für den Anschluß eines 5.1 Lautsprecher-Sets bereit. Das Klangbild kann durch Einschalten unterschiedlich vor-



definierter Klangfeldprogramme beeinflusst werden. Zusätzlich ist ein UKW-Tuner mit Stations-Speicherplätzen integriert. Wesentlich umfangreichere Kontrollmöglichkeiten stehen dem Benutzer zusätzlich beim Anschluß des RP-200 über USB an einen Computer zur Verfügung. Mittels der mitgelieferten Anwendersoftware läßt sich das Klangbild über grafische Benutzerschnittstellen und einen siebenstufigen Equalizer verändern und der Dynamikbereich einstellen. Klangfelder können ausgewählt, variiert und den räumlichen Gegebenheiten angepaßt, und die verschiedenen vordefinierten Einstellungen zu späteren Abruf gespeichert werden. Die elektronische Signalbearbeitung führt ein leistungsfähiger Yamaha DSP (Digital Signal Prozessor) aus. Yamaha DSPs gehören zu den qualitativ hochwertigsten und am weitesten entwickelten Soundchips und verhelfen vielen Soundkarten und Mainboards zu ihren hervorragenden Klangeigenschaften. Der UVP des Yamaha RP-U200 inklusive drahtloser Fernbedienung beträgt 299,- Euro.

THOMSON
SCENIUM



THOMSON
SCENIUM

41% höhere Wahrscheinlichkeit, richtig Spaß zu haben.

Das THOMSON SCENIUM Home Cinema ist einzigartig. Denn Sie schauen auf den ersten Rückprojektions-Fernseher mit integriertem DVD-Player. Dazu hat er noch 100 Hz Digital Vision Mastering, das stets hohe Bildstabilität und scharfe Bildwiedergabe garantiert. Und seine eingebauten Lautsprecher mit 80 Watt Virtual Dolby Surround lassen Sie dann wirklich mittendrin sitzen. Gönnen Sie sich den Spaß. Schauen Sie es sich doch mal näher an: www.thomsonscenium.com

THOMSON – MEHR ALS NUR TV.

PoS Aktuell

Charles Dehelly zum CEO von Thomson ernannt

Der Verwaltungsrat von Thomson traf sich Anfang Oktober unter dem Vorsitz von Thierry Breton, um Entscheidungen als Folge der Nominierung Bretons als Vor-



Charles Dehelly

standsvorsitzender der France Telecom zu treffen. Im Rahmen der Aktionärsversammlung am 8. Oktober trat Breton als Vorsitzender und Vorstandsvorsitzender der Thomson multimedia zurück. Zum neuen Vorstandschef wurde einstimmig Charles Dehelly gewählt. Die Aktionärsversammlung am 8. Oktober wurde außerdem einberufen, um einer Änderung der Satzung zuzustimmen, die eine Trennung der Funktionen des CEO und des Vorsitzenden des Verwaltungsrates ermöglicht. Diese Trennung wird in einem neuen französischen Gesetz über Betriebsvorschriften festgelegt und steht im Einklang der Unternehmensführung (Corporate governance). Nach der Aktionärsversammlung wird der Aufsichtsrat formell entscheiden, die Trennung zwischen der nicht-exekutiven Position des Verwaltungsratsvorsitzenden und

des CEO zu beschleunigen. Der Verwaltungsrat wird der Ernennung von Charles Dehelly zum Chief Executive Officer und Frank E. Dangeard zum Aufsichtsratsvorsitzenden zustimmen.

Dehelly, der 1998 zu Thomson kam, ist gegenwärtig Chief Operating Officer. Als CEO wird er für die Durchführung der Strategien verantwortlich sein, die vom Verwaltungsrat beschlossen werden, ebenso wie für das betriebliche Management der Gruppe. Hierbei wird er von vier Senior Executive Vizepräsidenten unterstützt. Frank E. Dangeard, stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender, kam 1997 in den Thomson Verwaltungsrat. In seiner neuen Funktion wird er die Arbeit des Aufsichtsrates vorantreiben und weiterhin den Konzern zusammen mit dem neuen Management repräsentieren.

Holger Lennartz verstärkt das TDK Vertriebsteam

Seit Oktober betreut Holger Lennartz den Bereich Corporate Communication bei TDK Systems. Als



Business Development Manager wird er auch für den Ausbau der Zusammenarbeit mit Resellern und Systemhäusern zuständig

sein. Vor seinem Wechsel zu TDK Systems war der gelernte Groß- und Außenhandelskaufmann acht Jahre lang bei der rfi technologies AG tätig. Dort war er für den Auf- und Ausbau der hauseigenen Bluetooth-Marke Anycom und für die Betreuung der Händler und Systemhäuser zuständig.

Samsung TFT-Monitore werden preiswerter

Mit einer Preisoffensive für TFT-Monitore will die Samsung Electronics GmbH dem Trend zu Flachbildschirmen neue Impulse verleihen. Im deutschen Markt hat das Unternehmen die Preise für eine Vielzahl seiner TFT-Monitore um bis zu 24 Prozent gesenkt. Als Ursache für die jüngste Preisoffensive nennt der Monitorhersteller Fortschritte in der Fertigung. Samsung produziert fast alle Komponenten der Computerbildschirme im eigenen Konzern. Das Unternehmen erwartet, daß in diesem Jahr weltweit rund 27 Millionen Flachbildschirme ihren Käufer finden werden. Im TFT-Bereich sollen etwa 70 Prozent davon auf 15-Zoll-Geräte entfallen, 20 Prozent auf 17-Zoll Monitore.

Empfangsanlagen legen um 24 Prozent zu

Während sich der Absatz von analogen Satelliten-Receiver und Sat-Systemen in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich um 15 Prozent reduzieren wird, verzeichnen digitale Sat-Receiver ein Wachstum um 108 Prozent. Insgesamt sollen die Bundesbürger nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) in diesem Jahr 463 Millionen Euro für Sat-Systeme, -Receiver und -Antennen ausgeben. Das entspricht einem Zuwachs von 24 Prozent.

Die Angaben zur Empfangs-Situation in Deutschland unterstreichen die zunehmende Attraktivität des (digitalen) Satellitenempfanges. Tatsächlich steigerte sich nach Angaben von SES-Astra die Zahl der Haushalte mit Satellitenempfang im Laufe eines Jahres (bis zur Jahresmitte 2002) um 5,3 Prozent auf 13,6 Millionen. Im gleichen Zeitraum reduzierte sich erstmalig die Zahl der Kabelanschlüsse um 0,3 Prozent auf 20,3 Millionen Haushalte. Relativ deutlich war der Rückgang beim terrestrischen Empfang um 16 Prozent auf 2,2 Millionen.

Vergleicht man die Zuwächse bzw. Rückgänge in den letzten vier Jahren (von Mitte 1998), reduzierte sich die Terrestrik um 43 Prozent, während das Wachstum bei den Kabelhaushalten mit 14 Prozent

Verbundgruppe Weltfunk mit neuem Gesellschafter

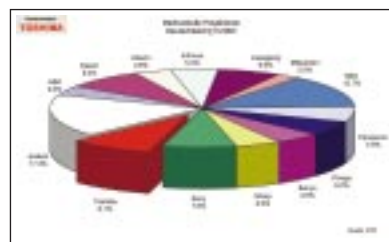
Anfang September ist die Sonepar Deutschland GmbH, Düsseldorf, als weiterer Gesellschafter in die Verbundgruppe Weltfunk Elektronische Handels-GmbH & Co. KG, Mainz, eingetreten. Zum Sonepar Kundenkreis zählt unter anderem auch eine beachtliche Zahl von Einzelhändlern, die bislang keiner Kooperation angehören. Sie bedeuten für den Kooperations-Verbund telering mit seinen Marketinglinien „telering“ und „Markenprofi“ einen Zuwachs des Umsatz-Potentials

von rund einem Fünftel der telering-Verbundgruppe. Die neu hinzu kommenden Fachhändler wiederum können alle Vorteile der vielfältigen Dienstleistungen nutzen, die den telering-Mitgliedern von der Kooperations-Zentrale geboten werden. Eine Grundregel hierfür ist nach Auskunft von Geschäftsführer Franz Schnur, den Fachhändlern „in allen geschäftlichen Lagen den Rücken frei zu halten“. Dabei können die Fachhändler ihre Geschäftspolitik stets frei bestimmen.

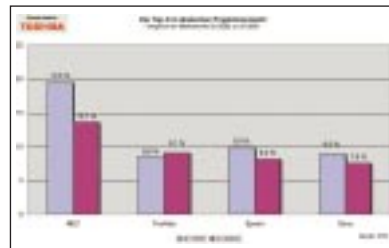
und beim Satellitenempfang um 20 Prozent recht deutlich ausfiel. Der Zuwachs beim Satellitenempfang resultiert nach Angaben von Experten in erster Linie daraus, daß immer mehr Ein- und Zweifamilienhausbesitzer die Umrüstung auf die Digitaltechnik zur Kündigung des Kabelanschlusses und zur Installation von Satelliten-Empfangsanlagen nutzen.

Toshiba weiter auf Rang zwei im Projektormarkt

Für die Toshiba Europe GmbH, Geschäftsbereich Professional Visual Products (PVP), ist das Jahr 2002 bisher sehr positiv verlaufen. Auf dem deutschen Markt konnte Toshiba im ersten Quartal des Jahres die zweite Position unter den Anbietern von Daten- und Video-



Toshiba festigt mit 9,1% Marktanteil Rang zwei im deutschen Projektormarkt.



projektoren weiter stabilisieren. Nach einem Bericht des britischen Marktforschungsinstitutes Decision Tree Consulting (DTC) wurden in Deutschland zwischen Januar und März 31.671 Projektoren in Deutschland verkauft. Davon trugen 2.882 Geräte den Markennamen Toshiba. Das entspricht einem Marktanteil von 9,1 Prozent. Im Vergleich zum gleichen Quartal im Vorjahr nahm der Markt für Projektoren in Deutschland um etwa 4 Prozent zu. NEC, Epson und Sony hatten in diesem Zeitraum Rückgänge zwischen 1,4 und 5,9 Prozent zu verzeichnen, während sich Toshiba als einziger der vier führenden Anbieter von 8,6 Prozent Marktanteil auf 9,1 Prozent verbessern konnte. Das aktuelle

PVP-Produktportfolio besteht aus 19 Daten- und Videoprojektoren. Davon sind 16 Modelle für den Business-Bereich konzipiert und drei Projektoren wurden speziell für das Heimkino-Segment entwickelt. In der zweiten Jahreshälfte 2002 wird Toshiba neben der bereits verfügbaren Bluetooth-Lösung auch Projektoren mit WLAN-Schnittstelle in sein Angebot aufnehmen. „Neue Anbieter drängen mit teilweise aggressiven Preisgestaltungen in den wachsenden Projektorenmarkt. Umso mehr freut es uns natürlich, daß wir uns weiter verbessern konnten“, erklärte Gerd Holl, Direktor Marketing & Vertrieb Toshiba Europe GmbH, Professional Visual Products. „Wir glauben, dies über Qualität erreicht zu haben, denn sie ist das beste Verkaufsargument.“

Loewe erhält Deutschen Marketing Preis 2002

Die Loewe AG wird am 8. November in München mit dem Deutschen Marketing Preis 2002 ausgezeichnet. Die höchste Anerkennung des deutschen Marketing wird jährlich nur an ein Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung vergeben. Über viele Jahre habe Loewe, so die Jury, eine herausragende Marketingleistung realisiert, die zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg geführt habe. Hochwertige Technik und Spitzendesign seien die Basis für diesen Erfolg. Bewertet wurde außerdem der Bezug zum Standort Deutschland, auch wenn die Marketingleistung international angelegt ist. „Wir freuen uns sehr über diese hohe Auszeichnung“, so Loewe Vorstand Marketing Vertrieb, Thomas Bender. „Sie bestätigt, daß wir nicht nur bei unseren Produkten Spitzenleistungen erbringen, sondern auch in der Darstellung und Kommunikation des gesamten Unternehmens.“ Die Wahl traf eine unabhängige Jury aus 16 Marketing-Experten unter dem Vorsitz von Dr. Rüdiger Kapitza, Vorstandsvorsitzender der Gildemeister AG und Vizepräsident des Deutschen Marketing-Verbandes.

Guido Hannich wird Senior Manager „External Affairs“ bei Sony Deutschland

Guido Hannich hat Anfang August die neu geschaffene Funktion des Senior Managers „External Affairs“ im Bereich Corporate Communication der Sony Deutschland GmbH übernommen. In dieser Funktion wird er die strategisch wichtigen Cross-over Marketing Aktivitäten der deutschen Sony Tochtergesellschaft leiten. Hierzu gehören Sony Music Entertainment GmbH, Columbia Tristar Film GmbH, Sony Ericsson und Sony Computer Entertainment GmbH. Die Zusammenarbeit und die Vernetzung von Projekten der vier Sony Gesellschaften existierte bisher nicht in strukturierter Form. Zukünftig sollen unter der Leitung von Hannich die Potentiale der einzelnen Firmen viel stärker genutzt werden, um die Kraft der Marke in den unterschiedlichen Geschäftsfeldern zu bündeln und um neue Geschäftsfelder zu bedienen.

Von April bis Juni 2002 war Hannich im Segment Personal Audio als Marketingleiter für Deutschland, Schweiz und Österreich unter anderem für den erfolgreichen Relaunch des Walkman verantwortlich. Bereits von 1991 bis 1999 war er bei der Sony Deutschland GmbH tätig und durchschritt als Product Group Manager Video das Marketing und in verschiedenen Funktionen den Vertrieb. Als Senior Manager „External Affairs“ berichtet er direkt an Udo Freialdenhofen, Leiter Corporate Communications und Mitglied der Geschäftsleitung der Sony Deutschland GmbH.



Und? Können Sie ihr widerstehen? Die Sony Cyber-shot DSC-FX77 mit Bluetooth.™

Eine Weltneuheit gibt sich die Ehre: Sonys elegante Cyber-shot DSC-FX77. Mit der eingebauten Bluetooth™ Schnittstelle können Sie Ihre Bilder kabellos und ortsunabhängig an jedes compatible Gerät übertragen. 4 Megapixel und SMART-Zoom versprechen darüber hinaus brillante Bildqualität. Aber damit nicht genug. Das bis zu 300° schwenkbare Carl Zeiss Distagon entdeckt Perspektiven, die Sie bisher für unmöglich hielten. Also versuchen Sie erst gar nicht ihr zu widerstehen.





WLAN Infos und News

Netgear: WLAN bis zu 33% billiger

Der Netzwerk-Spezialist Netgear hat seine Preise für Wireless-LAN Komponenten um bis zu 33% gesenkt. Wie der Hersteller erklärt, ist die Nachfrage für WLAN-Produkte überproportional angestiegen. Durch die Produktion größerer Stückzahlen konnten die Produktionskosten deutlich gesenkt werden. Der niedrigere Herstellungspreis ermöglicht eine Absenkung



Wireless 802.11b USB-Adapter MA101 von Netgear kostet jetzt nur noch 99,- Euro.

der Endverkaufspreise. Der Anteil von Wireless-Hardware am Gesamtumsatz hat sich bei Netgear innerhalb des letzten Jahres von 6% auf 23% erhöht. Die neuen UVPs für Netgear Wireless-Produkte: xDSL-Router MR314: 199,- Euro (-33%), Access Point ME102: 179,- Euro (-24%), USB-Adapter MA101: 99,- Euro (-18%). Die Wireless-PC-Karte MA401 soll, wie auch der Wireless-USB-Adapter MA101, jetzt nur noch 99,- Euro kosten. Mit einer kompletten Angebotspalette von preisgünstigen WLAN-Geräten mit ausgezeichnetem Preis/Qualitäts-Verhältnis ist Netgear für den Einzelhandel ein interessanter Partner, um die zunehmende Nachfrage in diesem Marktsegment zu bedienen.

ProSafe-Router FM114P

Fünf verschiedene Funktionen kombiniert der ProSafe-Router FM114P von Netgear in einem



Multifunktional: Netgear ProSafe FM114 ist zugleich AccessPoint, SPI-Firewall, Router, Switch und Wireless Print-Server.

Gerät. Der FM114P ist sowohl ein 802.11b Wireless-LAN AccessPoint als auch eine SPI-Firewall, ein Router, ein Switch und ein Print-Server zur gleichzeitigen drahtlosen Nutzung von Druckern durch alle im Netz angemeldeten Rechner. Der multifunktionale FM114P ist eine ideale und zu-

gleich kostengünstige Lösung für Büronetzwerke, zu denen auch WLAN-Geräte Zugang haben sollen. Der ProSafe-Router verfügt über eine hochentwickelte Firewall-Funktionalität, eine verbesserte Bedieneroberfläche für die schnelle und einfache Installation, Remote-Management-Funktionen und einen 10/100-MBit/s WAN-Port. Zu den Leistungsmerkmalen gehören im Bereich Sicherheit: Stateful Packet Inspection (SPI) zum Schutz vor Denial of Service (DoS)-Attacken, NAT-Routing, IPSec-Unterstützung, Intrusion Detection System (IDS) Web URL Content Filtering bei Management: einfache Einrichtung mit GUI (webbasiert), einfache Verwaltung mittels Smart Wizard, Installation Assistent, Remote Management und die Funktionen: VPN-Pass-through-Funktionalität, Print-Server, ein Parallel-Port, vier 10/100-MBit/s Fast-Ethernet-Ports, Wireless Access-Point 802.11b mit abnehmbarer Antenne. Die gesamte Technik ist in einem robusten Metallgehäuse verpackt. Die Gewährleistung umfaßt drei Jahre Garantie.

MA701: Compact-Flash-Card 11 MBit/s

Bringt Notebooks und PDAs ins WLAN: Wireless 802.11b CompactFlash Card MA701 von Netgear.



Die in einem Compact-Flash Steckplatz zu betreibende Netgear MA701 ermöglicht im Umkreis von bis zu 150 Metern eines Access Points die problemlose Nutzung aller Netzwerkfunktionen nach 802.11b mit Durchsatzraten von bis zu 11 MBit/s. Die MA701 Flash Card kann auf Steckplätzen des Typs I wie auch Typs II zum Einsatz kommen. Die mitgelieferte Software macht die Installation problemlos. Mittels der integrierten Auto-Fallback Funktion wird die Geschwindigkeit des Datentransfers in Abhängigkeit von der Entfernung zum nächsten Access-Point automatisch angepaßt. Die MA701 kann sowohl im Ad-hoc Modus (Punkt zu Punkt W-LANs) wie im Infrastruktur Modus (über Access-Point) betrieben werden. Zur Sicherheit der Datenverbindung kann der Nutzer 40/64- und

128-Bit WEP-Verschlüsselung aktivieren, ohne daß dadurch die Rechenleistung vermindert wird. Die MA701 ist unter dem Betriebssystem Windows CE Version 2.11.3.0 und höher einsetzbar. Die Gewährleistung umfaßt drei Jahre Garantie.



DWL-650 von D-Link: Wireless PC-Card (PCMCIA) nach IEEE 802.11b mit WEP.

D-Link: Umfangreiches WLAN-Angebot

Mit einem umfangreichen Angebot an WLAN-Produkten bedient auch D-Link über die deutsche Niederlassung D-Link Deutschland GmbH den dynamisch anwachsenden Wireless-Markt. Die aktuelle Produktfamilie besteht aus mehreren AccessPoints: DI-711: 1x 802.11b AccessPoint, 1x 10/100 LAN Port + 1x 10 MB WAN Port f. Cable/xDSL Modem, Plug & Play, DI-713P: 1x 802.11b AccessPoint, 1x par. Printserver, 3x 10/100 LAN, Port + 1x 10 MB WAN Port f. Cable/xDSL Modem, Plug & Play, DWL-1000AP: Wireless Access Point, IEEE 802.11b, WEP Wireless, DWL-1500: Wireless Bridge Access Point, dem doppelt so schnellen DWL-900AP+: Airplus Wireless Access Point 22MBit TI Solution, dem USB-Adapter DWL-120: USB Adapter, IEEE 802.11b, WEP, USB 1.1, 2 PC-Cards, der DWL-650: Wireless PC-Card, IEEE 802.11b, WEP, PCMCIA und der DWL-660: Wireless PC-Card, 11 MBit und je einem kompletten Einstiegs-Kit für Notebooks und Desktop-PCs.

DWL-920: Ein WLAN für unter 400 Euro

Das Wireless USB LAN Kit von D-Link mit der Produktbezeichnung DWL-920 enthält alles, was zum Aufbau eines drahtlosen Netzwerks mit Internetzugang erforderlich ist. Das Kit besteht aus zwei Wireless LAN USB-Adaptoren DWL-120, die mit den USB-Anschlüssen der Desktop-PCs verbunden werden, und einem Wireless LAN AccessPoint, DWL-1000AP, der an ein DSL-Modem oder einen Internet-Gateway angeschlossen wird. Die Komponenten des Kits arbeiten unter den Betriebssystemen Microsoft Windows 98, 2000, NT 4.0, ME und XP. Die beiden Desktop-PCs und mit

einer WLAN-Schnittstelle ausgestattete Notebooks können untereinander Daten austauschen und sich ins Internet einloggen. Das Wireless USB LAN Kit, Typ DWL-920, ist zu einem UVP von 372,- Euro verfügbar.

Kaufberatung: Wireless-Router oder AccessPoint?

Der häufigste Grund, warum private Anwender sich zur Installation eines Wireless Networks entschließen, ist die Möglichkeit der gemeinsamen Nutzung eines Internetzugangs für mehrere Computer, ohne die Notwendigkeit einer umständlichen und oft sehr teuren Verkabelung zwischen den Rechnern, die ihren Standort meistens in verschiedenen Räumen und gelegentlich auf verschiedenen Etagen haben. Als Lösung wird oft ein



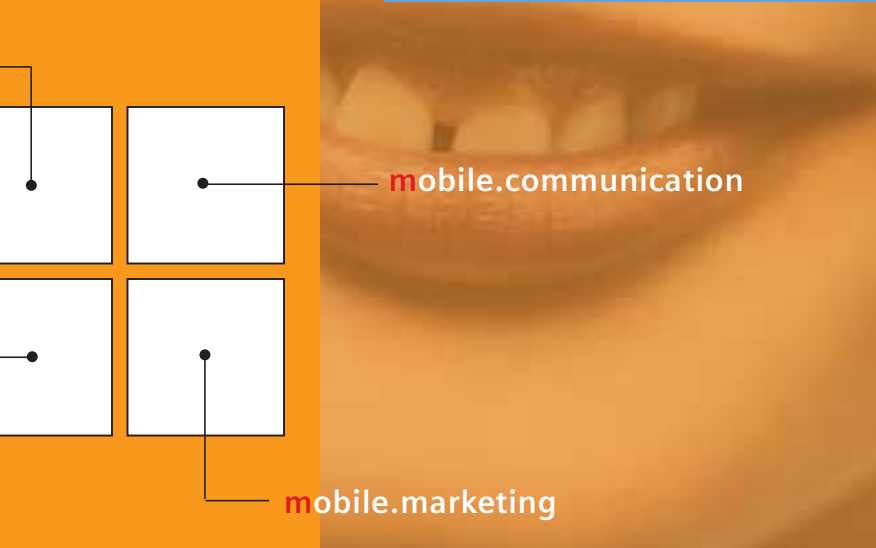
Wireless 802.11b AccessPoint ME102 von Netgear kostet jetzt nur noch 179,- Euro.

Wireless AccessPoint gewählt, der mit dem ans Internet angeschlossenen Rechner verbunden wird, während für den oder die weiteren Rechner eine interne WLAN-Karte oder ein externer WLAN-USB-Adapter ausreicht. Der Nachteil dieser preisgünstigen Lösung ist darin zu sehen, daß der ans Internet angeschlossene Rechner ständig eingeschaltet bleiben muß, damit weitere Rechner Zugriff auf das Internet haben. Kleinere Unternehmen und Büros erwarten jedoch von einem Wireless-LAN neben dem Sharing des Internetzugangs auch die universelle Netzwerkverbindung zwischen allen stationären und temporär eingeloggten Notebooks. Dazu ist sowohl das gebräuchliche Internet Connection Sharing (ICS) wie die zusätzliche Einrichtung und Konfiguration eines Standard-Gateways und DNS-Servers Voraussetzung. Ein einfacher AccessPoint, der an ein DSL-Modem angeschlossen wird, ist in diesem Fall nicht mehr geeignet. Es muß ein als Proxy-Server konfigurierter PC oder ein WLAN-DSL-Router eingesetzt werden. Durch die Preisentwicklung der letzten Monate sind die Verkaufspreise für DSL-Router so weit gefallen, daß sie nicht mehr gravierend teurer als ein AccessPoint für 150,- bis 170,- Euro sind. Deshalb kann es in vielen Fällen auch für private

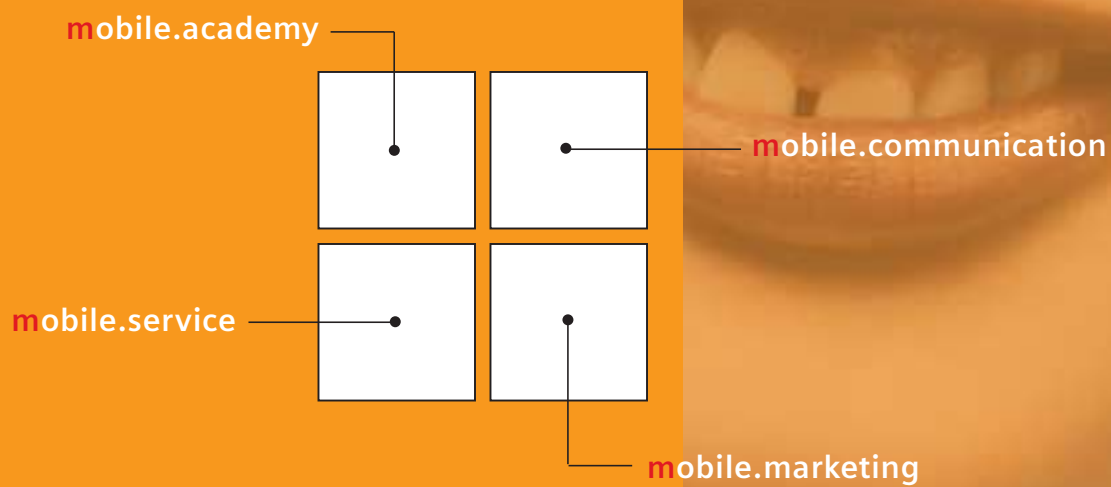
Anwender vorteilhaft sein, statt eines AccessPoints gleich einen DSL-Router zu erwerben. Dieser kann über ein vorhandenes DSL-Modem oder einen ISDN-Anschluß mit dem Internet verbunden werden und arbeitet auf der WLAN-Seite als AccessPoint. Derartige Router sind schon ab einem UVP von 300,- Euro aufwärts verfügbar und übernehmen, je nach Auslegung und Leistungsklasse, die Funktion einer konfigurierbaren Firewall, eines DMS-Servers mit dynamischer IP-Zuweisung und kontrollieren außerdem die Authentifikation beim Einloggen sowie eine eingesetzte Sicherheitsverschlüsselung.

„Wireless Cabin“ im Airbus

Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) in Oberpfaffenhofen betreibt zur Zeit ein Forschungsprojekt, um die Voraussetzungen zu erkunden, unter denen zukünftig während des Fluges in Flugzeugkabinen Mobilfunktelefone genutzt und Laptops über Funk mit dem Internet verbunden werden können. Projektpartner bei diesem Vorhaben sind die Universität von Bradford in Großbritannien, die Firmen Airbus, Siemens, Ericsson, Inmarsat, der Kabinenbauer KID-Systeme sowie die Technologie-Consulting-Firmen ESYS und TriaGnoSys. Der Projektname lautet „Wireless Cabin“. Eine der wichtigsten Aufgaben des Forschungsauftrages besteht darin zu untersuchen, wie der Betrieb von drahtlosen Funknetzen in Flugzeugen realisiert werden kann, ohne die empfindliche Flugzeugelektronik zu stören. Neben einem zellularen UMTS-Netz für Telefon- und Datenverbindungen sowie zur Nutzung durch Paketdatendienste wie UPS und DHL, sollen auch Bluetooth und WLAN für den Internetzugang angeboten werden. Bis 2004 sollen unter Verwendung eines speziell dafür ausgerüsteten Airbus A340 eine Serie von Multimedia-Feldversuchen abgeschlossen und das Projekt zur Serienreife gebracht werden. Der Kernpunkt des Entwicklungsprojekts ist ein sogenannter Service Integrator, der Datenströme der verschiedenen Funkdienste gebündelt über einen Satellit zur Bodenstation sendet und von dieser empfängt. Für diese Aufgabe sind neue Protokoll-Konzepte mit dynamischer Bandbreitenteilung für verschiedenste Dienste sowie Quality-of-Service-Garantien zu entwickeln.



Fit for mobile



House of mobile competence

Mit „Fit for mobile“ startet Siemens ein umfassendes Fitness-Programm der mobilen Telekommunikation. Dazu haben wir das „House of mobile competence“ aufgebaut. Aus den vier Elementen mobile.academy, mobile.communication, mobile.service und mobile.marketing haben wir ein solides Wissensgebäude errichtet.

Zentrale Kommunikationsplattform ist dabei das Siemens-Partner Extranet. Unter www.siemens-mobile-partnerinfo.de wird der partnerschaftliche Wissenstransfer rund um die mobile Kommunikation stattfinden.

Fühlen Sie sich im „House of mobile competence“ wie Zuhause. Und machen Sie sich fit für die mobile Zukunft!

SIEMENS
mobile

Sony und Philips engagieren sich für Super-Audio-CD

Die ersten massenhaft produzierten Audio-CDs haben im August 1982 das Polygram-Werk in Hannover-Langenhagen verlassen. Somit feiert das Medium in diesem Jahr seinen 20. Geburtstag. Entwickelt wurde das CD-Format gemeinsam von Sony und Philips. Heute gibt es eine ganze Reihe von Versuchen, die Audio-CD durch ein modernes und besser schützbares Medium zu ersetzen. Eines dieser Formate ist die Super-Audio-CD.

Bei der Super Audio CD wird das DSD-Aufzeichnungsformat verwendet. Dieses ermöglicht es, dank einer nuancenreichen Audioqualität Musik in höchster Klangtreue wiederzugeben. Gleichzeitig gewährleistet das Format den Schutz vor Raubkopien. Drei Super-Audio-CD-Typen wurden

festgeschrieben: einschichtig (single layer), doppelschichtig (dual layer) und hybrid. Eine einschichtige Disc besteht aus einer einzelnen High Destiny (HD)-Schicht mit 4,7 GB Speicherkapazität. Die doppelschichtige Disc enthält zwei dieser Schichten mit einer Gesamtkapazität von 8,5 GB. Die Hybrid-Disc enthält eine HD-Schicht und eine CD-Schicht, die eine Wiedergabe in herkömmlichen CD-Playern ermöglicht. Die einzelnen Musikfirmen können wählen, welche SACD sie produzieren möchten.

Sony senkt Preise für Super-Audio-CD-Geräte

Sony hat Anfang September die Preise für seine Super-Audio-CD-Geräte gesenkt. Der Preis des

mehrkanaligen Einstiegsgerätes SCD-XE670 wird um 200 Euro auf 310 Euro reduziert. Ein zweiter Mehrkanaltonplayer kann nach der Preisoffensive bereits für 400 Euro anstatt 600 Euro angeboten werden. In der Spitzenklasse bringt Sony den auf der Messe „Highend“ im Mai vorgestellten SCD-XB78QS für 550 Euro in die Läden. Mit den Preissenkungen für die Super-Audio-CD-Modelle will das Unternehmen dazu beitragen, daß sich das Format noch schneller etabliert.

Philips kombiniert DVD und Super-Audio-CD

Philips kombiniert erstmalig in seinem Home-Entertainment-System LX8000SA einen DVD-Player und 6-Kanal Digital-Recei-



Philips kombiniert erstmalig in seinem Home-Entertainment-System LX8000SA einen DVD-Player und 6-Kanal Digital-Receiver mit der Möglichkeit zum Abspielen von Super-Audio-CDs.

ver mit der Möglichkeit zum Abspielen von Super-Audio-CDs. Das LX8000SA liest alle gängigen Audio-Formate für DVD: Dolby Digital, 5.1, DTS, Dolby Pro Logic und MPEG. Zusätzlich zu den neuen SACDs lassen sich auf

dem System auch normale Audio-CDs abspielen, einschließlich eigener Aufnahmen auf CD-R und CD-RW sowie MP3-CDs. Das System LXSA ist seit September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 1.000 Euro. *miz*

Neuheiten

Digitale Fotos direkt am TV-Gerät ansehen



Nachdem nicht alle Besitzer einer Digitalkamera über einen PC verfügen, um digitale Bilder zu betrachten oder zu bearbeiten, bietet Dazzle nun mit TV Photo Show eine Preview-Lösung an. Mit TV-Photo Show kann der Anwender ohne Zwischenstation seine Bilder direkt auf dem Fernseher anschauen und sie der Familie oder Freunden entspannt vorführen. Anwender, die viel digital fotografieren, können TV Photo Show auch dazu verwenden, um über das Großformat des Fernsehers die Auswahl zu treffen, welche Bilder behalten und welche vom Speichermedium gelöscht werden können. Das Prinzip von TV Photo Show ist denkbar einfach: In eine kleine externe Box – verbunden über Clinch-Kabel mit dem TV-Set – wird die Speicherkarte gesteckt und schon werden die Fotos auf den Fernseher übertragen. Über die mitgelieferte Fernbedienung können Spezialeffekte wie Drehen, Zoomen und Schwenken eingesetzt werden. Dazzle TV Photo Show wird jetzt ausgeliefert und hat einen empfohlenen Endkundenpreis von 119,90 Euro.

Blaupunkt mit neuem Radio-Navisystem



Mit dem neuen Travel Pilot DX-R52 präsentiert Blaupunkt ein Autoradio mit CD-Spieler in Kombination mit einer vollwertigen Navigationskomponente. Die Zielführung des Navigationssystems verfügt über die anerkannt präzisen Fahrempfehlungen der Blaupunktsysteme mit gesprochenen Abbieghinweisen und optischen Richtungsangaben. Darüber hinaus verarbei-

tet das Gerät die Signale der von den Rundfunkanstalten gebührenfrei ausgestrahlten Daten des Traffic Message Channel (TMC) und berücksichtigt die aktuelle Verkehrslage auch auf möglichen Ausweichrouten.

Das Design der Gerätefront in Titan mit blauer Ausleuchtung oder in Anthrazit mit weißem Display wirkt ausgesprochen aufgeräumt und übersichtlich. Das Bedienteil ist abnehmbar und somit ein wirksamer Diebstahlschutz. Die Zieleingabe am neuen TravelPilot DX-R52 erleichtert ein Speller. Sobald die Anfangsbuchstaben einer Straße oder Stadt eingegeben worden sind, blendet er die nicht mehr in Frage kommenden Buchstabenfolgen automatisch aus. Das Gerät vermag zudem insgesamt bis zu 24 Navigationsziele und die letzten 20 angegebenen Städtenamen zu speichern.

Das Autoradio des TravelPilot DX-R52 ist mit dem in zahlreichen Tests ausgezeichneten DigiCeiver von Blau-



punkt ausgerüstet. Es erlaubt mit dem System Shrax auch eine Bandbreitenumschaltung, die der Trennschärfe bei dicht beieinander liegenden Sendern zugute kommt. Der Tuner empfängt UKW, MW und LW, verfügt serienmäßig über einen 4-Kanal Vorverstärkerausgang und 4 x 45 Watt max. Power. Mit einem digitalen parametrischen 5-Band-Equalizer lassen sich zudem individuelle Klangeinstellungen speichern.

Das erschütterungsresistente CD-Laufwerk kann, wenn es nicht gerade eine Navigations-Disc verarbeitet, auch eine herkömmliche Audio-CD abspielen. Möchte der Anwender während des Navigierens eine CD

hören, so kann zusätzlich ein CD-Wechsler angeschlossen werden. Die komplette Steuerung übernimmt das Radio-Navigationssystem im Amaturenbrett.

Panasonics neue Lumix Digitalkamera



Panasonic hat auf der photokina das neueste Modell der Lumix-Serie vorgestellt – die DMC-FZ1 Zwei-Megapixel-Digitalkamera mit eingebautem Leica DC



Vario-Elmarit-Objektiv. Ausgestattet mit einem 12fach Zoomobjektiv, das 13 Linsen in acht Gruppen umfaßt (eingeschlossen vier asphärische Oberflächen in drei Linsen), erreicht sie eine Lichtstärke von F2,8 im gesamten Zoom-Bereich. Entsprechend der Leistung einer 35-Millimeter-Kamera ergibt sich eine Brennweite von 35 bis 420 Millimetern. Für eine bequeme und übersichtliche Bildkontrolle sorgt dabei das 1,5-Zoll-Farb-LCD mit einer Auflösung von 114.000 Pixeln. Für verwacklungsfreie Aufnahmen sorgt ein optischer Bildstabilisator (O.I.S.). Der neue digitale Signalprozessor ermöglicht dank einer fast fünfzigprozentigen Verbesserung der diagonalen Auflösung eine höhere Bildqualität. Mit Hilfe der Mega Burst Serienbildfunktion lassen sich bis zu sieben Bilder in voller Größe mit vier Einzelbildern pro Sekunde ohne Pause hintereinander aufnehmen. Dank verschiedener Aufnahmeprogramme kann die Kameraeinstellung je nach Umgebung einfach modifiziert werden. Die Lumix DMC-FZ1 ist ab November lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 599 Euro.

Toshiba zeigte in Köln aktuelle Toshicams



Aktuelle Digitalkameras mit Auflösungen zwischen zwei und drei Megapixeln hat Toshiba auf der photokina in Köln gezeigt. Mit der PDR-T 20 stellt Toshiba eine Digitalkamera im Pocketformat vor. Das 2-Megapixel-Modell ist mit einem großen „Berührbedienfeld“ (TFT-Monitor) ausgestattet, das nicht nur der Steuerung diverser Kamerafunktionen dient, sondern die Möglichkeit bietet, mittels Touch Pen Notizen direkt ins Bild einzufügen (in beliebigen Farben und Strichstärken). Weitere Features der Kamera sind: Ein zweifach optisches Zoom (4fach digital), diverse Motivprogramme, Multibildmodus (16 in 1) und eine automatische Blitzeinstellung mit vier Modi. Die unverbindliche Preisempfehlung für die PDR-T 20 beträgt 499 Euro. Mit der PDR-2300 stellt Toshiba eine Digitalkamera vor, die sich durch eine einfache Bedienbarkeit, einen 2,1 Mio. Pixel CCD Sensor und die Möglichkeit zur



Aufzeichnung von Videosequenzen auszeichnet. Die Kamera ist mit einem dreifach optischen Zoomobjektiv ausgestattet, das eine Brennweite von 36 bis 108 mm umgerechnet aufs Kleinbildformat bietet. Ausstattungsmerkmale wie ein 1,6 Zoll LC-Farbmonitor, diverse Weißabgleichsfunktionen oder ein 8 MB fassender interner Speicher, der bei Bedarf um SD-Karten ergänzt werden kann, sorgen für eine komfortable Bedienbarkeit der Kamera. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 349 Euro.

Unter dem Motto „Eine für alles“ präsentierte Toshiba auf der Messe die 3,2 Megapixel-Digitalkamera PDR-3300. Einstellungen wie Belichtungsmessung, Weißabgleich und Scharfstellung lassen sich sowohl automatisch als auch manuell vornehmen. Die Empfindlichkeitseinstellung variiert zwischen ISO 100 und 400, die Blitzzuschaltung erlaubt fünf Einstellvarianten. Neben der Programmautomatik stehen eine Nachtaufnahmefunktion mit automatischer Rauschunterdrückung und der Möglichkeit, den Blitz auf Langzeitsynchronisation zu stellen, zur Verfügung. Darüber hinaus bietet die PDR-3300 diverse Motivprogramme, manuelle Kontrolle von Blende und Belichtungszeit sowie eine Spot-Funktion für Belichtung oder Autofokus. Die mit einem Dreifach-Zoomobjektiv (zweifach digitalem Zoom) ausgestattete Kamera hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 449 Euro.

Mit der PDR-T 30 präsentiert Toshiba schließlich eine weitere Kamera aus der „New Design Digital Stil Kamera“-Linie des Unternehmens. Sie ist mit einem 3,3 Megapixel CCD, einem 1,5“ Touch Panel Monitor und einer Funktion für die Videoaufnahme ausgestattet. Eine einfache Bedienung wird über entsprechende Icons für die unterschiedlichen Motivprogramme und alle weiteren Einstellungen gewährleistet. Die mit einem zweifachen Zoomobjektiv ausgestattete Kamera wird seit Oktober ausgeliefert und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 599 Euro.



JVC TH-V70R

„europas heimkino-system des jahres 2002-2003“
mit außergewöhnlichem design und einfacher bedienung
zu einem heimkino-erlebnis der ganz besonderen art.



„europas video-innovation des jahres 2002-2003“

jvc fernsehgeräte mit der revolutionären d.i.s.t.-technologie,
der „video-innovation des jahres 2002-2003“, bieten eine bisher
nicht erreichte bildqualität und unterstreichen jvc's ansprüche
an höchsten heimkino-genuss.

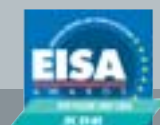
JVC HV-32D25EUW



**jvc - die nr.1
in europa**



JVC XV-N5



„europas dvd-player des jahres 2002-2003“
technische höchstleistungen in elegantem design: exzellente bildqualität,
perfekte auflösung und farbdarstellung und ein klangerlebnis der spitzenklasse.

JVC

TECHNOLOGIES OF DESIRE

Projektoren, Plasma- und LCD-TVs

NEUES AUS DEM SONY WEGA THEATER

Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft bringt Sony neue Produkte im Bereich Home Cinema auf den Markt. Zu den Highlights zählen unter anderem die ersten LCD-TVs des Unternehmens, drei neue Projektoren und zwei neue Plasma-TVs.

Die Plasma-Modelle KE-50MR1 und KE-42MR1 zeichnen sich insbesondere durch ihr außergewöhnliches Design und eine exzellente Bildqualität aus. Mit ihren großen, hochauflösenden Bildschirmen eignen sich die Geräte auch für die Präsentation von Digitalfotos, die via Receiver-Box vom Memory Stick auf den Bildschirm übertragen werden. Die Bilder werden mit einer UXGA-Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln auf dem Bildschirm dargestellt. Der KE-50MR1 verfügt über eine Bildschirmdiagonale von 125 cm und eine Auflösung von 1.365 x 768 Pixeln. Der KE-42MR1 hat eine Diagonale von 106 cm und eine Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten. Ein Bildschirmschoner sorgt dafür, daß das Panel auch bei längeren Standbildschauen keinen Schaden nimmt. Beide Plasmas sind mit eingebauten Stereolautsprechern und zusätzlichen Anschlüssen für Center-Lautsprecher ausgestattet. Alle Anschlüsse und Bedienknöpfe sind auf der Front der kleinen Receiver-Einheit untergebracht, die meisten davon unter einer Leiste dezent versteckt. Auf der Rückseite befinden sich vier Scart-Anschlüsse sowie verschiedene Audioausgänge und ein

AV-Eingang. Ein Anschluß für eine DVI-Schnittstelle zur Übertragung digitaler Computerdaten, Eingänge für Center Lautsprecher und ein Subwoofer-Anschluß vervollständigen die Ausstattung. Dank der separaten Receiver-Box kommen beide Fernseher mit einer sehr geringen Gehäusetiefe aus und lassen sich problemlos an der Wand installieren. Sony bietet unterschiedliche Möglichkeiten, die Fernseher aufzustellen. Neben zusätzlichen Wandhalterungen sind ein Standfuß und ein Glasunterbau optional erhältlich. Die mitgelieferte Fernbedienung erlaubt neben dem Zugriff auf alle Fernsehfunktionen auch die Steuerung über eine spezielle Memory Stick-Taste, mit der direkt Fotos vom Memory Stick abgerufen werden können. Die neuen Plasma-Modelle sind noch in diesem Jahr lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung für den KE-50MR1 beträgt 14.000,- Euro. Der KE-42MR1 soll 12.000,- Euro kosten.

Die neuen LCD-TVs

Mit den Modellen KLV-15SR1 und KLV-17HR1 präsentiert Sony seine ersten LCD-Fernseher. Der KLV-15SR1 reiht sich dabei in die Klasse der 15-Zoll-LCD TVs ein,

während der KLV-17HR1 den Markt der 17-Zöller erschließen soll. Dieses Modell hat Sony mit einem hochauflösenden WXGA-Bildschirm ausgestattet, der über eine Auflösung von 1280 x 768 Pixeln verfügt. Neben 16:9 kann das Gerät auch die Bildformate 4:3 und 14:9 wiedergeben. Für zusätzliche Bildqualität sorgt die automatische Rauschunterdrückung. Die im Sockel eingebauten Stereolautsprecher unterstützen eine Sinusleistung von 2 x 3 Watt. Ist die Funktion Virtual Dolby aktiviert, entsteht der Eindruck als seien noch zusätzliche Surround-Lautsprecher vorhanden. Die BBE-Technologie optimiert dabei die Klangqualität und sorgt für eine kraftvolle und natürliche Klangwiedergabe. Es stehen bis zu 99 Programmspeicherplätze und acht Videotextseiten zur Verfügung. Die Abschaltautomatik ist insbesondere sinnvoll, wenn der Fernseher im Schlafzimmer genutzt wird. Die beiden neuen LCD-Fernseher bieten neben einem S-Video-Anschluß einen Scart-Anschluß für RGB- bzw. AV-Signale eines TVs oder DVD-Players. Auf der Rückseite stehen noch ein Cinch-AV-Eingang und ein Anschluß für einen 3,5 mm-Kopfhörerstecker zur Verfügung.

Der LCD-TV KLV-15SR1 ist ab November dieses Jahres lieferbar (UVP: ca. 2.200,- Euro). Das Modell KLV-17HR1 kommt im Dezember auf den Markt. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 2.700,- Euro.

Projektoren für das Heimspiel

Die neuen Sony-Projektoren VPL-HS2, VPL-HS10 und VPL-VW12 bieten dem Anwender Film- und Bildvergnügen für die eigenen vier Wände. Mit dem Einstiegsmodell VPL-HS2 demonstriert Sony, welcher Qualitätsstandard in diesem Segment möglich ist. Eine WVGA-Auflösung von 858 x 484 Pixeln, eine Lichtleistung von 100 ANSI-Lumen und ein Kontrastverhältnis von 600:1 sorgen für kontrastreiche Bilder auf der Leinwand. Dabei läßt der Projektor eine Bildhöhe von 3,8 Metern zu. Mit der



Sonys neue Plasma-Modelle zeichnen sich durch ihr außergewöhnliches Design und eine exzellente Bildqualität aus.

Zoom-Optik kann man am Gerät Bilddiagonalen von 40 bis 300 Zoll einstellen. Dank der Side Shot 2-Technologie können die Zuschauer zentral vor der Leinwand Platz nehmen, während der Projektor von schräg außen das Geschehen liefert. Darüber hinaus ist das Gerät unkompliziert zu bedienen. Der VPL-HS2 Projektor ist seit Oktober lieferbar (UVP: 2.500,- Euro).

Mit dem VPL-HS10 liefert Sony einen Projektor, der mit einem empfohlenen Verkaufspreis von 4.000,- Euro genau zwischen den bisherigen Einstiegs- und High-End-Modellen von Sony liegt. Der Projektor verfügt über eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln, eine Helligkeit von 1.200 ANSI Lumen und ein Kontrastverhältnis von 700:1. Dank eingebauter 16:9-LCD-Bildwandler zeigt das Gerät Filme im 16:9 Format. Für eine

hohe Bildbrillanz sorgt unter anderem eine auf 180 Watt ausgelegte UHP-Lampe. Um bei einer Bilddiagonale von 7,6 Metern nicht alle Möbel verrücken zu müssen, kann der VPL-HS10 auch an der Zimmerdecke montiert werden. Auch dieser Projektor verfügt über die Side Shot 2 Technologie. Die Verbindung zu anderen Geräten schafft der VPL-HS10 mit Anschlüssen für Video- bzw. S-Video und für die Zuspaltung von Komponentensignalen. Mit dem optionalen Kabel SIC-HS30 kann auch ein PC angeschlossen werden.

Der VPL-HS10 ist ab Oktober lieferbar.

Zu den Top-Modellen in der neuen Sony-Projektoren-Range zählt der VPL-VW12HT. Eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln und ein Kontrastverhältnis von 1.000 ANSI-Lumen sorgen für brillante Bilder. Dank des Cinema Black Modus und der Progressiv und HDTV-Fähigkeit wird der Projektor auch professionellen Anwendungen gerecht. Ist der Projektor unter der Decke montiert, sorgt der digitale Trapezausgleich dafür, daß das Bild ohne Verzerrungen auf die Leinwand geworfen wird. Mit einem speziellen Wärmeaustauschsystem steuert der VPL-VW12 einer zu starken Überhitzung entgegen. Da dieses Modell auch im Geschäftsbereich eingesetzt werden kann, verfügt er neben Anschlüssen für Video, S-Video und Komponentensignale auch über einen SYNC/HD-Eingang, einen VD- sowie einen Control S-Eingang.

Die Sony Projektoren lassen sich mit einer Reihe von anderen Geräten kombinieren, etwa mit Heimkinosystemen wie DAV-S880 oder DAV-S550.

Der High End Projektor VPL-VW12HT ist seit Oktober dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 8.500,- Euro.

miz



Mit zwei neuen Modellen präsentiert Sony seine ersten LCD-TVs. Dank ihrer geringen Abmessungen und einer Gehäusetiefe von 7 cm finden die Fernsehgeräte überall Platz.



VPL-VW12HT



VPL-HS10



VPL-HS2



„Testurteil: SPITZENKLASSE.“

„Fazit: Mit dem 3-2-1 Home Entertainment System bietet Bose das Ei des Kolumbus: Wer bisher auf die Anschaffung eines Heimkinos verzichten musste, kann nun endlich ohne großen Aufwand ein komplettes System in seinen Wohnraum integrieren – ohne viel Platz zu verschwenden oder das Ambiente des Raumes zu zerstören. Damit stehen jedem die immensen Qualitäten der DVD offen und dem Spaß an guten Filmen sind keine Grenzen mehr gesetzt – 3-2-1... Ready for take off!“

Testurteil: SPITZENKLASSE

HiFi Test 5/2002

über das Bose® 3-2-1 Home Entertainment System

BOSE®
Better sound through research®

Bitte den Coupon ausfüllen und an Bose® schicken. Oder rufen Sie einfach an!

Bose GmbH
Max-Planck-Str. 36
61381 Friedrichsdorf
Tel.: 06172-71040
Fax: 06172-710419
Internet: www.bose.de



Ja!

Ich will haben, was meine Kunden wollen!
Der Bose-Außendienstmitarbeiter soll mich anrufen
und einen Besuchstermin mit mir vereinbaren.

POS11/2002

Firma

Ansprechpartner

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Durchwahl



Samsung Herbstkampagne mit dem Schwerpunkt Plasma- und LCD-TV

Seit Oktober: Samsung TV auf allen Kanälen

Die Tage werden kürzer und die Fernsehende länger. Samsung hat sie, die neuen Plasma-TVs im 16:9 Format: den PS-42P2S mit 107 cm Bilddiagonale und einer Auflösung von 852 x 480 Bildpunkten, den PS 50P2H mit 127 cm Bilddiagonale und einer Auflösung von 1366 x 768 Bildpunkten sowie den neuen, 102 cm großen 40 Zoll LCD-TV Samsung LW-40A13W im 16:9 Format (Auflösung 1280 x 768, Helligkeit 500 cd/m², Kontrast 600:1, zwei Tuner-teile mit Bild-in-Bild-Funktion, Dolby Digital Decoder, Mega Text mit 2000-Seiten-Speicher, 20 Watt Musikspitzenleistung, Virtual Dolby 3D-Raumklang und PC-Anschluß)

und den ebenfalls neuen 29 Zoll LCD-TV aus der gleichen Reihe sowie eine Vielzahl weiterer neuer und interessanter Produkte.



Fachhandelsunterstützung im Rahmen der Herbstkampagne mit geballter Präsenz der Marke Samsung in Fachhandelsmärkten, wie hier bei Saturn München.



**Seit Ende
Oktober läuft die
Ausstrahlung eines LCD-
TV Spots auf den Fernsehkanälen von ARD,
SAT 1, RTL 2, PRO 7, KABEL 1, VOX und MTV.**

Parallel dazu macht Samsung Druck: durch Werbung in Publikums- und Fachzeitschriften, durch Fachhandelsunterstützung und geballte Präsenz der Marke Samsung in Fachhandelsmärkten

in Form von innovativen Produkten, wie z. B. dem größten LCD-Fernseher mit 40" Zoll Bilddiagonale, die im besonderen Interesse der potentiellen Kundschaft stehen. *evo*



Mit dem WS-32Z78R erweitert Samsung Electronics seine „Plano“-Serie mit einem ungewöhnlichen Modell, das durch die ausgewogene Linienführung seines äußeren Designs die Grenzen zwischen einem perfekt gestalteten technischen Gebrauchsgegenstand und einem Kunstobjekt aufzuheben scheint. Trotzdem entsteht keine optische Dominanz, so daß sich das elegante Fernsehgerät harmonisch in unterschiedlichste Wohnumgebungen einfügen läßt. Perfektes und ausgewogenes Design ist heute bei langlebigen technischen Konsumgütern eine wichtige Voraussetzung für gute Verkaufschancen. Bei der Vielzahl der auf dem Markt verfügbaren Fernsehgeräte mit nahezu gleichwertiger und ausge-reifter Technik bestimmt zunehmend die formale Gestaltung die Entscheidung des Käufers für das eine oder an-

dere Produkt. Auf dieser Ebene tritt der Verkaufspreis des ausgewählten Produkts in eine untergeordnete Position zurück. Die persönliche Identifikation des potentiellen Käufers mit dem Aussehen des zu erwerbenden Gegenstands wird unbewußt in seine Bewertung der Preis-/Qualitäts-Relation einbezogen. Mit einfachen Worten: Wenn das Design stimmt, stimmt auch die Marge.

Die Technik hält, was die Form verspricht

Die Qualität der Eigenschaften und Funktionen des WS-32Z78R entspricht in jeder Weise seiner äußeren Erscheinung. Der beeindruckend große 16:9 Bildschirm mit einer Bilddiagonale von 82 cm basiert auf der Samsung Pure Flat Invar Farb-bildröhren-Technologie.



Samsung WS-32Z78R: TECHNISCH PERFEKTER KUNSTGEGENSTAND

Für klare, sauber konturierte und flimmerfreie Bilddarstellung sorgt die 100 Hz Digital Natural Scan Technik. Zwei voneinander unabhängige Empfangsteile (Tuner) unterstützen sinnvoll und komfortabel die integrierte Bild-in-Bild-Funktion (PIP). Die hochwertige Audio-Ausstattung ergänzt die außergewöhnliche Bildqualität des WS-32Z78R. Das integrierte Dolby Digital Surround System und fünf Mehrkanal-Verstärker-Linien mit insgesamt 200 Watt Musikleistung (5 x 30 Watt plus 50 Watt Sub-Woofer) garantieren beim Betrachten von Spielfilmen die Reproduktion eines eindrucksvoll realistischen Kinosounds. Die automatische Lautstärkeregelung kompensiert unangenehme Lautstärke-Unterschiede beim Wechsel von Programmquellen oder Senderstationen.

Drei Scart-Anschlußbuchsen, eine AV-Link Funktion und je ein optischer und koaxialer Digital-Ausgang sorgen für hohe Flexibilität beim Anschluß unterschiedlichster Peripheriegeräte und Signalquellen. Über die zusätzlich vorhandene PC-Schnittstelle kön-

nen ein Notebook oder ein Desktop-Computer mit dem Plano WS-32Z78R verbunden und auf seinem Bildschirm Präsentationen, Dia-Shows mit digitalen Fotos sowie andere, mit einer Bildausgabe verbundene Computer-Anwendungen vorgeführt werden.

Moderne Generation des Teletextes: „TeleWeb“

Die zahlreichen über Video- oder Teletext angebotenen Informationen werden von vielen Fernsehzuschauern als hilfreicher und kostenloser Service genutzt. Seit kurzem steht mit „TeleWeb“ die neueste Generation der Teletext-Technik zur Verfügung, mit der die weiterentwickelten Technologien moderner Fernsehgeräte und ihre höhere Auflösung besser genutzt



werden. TeleWeb zeichnet sich durch eine neuartige Oberfläche mit gut lesbaren Texten und hochauflösenden Bildern und Grafiken aus. Das komfortable Bedienkonzept von TeleWeb macht die Benutzung dieses Dienstes einfacher.

Die logische und leicht verständliche Navigation erfolgt nur mit Hilfe eines Cursor-Kreuzes und den Farbtasten auf der Fernbedienung. Ein gewünschter Menüpunkt wird einfach mit dem Cursor markiert und danach mit OK bestätigt. Die Eingabe von Zahlen und lange Wartezeiten gehören mit TeleWeb der Vergangenheit an. Durch die Möglichkeit, Lesezeichen zu setzen, kann der Benutzer zu einem späteren Zeitpunkt schnell und bequem auf von ihm favorisierten TeleWeb-Seiten zugreifen. Dem modernen Gesamtkonzept des Plano WS-32Z78R entsprechend ist das Gerät bereits mit TeleWeb und einem 2.100 TeleWeb-Seiten fassenden Seitenspeicher ausgestattet.

Der WS-32Z78R ist bereits komplett

Der Samsung Plano WS-32Z78 wird komplett mit vier Surround-Lautsprechern und einem zu seinem Design passenden Rack ausgeliefert. Der UVP beträgt 2.199,- Euro. *evo*

Neuheiten

Einsteigerlösung zur Bearbeitung von DV-Video material



Dazzle stellte Ende September zum Preis von Euro 59,90 die Einsteiger-Lösung DV Editor



SE für Videoschnitt vor. Getreu der Dazzle Devise „Easy to Use“ ist auch dieses Pro-

dukt konzipiert: Die Hardware – eine PCI-Karte mit zwei FireWire-/iLINK-Anschlüssen – wird in einen freien PCI-Steckplatz des PCs eingebaut und darüber mit dem mitgelieferten Kabel der DV-Camcorder angeschlossen. Zusätzlich zum DV-Camcorder sind noch weitere Peripherie-Geräte mit FireWire-Anbindung wie externe Festplatten, CD- oder DVD-Brenner problemlos anschließbar. Und schon kann der Anwender seine Videos auf den PC zur Weiterverarbeitung übertragen.

Im Lieferumfang enthalten ist außer der DV Editor SE Hardware ein 6 Pin auf 4 Pin 1394 (FireWire) Kabel und ein umfangreiches Software-Paket aus eigener Entwicklung: MovieStar 5 zur Videobearbeitung, DVD Complete zur Erstellung und Bearbeitung von DVDs sowie OnDVD für Vorführungen von Digitalfotos am Fernseher über DVD-Player. Ein weiteres Feature ist der freie Zugang zum Dazzle Webcast Theater. Hier kann der Besitzer der DV

Editor SE seine Lieblingsvideos zum Download einpflegen, damit Freunde, Bekannte usw. sie per Internet anschauen können. DV Video Editor SE wird zum empfohlenen Endkundenpreis von 59,90 Euro angeboten; die Garantie beträgt zwei Jahre.

Nokia mit neuem Digital-Receiver



Mit dem Nokia Mediamaster 211 S stellt Nokia seinen ersten digitalen Satellitenreceiver vor, der über ein Common-Interface-Modul sowie Premiere als auch andere



Abo-TV-Programme unterstützt. Zudem bietet das Gerät Zugang zu allen freien TV- und Radioprogrammen.

Es genügt, den Nokia Mediamaster 211 S mit der Satellitenantenne und dem TV-Gerät zu verbinden und die Menüsprache, Zeit und Antennenkonfiguration einzugeben – den Rest erledigt das Gerät allein. Satellitenantennen mit Drehmotorsteuerung lassen sich per Knopfdruck auf unterschiedliche Satellitenpositionen ausrichten.

Das bedienerfreundliche Nokia Navi (TM) Bars Bildschirmmenü und der Elektronische Programmführer (EPG) ermöglichen es, sehr schnell in dem Angebot der verschiedenen digitalen Programme und Dienste zu navigieren. Zudem können bis zu acht Favoriten-Listen mit einer Auswahl der persönlichen Lieblingskanäle angelegt werden.

Der Nokia Mediamaster 211 S bietet außerdem einige der beliebtesten Spiele von Nokia, wie beispielsweise „Snake“, „TicTacToe“ und das neue „Card Deck“. Auch Dolby Digital zählt zum Leistungsumfang des Satellitenreceivers.

Der Nokia Mediamaster 211 S ist seit dem dritten Quartal dieses Jahres für den Fachhandel lieferbar.

Laserfax SF-515 von Samsung



Mit dem Laserfax SF-515 bringt Samsung Profi-Standard in die Einsteiger-Klasse. Das Faxgerät eignet sich insbesondere für Heimanwender und Kleinbüros.

Ausgestattet mit einem 14,4 kbps Modem sendet und empfängt das SF-515 acht Seiten pro Minute. Die Bedienung ist dank des großen LC-Displays besonders unkompliziert. Sie ermöglicht neben Funktionen wie Faxpolling und Protokoll auch das Speichern von 80 Kurzwahl- und zehn Direktwahlnummern. Der Speicher ist mit 40 Seiten Fassungsvermögen bemessen. Bei Stromausfall behält der Schutzspeicher alle gespeicherten Dokumente bis zu einer halben Stunde im Gedächtnis.

Das Faxgerät SF-515 ist ab sofort für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 349,- Euro.

Grafik-Tablets von Wacom



Wacom vertreibt drei Produktlinien unter eigenem Namen: Das Grafiktabletsystem Intuos2 richtet sich an professionelle User im Grafik-, Audio-, Video- und Filmbereich; im Consumer-Bereich bietet Wacom mit dem preisgünstigen Graphire2 Maus- & Pen-Set

bereits die zweite Produktgeneration an; Cintiq besteht aus einem LCD-Farbbildschirm mit Stift und integriertem Grafiktablett. Auf der photokina in Köln präsentierte das Unternehmen sowohl Produkte für professionelle Anwender als auch für Amateur- und Hobbyfotografen. Für professionelle Fotografen zeigt Wacom die neuen Gestaltungsmöglichkeiten, die sich

mit dem Bildbearbeitungsprogramm Photoshop 7.0 von Adobe sowie mit den fotografischen Filtern penPalette von nik multimedia ergeben. Alle professionellen Anwender, die mit dem Grafiktabletsystem Intuos2 oder mit Produkten der Cintiq-Serie (Interactive Pen Displays) arbeiten, können so auf eine Vielzahl neuer Werkzeuge und Filter zugreifen. Adobe Photoshop 7.0 beinhaltet eine neue Mal-Engine mit einer erweiterten Unterstützung für Wacom-Grafiktablets. Die Photoshop-Werkzeuge lassen sich dynamischer und intuitiver in der Bildbearbeitung einsetzen, um Zeichnungen noch realistischer zu gestalten. Pinselform und -größe, Intensität, Streuung, Farbe, Transparenz und sogar die Texturtiefe können jetzt auf natürliche Weise mit den druck- und neigungssensitiven Stiften von Wacom und dem rotierenden Fingerrad der Intuos2 Airbrush kontrolliert werden. Ein eingebauter drucksensitiver Wacom-Radierer am Stiftenende macht es möglich, Eingaben vollständig oder zum Teil wieder rückgängig zu machen. Mit dem neuen Reparaturpinsel gibt es insgesamt 19 Werkzeuge in Photoshop 7.0, die die druck- und/oder neigungssensitiven Eigenschaften der Wacom-Stifte unterstützen.

Weitere neue Gestaltungsmöglichkeiten bieten sich für Wacom-Grafiktablettbesitzer durch eine strategische Partnerschaft zwischen Wacom Europe und nik multimedia Europe. So können alle Adobe Photoshop Anwender (ab Version 5.5 - 7.0 oder Photoshop Elements) mit ihrem Intuos2 Grafiktabletsystem oder ihrem Cintiq Interactive Pen Display penPalette von nik multimedia und seine fotografischen Filter verwenden. Mit den kabel- und batterie losen Intuos2 und Cintiq Stiften sowie der Intuos2 Airbrush lassen sich mit penPalette die fotografischen Korrektur- und Effektfiler drucksensitiv auf ausgewählte Bildbereiche anwenden. Durch die bis zu 1.024 Druckstufen der Eingabegeräte können Anwender gezielt Filter auftragen und deren Intensität präzise kontrollieren. Für Hobby- und Amateurfotografen hat das Unternehmen mit der Home Photo Studio Collection ein Komplett paket zusammengestellt, um digitale Fotos und eingescannte Bilder schnell und kreativ zu bearbeiten. Basis des neuen Bundles bildet das Graphire2 Maus- & Pen-Set von Wacom. Der drucksensitive Stift ermöglicht ein punktgenaues und präzises Arbeiten auf dem Tablett. Alternativ kann die kugellose 3-Tasten Maus (beide Eingabegeräte sind kabel- und batterie los) zum genauen Navigieren benutzt werden. Mit dem Graphire2-Set werden drei speziell auf die digitale Bildbearbeitung ausgerichtete Softwarepakete geliefert. Diese bestehen aus der mehrfach ausgezeichneten Digital-Imaging-Software Photoshop Elements von Adobe zum Nachbearbeiten von Fotos, dem fotografischen Filterset penPalette LE von nik multimedia zum Auftragen kreativer Filter sowie dem intuitiv und einfach zu bedienenden Malprogramm Painter Classic von Corel zum Verwenden von Pinseln, Stiften und Farben,



Direkt auf der Oberfläche des Cintiq 18SX können die Anwender ihre Motive bearbeiten.



sehen hören erleben

Ein starkes Team – Metz und seine

Handelspartner. Metz ist nicht nur seit

vielen Jahren Fachhandelspartner Nr.

1, sondern nun auch ausgezeichnet als

Topmarke 2002*. Und das hat gute

Gründe. Denn Metz Kundenvorteile bei

Service und Qualität sind auch Ihr Nutzen: z.

B. Zukunftssicherheit durch einfachste

Nachrüstbarkeit. Bedienfreundlich durch

intuitive Menüführung und individuell durch

viele Ausstattungs- und Designvarianten.

Mehr Informationen von Metz-Werke,

Abt. CEPOS, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.

www.metz.de

* Ausgezeichnet laut Umfrage markt intern 07/02 und Umfragen BVT/mi 01



Bose präsentiert seine neuen Acoustimass Home Cinema Speaker Systems

Getreu der Aussage von Prof. Dr. Amar G. Bose: „Es ist unser Anspruch, immer besser zu werden“, ist es Bose in den vergangenen Jahren gelungen, die gültigen Standards für Home Cinema Lautsprecher zu setzen. Mit seinen neuen Sound Speaker Systemen bringt das Unternehmen Konzertsaalklang in das heimische Ambiente.

Das neue 3.2.1 Home Entertainment System mit zwei kleinen Lautsprechern soll, laut Aussagen von Bose, Home Cinema Richtung Massenmarkt bewegen. Die neuen Lifestyle 28 und 35 Digital Home Entertainment Systems sollen auch bei besonders anspruchsvollen Endanwendern für (kauf-)starke Home Cinema-Ambitionen sorgen. Zudem möchte Bose mit der

werden. Es verfügt über einen 13,3 cm Tieftöner, der auch bei extrem tiefen Frequenzen für eine kraftvolle verzerrungsfreie Wiedergabe sorgt. Das patentierte Integrated Signal Processing garantiert auch bei Zimmerlautstärke ein kraftvolles Bassfundament. Das neue Acoustimass 6 Home Cinema Speaker System ist in Schwarz oder Weiß erhältlich.

Zusätzlich ist dieses System mit einem 6.1 Upgrade Kit auf 6.1-Surround Sound aufrüstbar. Laut Aussage des Herstellers zählt das Acoustimass 15 Home Cinema Speaker System schon jetzt nach Wert zu den bestverkauften Lautsprechern in den USA. In Deutschland ist das Acoustimass 15 Home Cinema Speaker System ebenso wie die Systeme 10 und 6 ab Ende Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Acoustimass 15 Home Cinema Speaker System beträgt 1.898,- Euro. Das Upgrade Kit hat einen UVP von 198,- Euro. Der empfohlene Verkaufspreis für das Acoustimass System 10 beträgt 1.448,- Euro.

In den neuen aktiven Bassmodulen für Acoustimass 15 und nun auch aktiv für Acoustimass 10 und 6 hat Bose alle Erfahrung und alles Know-how aus vielen Patenten zusammengefaßt. Die Bose Ingenieure fanden die Lösung in einem neuen Systemdesign, das die Vorteile der Acoustimass- und Wave Guide

Technologie nutzt. Gehäuse, Port und Woofer sind in einem Systemdesign zusammengeführt und aufeinander abgestimmt. Daraus resultiert, daß selbst tiefste Bässe, wie zum Beispiel Movie-Soundeffekte bei jeder Lautstärke kraftvoll wiedergegeben werden. Es scheint, als kämen selbst die tiefsten Töne aus den winzigen Cubes.

Training. Es soll die Partner optimal auf den Verkaufsprozeß der neuen Produkte vorbereiten. In dem Training „Produktneuheiten 2002/03“ erarbeiten Bose-Fachhandelspartner in Gruppentrainings das Know-how für gezielte Beratung und den Verkauf der 3.2.1 und Lifestyle 28/35 Systeme. In einem ein- oder mehrtägigen Seminar sollen die



Boses High-End-Home Cinema Speaker System Acoustimass 15 ist mit einem Bass Modul ausgestattet, das über drei 13,3 cm Woofer verfügt. Zusätzlich ist dieses System mit einem 6.1 Upgrade Kit auf 6.1-Surround Sound aufrüstbar.

aktuellen Lautsprecher-Range neue Maßstäbe setzen. Sowohl beim Einstegersystem Acoustimass 6 wie auch beim Nachfolger des populären Acoustimass 10 oder dem des High-End-Systems Acoustimass 15 sorgen fünf winzige Cube Speaker optisch sehr diskret für den raumfüllenden Mehrkanal-Sound. Dabei ist das Acoustimass 6 System mit fünf Single-Cubes ausgestattet. Dieses System bietet den preisgünstigen Einstieg in den Home Cinema Sound. Das aktive Bassmodul kann einfach im Wohnraum versteckt

Der unverbindliche Verkaufspreis beträgt 998,- Euro. Zu den neuen 10- und 15 Systemen zählen die „Doppelpacks“ der Direct/Reflecting Cube Speaker. Diese lassen sich so ausrichten, daß der von den Wänden reflektierte Schall den Wohnraum akustisch weitet und an jedem Hörplatz ein Kino- oder Konzertsaal-erlebnis gewährleistet. Das Modell Acoustimass 10 ist mit einem Bass-Modul ausgestattet, das über zwei 13,3 cm Woofer verfügt, bei dem „Top-of-the-Line“ Acoustimass 15 System sind es sogar drei Woofer.



Am Training „Produktneuheiten 2002/2003“ interessierte Bose Fachhandelspartner erhalten detaillierte Informationen über ihren Außendienst.

Bose Campus – fit für den Verkauf

Bose bietet seinen Fachhandelspartnern ein maßgeschneidertes



Nach Angaben von Bose zählt das Acoustimass 15 Home Cinema Speaker System schon jetzt nach Wert zu den bestverkauften Lautsprechern auf dem US-amerikanischen Markt. In Deutschland ist das System ab Ende Oktober lieferbar.

Bose-Fachhändler die neuesten Technologien und Vorteile der Produkte erleben. Neben dem theoretischen Teil werden in dem praktischen Teil des Seminars auch das Aufbauen und Anschließen sowie das Einstellen und Bedienen der Produkte gelernt. Zudem werden den Teilnehmern professionelle Methoden der Produktvorführung gezeigt. In anschließenden Gesprächsrunden bietet sich die Möglichkeit, Ideen auszutauschen und Eindrücke zu vermitteln. Interessierte Bose-Fachhandelspartner erhalten weitere Informationen über ihren Außendienst. Zudem ist in einer Broschüre des Bose-Campus eine Agenda des Seminars sowie ein Anmeldeformular enthalten. miz

PHILIPS

Let's make things better.



mhp[®]

DOLBY
DIGITAL

In Zukunft kommen Ihre Kunden mit dem Fernseher überall hin. Präsentieren Sie Ihren Kunden die Zukunft des digitalen Fernsehens. Der Philips Inter@ctive Home Receiver bringt schon heute brillante digitale Bild- und Soundqualität in jedes Wohnzimmer. Außerdem können Ihre Kunden mit der Multimedia Home Platform MHP noch viel mehr: Zusätzliche Informationen zu Sportereignissen erhalten, bei Quiz-Shows mitspielen oder sich mit Freunden per Mail oder SMS austauschen. Und schon bald kommen Ihre Kunden nicht nur zur Bank, sondern überall hin. Eröffnen Sie ihnen eine Welt voll ungeahnter Möglichkeiten. Ganz bequem zu erreichen – mit dem Fernseher von zu Hause aus.

Philips Inter@ctive Home Receiver. Welcome to the World of Digital TV.

Weitere Informationen unter www.philips.de/mhp oder 0 18 05-35 67 67*.



* 0,06 € pro angef. 30 Sek.



Mit nur 37 cm hat der RE-44SZ20 Rückprojektions-TV eine geringe Tiefe gegenüber 50 cm Tiefe bei gebräuchlichen CRT-TV's.

LG Electronics präsentiert: Erstes DLP- Rückprojektions-TV

Mitte Oktober stellte die deutsche Niederlassung von LG Electronics der Fachpresse ihren ersten, mit einem DLP Projektionssystem ausgerüsteten Rückprojektionsfernseher vor, den RE-44SZ20, ein 44 Zoll Gerät mit 112 cm Bilddiagonale. „DLP“, die Abkürzung für Digital Light Processing, ist eine von Texas Instruments entwickelte Projektions-Technologie.



DLP Micro Mirror Devices werden auf ähnliche Weise hergestellt wie CPU-Chips.

Auf einem DLP-Chip befinden sich Millionen mikroskopisch kleiner Spiegel, einer für jeden Pixel, die digital gesteuert um eine Achse schwingen und reflektiertes Licht durch ein bewegtes Farbrad auf eine Projektionsfläche projizieren. DLP-Systeme eignen sich besonders für die Bilderzeugung in Heimkino-Systemen, weil sie durch die völlige Unterbrechung des Projektionsstrahls bei schwarzen Bildpunkten eine hohe Schwarzsättigung erzielen, was für eine naturgetreue Bildwiedergabe dunkler Filmszenen vorteilhaft ist.

Kontrastreich, hell und scharf

Das Herzstück des LG Electronics Rückprojektionssystems besteht aus einem 0,65 Zoll großen Micro Mirror Devices DLP-Chip von Texas Instruments. Mit diesem erreicht die Bilddarstellung des RE-44SZ20 die für Rückprojektionssysteme außergewöhnlich hohe Helligkeit von 500 cd/m² und das hervorragende Kontrastverhältnis von 800:1. Der Bildschirm hat ein Seitenverhältnis von 16:9, stellt aber problemlos auch Bilder im Format 4:3 oder Zoom-Modus dar. Die systembedingte Bildschärfe wird durch den Einsatz digitaler Kammfilter (DCF), digitale Farb-

kantenverbesserung (DCTI) und durch digitale Rauschunterdrückung weiter verbessert und ermöglicht brillante Bilder, wie sie auf herkömmlichen Rückprojektionssystemen schwierig zu erreichen sind. Durch Progressive Scan Funktion wird der Zeilensprung unterdrückt, so daß bei jedem Bilddurchlauf der gesamte Bildinhalt geschrieben wird, was absolute Flimmerfreiheit garantiert. Angenehm wird die relativ geringe Bautiefe des Geräts empfunden, die trotz der Bildschirm- Diagonale von 112 cm nur 37 cm beträgt, weniger als bei den größten Röhrenfernsehgeräten.

Vollautomatischer Programmtuner

Der im RE-44SZ20 eingesetzte TV-Tuner für den Empfang von PAL Farbfernsehsignalen verfügt über 200 Programmspeicherplätze. Die Stationen können bei Bedarf mit ACMS (Automatic Channel Memory System) automatisch gesucht, abgespeichert und bearbeitet werden. Das Empfangsteil ist mit TOP-Videotext ausgestattet. Der Audio-Teil steuert zwei integrierte Stereo-Lautsprecher an und kann auf Wunsch über Dolby Virtual realistischen räumlichen Cinema-Sound erzeugen und zur räumlichen Abstrahlung bringen. Drei Scart-Buchsen, ein Audio/Video-Eingang, ein S-Video-Eingang und drei Scart-Buchsen ermöglichen den Anschluß aller gebräuchlichen Programmquellen und Aufzeichnungsgeräte. Die Abmessungen des DLP-Rückprojektions-TV LG 44 RE-44SZ20 betragen 1068 x 798,5 x 330 cm. Das Gewicht liegt bei relativ geringen 33 kg.

Zu einem UVP von 3.999,- Euro soll dieser erste DLP-Rückprojektionsfernseher von LG Electronics gegen Ende des laufenden Jahres in den Handel kommen.

DLP-Systeme haben große Zukunft

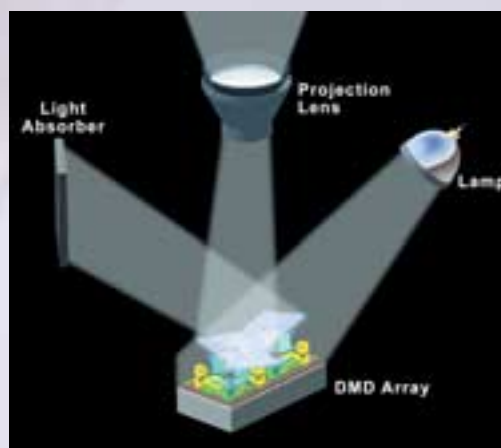
DLP-Systeme bieten im Vergleich zu gebräuchlichen LCD-Projektions-Panels mehrere konstruktionsbedingte Vorteile, die sich vor allem bei der zukünftigen Entwicklung zu Systemen mit höherer Auflösung zugunsten der DLP-Technologie auswirken können. Das Herz eines DLP-Systems ist ein optoelektronischer Chip in der Größe einer Briefmarke, auf dem beim neuesten Stand der Entwicklung 1.3 Millionen (1.310.000) mikroskopisch kleiner, beweglich aufgehängener, metallischer Spiegel angeordnet sind. Die Spiegel, je einer für jeden Pixel, schwingen digital gesteuert um eine Achse. Sie arbeiten als elektronisch steuerbare Schalter und projizieren mit den von ihnen reflektierten Lichtstrahlen durch ein bewegtes Farbrad hindurch scharfe helle Bildpunkte auf eine Bildfläche.



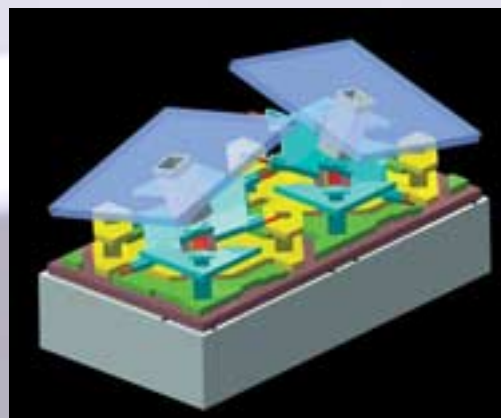
DLP-Chip mit 1,3 Millionen (1.310.000) mikroskopisch kleiner Spiegel im Größenvergleich.

der entsprechende Microspiegel so weit, daß kein Licht mehr in die Projektionslinse gelangt. Daraus resultiert das hohe Kontrastverhältnis des DLP-Systems, während ein schwarzer Bildpunkt bei LCD-Projektoren immer noch eine Resthelligkeit aufweist, also Dunkelgrau erscheint. Ein LCD-System erwärmt sich mehr, weil das am Austritt gehinderte, nicht emittierte Licht das Innere der LCD erwärmt. Wegen ihrer geringeren Betriebstemperatur benötigen DLP-Systeme weniger Kühlung, haben also leisere Ventilatoren und sind leichter als LCD-Projektoren. Dies ist besonders vorteilhaft für die Konstruktion kleiner, portabler Systeme und ihren Einsatz als DVD-Heimkino. DLP wird seit einiger Zeit auch bei großen professionellen digitalen Kinoprojektoren (Sony) eingesetzt. Mit der Weiterentwicklung und Vermarktung der 1987 von Texas Instruments entwickelten Digital Light Processing Technology befaßt sich ab 1993 die Digital Imaging Division von Texas Instruments. 1994 wurde DLP erstmalig mit einem damit ausgerüsteten Projektor-System der Öffentlichkeit demonstriert. Im Frühjahr 1996 wurde die Serienproduktion von Chips mit Micro Mirror Devices aufgenommen. Im Dezember 2001 gab Texas Instruments die Produktion des einmillionsten DLP-Chips bekannt.

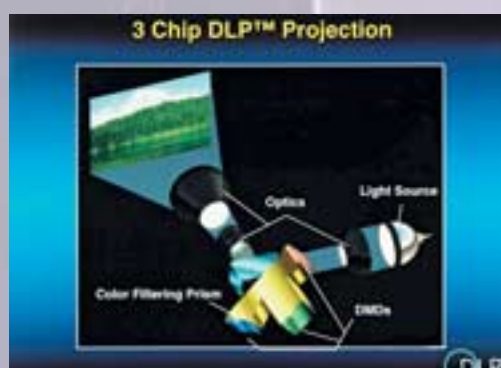
evo



Ablenkung des Lichts durch DLP Micromirror.

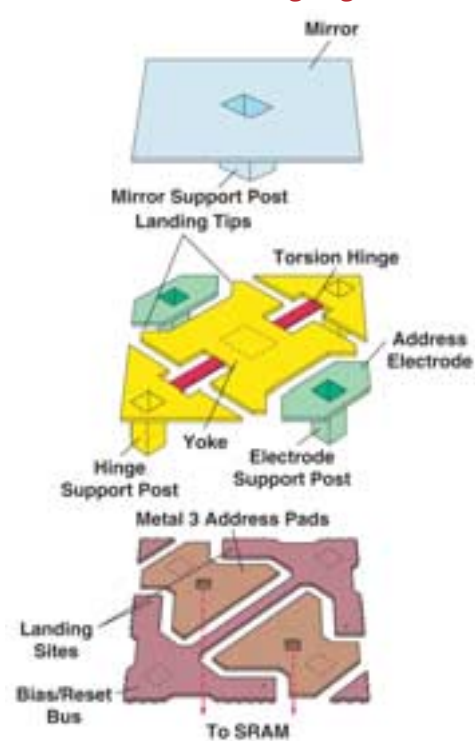


Aufhängungsprinzip des Micromirrors.



DLP System mit drei Chips für jede Farbe.

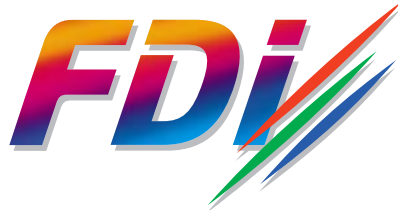
Aufbau des Swing Mirror



Die digital angesteuerten Microspiegel kippen je nach Helligkeitswert des Bildpunkts weniger oder stärker in den Strahl der Lichtquelle und reflektieren nur die für die gewünschte Intensität des Lichtpunkts benötigte Lichtmenge. Farblich wird der projizierte Lichtpunkt beim Durchlaufen eines bewegten Farbrades. Wird ein schwarzes Pixel benötigt, kippt

FUJIFILM IMAGING –

FUJIFILM
DIGITALER
BILDERSERVICE



SIMPLY THE BEST

Digital Minilab Frontier 340

Neu



FUJIFILM ist weltweit die Nr. 1 bei digitalen Minilabs. Mit dem neuen Lasersystem Frontier 340 liegen Sie deshalb ganz weit vorn im Bildergeschäft. Denn es bietet Ihnen innovative Digitaltechnik für brillante Bildqualität. Durch vereinfachte Bedienung und hohe Kapazität (mit bis zu 900 Prints pro Stunde) kommen Sie jetzt noch schneller ans Ziel.

Für detaillierte Infos:

FUJI PHOTO FILM (EUROPE) GMBH

Bereich: FDi

Heesenstr. 31

40549 Düsseldorf

Tel.: 02 11/50 89-126

Fax: 02 11/50 89-140

INSPIRED BY YOUR DREAMS



FUJIFILM

www.fujifilm.de

Momentaufnahmen

KölnMesse beurteilt den Verlauf positiv



Auf einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion sprachen zur Eröffnung der photokina führende Repräsentanten der Foto- und Imagingbranche über die Zukunft des weltweiten Marktes. Von links Dr. Ludo Verhoeven, Vorstandsvorsitzender der Agfa-Gevaert Gruppe; Norio Niwa, Senior Managing Director und CEO Seiko Epson Corporation; Geil Whipple, Vice President Global Digital Media, IBM Corporation; Ted Fox, Chief Operating Officer Photo Marketing Association International; Daniel A. Carp, Vorstandsvorsitzender der Eastman Kodak Company; Minoru Ohnishi, Vorstandsvorsitzender der Fuji Photo Film Inc.; Alexis J. Gerard, Präsident Future Imaging; Paul Maidment, Chefredakteur des Forbes Magazins, der die Diskussion moderierte; Bernd Aufderheide, Geschäftsführer der KölnMesse und Hauptgeschäftsführer Jochen Witt.

Mit 1.546 Anbietern aus 46 Ländern hat die photokina 2002 am 30. September nach sechs Messetagen ihre Pforten geschlossen. Der allgemeinen schwierigen Wirtschaftslage zum Trotz habe die Foto- und Imagingbranche allen Grund, mit großem Optimismus in die Zukunft zu schauen, heißt es in einer Pressemitteilung der KölnMesse. Die photokina stellte die Konvergenz der Technologien in den Mittelpunkt. So standen neben neuen digitalen Kameras und Camcordern mit vereinfachter Handhabung und weiterer verbesserter Bild- und Farbbrillanz, Printern und neuer Bearbeitungssoftware vor allem auch die neuen Dienstleistungen für den Handel im Vordergrund der Nachfrage, die kostengünstig und in hoher Qualität Prints von digitalen Fotos liefern. „Denn“, so der Sprecher eines Global Players, „die Verbraucher wünschen perfekte Bilder, die sie sowohl virtuell nutzen als auch real in den Händen halten



Unter dem Begriff „Network Imaging“ stellte Sony auf der photokina die Welt des vernetzten digitalisierten Alltags vor. Leopold Bonengl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Sony Deutschland GmbH, demonstrierte im Rahmen einer Pressekonferenz die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten des erfolgreichen Speichermediums Memory Stick. Per Plug & Play überträgt dieser nun auch digitale Fotos auf den flachen FD-Trinitron Bildschirm des neuen Fernsehers KV-36FQ80.

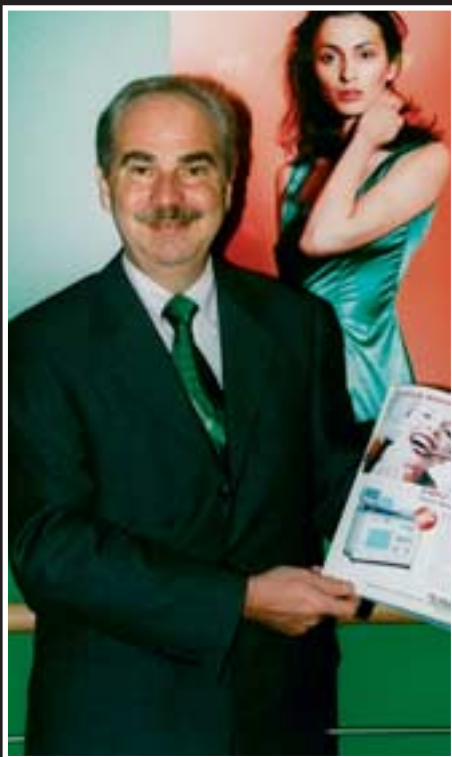


Bild rechts: Martin Hubert, Leiter des Bereichs Consumer Products bei Olympus, führte auf der photokina den neuen Standard für Wechselobjektive digitaler Spiegelreflexkameras, das Four Thirds System, ein. Hubert ist davon überzeugt, dass der auch von Kodak unterstützte Standard viele Vorteile wie etwa eine leichtere Bauweise der Objektive und eine größere Ausnutzung des CCD-Elements mit sich bringt.

Bild links: Wolfgang Winterscheidt, Werbeleiter der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, präsentierte zur photokina die neue Werbekampagne, in der das Unternehmen mit einem emotional geprägten Auftritt noch mehr Verbraucher für die digitale Fotografie und Bilddienstleistungen begeistern will.



Bild rechts: Lexmark stellte in diesem Jahr zum ersten Mal auf der photokina aus und präsentierte eine breite Palette an Drucklösungen für Profis und Amateure der digitalen Fotografie. Astrid Gebauer, Marketing Managerin Consumer Products, freute sich über das große Interesse der Messebesucher.



Ganz im Zeichen des Toyota Formel-1-Sponsoring präsentierte sich der Panasonic-Stand auf der photokina in Form einer Boxen-Gasse. Ralf Hansen, Leiter Marketing für den Bereich Unterhaltungselektronik, Panasonic Deutschland GmbH, zeigte sich mit dem Besucher-Aufkommen sehr zufrieden. Neu im Panasonic-Sortiment ist unter anderem auch dieses ultra-portable Toughbook.

Erfolgreiche photokina für Canon Deutschland. Mit dem Ergebnis der photokina mehr als zufrieden waren die Verantwortlichen des Geschäftsbereiches Consumer Imaging der Canon Deutschland GmbH. Harald Horn (2. v. l.), Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging, freute sich nicht nur über einen neuen photokina Umsatzrekord, sondern vor allem über die positive Grundtendenz der Messe. „Die Reaktionen von Fachbesuchern und Verbrauchern haben uns unisono bestätigt, daß diese photokina wichtige Impulse für das Geschäft im Fotohandel im 4. Quartal dieses Jahres geben wird. Mit Canon haben unsere Fachhandelspartner einen Lieferanten, der über erstklassige Produkte in allen wichtigen Segmenten verfügt, die ein Höchstmaß an Kompatibilität gewährleisten. Damit können im Weihnachtsgeschäft nicht nur Drucker oder Kameras als einzelne Geräte verkauft, sondern das gesamte Canon Imagingsystem als Verkaufsargument genutzt werden.“ Mit Harald Horn stellten sich (von links) Stephan Riediger, General Manager Sales; Pressereferentin Bettina Steeger und Jürgen Schmitz, General Manager Marketing, dem Fotografen.



der photokina 2002

Über 160.000 Besucher aus 136 Ländern

können.“ Doch auch die analoge Fotografie war gefragt, insbesondere hochauflösende Filme und Fotopapier. Zu den Highlights im Messeangebot zählten unter anderem kompakte Großbildprojektoren, Plasma-Displays mit über 60-Zoll Bilddiagonalen, Videoprojektoren sowie Home-Cinema-Anwendungen. Über 160.000 Besucher, davon rund ein Viertel aus dem Ausland (136 Länder), informierten sich eingehend und gezielt. Händler, Anwender und Verbraucher zeigten sich den Angaben zufolge beeindruckt von der Innovationsfülle, begeistert vom repräsentativen Auftritt der Anbieter und dem vielfältigen Rahmenprogramm. Besonders positiv fiel den photokina-Veranstaltern die verstärkte Präsenz von jüngeren Zielgruppen auf. Wie die KölnMesse in ihrer Pressemitteilung abschließend erklärte, stand für Aussteller und Besucher gleichermaßen fest, daß die photokina 2002 eine absolute Spitzenmesse war.



„Nicht nur zuschauen – selbst eine Digitalkamera in die Hand nehmen und testen“ war das Motto, unter dem Fujifilm in Halle 5 zahlreiche Exemplare des brandneuen Digitalkamera-Modells FinePix F401 für die Besucher zum Testen bereithielt. Wer wollte, konnte die auf der Messe geschossenen Aufnahmen als echte Fotos kostenlos mitnehmen und seine Motive auf eine Fujicolor Archiv CD brennen lassen. Dazu standen auf dem Außenplatz zwölf Fujicolor order-it Bestellterminals für echte Fotos von digitalen Bildern bereit.



Auch bei Toshiba gab es im Segment der Consumer Electronics zahlreiche Neuheiten zu sehen. Dabei zählte WirelessLAN zu den Themenschwerpunkten des Toshiba-Auftritts. Der Bereich Professional Visual Products präsentierte auf der photokina zum ersten Mal in Europa eine komplett neue Reihe von Daten- und Videoprojektoren, die über die WirelessLAN Technologie verfügen.



Volker Franzen, Marketingleiter des Projektorenherstellers Ed. Liesegang, gab sich auf der photokina zuversichtlich, daß für das traditionsreiche Unternehmen eine tragfähige Lösung gefunden wird. Ed. Liesegang hatte am 26. September 2002 Insolvenz angemeldet. Die Geschäfte sollen in einer Auffanggesellschaft fortgeführt werden.



Verschiedene Erlebniswelten auf dem harmonisch in roten und gelben Tönen gestalteten Kodak-Stand demonstrierten den Messebesuchern das breite Spektrum der Kodak Dienstleistungen und Produkte. Großformatige Portraits und dutzende professioneller Bildbeispiele führten den Interessenten vor Augen, was sich hinter dem Messe-Motto „Share Moments. Share Life“ verbarg.



Markus Oster, Geschäftsbereichsleiter Kommunikation und Medien der KölnMesse, war mit der großen Zahl von Messebesuchern ebenso zufrieden wie mit den Reaktionen der Aussteller, die sich fast ausnahmslos positiv über den Verlauf der diesjährigen photokina äußerten.



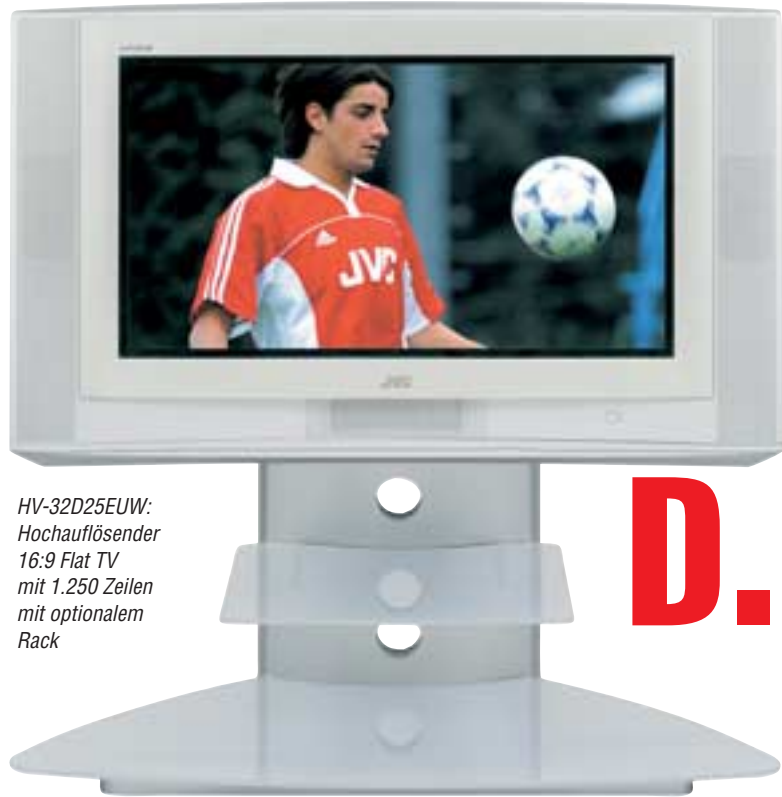
Bild rechts: Die KölnMesse wird ihre photokina-Kompetenz auch nach China exportieren. Gemeinsam mit der staatlichen China Culture and Office Equipment Professional Association (CCOEPA) wird die KölnMesse im kommenden Jahr die China P & I Imaging Expo China organisieren. Die Veranstaltung findet vom 30. Mai bis 1. Juni 2003 in Peking statt. Erste Einzelheiten gaben während der photokina in Köln KölnMesse Geschäftsführer Bernd Aufderheide, Zang Gong Yu, Präsident der CCOEPA, und Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes (v. l.), bekannt.



Sigbert Laakmann, Product Manager Digital Camera bei Casio, präsentierte auf der photokina die neue Fünf-Megapixel-Digital-kamera des Unternehmens.



Christian Lücke, Sony Senior Product Manager Digital Foto, zeigte sich sehr erfreut über den Erfolg, den Sony mit der Einführung der U-Digitalkamera-Serie verzeichnen konnte.



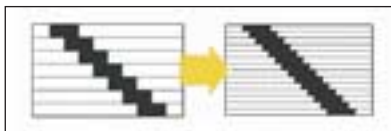
HV-32D25EUW:
Hochauflösender
16:9 Flat TV
mit 1.250 Zeilen
mit optionalem
Rack

Hochauflösender TV-Bildschirm mit D.I.S.T.-Technologie von JVC

JVCs neu vorgestelltes
CRT-TV-Gerät HV-32D25EUW
hat die Bildeigenschaften eines

hochauflösenden Bildschirms mit 1.250 Zeilen Horizontalauflösung und ist ein eindrucksvolles Beispiel für nachhaltig kontinuierliche Weiterentwicklung, die sogar aus einer Technologie im scheinbar bauartbedingten End-Entwicklungsstand immer wieder Fortschrittsfunken schlägt.

Der JVC HV-32D25EUW, ein 82 cm Flat-TV mit 16:9 Breitbildschirm, ist mit der von JVC entwickelten neuen und sensationellen D.I.S.T.-Technologie (1250i) ausgestattet, die von einer aus Fachjournalisten bestehenden Jury mit dem EISA Award als „Europas Video Innovation des Jahres 2002 – 2003“ ausgezeichnet wurde. Die als Bildschirm eingesetzte, absolut plane und hochauflösende Fine-Pitch-Bildröhre arbeitet mit Super Digi-Pure Technologie und Widevision Plus. Unterstützt werden Bildsignale in den Bildformaten Breitbild-Modi: Panoramic, 16:9 Zoom, 16:9 Zoom (Untertitel), 14:9 Zoom, Vollbild, Normalbild, die von einer automatischen Formatschaltung analysiert und identifiziert werden und mit optimierten Einstellungen des Bildteils weiter verarbeitet werden.



Reduzierung der Treppenburg durch Interpolation.

Ausstattungsmerkmale

Der mit 1.250 Zeilen Horizontalauflösung arbeitende 16:9 D.I.S.T. Flat TV verfügt über die Möglichkeit der Farbtemperatur-einstellung mit Bildscharfeinstellung. Integriert ist Videotext mit Megatext: Speicher für 720

Seiten und Level 2.5 2-Tuner PaP (Bild und Bild) / PiP (Bild in Bild), PaT (Bild und Text), Dual Screen / Multi-Bild (12/1+3). NTSC-Wiedergabe erfolgt mit 1500i. Peripherie-Geräte und unterschiedliche Programmquellen lassen sich über das gut ausgestattete Anschluß-Terminal mit digitalem Audio-Eingang (optisch und koaxial) anschließen.



HV-32D25EUW: Hochauflösender 16:9 Flat TV mit 1.250 Zeilen und D.I.S.T.-Technologie

Digitaler Surround Sound

Der HV-32D25EUW verfügt im Audio-Bereich über einen digitalen Surround Decoder für Dolby Digital mit 3D-PHONIC sowie einen Audio-Verstärker mit einer Gesamt-Musikleistung von 145 Watt: Front 2 x 25 Watt, Center 25 Watt, Subwoofer 40 W, Surround 2 x 15 W, unterstützt A2/NICAM Stereo und ist bereits mit Front- und Center-Lautsprechern plus Subwoofer und zusätzlichen Surround-Lautsprecher-Anschlüssen ausgestattet. Ein harmonisch dem eleganten Design des TV-Bildschirms angepaßtes Rack



Die D.I.S.T.-Technologie (Digital Image Scale Technology) kontrolliert ein von JVC entwickelter digitaler Signal-Prozessor, der die originären Empfangssignale verdoppelt, die Zeilen auf 1.250 erhöht und das Zeilen- und Bildflimmern eliminiert.

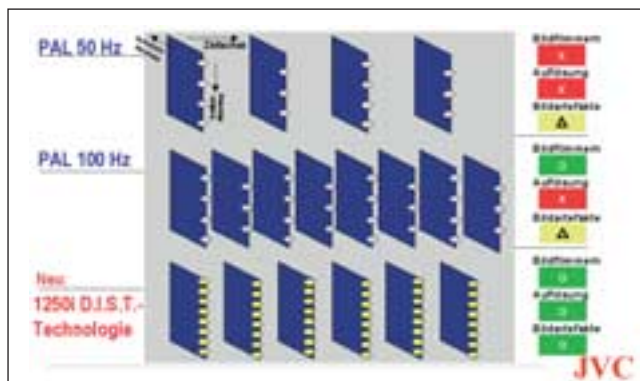


Die JVC D.I.S.T.-Technologie wurde mit dem EISA Award „Europäische Video Innovation 2002 – 2003“ ausgezeichnet.

ist optional verfügbar. Der unverbindliche Verkaufspreis beträgt 2.499,- Euro.

JVC D.I.S.T. Europas Video-Innovation 2002 – 2003

Mit der von JVC entwickelten revolutionären D.I.S.T.-Technologie (Digital Image Scaling Technology) wird bei CRT-TV-Geräten eine bisher nicht erreichbare Bildqualität realisiert. D.I.S.T. verdoppelt die horizontale Auflösung eines herkömmlichen PAL-Signales von 625 auf 1.250 Zeilen. Das Resultat ist ein extrem hochauflösendes und flimmerfreies Bild, dessen besondere Eigenschaften und Vorzüge besonders bei großen Bildschirmen sichtbar werden. Der HV-32D25EUW ist JVCs erster Flat TV mit der nun verfügbaren revolutionären Technologie. Seine Bildeigenschaften sind durch Brillanz,



Detailschärfe und faszinierend naturgetreue Farben gekennzeichnet. Die D.I.S.T. wird durch einen von JVC entwickelten digitalen Signal-Prozessor gesteuert, der nicht nur die originalen Empfangssignale verdoppelt und dadurch eine horizontale Auflösung von 1.250 Zeilen erreicht, sondern gleichzeitig auch das Zeilen- und Bildflimmern gänzlich eliminiert. Die D.I.S.T. Technologie steuert zwei unterschiedliche Bildrechner-Prozesse: die I-P Umwandlung und die Formatierung.

Durch die I-P Umwandlung wird das Zeilenflimmern nahezu voll-



Verdopplung der Zeilenanzahl



Erhöhung der Linienanzahl auf 1.250i.



kommen reduziert. Mit der Formatierung wird interpoliert und dadurch das Bildflimmern reduziert. Bei der erreichten vertikalen Auflösung treten Bildartefakte so gut wie gar nicht auf. Bei PAL-Empfang findet eine Verdoppelung der Zeilenanzahl von 625i zu 1250i statt. Selbst HD-Signale werden noch um 30% interpoliert, was der derzeitigen NTSC-HD-Ausstrah-

lung in den USA und Japan um ein Vielfaches überlegen ist. Die horizontale Abtastfrequenz wird von 15 kHz auf 45 kHz verdreifacht. JVC D.I.S.T. ist kompatibel zu allen TV-Ausstrahlungssignalen (PAL und NTSC) und hat das Potential zu einer nicht für möglich gehaltenen Steigerung der Bildqualität bei CRT-Bildschirmen.

evo

Verdoppelung der Empfangssignale und Erhöhung der Zeilen auf 1.250.

Vergleich mit herkömmlichen PAL-Abtastverfahren

	PAL 50 Hz	PAL 100 Hz	D.I.S.T.
Bildflimmern	X	○	○
Hohe Auflösung	X	X	○
Bildartefakte	△	△	○

Die neue Dimension der Bildqualität ○: gut, △: OK, X: schlecht

Optimierung der Artefaktbildung, des Flimmerns und der Auflösung.

Neues Navigationssystem mit Auswahlmöglichkeit der Software

Sie haben die Wahl

Auch für sich allein gesehen ist das brandneue Navigationssystem MS 5500 von VDO Dayton durchaus eine Erwähnung wert: Die DVD-Navi besitzt eine extrem schnelle Recheneinheit, die zum Beispiel den Bildaufbau der Karte um Größenordnungen fixer erstellen kann als die Vorgänger-Systeme. Auch die Routenberechnung ist sehr flott abgeschlossen. Und, besonders wichtig, die eventuelle Neuberechnung, wenn der Fahrer von der vorgeschlagenen Route abweicht, ist in nur wenigen Sekunden erledigt. Nachdem die berechnete Route verlassen wurde, kommen schon die Anzeigen und Ansagen für die neue. Von all dem konnte sich PoS-Mail bei einer Testfahrt auf der Automechanika in Frankfurt überzeugen.

Genau so überzeugend wie die neue Hardware ist das Software-Konzept, das VDO Dayton mit dem MS 5500 vorstellt: Es trägt den Namen C-IQ, was „Intelligent Content On Demand“ bedeuten soll. Folgendes steckt dahinter: Den Datenträger selbst, die DVD, bekommt der Besitzer des neuen Systems beim Kauf des Geräts und später dann einmal pro Jahr kostenlos. Zum Navigieren nutzbar ist die DVD jedoch erst dann, wenn man sich die gewünschte Software gegen Berechnung freischalten läßt. Man muß aber eben nicht, und das ist der wesentliche Vorteil gegenüber den Mitbewerbern, das gesamte Kartenmaterial für ganz Europa bezahlen, sondern kann sich zum Beispiel nur das für Deutschland „kaufen“. Damit ist man deutlich günstiger dran: Die Freischaltung von Deutschland für ein Jahr kostet 89 Euro, für die Update-DVD eines Mitbewerbers wandert oft das Vierfache über die Ladentheke. Zudem macht es durchaus Sinn, immer das aktuellste Material zu benutzen, denn übers Jahr gesehen ändern sich bis zu 20 Prozent der digitalisierten Straßen. Mit alten Karten steht man dann manchmal unversehens mit dem Auto in der Fußgängerzone oder falsch herum in der Einbahnstraße. Es gibt auch die Möglichkeit, Kartenmaterial für einen Monat oder einen Tag freischalten zu lassen. Will man im Urlaub nach Frankreich und dort in gewohnter Qualität navigieren, kostet das 19,99 Euro für den Monat. Reicht auch ein Tag aus, zum Beispiel für die Durchfahrt, werden nur 2,99 Euro fällig. Reiseführer-Infos von Varta, Merian und Michelin sind übrigens auch pro

Land mietbar. Die Freischaltung selbst läßt sich bequem und schnell übers Internet oder per Telefon, auf Wunsch auch beim Händler, erledigen.

Das C-IQ-Konzept bietet durchschnittlichen Konsumenten eine vergleichsweise preiswerte und praktische Möglichkeit, karten-

technisch auf dem neuesten Stand zu bleiben, weil er nur das für ihn relevante Material bezahlen muß. Ein Muß ist das jährliche Update jedoch nicht, es gibt auch die Möglichkeit, sich eine unbegrenzte Freischaltung des Kartenmaterials geben zu lassen. Dieses kann dann so lange genutzt



werden, wie der Anwender es will. Das kostet für Deutschland 169 Euro und für Europa 359 Euro. Jeder Reiseführer kostet noch mal 29,90 Euro extra.

MiNo

Kann ich verschiedene Talente in Einklang bringen?



SmartBase MPC600F

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile. Nach diesem Prinzip funktioniert nicht nur ein Orchester, sondern auch der Canon SmartBase MPC600F. Denn er ist Farbdrucker, Fotokopierer, Farbfax und Farbscanner in einem.

- ▶ In Farbe drucken, faxen, scannen und kopieren
- ▶ Drucken in Hochgeschwindigkeit
(S/W: 17 S./Min., Farbe: 12 S./Min.)
- ▶ Super G3 Fax mit 3 Sek. Übertragungszeit
(33,6 Kbps-Modem)
- ▶ Hohe Druckauflösung (2.400 x 1.200 dpi)
- ▶ Kostengünstig durch Single Ink-Technologie

www.canon.de



you can
Canon



„Mobile“, „Performance“ und „Home Cinema“

Toshiba mit neuen Projektoren



Der Toshiba Geschäftsbereich Professional Visual Products hat das Produkt-Branding seiner Daten- und Video-Projektoren gestrafft. Zur Vereinfachung der Segmentierung der Geräte unterscheiden die Neusser nun nur noch zwischen den Projektoren der Business Klasse, die sich in die Bereiche „Mobile“ und „Performance“ aufteilt, und der „Home Cinema“-Klasse. Auch die Produktbezeichnungen der neuen Geräte sind nun prägnanter und somit einfacher gestaltet.

ohne MLA 1.600 ANSI Lumen. Alle vier Neuheiten verfügen über eine XGA-Auflösung, ein Kontrastverhältnis von 400:1 und weitere Extras wie den ECO-Mode oder die Freeze-Funktion, die ein Standbild möglich macht. Die Modelle T701 und T501 sind mit einer integrierten Projektionskamera (810.000 Pixel) ausgerüstet. Diese Zusatztechnik ermöglicht es, einzelne Dokumente, aber auch kleinere Gegenstände oder Modelle, in jede Präsentation einfließen zu lassen. Dafür ist lediglich eine einfache Umstellung im Menü notwendig. Dabei kann schnell

IEEE802.11b Standard. Es gibt zwei Möglichkeiten, mit der Toshiba T-Serie über WLAN zu präsentieren: zum einen kann über eine IP-Adresse eine Verbindung hergestellt werden. Hier erfolgt eine Verschlüsselung der Daten nach WEP+ mit einer Rate von 64/128 Bit. Diese Möglichkeit eignet sich besonders bei den Präsentationen von Daten, zu denen Dritte keinen Zugriff haben. Zum anderen steht dem Anwender ein Ad-hoc-Modus (Peer-to-Peer) zur Verfügung, gedacht für den Einsatz in Einzelumgebungen.

Alle Modelle sind seit September lieferbar; der T700 zu einem Preis von 5.590,- Euro zzgl. MwSt., das mit der Projektionskamera ausgerüstete Modell T701 kostet 6.890,- Euro. Der T500 kann zu einem Preis von 4.990,- Euro zzgl. MwSt. angeboten werden. Das entsprechende Modell mit Kamera, der T501, kostet 6.290,- Euro zzgl. MwSt. Bei allen Preisen handelt es sich um unverbindliche Preisempfehlungen.

Performance im kompakten Design

Ebenfalls neu in Toshiba's Projektoren Range sind die Modelle T400 und T401. Dank einer Lichtleistung von 1.600 ANSI Lumen liefern die auf der LCD-Technologie basierenden Geräte auch bei schwierigen Lichtverhältnissen klare Bilder. Beide Modelle verfügen über eine XGA-Auflösung und ein Kontrastverhältnis von 400:1. Die Projektoren sind mit allen gängigen PC-Systemen kompatibel und umfassen unter anderem zwei RGB-, einen Video-, einen S-Video-Anschluß sowie zwei Audio-Eingänge und einen Monitor-Ausgang. Der vorhandene Komponenten-Eingang ermöglicht Videobilder z.B. durch den Anschluß eines DVD-Players. Das Modell T401 ist zudem mit der integrierten Projektionskamera ausgestattet. Die Modelle T400 und T401 sind ebenfalls seit September lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 4.490,- für den T400 und 5.490,- Euro für den T401, beide zzgl. Mehrwertsteuer. *miz*

Kabellose Präsentation mit Wireless-LAN

Auf der photokina präsentierte Toshiba zum ersten Mal in Euro-



Toshibas neue T-Serie zeichnet sich neben zahlreichen Features durch eine hohe Lichtleistung und ein edles Design aus. Drei Modelle sind zudem mit einer integrierten Projektionskamera ausgestattet.

pa eine komplett neue Reihe an Daten- und Videoprojektoren, die über die Wireless LAN (IEEE802.11b) Technologie verfügen. Die Projektoren der Performance Wireless Klasse unter den Modellbezeichnungen T700, T701 sowie T500 und T501 arbeiten sowohl in der Einzel- als auch innerhalb einer Netzwerkumgebung. Somit ist kabelloses Präsentieren auch auf größere Entfernung möglich.

Der T700 und der T701 erreichen dank einer Micro-Lens-Array (MLA)-Technologie eine Lichtleistung von 2000 ANSI Lumen, die Schwestermodelle T500 und T501

zwischen den beiden Quellen Rechner und Kamera gewechselt werden. Bei beiden Projektoren verfügt die Kamera neben einer Overlay- auch über eine Speicherfunktion. Bilder können via WLAN direkt zum Notebook übertragen und dort gespeichert werden. Zur Präsentation via Wireless LAN muß an der Rückseite der Projektoren sowie am Notebook, sofern Wireless LAN nicht schon standardmäßig integriert ist, eine WLAN-Karte eingesteckt werden. Die Software „Toshiba Projector Wireless Utility“ sorgt für leichtes Konfigurieren und einen schnellen Verbindungsaufbau über den

Toshiba mit neuem Pocket PC e330

Mit dem Pocket PC e330 erweitert Toshiba seine Pocket PC-Serie um ein Modell mit 300 MHz Intel PXA 250 Applications Hochleistungsprozessor und 64 MB SDRAM Speicherkapazität, die alle Microsoft Pocket PC 2002-Applikationen unterstützt. Der neue PDA eignet sich insbesondere für Anwender, die sowohl unterwegs als auch am heimischen PC arbeiten, spielen oder im Kalender ihre Termine abrufen möchten. Die Bedienung erfolgt über fünf Easy Keys sowie direkt auf dem 3,5 Zoll antireflexionsbeschichteten TFT-Farbdisplay via Stifteingabe. Mit bis zu 64.000 Farben können Bilder oder Internetinhalte bei einer Auflösung von 240 x 320 Pixeln wiedergegeben werden. Dank des Lithium-Ionen Akkus kann der e330 auch abseits einer Stromquelle bedient werden.

Der Pocket PC e330 ist ab sofort für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 599,- Euro.



TO(P)roducts

Megapixel...

**Camedia
C-5050
Zoom**

719,00 €



- 5 Millionen Pixel • Olympus 3fach Zoomobjektiv
- Brennweite entspricht 35–105 mm bei Kleinbild
- versch. Belichtungsprogramme • eingebauter Blitz

Mini...



**Camedia
C-50 Zoom**

- ultrakompakte 5 Megapixel-kamera im Metallgehäuse
- Olympus 3fach Zoomobjektiv, entspricht 38–114 mm bei Kleinbild
- eingebauter Automatikblitz

575,00 €

...Photo • Digital...

**Geballte
Zoom-Power...**



539,00 €

**Camedia C-730
Ultra Zoom**

- 3,2 Millionen Pixel Digitalkamera
- Olympus 10fach Zoomobjektiv, Brennweite entspricht 38–380 mm bei Kleinbild
- Supermakro bis zu 4 cm
- eingebauter Automatikblitz • Videofunktion

Wir sind für Sie da:

Telefon:
0211.3012864
Volmerswerther Strasse 26

Fax:
0211.3012865
40221 Düsseldorf

Ansprechpartner:
Gregor Dierdorf / Monika Streuff

So geht's am schnellsten:

*Senden Sie Ihre
Bestellung per Fax*

Fax: 0211.3012865

Stück	Artikel	Preis/Euro
.....	Camedia C-5050 Zoom	719,00
.....	Camedia C-730 Ultra Zoom	539,00
.....	Camedia C-50 Zoom	575,00

ABSENDER:

Firma:

Besteller-Name:

Straße/Nr.:

PLZ/Ort:

Telefon:

Datum / Stempel / Unterschrift

Preise zuzüglich 16% Mehrwertsteuer; zahlbar innerhalb von 8 Tagen ohne Skontoabzug. Angebot gilt, solange Vorrat reicht.



Alle Panasonic Shop-in-Shop-Konzepte werden von Deko-Teams installiert und auf Wunsch mit den entsprechend geordneten Produkten bestückt und vorführfertig verkabelt. Bis zu viermal jährlich werden die Dekorationen auf den neuesten Stand gebracht.

Panasonic mit neuen Produkten im Bereich Home-Cinema und attraktiven Shop-in-Shop-Konzepten

Gekonnt präsentiert

Panasonic bietet seinen Fachhandelspartnern seit Oktober dieses Jahres ein neues Shop-in-Shop-Konzept. Damit bietet sich dem Handel nun die Möglichkeit, die neuesten Home-Cinema Highlights aus dem Hause Panasonic aufmerksamkeitsstark zu platzieren. Das Unternehmen stellt dabei verschiedene Präsentations-Varianten zur Verfügung.

Das „Plasma-Shop-Konzept“ ist als Wandpanel auf die Präsentation der neuen Plasma-Generation mit innovativen Zuspelgeräten aus der Panasonic DVD-Welt zugeschnitten. Die 1,40 Meter breiten Module lassen sich nach Belieben ergänzen und bieten so auch die passende Bühne für T[tau]- und LCD-TV-Geräte. Die frei im Raum platzierbare Insel des „T[tau]-Shop-Konzepts“ ist flexibel aufstellbar und nimmt vier bis sechs TV-Geräte mit Unterstell plus einen Plasma- oder LCD-Monitor auf. Für spezielle Panasonic Neuheiten aus dem Heimkino-/HiFi-Segment wird ein Warenträger mit zwei Böden mitgeliefert. Entsprechende Platzverhältnisse vorausgesetzt, empfiehlt sich das „Heimkino-Shop-Konzept“ für

Produktdemonstrationen. Auf zehn Quadratmetern Fläche wird das brillante Bild eines T[tau]-Plasma-TV mit Sechskanal-Sound in Verbindung gebracht und leistet Überzeugungsarbeit für die Handelspartner.

Zusätzlichen Eindruck erzeugt die beleuchtete Panasonic Roll-Palette, die auch größeren Mengen Kartonware einen attraktiven Rahmen verleiht. Sie sorgt sowohl in der Kombination mit dem Heimkino oder der T[tau]-Insel, aber auch solo für Aufmerksamkeit.

Alle Konzepte werden von Panasonic Deko-Teams installiert und auf Wunsch mit den entsprechend geordneten Produkten bestückt und vorführfertig verkabelt. Bis zu viermal jährlich werden die Dekorationen auf den neuesten Stand gebracht. Für die Updates der Produktinfoschilder bietet Panasonic einen besonderen Service. Für registrierte Fachhändler stehen in den Panasonic Händler Online-Services „Panapool“ unter www.business.panasonic.de detaillierte Produktschilder mit aktuellen Testergebnissen und unverbindlichen Preisempfehlungen zum Download und Ausdrucken bereit. Das neue Shop-Konzept bietet sich zudem als Bühne für die Panasonic Herbst-Promotions zum Thema Entertainment Network an.



Das „Plasma-Shop-Konzept“ ist als Wandpanel auf die Präsentation der neuen Plasma-Generation mit Zuspelgeräten aus der Panasonic-DVD-Welt zugeschnitten.

Weitere Details zum neuen Panasonic Shop-in-Shop-Konzept erfahren interessierte Panasonic Fachhändler bei ihren Gebietsverkaufsleitern.

Die neuen T[tau]-Modelle

Mit den neuen T[tau]-Fernsehern TX-32PSD20D (16:9 Format) und TX-29PS20D (4:3 Format) bringt Panasonic jetzt neueste Fernsehertechnik gleich im Doppelpack auf den Markt. Zahlreiche digitale Ausstattungsmerkmale wie die plane Quintrix-F-Bildröhre, die 100Hz Digital-Scan-Technik oder die dreidimensionale Bewegungsprognose Dynamic Digital Motion (DDM) sorgen für eine störungsfreie Bildwiedergabe. Dank ihres YUV-Komponenteneingangs nehmen beide Modelle auch von externen Geräten, wie beispielsweise einem DVD-Player, den Spielfilm im Vollbild-Modus (progressiv) entgegen und geben ihn dank Progressive Scan in

gleichbleibender Bildqualität wieder. Zudem ermöglichen zahlreiche Features wie der verbesserte Video-Text Level 2.5 mit 1.500 Seitenspeicher, die Bild- und Text-Funktion (PAT), ein benutzerfreundliches Bildschirmmenü (OSD) oder der digitale Bildspeicher eine einfache und komfortable Bedienung. Besonderes Highlight des TX-32PS20 ist der neue Aspektmodus. Er erlaubt dem Anwender eine individuelle Auswahl des Bildformates. Die Panasonic T[tau]-Fernseher TX-32PS20D und TX-29PS20D sind seit Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung inklusive Mehrwertsteuer beträgt 1.699,- Euro für den TX-32PS20D und 1.099,- Euro für den TX-29PS20D.

Die neue LB-Serie

Hohe Bild- und Soundqualität, benutzerfreundliche Ausstattung und modernes Design bringt Panasonic jetzt in Serie auf den

Markt. Die neuen TV-Modelle TX-28LB10C, TX-28LB10C/S, TX-28LB1C und TX-28LB1C/S im 4:3 Format sind mit zahlreichen nützlichen Features ausgestattet. Die Quintrix-Bildröhre gewährleistet eine hohe Bildqualität mit hellen, realistischen Farben. Zusätzlich beseitigt die 100-Hz-Technologie (TX-28LB10C und TX-28LB10C/S) störendes Großflächenflimmern. Die Digital-Technik, die den Bildinhalt ständig analysiert und Helligkeits- sowie Farbsignale optimiert, der digitale



Die neue Panasonic LB-Serie umfasst vier Modelle. Die Modelle TX-28LB10C und TX-28LB10C/S sind mit der 100-Hz-Technologie ausgestattet.

Kammfilter, der für klare Farbverläufe sorgt, und die digitale Rauschunterdrückung zur Beseitigung von Schnee runden die hohe Bildqualität des TX-28LB10C und des TX-28LB10C/S ab. Ausgestattet mit der automatischen Kontrastregelung C.A.T.S., die den Kontrast den umgebenden Lichtverhältnissen anpaßt, garantieren auch der TX-28LB1C und TX-28LB1C/S für Filmvergnügen. Für den guten Sound sorgt das Stereo-System, das mit einer Impulsleistung von 30 Watt (TX-28LB10C und TX-28LB10C/S) bzw. 20 Watt (TX-28LB1C und TX-28LB1C/S) den Klang exzellent umsetzt. Die Ambience-Funktion der 100 Hz-Modelle erzeugt einen voluminösen Raumklang und sorgt damit für noch mehr Kino-Feeling. Die neue LB-Serie ist seit September für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 649,- Euro für die 100 Hz-Modelle TX-28LB10C und TX-28LB10C/S bzw. 399,- Euro für die 50 Hz-Modelle TX-28LB1C und TX-28LB1C/S.

miz

Matsushita und Toshiba fusionieren im CRT-Bereich

Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. und Toshiba Corporation konsolidieren ihren Geschäftsbereich „Kathodenstrahlröhren“ (Cathode ray tube CRT) innerhalb eines Joint-ventures. Trotz intensiven Wettbewerbs durch andere Display-Technologien wie LCDs und Plasma-Bildschirme geht man bei den Stückzahlen von einem globalen Wachstum des CRT-Marktes im TV-Bereich von jährlich zwei bis drei Prozent aus. Grund hierfür sind zahlreiche Vorteile der CRT-Technologie, zum Beispiel die besondere Helligkeit, die Farbwiedergabe und das Kosten-Nutzen-Verhältnis, besonders für digitale und hochauflösende Fernsehgeräte. Geplant ist die Einrichtung einer Gesellschaft im Januar 2003, um das neue Gemeinschaftsunternehmen bis zum Ende des Geschäftsjahres zum 31. März 2003 gründen zu können. An der neuen Firma mit Sitz in Osaka werden Matsushita 60 Prozent und Toshiba 40 Prozent halten.

Die Integration der Geschäftsbereiche wird den Produktentwicklungs-, Produktions- und Vertriebsbereich umfassen und das Joint-venture – gemessen an den Verkaufsumsätzen beider Unternehmen im letzten, zum 31. März 2002 endenden Geschäftsjahr – weltweit zum drittgrößten CRT-Anbieter machen. Das Unternehmen, über dessen Namen in Kürze entschieden wird, wird weltweit etwa 16.000 Mitarbeiter beschäftigen. Für das im März 2003 endende Geschäftsjahr wird ein Umsatz von ca. 2,2 Mrd. Euro erwartet.

Hitachis Produktpremieren auf der photokina „Aufeinander abgestimmte Lösungen“

Eine Reihe von Produktneuheiten aus dem Hause Hitachi Digital Media Group wurden im Rahmen der photokina erstmals einem breiten Publikum präsentiert. Zu den Neuerscheinungen zählen ein drahtloser XGA-Projektor, eine neue Generation großformatiger Plasma-TVs und Monitore und drei DVD-Video-Kameras.

Wie Mark Wilkin, Group Executive Product Marketing der Hitachi Digital Media Group, auf der photokina erklärte, sei für das Unternehmen Konvergenz ein wichtiges Thema. „Wir bieten eine breite Palette aus aufeinander abgestimmten Lösungen an“, so Wilkin. Auf einer neuen Plattform und mit elegantem Gehäuse präsentiert sich der CP-X880 – ein Projektor, der auch in anspruchsvollen Netzwerkumgebungen einsetzbar ist. Das Gerät bietet eine Leuchtkraft von 3000 ANSI Lumen und liefert 16:9- oder 4:3-Bildformate. Der Startbildschirm läßt sich durch die „My Screen“-Funktion individuell gestalten, z. B. mit dem Firmenlogo oder einer Begrüßung. Zudem sieht der Anwender beim Start, welche Geräte angeschlossen sind und wählt diese direkt an. Der CP-X880 bietet zahlreiche Eingänge wie BNC und Kompo-



Der neue Projektor CP-X880 ist auch in anspruchsvollen Netzwerkumgebungen einsetzbar.

nenten-Anschlüsse. Die Wireless-Verbindung nutzt den 802.11b-Standard mit einer Reichweite bis zu 100 Metern und einer Datenübertragungsrate zwischen 3 und 11 Mb/s. Der Projektor erlaubt den Anschluß von bis zu vier Notebooks über die drahtlose Verbindung. Die integrierte Software stellt den Output simultan zur Verfügung. Die horizontale und vertikale Keystone-Korrektur und das leistungsstarke Objektiv mit 1,5 fachem Zoom liefern hochwertige Bilder. Der CP-X880 ist seit Oktober lieferbar.

Brücke zwischen Audio, Video und PC

Hitachis neue DVD-Camcorder mit den Bezeichnungen DZ-MV200, DZ-MV230 und DZ-MV270 nutzen DVD-RAM als wiederbeschreibbares Medium, so daß das Videomaterial mit einer optional erhältlichen Hitachi-Software am PC bearbeitet werden kann. Das Ergebnis läßt sich mit Hilfe des Camcorders wieder auf eine DVD-R brennen, so daß eine maximale Kompatibilität erreicht wird. Zur Videokompression nutzen die Camcorder die MPEG2-Techno-



Das Flaggschiff der neuen Hitachi DVD-Camcorder Range, der DZ-MV270E, bietet über den Audio-/Video-Eingang eine Option für das Überspielen von auf Band (8 mm oder VHS) aufgezeichneten Videos.

logie. Damit kann der Anwender zwischen 36 Minuten DVD-Video in höchster Qualität, einer Stunde DVD-Video in hoher Qualität oder zwei Stunden Video in Standard-Qualität wählen. Zudem verfügen die Geräte über alle wichtigen Features, wie beispielsweise ver-

schiedene Aufnahmemodi, einen 12fach optischen Zoom, der im Digitalmodus auf 240fachen Zoom erhöht werden kann, einen Bildstabilisator und ein ausklappbares 2,5-Zoll-LC-Display (der DZ-MV270E verfügt über ein 3,5-Zoll-Display).

Das Flaggschiff der Serie, der DZ-MV270E, ist zudem mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgestattet. Zusätzlich bietet dieser Camcorder über den Audio-/Video-Eingang eine Option für das Überspielen von auf Band (8 mm oder VHS) aufgezeichneten Videos auf DVD.

Plasma-TVs und -Monitore

Mit dem Modell CMP5000WXE präsentiert Hitachi einen ultraflachen, hochauflösenden Plasma-Bildschirm mit einer Diagonale von 50 Zoll. Mit einem Bildseitenverhältnis von 16:9 und einer Auflösung von 1280 x 768 eignet sich der Monitor insbesondere als Informationstafel im öffentlichen Einsatz oder für digitale Anzeigen im Einzelhandel. Dank des Kontrastverhältnisses von 900:1 ist der Monitor auch in hellen Umgebungen gut einsetzbar.

Das Modell CMP4121HDES ist für den Home Entertainment-Bereich konzipiert. Der Monitor bietet eine Bildschirmauflösung von 1024 x 1024 Pixeln. Dank eines Kontrastverhältnisses von 700:1 und einer Leuchtkraft von 750 cd/m² bietet er auch in heller Umgebung ein klares Bild. Mit einer Tiefe von 89 cm und einem Einblickwinkel von 160 Grad kann der Monitor so gut wie überall montiert werden.

Hitachis neuer Plasma TV Platara CL32-PD2100 bietet eine Wiedergabe, die mit der eines Röhren-Bildschirms mit einer Diagonale von 36 Zoll vergleichbar ist. Das in Silber-Metallic designte Fernsehgerät ist 90 mm tief. Um das Display so flach wie möglich zu halten, wurde der analoge, mit Nicam-/A2 HiFi-Sound ausgestattete TV-Tuner in einer separaten Einheit untergebracht. Um eine aufwendige Verkabelung zu vermeiden, ist diese Multimedia-Box über ein einzelnes, 3 m langes Kabel angeschlossen (26-polig, für Audio- und Video-Signale).

Der Sensor für die Infrarot-Fernbedienung ist im Bildschirm untergebracht, so daß die Multimedia-Box außerhalb des Blickfelds aufgestellt werden kann.

miz



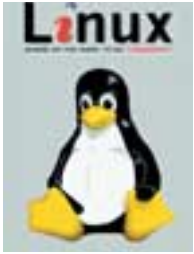
Hitachis neuer Plasma TV Platara CL32-PD2100 bietet eine Bildwiedergabe, die mit der eines Röhrenbildschirms mit einer Diagonale von 36 Zoll vergleichbar ist.

Meisterwerk ['maɪstərˌvɛrk] das; individuelle und einzigartige Leistung, die man meistens erst im Museum bewundern kann. Am schönsten ist ein M., wenn man es wie z. B. die Produktlinie Systems nur einzuschalten braucht, um seine Wirkung unmittelbar zu erleben.



www.loewe.de

LOEWE.



Linux: News und Infos

SuSE Linux 8.1 mit ACPI-Support

Die seit kurzem verfügbare neue SuSE Linux Version 8.1 stellt als erste Linux-Distribution mit dem standardmäßig installierten Kernel einen umfassenden ACPI-Support bereit. Dieser besteht aus einem fast 3 MByte großen Patch, einem Backport des im 2.5er-Kernel enthaltenen ACPI-Codes. Chris Schläger, der Chef der Distributionsentwicklung bei SuSE, begründet diese Maßnahme damit, daß neue Rechner zunehmend nur noch mit ACPI auf den Markt kommen. Computer mit Mainboards, welche die alten Standards APM und PNP-BIOS nicht mehr unterstützen, setzen einen umfassenden ACPI-Support des Betriebssystems voraus, um lauffähig zu sein. ACPI (Advanced Configuration and Power Interface) kontrolliert in neueren Systemen nicht mehr nur für das Powermanagement, sondern die gesamten Hardwareressourcen.

Probleme können bei Rechnern mit fehlerhaften ACPI-Implementierungen auftreten. Dies betrifft überwiegend Systeme, die neben ACPI auch APM und PNP-BIOS unterstützen. Auf derartigen Systemen kann der SuSE-Installationskernel schon beim Booten hängenbleiben oder eventuell einige der vorhandenen PCI-Karten nicht erkennen. SuSE rechnet damit, daß circa fünf Prozent der PCs betroffen sind. Anwender können solchen Problemen mit Bootoptionen abhelfen, die den ACPI-Support im Kernel deaktivieren. SuSE Linux 8.1 wurde mit dem Kernel 2.4.19, der glibc 2.2.5 und dem gcc 3.2 auf den aktuellen Stand gebracht. Hinzu kommen verschiedene aktualisierte Anwendungen wie Gnome 2.0, KDE 3.0.3, OpenOffice 1.0.1 und KOffice 1.2. SuSE weist in seiner Argumentation für die neue Distribution besonders auf die reichhaltige Ausstattung in den Bereichen Multimedia, Grafik und Spiele hin. Mit der Hardwareerkennung werden nun WLAN-Karten, USB-2.0- und FireWire-Geräte selbständig ins System eingebunden. Installationen sind jetzt sogar von über USB 2.0, FireWire oder PCMCIA angeschlossenen CD- und DVD-Laufwerken möglich. Unterstützt wird auch Hot Plugging für USB- und FireWire-Geräte. Mit CAPI-Support lassen sich nun Faxe auch über passive ISDN-Karten verschicken. Wie schon die letzten vorangegangenen Distributionen ist SuSE Linux 8.1 in zwei Varianten erhältlich. Die Personal-Version zu einem UVP von 50,- Euro ist vorrangig für Benutzer gedacht, die Linux als Desktop-System betreiben. Die 8.1 Professional-Version zu 80,- Euro zielt auf

erfahrene Linux-Anwender und enthält zusätzliche Netzwerk- und Server-Funktionen.

Mandrake Linux 9.0 verfügbar

Mit Mandrake Linux 9.0 (alias „Dolphin“) hat Mandrake eine neue Generation seiner Linux-Distributionen für Servers und Desktop-PCs fertiggestellt. Mandrake Linux 9.0 unterstützt NTFS und WebDAV und basiert auf dem Linux Kernel 2.4.19. Hinzu kommen KDE 3.0.3, GNOME 2.0.1, OpenOffice 1.0.1, Mozilla 1.1, GCC 3.2, CUPS 1.1.15 und über 2.000 weitere Pakete. Die Download-Version von Mandrake Linux 9.0 ist ab sofort, und wie immer, kostenlos zu erhalten. Die Mandrake Linux Desktop-Oberflächen reagieren dynamisch: Wird eine Applikation hinzugefügt oder entfernt, verändern sich automatisch die Icons in den relevanten Menüs. Dies funktioniert auch beim Anschluß von USB-Geräten wie Scannern oder Web-Cams während des laufenden Betriebs. Ein weiteres neues Feature ist „Supermount“. Damit lassen sich Wechselmedien wie CD-ROMs oder Disketten benutzen, ohne sie zuvor manuell mounten zu müssen. Außerdem verfügt Mandrake Linux 9.0 über eine nochmals verbesserte Hardware-Erkennung und unterstützt das NTFS Dateisystem (WindowsNT) sowie das WebDAV-Protokoll. Im Rahmen eines neuen verbesserten Sicherheitskonzepts integriert Mandrake unter anderem ein „Intrusion Detection Tool“, unterstützt die verschlüsselte Kommunikation, ein verschlüsseltes Dateisystem und sichere Authentifizierung. Die kostenlose Download-Version von Mandrake Linux 9 ist schon verfügbar. Die Retail-Pakete werden ab Ende Oktober erhältlich sein und sollen im Endverkauf in der Standard-Version 30,- Euro, in der PowerPack-Version 65,- Euro und in der ProSuite-Version 165,- Euro kosten. <http://www.linux-mandrake.com/>

Geteiltes Echo für Red Hat Linux 8.0 mit Bluecurve

Die neue Linux-Distribution Red Hat Linux 8.0 ist vor allem für den privaten Einsatz und für kleinere Unternehmen bestimmt. Red Hat 8.0 kommt mit einem komplett neu entwickelten Look and Feel, das auf den Namen „Bluecurve“ getauft wurde. „Bluecurve“ führte bereits vor der offiziellen Veröffentlichung zu heftigen Kontroversen. Mit Bluecurve beabsichtigte Red Hat, für jeden Einsatzbereich eine übersichtliche und ausgereifte Bedienoberfläche zu schaffen. Im Rahmen der Neugestaltung wurde auf dem Desktop die Bedienung für un-

terschiedliche Applikationen, die Administration und für Entwickler-Umgebungen vereinheitlicht. Ansatzweise vereint wurden auch die bekannten Desktop-Umgebungen KDE und GNOME. Zahlreiche Entwickler und Beta-Tester bezeichneten diese Umgestaltung jedoch als „KDE-Verkrüppelung“. Inzwischen hat Red Hats Linux-Spezialist Bernhard Rosenkränzer seine persönlichen Konsequenzen gezogen und verließ das Unternehmen. „Die neue Release ist ein großer Schritt vorwärts für Benutzer traditioneller Betriebssysteme, die auf einfacher zu verwendende, vielseitigere Open-Source-Lösungen gewartet haben“, schwärmt im Gegensatz dazu Paul Cormier, Executive Vice President Engineering bei Red Hat. Neben Red Hat OpenOffice.org enthält die Distribution eine Reihe von Konfigurations-Tools zur Konfiguration verschiedenster Systemdienste, einschließlich Firewall, Peripheriegeräte, Web-Server, Samba und Verwaltung kleinerer Netzwerke. Red Hat unterstützt nun auch Blindenschrift (Braille) und Sprachschnittstellen für Personen mit eingeschränkter Bewegungsfähigkeit. Red Hat Linux 8.0 ist seit Oktober 2002 im Handel verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung für Red Hat Linux 8.0 Personal liegt bei 49,99 Euro. Diese Version besteht aus sieben CDs, inklusive einer CD mit Office- und Multimedia-Applikationen. Eingeschlossen sind 30 Tage Zugriff auf Dienste des Red Hat Network und 30 Tage Web-basierter Installations-Support. Red Hat Linux 8.0 Professional hat einen UVP von 199,99 Euro und besteht aus neun CDs, inklusive der System-Administrator-CD, einer CD mit Office- und Multimedia-Applikationen sowie einer DVD. Eingeschlossen sind 60 Tage Zugriff auf Dienste des Red Hat Network und 60 Tage Internet- und telefonbasierter Installations- und Basis-Support.

Neuer Linux-PDA Yopy 3500 mit Display-Beleuchtung

Wie der Europa-Vertriebspartner Yopy.at auf seiner Website bekanntmacht, wird der Linux-PDA Yopy von G.Mate in Kürze in einer überarbeiteten Version lieferbar sein. Das neue Modell besitzt mehr Speicher und erhält die erforderliche Hintergrundbeleuchtung für das Farb-Display, damit das Gerät auch ohne Sonnenlicht oder helle Bürobeleuchtung benutzt werden kann. Zu den weiteren Verbesserungen des Yopy 3500 zählt eine Verdoppelung des RAM auf 128 MByte und des ROM-Speichers auf 32 MByte Flash-ROM. Auch läßt sich der Stift nun im Gehäuse unterbringen, der beim Vorgänger, dem Yopy 3000, außen am Gerät aufgehängt war. Zu den

Neuerungen gehören ein überarbeiteter Lautsprecher, ein visueller Alarm und ein neues serielles Kabel zum Datenaustausch. Die bisherige Yopy-Tastatur wurde durch ein amerikanisches QWERTY-Modell ersetzt. Nach wie vor sorgt ein StrongARM-Prozessor mit 206 MHz für die Rechenleistung, und die Darstellung erfolgt auf einem TFT-Display mit einer Auflösung von 240x320 Bildpunkten bei 65.536 Farben.

Nach Aussagen von Yopy.at ist ein großer Teil der bereits produzierten Geräte an einen asiatischen Großkunden verkauft. Um trotzdem einen Yopy 3500 erwerben zu können, bietet der österreichische Importeur die Möglichkeit an, eine „Early Sunrise“-Vorbereitung zu tätigen. Der Yopy 3500 kostet dann nur 639,- Euro, während der normale Listenpreis 699,- Euro beträgt. (<http://www.yopy.at/index.html>)



Das neueste Modell des Linux-PDA Yopy von G.Mate soll in Kürze lieferbar sein. Der neue Yopy 3500 besitzt mehr Speicher und eine Hintergrundbeleuchtung für das Farb-Display. Damit kann das Gerät auch ohne Sonnenlicht oder helle Bürobeleuchtung benutzt werden. Außerdem wurde das RAM auf 128 MByte verdoppelt und der ROM-Speicher auf 32 MByte Flash-ROM erhöht.

UnitedLinux ist da

Auf der United-Linux-Website steht, wie im Vorfeld angekündigt, inzwischen die öffentliche Beta von UnitedLinux zum Download bereit. Nach einer Anmeldung mit gültiger E-Mail-Adresse bekommt

man Zugriff auf drei ISO-Images mit der vereinheitlichten Linux-Distribution von Conectiva, SCO (früher Caldera), SuSE und TurboLinux. Der Plan, ein einheitliches Linux zu entwickeln (United Linux), wurde von den beteiligten Unternehmen, SuSE, Caldera, TurboLinux und Conectiva Ende Mai 2002 beschlossen. Fachleute errechneten, daß die vier United-Linux-Unternehmen zusammen mehr Entwickler in ihren Diensten stehen haben, als für Red Hat tätig sind. Der für dieses Projekt berufene „Worldwide General Manager“, Paula Hunter, sorgte nicht nur für die exakte Einhaltung der Roadmap, sondern veranlaßte auch die Entwicklung von Trainings- und Zertifizierungsprogrammen sowie Support-Angeboten. Damit unterstreicht Hunter, wie erklärt, das Ziel, „die Grundlage für einen erfolgreichen Linux-Einsatz bei globalen Unternehmen“ zu schaffen. Mit Lokalisierungen für zahlreiche Sprachen und über 16.000 Resellern weltweit wurde die Basis dafür bereits gelegt. Die Lokalisierung für den asiatischen Sprachraum liegt in den Händen von TurboLinux. Die finale Version United Linux 1.0 soll laut US-amerikanischen Medien im November vorliegen. Die Hauptkomponenten sind der Kernel 2.4.18 oder höher, glibc 2.2.5, gcc 3.1, XFree86 4.2 und KDE 3.0. United Linux soll es unter anderem in den Sprachversionen Englisch, Deutsch, Japanisch und Chinesisch geben. Die Hauptentwicklungsarbeit wird bei SuSE in Nürnberg geleistet, die Partnerunternehmen tragen Komponenten bei. Die Distributoren wollen United Linux zwar unter ihren eigenen Marken und aufgewertet durch Add-ons anbieten, aber mit einem „Powered by United Linux“ Logo versehen. (<http://www.unitedlinux.com>) *evo*



Das alternative Betriebssystem „Lindows“, eine Linux-Variante, unter der auch für Windows geschriebene Software-Programme lauffähig sind, ist für registrierte Benutzer in der Version 2.0 verfügbar. Die offizielle Version 3.0 soll noch im laufenden Jahr folgen.

LindowsOS 2.0 – neue Version

Nur für „Insider“ legt Lindows.com vorerst sein Linux-basiertes Betriebssystem LindowsOS in der Version 2.0 vor. Die offizielle Version LindowsOS 3.0 soll jedoch noch in diesem Jahr erscheinen. Als „Lindows.com Insider“ zählen diejenigen Benutzer, die sich bei Lindows.com registriert haben. Auch Käufer, die bei Walmart.com einen Rechner mit LindowsOS bestellt haben, erhalten LindowsOS 2.0 kostenlos. Die markanteste Neuerung an

der Version 2.0 ist das überarbeitete User-Interface, daß in einigen Details Ähnlichkeiten zu KDEs „Keramikstyle“ aufweist. Außerdem hat Lindows.com das Setup verbessert und durch eine Kooperation mit HP eine einfach einzurichtende Unterstützung für mehr als 800 Drucker realisiert. Verbessert wurden der E-Mail-Client und der Web-Browser, der nun auch „Tabbed Browsing“ beherrscht, sowie das Power Management bei Notebooks, die einfachere Konfiguration von WLAN-Karten und der Zugriff auf Windows-File-Server, der jetzt mit wenigen Mausklicks zu bewerkstelligen sein soll. OEMs bietet Lindows.com seine Software für einen Festpreis von 500,- US-Dollar pro Monat an, unabhängig von der Anzahl der mit dem Betriebssystem verkauften Rechner-Einheiten. Microsoft ist bisher bei zwei Versuchen unterlegen, dem Hersteller von Lindows die Verwendung dieses Namens durch Gerichtsbeschluß untersagen zu lassen. Unter anderem hatte Microsoft in dem Verfahren beantragt, Zugang zu den gesammelten E-Mail-Adressen von Lindows-Interessenten zu erhalten. „Wir sind nicht glücklich darüber, daß ein Unternehmen, das für seine illegalen Geschäftspraktiken bekannt ist, diesen unnötigen Schritt geht, um Zugang zu unserer Datenbank zu erhalten“, trug Lindows.com-CEO Michael Robertson bei dem Verfahren vor. Der United States District Court des Western District of Washington in Seattle lehnte jedoch nicht nur Microsofts Antrag auf eine einstweilige Verfügung gegen Lindows.com ab, sondern erhob zugleich Zweifel an der Rechtmäßigkeit der Marke „Windows“, unter der Microsoft seit 1985 Software vertreibt.



»Dieser Angeber mit
seinem Superheimkino.«

»Den Kerl habe ich
so gut wie sicher.«

»Kann ich bitte, bitte in Ruhe
dieses Spiel sehen?«

»Ich nehme Sie einfach beide.«

»Wenn mit der Alten was läuft,
bring ich ihn um.«

Gutes Design kann überzeugen.



Mini-Anlage F-DV25
DVD-Player mit 5-Band-Dolby-Digital



Projektor RL-JA10
16:9 Format mit bis zu
8 Metern Bild diagonale

Gerne auch in Ihrem Sortiment: Erleben Sie das Home Cinema Programm von LG aus einer individuellen Auswahl digitaler Komponenten. Zum Beispiel mit dem eindrucksvollen LCD-Projektor RL-JA10 mit bis zu acht Metern Bilddiagonale im 16:9 Format. Die Design-Minianlage F-DV25 bringt einen integrierten DVD-Player und drei Satellitenlautsprecher mit und sorgt mit ihrem Dolby Digital und dts-Decoder für ein angemessenes Sounderlebnis.

LG Electronics ist einer der Weltmarktführer in der Unterhaltungselektronik – insbesondere in der Display-Technologie. Mit über 55.000 Mitarbeitern und 38 Forschungszentren rund um den Globus sorgen wir dafür, dass Sie die digitalen Innovationen der Zukunft bereits heute erleben.

Lassen Sie sich überzeugen.

www.lge.de



Digitally yours

PoS Aktuell

E-Plus führt drei neue GPRS-Tarife ein

Ab sofort bietet E-Plus drei neue GPRS-Tarife an, die sich an den individuellen Bedürfnissen der Nutzer mobiler Datenübertragung orientieren sollen: GPRS Data S, Data M und Data XL. Die neuen Tarife sind optimal für Kunden, die bereits Erfahrungen mit mobiler Datenübertragung gesammelt haben und ihre persönliche Nutzung gut einschätzen können. Allen drei Tarifen liegt nach Angaben des Unternehmens eine besonders günstige mobile Internet-Nutzung zugrunde, die je nach Tarif zwischen 0,004 und 0,002 Euro pro Kilobyte liegt. Voraussetzung für die GPRS Data-Tarife sind bestehende Laufzeitverträge. Ist dies gegeben, kann der Kunde seinen GPRS Data-Tarif nach Wahl ganz einfach zusätzlich aktivieren lassen. Für PDA- und Notebooknutzer, die nur gelegentlich – zum Beispiel für Kalenderabgleiche – einen mobilen Internet-Zugang benötigen, ist der Tarif GPRS Data S gedacht. Mit einem monatlichen Aufpreis von zehn Euro auf den bestehenden Laufzeitvertrag erhält der Data S-Kunde 2,5 Megabyte Inklusiv-Volumen pro Monat und zahlt für die Internet-Nutzung 0,004 Euro pro Kilobyte für den Datentransfer. Für alle, die häufiger via Notebook einen Internet-Zugang für das Herunterladen von Präsentationen, Excel-Sheets oder E-Mail-Verkehr nutzen, wurde GPRS Data M konzipiert. Mit diesem Tarif gibt es jeden Monat sieben Megabyte Inklusiv-Volumen, bei einem monatlichen Aufpreis von 20 Euro auf den bestehenden Laufzeitvertrag. Die mobile Nutzung des Internets liegt im GPRS Data M bei 0,003 Euro pro Kilobyte. GPRS Data XL steht für die intensive und professionelle Verwendung mobiler Datenübertragung per PDA und Notebook. Angesprochen sind Kunden, die regelmäßig von unterwegs mobile Datendienste nutzen. Sie zahlen für die Internet-Einwahl 0,002 Euro pro Kilobyte und profitieren von einem Inklusiv-Volumen von 20 Megabyte im Monat. Der monatliche Aufpreis auf den Tarifgrundpreis liegt im GPRS Data XL bei 40 Euro.

T-Mobile Xtra-Kunden erhalten eine Gutschrift

T-Mobile feiert den fünften Geburtstag von Xtra, der ersten Prepaid-Karte Deutschlands, mit einer Dankeschön-Aktion: Xtra-Kunden in den Tarifen XtraGo, XtraOne und XtraPlus erhalten derzeit eine Gut-

schrift von einem Cent pro Gesprächsminute für jeden eingehenden Anruf (ausgenommen sind Gespräche zur Mobilbox, Rufumleitungen, Fax-/Datenverbindungen und Telefonate, die im Ausland geführt werden). Das Angebot XtraClever ist zunächst befristet bis zum 31. März 2003. Das Geld schreibt T-Mobile dem eigens dafür eingerichteten XtraClever-Konto des Kunden gut. Für jede folgende volle Gesprächsminute fließt jeweils ein weiterer Cent auf dieses Konto. Sobald das XtraClever-Konto einen Betrag von 50 Cent erreicht, wird das Geld automatisch auf das normale Xtra-Konto übertragen und der Kunde per SMS informiert. Der aktuelle Bonusstand läßt sich per Xtra Code auch jederzeit kostenlos abfragen. Zugebucht werden kann XtraClever entweder über den T-D1 ServiceManager unter der im Inland kostenlosen T-D1 Kurzwahl 2020 oder beim Xtra ServiceCenter, das unter der T-D1 Kurzwahl 2202 erreichbar ist.

Apple wählt T-Online als Internet Service Provider

Apple und T-Online haben eine langfristige Zusammenarbeit bekanntgegeben, die T-Online zum bevorzugten Internet Service Provider aller zukünftigen Rechnersysteme von Apple macht. Beim Starten eines Computers von Apple wird T-Online als vorab installierter Internet Service Provider im Setup angezeigt. Nach der komfortablen und schnell durchgeführten Installation können sich die Anwender direkt bei T-Online anmelden und erhalten anschließend ihre persönlichen Zugangsdaten.

Ericsson Eurolab stellt F&E in Nürnberg ein

Als eine Maßnahme der bereits angekündigten Strategie Ericssons, seine Aktivitäten im Bereich Forschung und Entwicklung zu fokussieren, wird Ericsson Eurolab Deutschland GmbH die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten am Standort Nürnberg mit seinen rund 350 Beschäftigten zum Ende 2003 einstellen. Sämtliche Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten des Nürnberger Standortes werden an ausgewählten anderen Standorten im weltweiten Forschungsverbund von Ericsson weiterbetrieben. Ericsson Eurolab Deutschland GmbH ist Teil des globalen Ericsson-Verbundes für Forschung und Entwicklung. Entwickelt werden Systeme und Produkte für Mobilfunknetze und das Festnetz sowie mobile Benutzeranwendungen für den Mobilfunk der zweiten und dritten Generation. Unberührt von

der Aufgabe des Forschungsstandortes Nürnberg bleiben die Ericsson Eurolab Deutschland GmbH in Herzogenrath/Aachen sowie das Geschäft der Ericsson GmbH, die für Vertrieb, Marketing und Service von Mobilfunknetzen, Festnetzen und Anwendungen zuständig ist.

E-Plus beendet Einwahl ins Internet per Festnetz

Anfang November stellt E-Plus sein Angebot zur Festnetz-Einwahl ins Internet ein. Das bedeutet, daß E-Plus künftig ausschließlich die mobile Einwahl ins Internet via i-mode und WAP anbietet. Hinzu kommt die mobile Datenübertragung per HSCSD oder GPRS. In den vergangenen Wochen wurden alle Kunden, die E-Plus als Festnetz-Provider genutzt haben, informiert. Alle Zugänge zur Nutzung des E-Plus Internet-Angebotes E-Plus Online bleiben erhalten. Accounts beispielsweise zum Abruf der i-mode Mails sind weiterhin aktiv. Auch können die Kunden jederzeit ihre Mobilfunk-Rechnungen im Web kontrollieren oder einen Tarifwechsel beantragen. Nur die Festnetz-Einwahlnummern 0192-192 und 0192-193 werden deaktiviert. Die mobilen Zugänge über 0177/123100 und 0177/192192 stehen weiterhin allen Kunden offen. Um den aktiven Festnetz-Internet-Kunden einen reibungslosen Übergang zu einem anderen Provider zu ermöglichen, hat E-Plus eine Kooperation mit AOL vereinbart.

Vodafone D2 ermöglicht MMS in alle Netze

Vier Monate nach dem Start nutzen bereits mehr als 30.000 Kunden ein Foto-Handy – Tendenz stark steigend. Aus diesem Grund hat der Düsseldorfer Netzbetreiber die Weichen für weiteres Wachstum gestellt: Vodafone D2-Kunden können ab sofort Multimedia-Nachrichten per MMS-Handy an jede beliebige deutsche Handynummer schicken. Das Vodafone D2-Netz erkennt, wenn das Handy des Empfängers nicht MMS-fähig ist oder das Netz des Empfängers nicht für Multimedia-Nachrichten ausgerüstet ist. Automatisch bekommt der Adressat dann eine ganz normale SMS geschickt. Diese enthält die Adresse im Internet, unter der die Multimedia-Nachricht gespeichert ist. Per Mausklick kann der Empfänger jederzeit so seine MMS über einen PC abrufen. Es ist lediglich das Eintippen der Handy-Nummer und einer Identifikationsnummer (kommt mit derselben SMS) erforderlich. Am 31. August endete die kostenlose Testphase von Vodafone-MMS. Jetzt zahlt der Kunde für den

Versand einer MMS innerhalb des Vodafone D2-Netzes und an E-Mail-Adressen 39 Cent bei einer Datenmenge von bis zu 30 KB und 99 Cent für eine MMS mit einer Datenmenge zwischen 30 und maximal 100 KB. Der Versand in

andere deutsche Mobilfunknetze wird befristet bis zum 31. Dezember angeboten und kostet entsprechend der Datenmenge 49 Cent bzw. 1,19 Euro. Der Empfang einer MMS ist bei Vodafone D2 kostenlos.



Jagdsaison bei debitel

Kommt der Herbst, gehen traditionell die Jäger auf die Pirsch. Auch bei debitel hat die Jagdsaison begonnen: Bis zum 16. November soll die Herbstaktion Schnäppchenjäger mit interessanten Angeboten in Kombination mit dem debitel Start-Geschenk anlocken. Preissensible Credit-Kunden sollen sich über das Aktionsangebot Siemens C55 freuen. Das Gerät ermöglicht nicht nur den Download

Aufmerksamkeit der Kunden am PoS auf die Angebote zu lenken. Eine weitere Dreingabe ist „Wild und bunt“, ein A6-formatiges Heft, dessen Titel jungen Mobiltelefonierern vielseitige Informationen verspricht: Hier erfahren sie, was gerade im Kino angesagt ist, welche Stars und Sternchen beim Viva Comet 2002 abgesahnt haben oder auch, was Flirten per Handy alles möglich macht. Das Heft dient zur

Auslage an der Theke oder als Give-Away. Zudem enthält es ein SMS-Gewinnspiel: Bei richtiger Beantwortung winken zwei Tickets für die Premiere des neuen James Bond „Stirb an einem anderen Tag“, die in Hamburg oder Berlin stattfinden wird. Der zweite Gewinner erhält ein Nokia



7650 mit integrierter Kamera, dritter bis fünfter Preis ist je ein Miller Chronograph. Ein besonderes Schmankerl bietet die Herbstaktion darüber hinaus den Spielern unter den Telefonierern: Auf den Aktionshandys Siemens C55 ist das Java-Spiel „Schützenkönig“ bereits installiert. Für alle anderen java-fähigen Handys gibt es das Spiel unter

www.debitel.de/wildundbunt oder www.debitel.de/jagdsaison als kostenlosen Download – mit den Nokia Geräten 7210, 6310i und 7650 kommt der Benutzer sogar in den Genuß einer Farbversion. Der „Schützenkönig“ kann auch im Internet gespielt werden. Wer wissen möchte, ob er

als Enten- oder Wildschwein-Schütze taugt, übermittelt nach Spielende die erreichte Punktzahl an den Highscore und liest die Top-Five auf dem Display ab. Die besten drei Spieler unter den Internet-Teilnehmern können außerdem einen Highspeed PC, eine topaktuelle Digicam oder das neue Siemens C55 inklusive Javaspiele gewinnen.

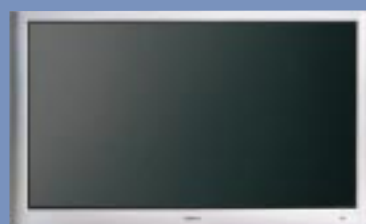


SAMSUNG



DigitAll *temptation*

63-Zoll-Bildschirmdiagonale →



← 1366x768 Pixel Auflösung

Plasmafernseher PS-63P1H. Die Zukunft des Fernsehens heißt PDP (Plasma Display Panel) und ist erstmals auch im beeindruckenden 63-Zoll-Format erlebbar. Seien Sie gespannt auf ein kontrastreiches, farbtreues, gleichmäßig helles und gestochen scharfes Bild, das in einer solchen Größe einmalig ist. Plasmatechnologie von SAMSUNG weist den Weg in die Zukunft des digitalen Fernsehens. Sie werden anders wahrnehmen. So hautnah wie niemals zuvor.

SAMSUNG DIGIT*all*
everyone's invited™

www.samsung.de

Gigaset 4975 voice&data als ein Schwerpunkt Siemens liefert „Geschenke, über die man spricht“

Die neue Basisstation Gigaset 4975 voice&data, die erstmals Sprachtelefonie und Datenkommunikation in einem Gerät vereint, sowie eine erweiterte Farbpalette für die Gigaset Schnurlos-Familie stehen im Mittelpunkt der Angebote, die Siemens für das Weihnachtsgeschäft des Handels bereithält. Unterstützt werden die Verkaufsaktivitäten unter dem doppeldeutigen Motto „Geschenke, über die man spricht“ durch ein Deko-Paket, zu dem verschiedene Displays, Deckenhänger, Deko-Sterne, Aktionsbanner, Geräte-Wobbler und Dispenser mit Endverbraucher-Broschüren gehören.

DECT-Produkte gehören zum Jahresende zu den Umsatzbringern der Telekombranche: Wurden im Weihnachtsgeschäft 1999 rund 717.000 Geräte in Deutschland abgesetzt, so stieg die Zahl im Jahr 2000 auf zirka 812.000 an, und 2001 wurden 908.000 Geräte verkauft. Mit der aktuellen Weihnachtsaktion will Siemens dafür sorgen, daß die Millionengrenze in diesem Jahr in greifbare Nähe rückt oder sogar überschritten wird.

Eines der Highlights im Rahmen der Aktivitäten zum Jahresende stellt die neue Basisstation Gigaset 4975 voice&data dar. „Bislang



Norbert Strixner, Leitung Marketing Deutschland, Siemens Cordless Products

stand bei diesen Produkten die Sprachtelefonie klar im Mittelpunkt“, sagte Norbert Strixner, Marketingleiter Cordless Products bei Siemens, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Dies soll sich mit der

neuen Gigaset 4975 voice&data ändern.“ Die Vorteile dieser Basisstation lägen zum einen darin, daß nur noch ein Gerät für Sprachtelefonie und Datenkommunikation erforderlich sei, das zudem auch für ungeübte und der Technik nicht unbedingt positiv gegenüberstehende Anwender äußerst einfach und bequem zu installieren sei. Zum anderen biete das Gerät die volle Netzwerkfähigkeit für bis zu acht Computer. Mit dem entsprechenden Zubehör (PC-Karten und Treiber) lassen sich auch Notebooks in dieses Netzwerk integrieren, und zwar gleichermaßen Windows- wie Macintosh-Rechner.

Das Gigaset 4975 voice&data ist nach Strixners Worten das erste Produkt, mit dem Siemens zukünftig den Markt für Sprach- und Datenkommunikation erobern will. Noch im Laufe des kommenden Jahres sollen weitere Produkte folgen. Strixner: „Unsere Strategie sieht vor, daß derartige Produkte einmal rund ein Drittel unseres Umsatzes ausmachen sollen.“ Wann dieses Ziel erreicht sein wird, sei nicht vorherzusagen, da es sich um einen komplett neuen Gerätetyp handle und es bislang noch keine zuverlässigen Angaben über die Akzeptanz der Anwender gebe. Strixner: „Ich gehe aber davon aus, daß das Ziel mit dem Aufkommen weiterer Produkte, die dem Anwender die Nutzung noch bequemer machen, in wenigen Jahren erreicht ist.“ Verbessert werden könne beispielsweise vor allem die Einrichtung von Heimnetzwerken. Außerdem solle eine Produktfamilie entstehen, in der jeder Anwender ein auf sein persönliches Bedürfnis zugeschnittenes Produkt finden könne.

Zweiter Schwerpunkt im Weihnachtsgeschäft sind bei Siemens neue oder in puncto Aussehen aktualisierte Telefonmodelle (siehe Kasten rechts). „Unser Motto lautet hier ‚Design, das anspricht‘“, erläuterte Strixner. „Wir wollen das

Siemens sucht die schönste Gigaset Präsentation

Zur Unterstützung des Abverkaufs im Weihnachtsgeschäft hält Siemens ein Weihnachts-Deko-Paket bereit. Und damit sich der Einsatz für die Schnurlosprodukte der Gigaset Familie für den Händler lohnt, hat Siemens den Wettbewerb „Die schönste Gigaset Warenpräsentation“ ausgeschrieben. Als Hauptgewinn steht eine einwöchige Reise für zwei Personen in das Vier-Sterne-Wellness-Hotel „Regina“ in Sölden (Österreich) in-

klusive Anreise und Halbpension bereit, für Platz zwei bis fünf wurde jeweils ein Gutschein für eine



Wintersportausrüstung bei Sport Scheck im Wert von 150 Euro ausgelobt. Wer an dem Wettbewerb teilnehmen will, muß die Gigaset Weihnachtsdeko in seinem Schaufenster oder am Point of Sale fotografieren und die Bilddatei im

.jpg- oder .gif-Format per E-Mail an haendlerinfo@siemens.com schicken. Einsendeschluß ist der 15. Dezember 2002.

Für den PoS stellt Siemens seinen Handelspartnern eine Reihe von Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln für das Weihnachtsgeschäft zur Verfügung.



der Anstrengungen wider, die Siemens in Richtung Individualisierung unternehme. Weitere Kriterien seien die unterschiedliche Ausstattung, die Bedienung und die unterschiedliche Formgebung. Strixner: „Unser Sortiment soll so groß werden, daß die Vorstellung, jedes Mitglied eines Haushaltes habe ein eigenes, seinen persönlichen Designbedürfnissen entsprechendes Gerät zur Verfügung, nicht mehr nur Fiktion ist.“

Mit beiden Produktschwerpunkten habe Siemens starke Trümpfe für das Weihnachtsgeschäft in der Hand, stellte der Marketingleiter fest. Zuversichtlich blicke er dem Jahresende darüber hinaus aber auch deshalb entgegen, weil gerade in der Weihnachtszeit erfahrungsgemäß hochpreisiger gekauft werde. Strixner: „Der Verbraucher gibt mehr Geld für langfristige, sinnvolle Investitionen aus. Und da Siemens als Premiemarken laut GfK-Untersuchungen höchste Akzeptanz beim

schnurlose Telefon zu einem Lifestyleprodukt und zu einem Teil der Wohnkultur machen.“

Mit den neuen Siemens Gigasets bilde das Telefon eine harmonische Einheit mit der Gesamtwohnlanschaft und spiegele damit die Ästhetik zeitgenössischen Wohnens wider. „Dank der neuen Farbvielfalt kann man aber auch



Einfache Installation und volle Netzwerkfähigkeit sind die herausragenden Eigenschaften des Gigaset 4975 voice&data.

kontrastierende Highlights schaffen“, so Strixner.

Die erweiterte Farbpalette, in der jeder Nutzer seinen Favoriten finde, spiegele jedoch nur einen Teil

Kunden genießt, empfehle ich dem Handel, verstärkt Gigaset Produkte über 100 Euro in den Mittelpunkt der Produktpräsentation und Beratung zu stellen.“

Siemens präsentiert die Gigaset-Familie zum Weihnachtsgeschäft in neuen Farbvarianten

Siemens präsentiert das komplette Sortiment der Gigaset-Schnurlosprodukte ab sofort in einer bislang nicht gekannten Design-Vielfalt: Vom handygroßen Gigaset 4010s Micro bis zur Basisstation Gigaset 4975 voice&data erscheint die gesamte Siemens Gigaset-Familie rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft in neuem Outfit. Zur aktuellen Farbpalette gehören unter anderem Platinum, Gletschergrün, Champagner und das klassische Mitternachtsblau. Mit der aktuellen Produktlinie bietet Siemens jetzt zudem eine ganze Bandbreite an Geräten, die auch in ihrer Farbgebung aktuellste Wohndesignrends aufnehmen und reflektierend fortführen. „Slow Living“ heißt die



Die Schnurlostelefone Gigaset 4015 Comfort in den drei Farbvarianten (v. l.) Champagner, Mitternachtsblau und Gletschergrün

Siemens Devise, die einen Lebens- und Wohnstil jenseits von geschäftlicher Hektik beschreibt, in dem die einfachen Dinge des Lebens und Natürlichkeit bevorzugt werden. Gleichzeitig legt „Slow Living“ aber auch Wert auf modernste Technik und höchste Qualität.

PoS Neuheiten

Neue Minikopfhörer von Sennheiser



Mit dem Modell PXC 250 präsentiert Sennheiser einen neuen Minikopfhörer, der sich insbesondere für portable Quellen eignet. Für die exzellente Klangwiedergabe sorgt die zuschaltbare Lärmkompensation Noise-Gard. Weiche Ringohrpolster gewährleisten einen hohen Tragekomfort ohne störendes Drücken. Durch eine spezielle Falttechnik läßt sich der Kopfhörer platzsparend in der mitgelieferten Gürteltasche unterbringen, in der auch ein kleiner portabler Player Platz findet. Der PXC 250 ist seit Oktober für den Fachhandel lieferbar.

Traxdata „Uranus“ mit 52-fach CDRW



Den mit 52-facher Schreibgeschwindigkeit zur Zeit weltweit schnellsten CDRW-Recorder bringt Traxdata für einen UVP von 129,- € auf den Markt. CD-RW Medien beschreibt der Traxdata „Uranus“ mit 32-facher Geschwindigkeit (Ultraspeed). Außerdem unterstützt der Uranus als eines der ersten Laufwerke den neuen „Mount Rainier“ Standard, bei dem eine eingelegte CD-RW automatisch im Hintergrund formatiert wird und dann wie ein Disketten- oder Festplattenlaufwerk zur Verfügung steht. Nach Mount Rainier Standard beschriebene Medien lassen sich zwischen unterschiedlichen Computern austauschen und machen die Beschreibung optischer Medien so einfach wie die Handhabung einer Diskette, die nach Meinung von Fachleuten durch die Mount Rainier Technologie endgültig verdrängt werden könnte. Das Auslesen von Audio-CDs meistert der Uranus mit 40-fachem Tempo, Daten-CDs liest er mit 52-facher Geschwindigkeit aus. Das interne EIDE-Laufwerk in 5 1/4 Zoll Größe verfügt über einen 2 MB großen Pufferspeicher und arbeitet mit einer integrierten Sicherheitstechnik zur Vermeidung eines Buffer-Underruns auch unter ungünstigsten Aufzeichnungsbedingungen. Im Lieferumfang enthalten sind: Brennsoftware Nero 5.5, 40-poliges IDE-Kabel, Audiokabel, Schrauben sowie deutsches Benutzerhandbuch. Der Traxdata Uranus ist ab Mitte September 2002 zum UVP von 129 € verfügbar.

Creative MegaWorks 510D: HighEnd PC-Speaker



„Detailliert, präzise, leistungsstark“. So charakterisiert Creative sein HighEnd PC-Lautsprecher-System der Referenzklasse. Das 5.1 Speaker-Set „MegaWorks 510D“ zeichnet sich durch volldigitales Elektronik-Design mit 24-Bit/96-kHz-Eingängen und exzellenter Dynamik bei satten 500 Watt Ausgangsleistung aus. Die fünf Satelliten und der Subwoofer setzen mit ihren hochwertigen 24-Bit/96-kHz-Digital-Analog-Wandlern und einem Rauschabstand von



95 dB neue Maßstäbe hinsichtlich Technologie, Signalverarbeitung und Klangqualität. Das MegaWorks 510D ist die perfekte Ergänzung für die neuesten 5.1-Soundkarten und aktuelle Mainboards mit Dolby Digital 5.1 Soundchips on Board. Der UVP beträgt 499,- €.

19- und 20,1 Zoll Flachbildschirme von V7 Videoseven



V7 Videoseven, eine Marke der Ingram Micro, präsentiert 19- und 20,1 Zoll LCDs für professionelle Anwendungen. Die multimediaauglichen Displays sind mit jeweils zwei integrierten Lautsprechern ausgestattet und durch ihre schnelle Pixel-Reaktionszeit von 25 ms auch für Spiele interessant. Zudem verfügen die Bildschirme über eine Kontraste von 500:1, eine Helligkeit von 250 cd/m² und einen Blickwinkel von horizontal und vertikal jeweils 170°. Ein 15 pin D-Sub Eingang und eine DVI-Schnittstelle ermöglichen die unkomplizierte Einbindung in

bereits bestehende Infrastrukturen. Die neuen Displays V7 L19CM und V7 L20.1CM sind ab November für den Fachhandel lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis für den 19-Zoller beträgt 999 Euro, der 20,1-Zoller kann zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 1.499,- Euro angeboten werden. V7 Videoseven gewährt auf jedes LCD einen europaweiten 36-monatigen Vor-Ort-Austausch-Service.



Gehen Sie auf Warp 3.

DSL-Modems von LG.



mls-advertising.com

exponet
Cologne 2002
Messe Köln 19. - 21. November
Halle 6.1, Stand 39

Wireless LAN

Adapterkarten

Switches/Hubs

DSL-Produkte

Router

Starter Kit

Maximaler Schub für unendliche WWWeiten. Erforschen Sie das Internet in phantastischer Geschwindigkeit – mit DSL-Modems von LG. Denn die sind voll kompatibel zu T-DSL und damit ideal für alle, denen es nicht schnell genug gehen kann. 2 Jahre Austauschgarantie sind bereits an Bord.

Als Teil der großen Netzwerk-Flotte von LG überzeugen die DSL-Modems mit einem galaktisch guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Aber auch die anderen Produkte wie Netzwerkkarten, Switches und drahtlose Lösungen bieten Spitzenqualität zu attraktiven Konditionen und mit bestem Service.

Noch Fragen, bevor's losgeht?
Tel.: 021 54 – 492 0
Fax: 021 54 – 492 111
E-Mail: info@lge.de
www.lge.de

LG Electronics
Deutschland GmbH
Jakob-Kaiser-Straße 12
47877 Willich



Digitally yours

Neuheiten

Mit Agfeos neuer DECT S₀-Basisstation funken bis zu 16 Mobilteile

Bei der neuen Agfeo DECT S₀-Basisstation handelt es sich im Gegensatz zum Agfeo DECT Modul um ein externes Sende-/Empfangsteil. Das Gerät wird über Standard ISDN-Anschlußkabel an den internen S₀-Anschluß geeigneter Agfeo ISDN TK-Anlagen betrieben. Bis zu vier dieser DECT-Basen können maximal vier Funkzellen aufbauen und ermöglichen somit innerhalb des gesamten DECT-Mehrzellen-Systems den unterbrechungsfreien Betrieb von bis zu 16 Mobilteilen von Funkzelle zu Funkzelle. Durch Verwendung der S₀-Technologie können die DECT-Basen weit über 100 Meter entfernt von der TK-Anlage positioniert werden, um eventuell größere Distanzen zu überbrücken. Als Mobilteile können Agfeo DECT 30 SystemHandys oder diverse DECT-GAP Telefone verwendet werden.

Nokia 6650 unterstützt EGSM 900/1800 und das WCDMA-Protokoll

Mobil Nokia hat mit dem Nokia 6650 das nach eigenen Angaben weltweit erste 3GPP-kompatible (Third Generation Partnership Project) Mobiltelefon vorgestellt, das sowohl EGSM 900 und GSM 1800 Netze als auch das WCDMA-Protokoll (Wideband

Code Division Multiple Access) unterstützt. Mit seiner Dual-Mode-Funktion ist das Nokia 6650 das weltweit erste GSM/WCDMA-Mobiltelefon, mit dem der Benutzer in Europa und Asien einschließlich Japan mobil telefonieren kann.

Aufgrund der WCDMA-Schnittstelle des Nokia 6650 können mehrere Anwendungen parallel ablaufen. So kann beispielsweise mit der integrierten Digitalkamera ein Foto gemacht und direkt an den Gesprächspartner versendet werden, mit dem man gerade telefoniert. Abhängig vom Start der WCDMA-Netztechnik und der Interoperabilität zwischen den Netzwerken, Diensten und Terminals sind die ersten Marktauslieferungen des Nokia 6650 für das erste Halbjahr 2003 geplant.

Zur Ausstattung des Telefons gehören ein großes, hochauflösendes Farbdisplay, eine integrierte Digitalkamera für Bild- und Videoaufnahmen, Sprachfunktionen, verschiedene Datenverbindungsmöglichkeiten sowie eine fortschrittliche Benutzeroberfläche. Das Nokia 6650 ist das erste Nokia Mobiltelefon, mit dem kombinierte Bild-, Ton- und Videoaufnahmen mit einer Länge von bis zu 20 Sekunden, bei 4096 Farben, aufgenommen werden können. Die VGA-Kamera läßt sich einfach und schnell durch das Öffnen der Linsenabdeckung aktivieren. Fotos und Videoclips können auf dem Nokia 6650 angeschaut und gespeichert oder an andere kompatible Mobiltelefone oder

E-Mail-Adressen per MMS (Multi-media Messaging Service) versendet werden. Das Nokia 6650 unterstützt WAP 1.2.1 über GPRS sowie MIDP Java 1.0 für das Herunterladen von zusätzlichen Applikationen. Darüber hinaus bietet es polyphone (mehrstimmige) Klingeltöne, verfügt über eine elektronische Brieftasche zur Durchführung mobiler Transaktionen und ermöglicht den Datenaustausch via USB, Bluetooth und Infrarot.

Kraftcom Powernet nutzt Steckdosen für DSL und Heimnetzwerk



Mit dem neuen Kraftcom Powernet ist die Einrichtung eines DSL-Anschlusses und eines Heimnetzwerkes an jeder Steckdose im gesamten Gebäude möglich. Entwickelt wurde Powernet vor allem als Lösung für zu Hause, für kleine Büros und Home-Offices. Um Powernet zu nutzen, werden DSL-Anschluß bzw. Netzwerk einfach mit dem Powernet-Modul über ein Ethernetkabel verbunden und in die Steckdose gesteckt. Weitere Module können dann über jede beliebige Steckdose im Haus ans Stromnetz angeschlossen werden. So entsteht auf einfache Weise ohne jeglichen Aufwand eine Heimvernetzung. Die Verbindung der Module mit der Netzwerkkarte des PC bzw. Notebooks erfolgt durch ein LAN-Kabel. Auch der Anschluß von Wireless LAN Accesspoints ist bei diesem

System möglich. Die Datenübertragung innerhalb des Powernet-Netzwerkes ist mit einer Geschwindigkeit von bis zu 14 Mbit/s möglich.

Agfeos AIS-Modul sorgt für Infos und Musik in der Warteschleife



Gegen Langeweile beim Telefonieren in der Warteschleife empfiehlt Agfeo individuelle Wartemusik und aktuelle Infos über die Telefonanlage. Das Agfeo AIS-Modul (Audio Informations System), Gema-freie Musik und Informationen, soll Anrufer selbst in der Warteschleife oder bei besetzter Leitung in gute Stimmung versetzen. Agfeo bietet für seine neuen ISDN TK-Anlagen AS 1x, AS 2x und AS 3x das bereits mit Standardtexten ausgerüstete AIS-Modul und empfiehlt zusätzlich die professionellen Dienstleistungen der Firma corporate music. Die Verbindung beider Produkte sorgt nach Angaben des Herstellers für einen sympathischen telefonischen Auftritt auch kleiner und mittlerer Unternehmen bzw. Kanzleien oder Praxen, und das zu moderaten Kosten. Mit dem Agfeo AIS-Modul können beispielsweise Hotels problemlos und preiswert Audiomarketing betreiben. Informationen wie „zu Weihnachten bieten wir Ihnen wie in jedem Jahr Schnupperpreise an – fragen Sie bitte nach“ können unkompliziert während der Warteschleife oder bei besetzter Leitung eingespielt werden. Corporate music bietet zum Beispiel für obige

Agfeo ISDN TK-Anlagen zum Einsatz mit Agfeos optionalem AIS-Modul, speziell für Fachhändler, einen AIS-Baukasten. In den darin enthaltenen Musik- und Sprachpaketen befinden sich alle Komponenten, unter anderem 26 fertig gemischte Musiktitel, die für den Einsatz im AIS optimiert sind. Detaillierte Informationen zu AIS und corporate music gibt es bei: corporate music, Schauenburger Straße 116, 24118 Kiel, Telefon 0431/5606370 oder im Internet unter www.on-hold.de.

net Mobile AG läßt Atari- und C64-Spiele auf dem Handy laufen



Atari- und C64-Fans können sich freuen: Die net mobile AG ermöglicht ihnen ab sofort, klassische Markenspiele der 80er Jahre auch auf dem Handy zu spielen. Das Düsseldorf Unternehmen erwarb bei der Elite Systems UK exklusiv die europaweiten Vermarktungsrechte für zunächst drei Spiele: Mit dem Flugsimulator „Spitfire“ kann jeder das Fliegen lernen. Bei „Harrier Attack“ gilt es, die eigene Flotte mit dem Düsenjet gegen feindliche Angriffe zu schützen. Und wer lieber auf dem Boden bleibt, der dreht mit dem roten Lotus Esprit seine Rennrunden in „Turbo Esprit“. Alle Spiele sind in Java programmiert, das heißt, sie laufen auf Handys wie dem Siemens M 50 oder dem Nokia 3410 und 7650 sowie auf allen javafähigen Geräten aller Hersteller.

Sony Ericsson stellt neue Mobiltelefone und Zubehör für das mobile Telefonieren vor

Mobil Sony Ericsson spricht mit seinem Mobiltelefon T100 trendorientierte junge Menschen an, die auf einfache Handhabung, eine gute Ausstattung und ein schickes Design Wert legen. Überzeugen soll das



neue Handy vor allem durch sein gutes Preis-/Leistungsverhältnis: Als Dualband-Handy ist das Gerät unter anderem mit WAP-Browser und einem Vier-Graustufen-Display mit 101 x 67 Pixeln ausgestattet. Das T100 wird in Teilen Europas im ersten Quartal 2003

eingeführt, über eine Markteinführung in Deutschland ist noch nicht entschieden. Das handlich kleine T100 gibt einen ersten Eindruck, wie künftig das Design der Sony Ericsson-Handys aussehen wird. Seine klaren Formen vereinen die Einfachheit und den Minimalismus des skandinavischen und japanischen Industriedesigns. Das Handy kommt in drei trendigen Farben auf den Markt: Icy Blue, Gentle Gold und Fresh White. Es mißt 99 x 43,5 x 18 mm und wiegt 75 Gramm. Der Lithium-Ionen-Akku sorgt für bis

zu 4,5 Stunden Sprechzeit; die Standby-Zeit beträgt maximal 200 Stunden. Mit diesem Handy trägt Sony Ericsson dem Wunsch vieler GSM-Märkte nach einem sehr preiswerten Modell für die breite Masse Rechnung, das über alle gängigen Sprach- und Messagingfunktionen verfügt. Diese sind beim

T100 mit EMS-Messaging für Bilder, Sound und Animationen, Vibrationsalarm und Zugang zum mobilen Internet vertreten. Das Handy verfügt über eine Galerie mit 30 Bildern, 15 Animationen und zehn Klingeltönen, die per EMS versendet werden können. Darüber hinaus stehen zehn SMS-Vorlagen für oft genutzte Mitteilungen zur Wahl. Neue Bilder werden per Picture Editor erstellt. Unterwegs können sich die Benutzer mit fünf Spielen die Zeit vertreiben. Sony Ericssons neues Stereo-UKW-Radio HPR-20 kombiniert eine portable Freisprecheinrichtung mit voller UKW-Radiofunktion. Das HPR-20 besteht aus Stereo-Ohrhörern und einem Radiomodul, das mit dem Handy einfach per Kabel verbunden wird. Auf dem Radiodisplay werden alle Funktionen angezeigt. Das Handy wird so zum portablen Audiogerät, mit dem der Benutzer zugleich einfach und bequem über Stereo-Ohrhörer mit Freunden und Bekannten telefonieren kann. Das HPR-20 kommt im vierten Quartal auf den Markt. Das kleine

Radio wiegt 20 Gramm. Es wird einfach mit dem Handy verkabelt und per Klipp an der Kleidung befestigt. So



bald ein Anruf ankommt, ertönt im Ohrhörer ein Signal, das Radio schaltet automatisch auf stumm und der Nutzer kann telefonieren. Ist das Gespräch beendet, schaltet sich das Radio wieder automatisch an. Alle wichtigen Funktionen, also die Frequenz-, Sender- und Lautstärkenanzeige sowie Sender-Programmierungen und Baß-Einstellungen, werden auf dem blau hinterleuchteten Display angezeigt. Das Sony Ericsson HPR-20 ist kompatibel mit fast allen Sony Ericsson und Ericsson-Handys. Ebenfalls neu im Programm von Sony Ericsson ist das Bluetooth-Headset

HBH-60. Es ist klein, leicht und sehr einfach zu bedienen. Es funktioniert auch mit den Bluetooth-Handys aller anderen Hersteller, die zur Sprachkommunikation vorgesehen sind. Das HBH-60 wird Ende des vierten Quartals 2002 auf den Markt kommen. Das 22 Gramm schwere HBH-60 ist lediglich 7,2 cm lang. Klingelt das Handy, wird das Headset sofort aktiviert, und der Anruf kann mittels Sprachkommando oder Tastendruck am Headset angenommen werden. Das HBH-60 funktioniert auf bis zu



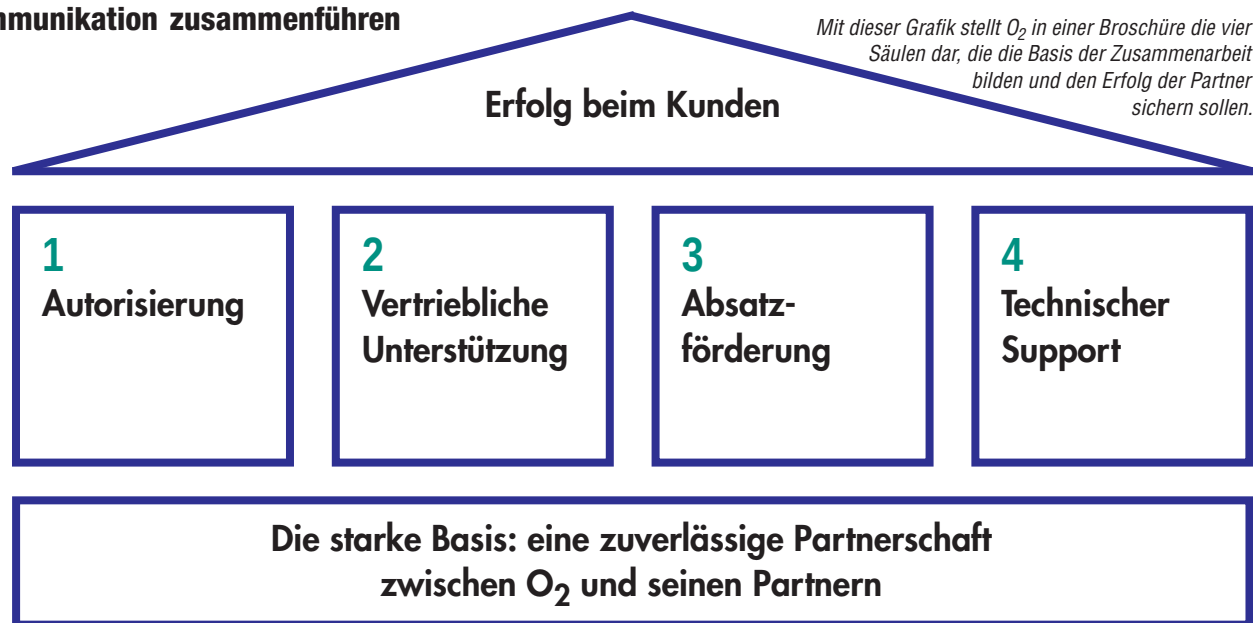
zehn Meter Distanz vom entsprechenden Mobiltelefon und bietet maximal 2,5 Stunden Gesprächszeit sowie 70 Stunden Standby-Zeit.

O₂ Germany präsentiert Mobile Solutions Program

O₂ Germany hat ein neues Partnerprogramm für den IT-Kanal entwickelt. Das sogenannte „Mobile Solutions Program“ richtet sich vor allem an Händler, Systemhäuser und Systemintegratoren, die mobile Lösungen von O₂ vertreiben. Der Münchner Netzbetreiber will mit der neuen Initiative die beiden Kompetenzbereiche IT und Telekommunikation zusammenführen

„Gerade in den Bereichen mobiler Datenlösungen und zukunftsweisender Technologien wie GPRS und UMTS ist O₂ eines der führenden Unternehmen in Deutschland, das immer wieder für neue Impulse auf dem Mobile Data-Markt sorgt“, stellte Demmer fest. „Das Ziel, unsere führende Marktposition zu festigen und weiter auszubauen, wollen wir jetzt auch gemeinsam mit IT-Händlern, Systemhäusern und Entwicklern erreichen.“ Die Grundlage dafür bilde das Mobile Solution Program, das ab sofort das bereits früher speziell für Tk-Spezialisten entwickelte Mobile Business Programm ergänze. Demmer: „Während Voice- und Standard-Datenlösungen weiterhin über unsere Tk-Vertriebspartner vermarktet werden, wollen wir IT-Partner in die Lage versetzen, ihren Kunden komplexe Datenlösungen anzubieten.“

und die Partner im Projektgeschäft bei Kunden unterstützen. Im Rahmen eines abendlichen Pressegesprächs in München erläuterten Frank J. Demmer, O₂ Vertriebsleiter Geschäftskunden, und Stefan Kaas, O₂ Marketingleiter Geschäftskunden, die Hintergründe des neuen Partnerprogramms.



Bis auf wenige Ausnahmen bei Großunternehmen, die direkt durch O₂ betreut werden, sollen diese Datenlösungen für Geschäftskunden über die Mobile Solution Partner vermarktet werden. „Der gewinnbringende Vorteil für diese liegt darin, daß die Implementierung der O₂-Produkte direkt über unsere Partner vorgenom-

men wird“, führte Kaas aus. So könnten diese an den Dienstleistungen verdienen, ohne internen Wettbewerb seitens O₂ fürchten zu müssen. „Beim Implementieren und beim Service bauen wir voll und ganz auf die Kompetenz unserer Partner“, so Kaas. „Diese strategische Ausrichtung bedeutet für unsere Mobile Solutions Partner, daß sie sich neue Umsatzpotentiale in neuen Märkten erschließen können.“

Voraussetzung für die Partnerschaft ist die produkt- und lösungsspezifische Autorisierung. Im Rahmen des Programms erhalten Unternehmen die Möglichkeit, sich für einzelne Produkte und Lösungen zu qualifizieren. Die Autorisierung, die in regelmäßigen Abständen wiederholt wird, soll die Basis für den Geschäftserfolg des Mobile Solutions Partners darstellen, denn er kann das neu gewonnene Know-how im Bereich mobiler Tk-Technologie gezielt bei seinem Kunden einsetzen.

Damit bildet die Autorisierung eine von insgesamt vier Säulen, die die Partnerschaft zwischen O₂ und seinen Partnern stützen. Eine weitere Säule stellt die vertriebliche Unterstützung dar. Dazu gehören beispielsweise die Betreuung durch einen IT-Partnermanager, eine

spezielle IT-Partnerhotline, attraktive Margen und Provisionsmodelle, die Nutzung der Interessenten-Datenbank von O₂ sowie ein wöchentliches News-Fax, das über alle wichtigen Neuerungen bei O₂ informiert.

Säule drei bildet die Absatzförderung: O₂ nennt seine Partner auf der Internetseite, unterstützt sie mit Verkaufsunterlagen, Broschüren, verkaufsfördernden Mitteln und Produktpräsentationen, führt Lead-generierende Maßnahmen wie Call-Center-Aktionen durch und bereitet alle relevanten Informationen im Partner Online System, dem Extranet für O₂-Partner, auf.

Die vierte Säule ist der technische Support. Hier steht nach Kaas' Ausführungen beispielsweise neben einer technischen Service-Hotline ein spezieller Software-Download-Bereich bereit, von dem Software-Updates für einzelne Lösungen heruntergeladen werden können. Außerdem unterstützt das Mobile Solutions Center von O₂ seine Partner mit System-Consultants im Projektgeschäft – auch vor Ort.

Informationen zum Mobile Solutions Program gibt es unter Telefon 0800/10 90 490 oder im Internet unter www.o2.com/de/partnerIT.

O₂-Partner übernehmen Vermarktung komplexer Business-Datenlösungen

Nokia liefert komplette MMS-Lösung für mm02 in vier Länder

Nokia ist als einziger Lieferant der MMS-Lösung (Multimedia Messaging Service) von mm02 in allen europäischen Märkten des Unternehmens ausgewählt worden. Der Vertrag wird es den Teilnehmern in Deutschland, Holland, Großbritannien und Irland ermöglichen, Nachrichten mit Text, Bildern, Grafiken und Klängen als eine integrierte multimediale Nachricht zu versenden und zu empfangen. Die Lieferungen haben bereits begonnen, der Dienst wird in diesen Wochen in den Markt eingeführt. Besitzer MMS-fähiger Mobiltelefone können dann mit persönlichen Fotos oder Abbildungen, Tonaufnahmen und Texten Multimedia-Mitteilungen erstellen und an ein anderes Mobiltelefon oder an eine E-Mail-Adresse versenden. Ebenso können sie über das O₂-Portal Bilder aus Fotoalben und Bilddatenbanken herunterladen. Auch eine Reihe an Mitteilungsdiensten zu den Themen Sport, Entertainment, Klatsch und Tratsch, Nachrichten, Reise und Wetter wird angeboten.

O₂ und Siemens bieten mobile Lösungen für Außendienstmitarbeiter

O₂ und Siemens Business Services (SBS) bieten ab sofort mobile Lösungen für den Außendienstler an. Einen entsprechenden Kooperationsvertrag haben Rudolf Gröger, CEO O₂ Germany, und Paul A. Stodden, CEO Siemens Business Services, unterzeichnet. Mit seinem GPRS-Mobilfunknetz stellt O₂ den Datentransfer sicher und liefert mit dem xda ein flexibles Smartphone für den Einsatz im Außendienst. Die Mobile Workforce Lösungen von Siemens Business Services ermöglichen es, Mitarbeiter unterwegs mit Informationen zu versorgen, Unternehmensdaten abzurufen und zu modifizieren. So kann beispielsweise ein Vertriebsmitarbeiter einem Kunden vor Ort ein Angebot machen, indem er direkt auf die Daten im Firmennetz zugreift und anschließend die Bestellung aufnimmt. „Durch die Kooperation mit Siemens können wir Unternehmenskunden mit mobilen Mitarbeitern in unterschiedlichen Industriebereichen maßgeschneiderte Außendienstlösungen anbieten“, erklärte Gröger.

O₂ Germany erweitert Imagekampagne für Geschäftskunden

O₂ hat die Imagekampagne für den Geschäftskundenbereich, die im Juni startete, um konkrete Produktmotive erweitert. Damit verfolgt das Unternehmen das Ziel, Kompetenz und Produkte im Bereich der Business-Lösungen bekannt zu machen. Der Medieneinsatz umfaßt Printanzeigen, TV-Spots auf n-tv und N24 sowie Online-Vermarktung über Sponsoring, Banner und Newsletter.

Zu Beginn konzentrierte sich die Kampagne auf den Imageaufbau. Ziel war es zunächst, die Positionierung des Geschäftskundenbereichs darzustellen. Darauf aufbauend werden jetzt einzelne Produkte und Lösungen für das Business-Segment dargestellt. Diese sollen dem Kunden einen klaren Nutzen zur Optimierung seiner Geschäftsprozesse bieten. Zwei Produkte stehen in Print und TV im Fokus: einerseits BlackBerry als Lösung für Mitarbeiter, die unterwegs ihre Firmen-E-Mails lesen, beantworten oder weiterleiten möchten; andererseits der xda, ein Pocket PC und Mobiltelefon mit Internetzugang in einem Gerät. Beide Motive sind Beispiele für Daten- und Sprachlösungen von O₂, die auf die Bedürfnisse der Geschäftskunden zugeschnitten sind.

Die Online-Vermarktung greift die Campus-Lösung sowie die GPRS PC-Karte als weitere Angebote auf. Mit Campus telefonieren Geschäftskunden auf dem Firmengelände zu Festnetzbedingungen. Die GPRS PC-Karte ermöglicht den schnellen und drahtlosen Zugang zum Internet und zu E-Mails mit dem Notebook.

Der Zusatz „pure business“ kennzeichnet seit dem Start der Kampagne die Geschäftskundenwerbung des Unternehmens. Damit soll deutlich werden, daß es sich um Business-Angebote handelt. Marktforschungsergebnisse zeigen, daß diese spezifische Ansprache sowie der Positionierungsansatz der Kampagne von der Zielgruppe der Geschäftskunden begrüßt werden. „Durch die Kampagne möchte sich O₂ im Business-Segment etablieren. Als Ergänzung zum Kompetenzaufbau ist die Kommunikation des Kundennutzens von einzelnen Produkten und Lösungen jetzt der wichtige nächste Schritt“, so Norbert Hölzle, Leiter des Geschäftsbereichs Business von O₂ Germany. „Damit zeigen wir unseren Kunden durch konkrete Einsatzmöglichkeiten, daß wir halten, was wir versprechen.“

Mit Grapheno und DataExpress Bilddaten schnell und sicher am Datenstau vorbei übertragen

Eines der interessantesten Themengebiete der diesjährigen photokina waren neue Geräte und neue Dienstleistungen für das Bildergeschäft. Zu den erweiterten Möglichkeiten, Bilder von jedem beliebigen analogen oder digitalen Medium auf jedes beliebige analoge oder digitale Medium zu bringen, kamen vollkommen neue Bilddienstleistungen hinzu. So konnten die Messebesucher sich beispielsweise am Kodak Stand Bilder ausdrucken lassen, die sie mit einem Nokia 7650 Mobiltelefon mit integrierter Digitalkamera aufgenommen hatten.

Das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Fotografie war außerdem bei den verbesserten Online-Printservices zu beobachten – macht doch die Übertragung hochauflösender Bilder für Verbraucher erst mit breitbandigen Telekommunikationsdiensten (wirtschaftlich) Sinn. Und auch der Handel konnte sich über neue Möglichkeiten der inner- und außerhäusigen Vernetzung informieren, zum Beispiel, um digitale Bildaufträge (aus Filialen) zur Belichtung an ein eigenes Minilab oder in ein Großlabor zu schicken.



Ein Beispiel für das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Fotografie konnte auf dem Kodak-Stand begutachtet werden: Dieses Foto von PoS-MAIL-Redakteur Herbert Päge (Originalgröße 135 x 102 mm) entstand mit einem Nokia Handy 7650 und wurde in beachtenswerter Qualität direkt auf dem Kodak-Stand geprintet.

Für diejenigen, die auf Schnelligkeit setzen und digitale Bilddienstleistungen nicht per Tourendienst, sondern per Telefonleitung erle-

digen wollen, sind hohe Datentransferraten typisch. Um die Datenübertragung zu akzeptablen Kosten bewerkstelligen zu können,

benötigen Fotohändler hohe Übertragungsgeschwindigkeiten. Einer der möglichen Tk-Partner, der mit DataExpress und Grapheni geeignete Produkte anbietet, ist die Deutsche Telekom.

Grapheno ist eine elektronische Plattform, die die Kommunikation und den Datenaustausch der Partner in der Fotobranche vereinfacht. Eines der Kennzeichen von Grapheno ist die intelligente Verknüpfung der Systemwelten. Grapheno läuft sowohl auf Macintosh-Rechnern als auch auf Standard-PCs unter Windows 95/98 oder 2000 sowie unter Linux und Unix.

Anwender können Daten in jeder Phase der Auftragsabwicklung schnellstmöglich versenden und empfangen und an einem zentralen, sicheren Ort archivieren. Alle zum Versand anstehenden und alle empfangenen Aufträge sind

auf einen Blick sichtbar. Sie können mit Job-Tickets versehen und an die entsprechenden Produktionspartner versendet werden – also zum eigenen Minilab in einer anderen Filiale ebenso wie in ein Großlabor oder an einen Mitarbeiter, der für die Bildbearbeitung zuständig ist und beispielsweise Foto-Visitenkarten entwirft oder elektronisch Staub und Kratzer aus digitalisierten Fotoandenken entfernt.

Grapheno erlaubt außerdem, ein

stationen vorliegen, aus den einzelnen Filialen abzurufen. Dieser Weg ist besonders dann interessant, wenn beide/alle Teilnehmer DataExpress nutzen.

Um den spezifischen Anforderungen der Unternehmen gerecht zu werden, entwickelt die Deutsche Telekom verschiedene Anschlußpakete, die sich problemlos in ein bestehendes PC-System oder Netzwerk integrieren lassen.

Für diejenigen, für die das Empfangen und das Senden von Daten gleich wichtig sind, gibt es die Variante DataExpress symmetric. Hier steht derzeit mit Data Express symmetric 2000 ein Produkt bereit, das eine gleiche Upstream- und Downstreamgeschwindigkeit von jeweils 2 Mbit/s ermöglicht. Data Express symmetric 2000 bietet sich also beispielsweise für Bilddienstleister an, die auf einem Minilab echte

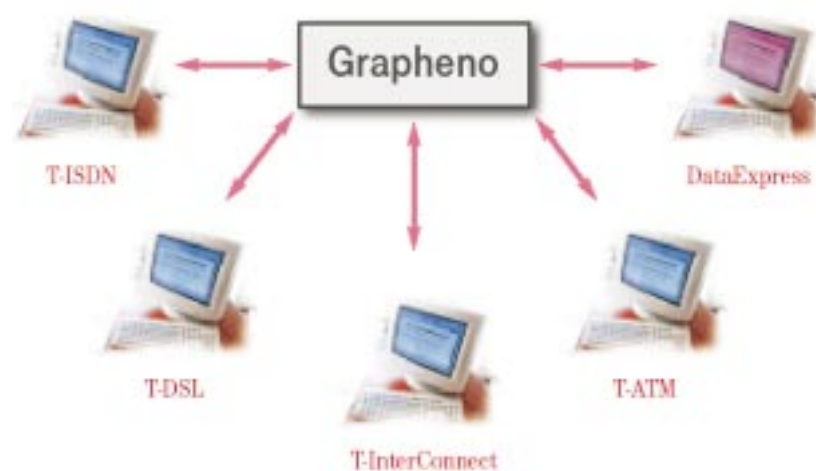
DTAG als Partner der Bildproduzenten

persönliches Adreßbuch einzurichten. Und wer nicht nur Bilddaten verschicken will, sondern auch betriebswirtschaftliche Informationen, der kann diese Daten mit Grapheno auch sicher verschlüsseln.

Mit DataExpress können Bilddienstleister aus Handel und Labor einen High-Speed-Zugang zu Grapheno nutzen, um sicherzustellen, daß ihre Daten schnell und sicher den Empfänger erreichen. Damit können die schnelle Produktion und die verlässliche Einhaltung von Terminabsprachen zu einem Wett-

Fotos von digitalen Daten für ihre Filialen (oder andere Partner wie Werbeagenturen) produzieren, gleichzeitig aber auch große Datenmengen an ein Fotogroßlabor weiterleiten.

Wer seinen Anschluß dagegen vorwiegend zum schnellen Dateneingang nutzen will, kann auf DataExpress asymmetric zurückgreifen. Hier sind drei verschiedene Produkte im Portfolio der Deutschen Telekom zu finden: DataExpress 200 mit 155 Kbit/s Upstream- und 2 Mbit/s Downstreamgeschwindigkeit, DataEx-



Grapheno integriert die Systemwelten und läßt sich mit allen Zugangstechnologien der Deutschen Telekom problemlos nutzen.

bewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern werden.

DataExpress erlaubt die Einrichtung von Punkt-zu-Punkt-Verbindungen. Wie bei T-ISDN wählt der Nutzer sein Gegenüber mit dem Computer direkt an. So wird es beispielsweise einem filialisierten Minilabbetreiber möglich, digitale Bildaufträge, die etwa durch das Scannen analoger Vorlagen oder die Nutzung digitaler Annahme-

press 400 mit 340 Kbit/s Upstream- und 4 Mbit/s Downstreamgeschwindigkeit sowie Data Express 600 mit 530 Kbit/s Upstream- und 6 Mbit/s Downstreamgeschwindigkeit. Diese Alternativen eignen sich vor allem für Unternehmen, die Bilddaten aus ihren Filialen zur Produktion in eine zentrale Abteilung herunterladen, aber kaum digitale Bildaufträge weiterleiten.

Deutsche Telekom bietet ab sofort bundesweit T-DSL 1500 an

Unter der Bezeichnung T-DSL 1500 bietet die Deutsche Telekom ihren Kunden ab sofort auch bundesweit einen besonders schnellen Internet-Zugang an. Die neue T-DSL Variante bietet Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 1,5 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) im Downstream und von bis zu 192 Kilobit pro Sekunde (kbit/s) im Upstream. Zum Vergleich: Mit T-DSL können Telekom Privatkunden bislang Daten aus dem Internet mit bis zu 768 kbit/s empfangen und mit bis zu 128 kbit/s ins Internet versenden.

Bei einem Mehrpreis von 9,99 Euro zum bisherigen T-DSL Entgelt richtet sich das neue Angebot T-DSL 1500 vor allem an die Gruppe der Vielnutzer. Das einmalige Einrichtungsentgelt beträgt 74,95 Euro. Der Umstieg von T-DSL auf T-DSL 1500 ist bis zum 31. Dezember kostenfrei. In den sechs

deutschen Städten Berlin, Hamburg, München, Stuttgart, Flensburg und Kassel war T-DSL 1500 bereits in den Vorwochen erfolgreich an den Start gegangen.

Entscheidende Vorteile der nochmals beschleunigten Highspeed-Anbindung ans Internet sind ein deutlicher Zeitgewinn beim Download und noch mehr Komfort beim Web-Zugang: Multimediale Inhalte, zum Beispiel Videos oder animierte Spiele, können noch schneller abgerufen werden. Entsprechende Angebote finden Surfer beispielsweise im Breitbandportal T-Online Vision (www.t-online-vision.de) von T-Online. Software, Musikdateien und Filmsequenzen lassen sich über T-DSL 1500 noch zügiger, als es bisher mit T-DSL schon möglich war, herunterladen.

Die hohe Bandbreite ermöglicht nun auch gleichzeitiges komfortables Surfen durch mehrere Personen durch Mehrplatzlösungen zum Beispiel in

einem Büro. Bei T-DSL 1500 kann die vorhandene PC-Installation für das Standardangebot T-DSL unverändert genutzt werden.

T-Online hat für den Internet-Breitband-Zugang ab sofort ein spezielles Angebot unter dem Namen T-Online dsl 5000 MB zum Preis von 24,95 Euro pro Monat im Angebot. Hierin ist ein Freivolumen von 5 000 Megabyte (MB) enthalten. Jedes weitere MB kostet 1,59 Cent. Seit Anfang Oktober steht den Breitbandkunden der neue Einsteiger-Tarif T-Online dsl 1000 MB zur Verfügung. Im Monatspreis von 9,95 Euro ist ein Freivolumen von 1000 Megabyte enthalten. Jedes weitere MB kostet ebenfalls 1,59 Cent. Bei beiden Tarifen ist eine Mehrplatznutzung zulässig. Bei der Bereitstellung des neuen Angebotes T-DSL 1500 ist die (weitere) Nutzung der T-Online dsl flat nicht möglich.

Neuheiten

Kala 300 DECT-Telefone von Philips bieten neue Ausstattungsmerkmale



Mit den neuen Kala 300 DECT-Telefonen setzt Philips die Tradition der Kala-Reihe im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit und intelligente Funktionen fort. Die neuen Produkte kommen im aktuellen hochwertigen Metallic-Look (Satellite Grey oder Black Metallic) auf den Markt und sollen noch mehr Komfort bieten. Alle Kala 300 Modelle sind mit einer Freisprecheinrichtung und einer Paging-Funktion ausgestattet, die dabei hilft, verlorengegangene Mobilteile wiederzufinden. Das große alphanumerische Display des Kala 300 ist mit großen Icons versehen, die eine intuitive Bedienung erlauben. Es kann bis zu zehn alphanumerische Zeichen in einer Zeile darstellen, während drei



Icon-Zeilen den Benutzer durch die Menüs führen. So können auch Kunden, die Angst vor einem Zuviel an Technik haben, mit ihrem Telefon umgehen.

Die von Philips entwickelten und nach Angaben des Herstellers einzigartigen Technologien Crystal Sound System (CS™) und Fast Antenna Selection Technology (FAST) sorgen jederzeit für eine hervorragende Klangwiedergabequalität bei optimalem Empfang. Kombiniert mit der Rufnummeranzeige (netzabhängig) verfügt das Kala 300 über eine optische und akustische Anruferidentifikation. Das Telefonbuch besteht aus zwei unterschiedlichen Gruppen, denen je ein Symbol auf dem Display und ein spezifischer Klingelton zugeordnet werden können. Mit insgesamt 40 Einträgen wurde die Kapazität des Telefonbuchs gegenüber dem Kala 200 verdoppelt. Sieben Klingeltonmelodien – darunter zwei instrumentale – stehen dem Benutzer zur Auswahl. NiMH-Akkus sorgen für eine Gesprächszeit bis zu elf Stunden und eine Standby-Zeit von bis zu elf Tagen. Das Kala 300 Vox besitzt einen digitalen Anrufbeantworter. Die Anrufbeantworterfunktionen können sowohl von der Basisstation als auch vom Mobilteil aus bedient werden. Das Kala 300 Vox ist mit einer Standardansage und „Plug & Play“ ausgestattet. Mobilität bietet die Möglichkeit, an der

Kala 300-Basisstation weitere Mobilteile anzumelden. Das Kala 300 kann bis zu vier Mobilteile verwalten und unterstützt den GAP-Standard zur Anmeldung von Mobilteilen anderer GAP-kompatibler Hersteller. Zur Erweiterung des Kala 300 sind einzelne Mobilteile erhältlich, Philips bietet aber auch verschiedene Kala 300 Multipacks an, bei denen zwei, drei oder sogar vier Mobilteile im Lieferumfang enthalten sind. Die Mobilteile und die Basisstation sind ab Werk schon aufeinander abgestimmt, so daß sie sofort einsatzbereit sind. Bei Kala 300 Vox Multipacks kann der Anrufbeantworter von allen Mobilteilen aus bedient werden. Anrufe können von einem Mobilteil an das andere weitergeleitet werden bzw. es können mehrere Mobilteile an einem Gespräch teilnehmen. Mit der Interkom-Funktion können interne Gespräche zwischen Mobilteilen kostenlos getätigt werden.

BinTec erweitert das Sortiment um Router mit DSL-Schnittstelle



Die BinTec Communications AG hat eine neue Variante ihrer BinGO! Router mit DSL-Schnittstelle sowie eine neue Version mit der Stateful Inspection Firewall, die bereits bestehende Sicherheitsfunktionen in den Routern der X-Generation erweitert und Firmennetzen einen höheren Sicherheitsstandard gewährleistet, ins Programm aufgenommen. Die neuen G.SHDSL-Router X2402 und X2404 wurden speziell für High-Speed Internetzugänge und VPN-Verbindungen in kleinen und mittleren Unternehmen entwickelt. Aufgrund sehr hoher Datenübertragungsgeschwindigkeiten sowie umfangreicher Sicherheitsmerkmale eignen sich die Router ideal für Business-Anwendungen wie das Hosting von Web- und E-Mail-Servern, Videokonferenzen oder zur Anbindung von Unternehmens-Filialen. Ebenfalls neu im Sortiment ist eine neue Ausstattungsvariante der X2300 Familie, der X2300is. Mit seinem integrierten Vier-Port Switch soll der Router alle kommunikativen Anforderungen im SoHo-Bereich erfüllen. Somit können gleichzeitig bis zu vier PCs direkt an den Router angeschlossen werden. Ebenfalls neu in der BinTec Produktpalette ist die Drei-Slot-Variante der X8500 Routerfamilie, die sich an mittlere bis große Unternehmen richtet. Der Router verfügt über drei Steckplätze für Kommunikationsmodule und zeichnet sich durch eine hohe Performance und seine modulare Bauweise aus. Mittels einer kostenpflichtigen Hardware-Lizenz läßt sich das Gerät auf die Acht-Slot-Version X8500-S8 aufrüsten.

Die BinGO! DSL Router wurden speziell für den High Speed Internet Zugang konzipiert und können zudem für den Remote Access in kleinen Unternehmen, Remote Offices oder in Home

Offices eingesetzt werden. Über die integrierte ISDN-Schnittstelle ermöglicht BinGO! DSL ein automatisches Backup über ISDN. Um unberechtigten Zugriff zu verhindern, ist BinGO! DSL mit umfangreichen Sicherheitsmechanismen ausgestattet.

Freisprecheinrichtung THB Comfort Basic erfüllt neue Gesetzesauflagen



Die neue Freisprecheinrichtung Comfort Basic von THB soll eine Alternative zu gängigen Original-Car-Kits darstellen. Sie vereint nach Angaben des Herstellers Qualität mit Sicherheit. Die auf dem Konzept der bekannten THB Comfort aufgebaute Freisprechanlage ist CE-konform und



mit e1-Typgenehmigung versehen. Sie entspricht damit von vornherein den ab sofort geltenden Auflagen des Gesetzgebers. Bei der THB Comfort Basic wurde weiterhin der Aufnahmehalter, aufgrund des durch den Gesetzgeber verbotenen Privatmodus während der Fahrt, aus dem Lieferumfang genommen. Somit konnte auch auf das Spiralkabel am Handyhalter verzichtet werden.

Alcatel One Touch 715 verbindet GPRS Klasse 10 mit Design im Retrolook



Mit dem One Touch 715 bringt Alcatel ein GPRS-Mobiltelefon der Klasse 10 auf den Markt, das modernste Technologie mit Design im Retrolook verbindet. Bei Handys der Klasse 10 stehen dem Nutzer vier Kanäle zum Empfangen der Daten und zwei Kanäle zum Senden zur Verfügung. Die Datenrate beträgt 30 bis 50 KBit/s. Neben einem extra großen Display bietet das neue Alcatel One Touch 715 einen integrierten Organizer mit Kapazität für bis zu 800 Kontaktdaten, bis zu 1.000 Terminen und eine To-do-Liste mit bis zu 60 Aufgaben. Der Datenabgleich mit einem PC kann per Kabel, Infrarot-Schnittstelle oder über das GSM-Netz mit einem SynchML-Server vorgenommen werden. Darüber hinaus enthält das neue Handy einen Taschenrechner, einen Euro-Umrechner und eine Uhr mit Zeitzoneanzeige. Weiterhin können mit dem One Touch 715 Icons, Fotos, Ruftöne und animierte Icons per Wap heruntergeladen werden. Für die Komposition mehrstimmiger Rufmelodien stehen 16 Musikinstrumente zur Verfügung.

Digital Solutions

Mehr Drive im Kartenhaus!



CompactFlash™ I/II

Microdrive

SmartMedia™

MultiMedia

SecureDigital

MemoryStick™

USB-Port

für Win/Mac*

Hot-Swapping

Ob HubDrive mit integriertem 2-Port-USB-Hub oder TravelDrive: Ihr Datenhandling wird optisch und technisch zum Genuss. Beide Designer-Lesegeräte von Hama eignen sich für die gängigsten Speichermedien und ermöglichen das Kopieren von Karte zu Karte ohne Zwischenspeichern.

* treiber-unabhängig für Win ME/XP

hama®

Die passende Lösung
www.hama.de

Rund um die GAMES

- **Peter Pan – Die Legende von Nimmerland**
- **Stuntman**
- **Turok Evolution**
- **X-Box Live Deutschlandstart**



Deutschland-Start

am 30.11.2002

Die Würfel sind gefallen. Auf dem X02-Event in Sevilla gab Microsoft den lang erwarteten Startschuß für den Europastart seines Xbox-Onlinedienstes Xbox Live bekannt. Xbox Live erlaubt es Videospielern, mit einem vorhandenen Breitbandanschluß (Mindestvoraussetzung 256 kbit/s Download- und 128 kbit/s Uploadgeschwindigkeit) online im Netz zu spielen. Die Xbox wird einfach per Netzkabel mit dem DSL-Modem verbunden. Anschließend müssen nur noch die Benutzerdaten des DSL-Anbieters wie Benutzername und Kennwort im Xbox Live Menü eingetragen werden. Microsoft verwendet für Xbox Live das Standardprotokoll PPPoE (point to point over ethernet), das von T-Online, eins&eins, Arcor und vielen anderen benutzt wird. Ein Zugang über DSL von AOL wird voraussichtlich technisch nicht möglich sein, da AOL ein eigenes Zugangsprotokoll verwendet. Dieses AOL-eigene Zugangsprotokoll ist zudem, wie jeder Onlinegamer weiß, zu langsam für Online-Games. Noch einfacher ist das Einrichten von Xbox Live bei vorhandenen Netzwerkroutern. Hierbei muß die Xbox nur per Netzkabel an den Router angeschlossen werden. Der Online-Zugang erfolgt dann wie beim vorhandenen Mac oder PC automatisch über den Router.



Boris Schneider-John,
PR-Manager

Das Online-Spielen auf der Xbox unterscheidet sich bei dem Spiel Unreal Championship nicht vom bekannten Spielerlebnis über PC. Zusätzlich können sich die Spieler während des Spiels über das Xbox Communicator Headset unterhalten. Es besteht weiter die Möglichkeit, aktuelle Statistiken, neue Level und Charaktere auf die Xbox-Festplatte herunterzuladen.

Ab dem 30. November ist Xbox Live in Deutschland im Rahmen des Xbox Live Tests verfügbar. Das Xbox Live Starter Pack kann ab diesem Tag auf der Xbox Homepage online bestellt werden. Bei technischen Schwierigkeiten erstattet Microsoft den Kaufpreis. „Wir führen ein stufenweises Herangehen an Live in Europa ein, um zu gewährleisten, daß die Spieler das bestmögliche Erlebnis haben“, so Michel Cassius, European Director Xbox. Ab dem 14. März 2003, zum einjährigen Geburtstag der Xbox, startet der Dienst in Deutschland und acht europäischen Ländern dann auch im Handel. Nach Aussage von Hans Stettmeier, Director Home and Retail Microsoft Deutschland, plant Microsoft für das Jahr 2003 den Absatz von 50.000 Starter Packs in Deutschland.

Das Xbox Live Starter Pack wird im Internet und im Handel 59,99 Euro kosten. Es enthält das Xbox Communicator Headset, ein zwölfmonatiges Abonnement des Xbox Live-Onlinedienstes und zwei spezielle Versionen der beiden Xbox-Top-Titel MotoGP und Whacked. In diesem Jahr sind noch fünf weitere exklusive Xbox Live-Spiele zu erwarten: Unreal Championship (Infogrames), MechAssault, Whacked! (beide Microsoft Game Studios), Tom Clancy's Ghost Recon (Ubi Soft) sowie MotoGP (THQ). 2003 sollen gar über 50 Spiele mit Xbox Live-Funktionen, darunter Highlights wie Halo 2 und CounterStrike, erscheinen.



TV-Star Elton und Hans Stettmeier, Director
Home and Retail Microsoft Deutschland



Peter Pan – Die Legende von Nimmerland Für PlayStation 2

Peter Pan, die Legende von Nimmerland, ist ein 3-D-Action-Adventure, das in der Third-Person-Ansicht (Schulterperspektive) gespielt wird. Dabei ist jede Menge Action mit Geschicklichkeits- und Puzzelaufgaben kombiniert. Originalschauplätze und über 20 Charaktere aus dem gleichnamigen Disney-Blockbuster garantieren einen hohen Wiedererkennungswert und interessantes Gameplay. Peter Pan ist ein lebhaft gestaltetes und abwechslungsreiches 3-D-Abenteuer in einer zauberhaften Elfenwelt, in der ein blutrünstiger Kapitän Hook sein Unwesen treibt.

Zeitgleich zum PlayStation 2 Spiel kommt Peter Pan nach fast 50 Jahren wieder in die Kinos. In der Fortsetzung des Kassenschlagers von 1953 sind mit Kapitän Hook, der Elfe Tinkerbell und den Lost Boys alle bekannten Charaktere wieder vereint. Natürlich führen der Piratenführer Hook und seine Gefolgschaft wieder Böses im Schilde. Die Aufgabe des Spielers ist es, dies zu verhindern. Laut einer Legende ist die Schatzkarte zum größten Piratenschatz Nimmerlands in 16 Teilen im ganzen Land verteilt. Die Jagd nach den Einzelstücken führt den Spieler in der Rolle von Peter Pan durch 24 wundervoll animierte Levels in sieben verschiedenen Landschaften. Das Adventure-Game spielt zum einen an wundervollen Sonnentagen und zum anderen in glitzernder Dunkelheit. Es erfordert vom Spieler Geschick beim Schwertkampf gegen Feinde, Reaktionsvermögen beim Ausweichen vor Gegenständen und Treffsicherheit beim Umgang mit der Steinschleuder. An Peter Pans Seite ist die bezaubernde Elfe Tinkerbell, die ihn beim Aufspüren von Feinden, bei der Suche nach Gegenständen und bei der Erforschung winziger Räume tatkräftig unterstützt. Das Spiel ist hervorragend für die ganze Familie geeignet. USK: ohne Altersbeschränkung • Preis: 59,95 Euro



Stuntman Für PlayStation 2

Der Spieler übernimmt die Rolle eines Hollywood-Stuntman. Das Ziel des Spiels ist es, erfolgreiche Filmstunts zu absolvieren, um in die erste Liga der Hollywood Stuntman vorzurücken. Jeder Stunt besteht aus klar definierten Aufgaben. Angefangen bei einer 180°-



Drehung, über perfekte Sprünge, Kollisionen, bis zu dramatischen Unfällen. Nach einem erfolgreichen Stunt erhält der Spieler Bonusgegenstände (z. B. Rampen, Sprengstoff), die er in der Stunt-Arena ausprobieren kann. In einem fotorealistischen Film-Trailer können die abgedrehten Stunts ansehen werden. Die Auswahl an Fahrzeug-Typen läßt keine Wünsche offen, denn von italienischen Luxus-Karossen, Muscle-Cars aus den 60ern bis hin zu Schneemobilen lassen sich die verschiedensten Fahrzeuge steuern. Jedes besitzt unterschiedliche Fahreigenschaften und beeindruckende Grafik-Details. Das Spiel besitzt zwei abwechslungsreiche Spielmodi: den Mission Mode mit Aufträgen und einer spannenden Story und den Arcade Mode mit einer Stunt Arena und kleinen Spielen. Als Bonusmaterial besitzt die DVD zusätzlich ein Video über „The Making of Stuntman“ und ein Interview mit Vic Armstrong, dem Entwickler des Spiels.

Stuntman gehört zu den Most Wanted Games für die PS2. Der Entwickler Reflections besitzt eine hohe Reputation durch die Destruction Derby-Serie und die Blockbuster-Serie Driver 1+2. USK: ab 6 Jahre



Für GameCube

Turok Evolution setzt die Erfolgsgeschichte eines der beliebtesten Konsolenspiele weltweit fort. Der Erfolgstitel ist genau rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft für den Nintendo GameCube erhältlich. Turok Evolution sorgt für spannende Action auf dem GameCube. Es erzählt die Geschichte vor den ersten drei Teilen der Turok-Saga: Im Jahr 1886 stehen die letzten Indianer um ihren Häuptling Tal'Set der übermächtigen amerikanischen Kavallerie unter der Führung von General Bruckner gegenüber. Mitten in der Schlacht öffnet sich ein riesiger Erdsplatt und verschlingt Tal'Set. Als er aus seiner Ohnmacht erwacht, befindet er sich mitten in einem Dorf im „Verlorenen Land“. Von dessen Bewohnern erfährt Tal'Set, daß Lord Tyrannus mit seinen Echsen-soldaten und riesigen Kampfbestien alle Ureinwohner ausrotten will.



Aufgabe des Spielers ist, genau das zu verhindern. Nur mit geschickter Taktik und klugen Kampfstrategien läßt sich das Ziel, die Gegner auszuschalten, erreichen. Dabei kommt es nicht nur auf den Einsatz mächtiger Waffen an, denn das Spiel ist kein Shooter im üblichen Sinn. Im Vordergrund stehen das clevere Ausnutzen der Landschaft und der kluge Einsatz der Kampfmittel. Jede Waffe im Spiel wurde weit über die herkömmlichen Möglichkeiten hinaus entwickelt. Turok Evolution bietet nahezu überall seinen eigenen Stil – angefangen bei den Hauptcharakteren, über die gesamte Umgebung, bis hin zu Feinden und Waffen. Es ist eine vollständig neue, interaktive Welt mit eigenen Gesetzen. Der Spieler wird Teil davon, und alle seine Aktionen beeinflussen das Geschehen.

Auf dieses Spiel haben viele Besitzer des GameCube gewartet, und es wird nicht wenige geben, die sich wegen Turok Evolution einen GameCube zulegen. Leider ist zur Zeit seitens Nintendo kein Bundle von GameCube und Turok Evolution geplant • Preis: 59,95 Euro Lanz



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

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

www.fotolabor.de ● 0228-623177

TD-C

Technical Documentation • Communication

Technische Informationen zielgerecht vermittelt!

Beratung, Konzeption, Layout und Druckservice:
- Betriebsanleitungen

- Multimediale Trainingsunterlagen

- Broschüren

- Technische Datenblätter

- Lehrtafeln

- Präsentationen

- Fachartikel

Ingenieurbüro S. Kautz
Technical Documentation & Communication
Lärchenweg 21
40789 Monheim

Fon: +49 (0) 178.47 28 585

Anzeigenschluß
für die
Ausgabe 12/2002
ist der
4. November

Unser Auftraggeber, ein internationaler Konzern mit Sitz der Europazentrale im Großraum Rhein/Ruhr, zählt weltweit zu den großen Unternehmen der Elektrotechnik und Elektronik. Im Bereich der digitalen und mobilen Bürokommunikation ist man führender Anbieter von innovativen Produkten und Lösungen. Gesucht wird zum schnellstmöglichen Termin ein Mitarbeiter (m/w) als

Product-Manager

Ihre Aufgaben

- Definition der strategischen Produktmarketingziele
- Planung, Umsetzung und Kontrolle aller Produktmarketing-Aktivitäten
- Verantwortung für die Einführung neuer Produkte und das Life-Cycle-Management; Preisfindung und Positionierung
- Deutschland-/europaweite Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Analyse der Produkt- und Kundenanforderungen
- Koordinierung der deutschen/europäischen Produktplanungs-Prozesse
- Festlegung der Produktionsstückzahlen aktueller und neuer Produkte in enger Zusammenarbeit mit den Bereichen Administration und Vertrieb
- Organisation von internen und internationalen Meetings, Messen, Veranstaltungen sowie aktive Teilnahme

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL, Informatik oder technisch orientiert) mit Marketingerfahrung
- Ca. 3 Jahre Berufserfahrung als Product Manager in den Bereichen B2B oder B2C, idealerweise in der PC/Büro-kommunikationsbranche
- gute Hard-/Software-Kenntnisse im Bereich Network Computing
- Sehr gute Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift
- Alter: bis ca. 40 Jahre

Für weitere telefonische Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Scheppke unter der Telefonnummer 0211/ 370601 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 208

International operierender IT-Konzern mit Sitz im Großraum München sucht für den Bereich professionelle Grafik-Systeme den

Sales Manager

Europäisches Ausland

Ihre Aufgaben

- Vertriebsleitung für die Gebiete Süd-, Ost- und Zentraleuropa
- Budgetverantwortung für Umsatz, Profit, Kosten, etc.
- Erreichen der geplanten Umsatzvorgaben sowie Umsetzung und Kontrolle der festgelegten Vertriebsstrategien

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tips finden Sie auf unserer Website.

- Fachliche und disziplinarische Personalverantwortung
- Beratung und Produktpräsentationen bei Großkunden, Distributoren und bedeutenden Fachhändlern
- Marktbeobachtung bezüglich Preisentwicklung, Wettbewerb, Produktanforderungen etc.

Ihr Profil:

- Studium der Wirtschafts- oder Ingenieurwissenschaften oder langjährige Berufserfahrung
- Mehrjährige internationale Aktivitäten im IT-Sektor, erste Führungserfahrung
- Markt- und Produktkenntnisse aus dem Bereich der Medien-, Präsentations- und Kommunikationstechnologie
- Kommunikationsstärke, Engagement und Belastbarkeit
- Gute Englischkenntnisse, osteuropäische Sprachkenntnis sind von Vorteil
- gute PC-Kenntnisse

Für weitere Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Scheppke unter der Telefonnummer 0211 – 37 06 01 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 211

Unser Auftraggeber, ein internationaler Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr, zählt weltweit zu den bedeutenden Anbietern in den Bereichen Elektronik und Bürokommunikation. Für die Produktlinie „Professionelle Präsentations-Technik“ wird zum schnellstmöglichen Termin ein Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Support-Ingenieur Europa

Ihre Aufgaben

- Technischer Support im Pre- und After Sales
- Know-how Transfer, Trainings und Unterstützung für Kunden und der eigenen Vertriebsorganisation
- Enge Zusammenarbeit mit der Entwicklungsabteilung und dem Produktmanagement (Qualitätssicherung, Dokumentation etc.)
- Aktive Teilnahme an Messen (z.B. photokina, CeBIT) und deren Vorbereitung

Ihr Profil:

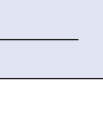
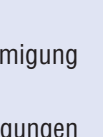
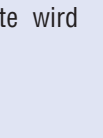
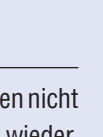
- Abgeschlossenes technisches Studium
- Ca. 4 Jahre Berufserfahrung in der PC/Büro-kommunikationsbranche
- Sehr gute Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift
- Gute Kommunikationsfähigkeiten
- Sehr gutes Hardware- und Software-Wissen
- Tiefe Kenntnisse zu Netzwerktechnologien (z.B. LAN, W-Lan, Bluetooth)

Für weitere telefonische Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Scheppke unter der Telefonnummer 0211/ 370601 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 212

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf
Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468
E-Mail: info@bestjob.de
Internet: http://www.bestjob.de



Die WerbeF@ctory:

Integrative Kommunikationslösungen

- Fotostudio (24x36mm bis 8x10inch) mit angeschlossenem Fachlabor
- Bildverarbeitung und Retusche
- Grafik, Satz und DTP
- Multimedia CD-Rom und DVD-Produktionen
- Videoproduktion Image und Produktfilme
- Internetdesign und -Hosting
- Werbemittel
- Mediaplanung und PR

Alles aus einer Hand?

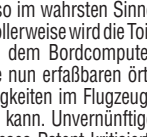
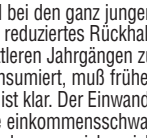
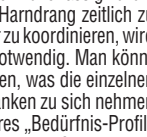
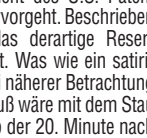
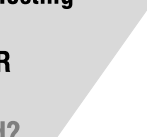
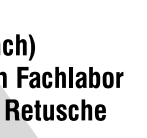
JA!

• Telefon: 02102-9404-0

• Telefax: 02102-49 99 74

• Internet: http://www.eschenbach.de

• Postanschrift:
Atelier Eschenbach GmbH
Sohlstättenstrasse 123
D-40880 Ratingen



Atelier Eschenbach



Computergestützte Toilettenreservierung

Unter der Nummer 6.329.919 hat sich der IBM Konzern im Dezember 2001 ein Patent für die computergesteuerte Reservierung von Toiletten- und Waschräumen erteilen lassen, wie aus einem in der vergangenen Woche veröffentlichten Dokument des U.S. Patent & Trademark Office (USPTO) hervorgeht. Beschrieben wird ein Computer-System, das derartige Reservierungen in Flugzeugen steuert. Was wie ein satirischer Scherz aussieht, bietet bei näherer Betrachtung eine Vielzahl von Vorteilen. Schluß wäre mit dem Stau in den Mittelgängen, der sich ab der 20. Minute nach der Einnahme der Bordmahlzeiten zuverlässig zu bilden pflegt. Um den kollektiven Hamdrang zeitlich zu entflechten und den Bordverkehr zu koordinieren, wird ein vielschichtiges Programm notwendig. Man könnte z. B. computergestützt erfassen, was die einzelnen Fluggäste an Nahrung und Getränken zu sich nehmen und daraus ein unverwechselbares „Bedürfnis-Profil“ errechnen. In die Rechenparameter muß der Altersfaktor eingeschleift werden, weil bei den ganz jungen und den älteren Passagieren ein reduziertes Rückhaltevermögen im Vergleich zu mittleren Jahrgängen zu berücksichtigen ist. Wer viel konsumiert, muß früher eine Reservierung erhalten, das ist klar. Der Einwand, diese Funktion benachteilige die einkommensschwachen Schichten, ist nicht haltbar, denn wer viel zu sich nimmt, muß auch öfter, wird also im wahrsten Sinne des Wortes „bedürftiger“. Sinnvollerweise wird die Toiletten-Steuerungs-Software mit dem Bordcomputer verlinkt, damit der Autopilot die nun erfaßbaren örtlichen Verlagerungen der Flüssigkeiten im Flugzeugrumpf automatisch austrimmen kann. Unvernünftige Zeitgenossen haben IBM für dieses Patent kritisiert. Nun hat IBM-Sprecher Chris Andrews mitgeteilt: „Wir haben das Patent der Öffentlichkeit übergeben, damit wir uns auf unser hochwertigeres Patent-Portfolio konzentrieren können.“



IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: http://www.pos-mail.de
Postbank Essen,
Kto. 164 565-438, BLZ 360 100 43

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
H.J. Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Franz Wagner
Dipl. Journ. Herbert Päge
Dipl. rer. pol. Karla Schulze
Birgit Hölker, M.A.
Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath, Michael Nothnagel
Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 3 v. 1. Januar 2002

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräbel

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
60,- € jährlich
(Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

DAS ENDE **V**OM VIDEOBAN**D**



DVD-Videorecorder DMR-E30

Vom Marktführer Videorecorder: der weltweit gültige Aufnahmestandard DVD-R. Auf jedem DVD-Player abspielbar. Mit Time-Slip-Funktion dank DVD-RAM für zeitversetztes Anschauen während der Aufnahme. Im gut sortierten Fachhandel. Mehr Informationen unter www.panasonic.de.



Panasonic