

INHALT

Tk-Branche präsentiert sich auf der Systems	...S. 6
Systems erstmals mit ASP-Forum	...S. 8
Jamba! AG stellt neues Portal vor	...S. 13
Motorola zeigt Visionen in Sachen 3G	...S. 14
Bundesweit erster otelo-Shop eröffnet	...S. 16
DVD-Receiver drängen auf den Markt	...S. 18
Canon Expo zeigte neue Welten	...S. 20
Digitale Videoprojektoren an der Schwelle zum Massenmarkt	...S. 22
Siemens IC35	...S. 24
Tendenzen am europäischen PC-Markt: abwartend	...S. 24
Nach MP3 nun Boom für eBook	...S. 25
Acer Veriton FP2	...S. 26
Videoschnittsystem für Einsteiger	...S. 28
Yamaha brennt mit 16fach Speed	...S. 29
Wohin mit dem Schrott?	...S. 29
Neuigkeiten von MP3	...S. 30
Philips TV/Video Combis	...S. 31
Philips erweitert LCD-Monitor Line-up	...S. 31
Die dritte koreanische Kraft: Daewoo	...S. 32
Nicht jedes Fenster ist ein Windows	...S. 33
Games	...S. 34
Leserumfrage: Gewinnen mit PoS-MAIL	...S. 37
No(?)sense	...S. 39
Telekom-Nachrichten	...S. 10
Telekom-Neuheiten	...S. 12
Neuheiten	...S. 17, 32, 36
Aktuelles	...S. 4, 8, 16
Kleinanzeigen	...S. 38
Impressum	...S. 39



Die Entwicklung des Mobilfunkmarktes in Deutschland ähnelt der in anderen Industrieländern: Von einem zunächst stark business-orientierten Markt mit geringer Marktdurchdringung entwickelt sich die Mobiltelefonie zu einem Massenmarkt mit Steigerungsraten, die immer wieder nach oben korrigiert werden müssen. Letzter Auslöser für den Boom war die CeBIT 2000, auf der die ersten PrePaid-Handys für unter 100 DM vorgestellt wurden. Millionen von Kunden haben sich seitdem für GSM-Geräte ohne Vertragsbindung entschieden, und Experten erwarten den Tag, an dem mehr Menschen über ein Handy als

Viele Negativpunkte lassen die meisten Händler derzeit dem PrePaid-Geschäft skeptisch gegenüberstehen. Da ist zum einen die Tatsache, daß Abertausende von PrePaid-Geräten zwar gekauft, aber niemals freigeschaltet wurden. Auf dubiosen Kanälen gelangen diese Geräte ins (meist osteuropäische) Ausland, wo die von der Industrie stark subventionierten Handys dann verkauft werden. Auch die Tatsache, daß viele Kunden sich ein neues PrePaid-Modell

zulegen, die oftmals damit gekauften Freiminuten vertelefonieren und dann ihre alte Vertragskarte, soweit dies technisch möglich ist, in das neue Gerät einlegen, erhöht nicht gerade den Spaß an PrePaid. Und schließlich muß der Händler, der PrePaid-Karten zum Nachladen bereithält, vorab Investitionen tätigen. Bei allem Risiko, das damit zusammenhängt: Wird auch nur eine einzige PrePaid-Karte gestohlen, müssen aufgrund der geringen Gewinnspanne etliche

über ein Festnetztelefon kommunizieren, noch in diesem Jahr. Ein Ende der PrePaid-Entwicklung ist nicht abzusehen, denn noch immer verzeichnen die vier Netzbetreiber rund zwei Drittel ihrer Neukunden in diesem Segment. Doch was den Netzbetreibern Marktanteile und, zumindest beim SMS-Versand, sogar Gewinne sichert, bereitet dem Handel inzwischen nur noch wenig Freude. Denn der Beratungszeit bei Verkauf, Reklamationen und weitergehenden Dienstleistungen (vom Einlegen des Akkus bis zur Übertragung der Daten auf eine Twin-Karte) stehen nur geringe Margen gegenüber.

andere verkauft werden, um den Verlust wieder auszugleichen. Doch was soll alles Meckern? Das PrePaid-Geschäft ist nun einmal da und wird auch in Zukunft weiterbestehen, wenn auch mit abflachender Kurve. Doch selbst Multimedia-Handys für die neuen Mobilfunkstandards werden früher oder später in dieser Weise auf den Markt kommen – es grenzte an ein Wunder, wenn nicht. Die Frage für den Händler muß also lauten: Wenn ich schon nicht ohne Pre-

Paid leben kann, wie schaffe ich es dann, Spaß an diesem Markt zu haben? Hier gibt es gleich mehrere Antworten. Eine davon: Ich nutze ein System, das mir Vorteile bringt und gleichzeitig Risiken und Negativeigenschaften minimiert oder ganz ausschaltet. Ein solches System hat die Brodos AG auf der Systems 2000 in München vorgestellt: brodos cash-up heißt das neue Angebot, das nach der Vorstellung von Brodos-Marketing-

Telekom-Branche auf der Systems

Die Anwesenheit aller Netzbetreiber und der meisten Hersteller haben die wachsende Bedeutung der Systems für die Tk-Branche unterstrichen ... S. 6



Jamba! AG stellt neues Portal vor

EP:Electronic Partner, debitel und MediaMarkt-Saturn bilden strategische Allianz mit Berliner Start-up Unternehmen, um ein neues Internet-Portal anzubieten ... S. 13



DVD-Receiver drängen auf den Markt

Design-orientierte Komplettanlagen mit DV-Receiver sollen vor allem Lifestyle-interessierte Kunden ansprechen. Wir zeigen einige der aktuellen Modelle ... S. 18



Digitale Videoprojektoren für die Masse

Deutschland ist der wichtigste Markt für digitale Videoprojektoren. Auslöser für den Boom sind sinkende Preise in Verbund mit neuen Technologien ... S. 22



vorstand Christian Butzer „den Markt der PrePaid Cash-Cards revolutionieren wird“. brodos cash-up bezeichnet ein neuartiges elektronisches Verfahren, mit dem PrePaid-Karten aller deutschen Netzbetreiber aufgeladen werden können. Mit cash-up entfallen die bislang üblichen „Rubbelkarten“, mit denen der

Kunde bislang nicht das neue Telefonie-Guthaben erwarb, sondern lediglich eine Nummer, die er benötigte, um das Guthaben durch den Netzbetreiber freischalten lassen zu können.

Alles, was der Händler benötigt, um die Vorteile von brodos cash-up nutzen zu können, sind ein Computer oder eine Computer-

kasse mit Internetzugang, eine Tastatur mit internem oder externem Smart-Card-Lesegerät, die Geschäftsoptimierungssoftware brodos-PoS, die Brodos kostenlos liefert, und eine Brodos Membercard, die der Händler innerhalb weniger Tage erhält, nachdem er sich auf der Website des Unternehmens angemeldet hat. Um Interessenten, die bislang keine Tastatur mit Smart-Card-Lesegerät besitzen, den Einstieg in brodos cash-up zu vereinfachen, hält das Baiersdorfer Unternehmen für 100 Euro ein Startset mit Tastatur und Karte bereit.

Kartenaufladung ohne Rubbelkarte

Mit brodos cash-up ändert sich der bisherige Vorgang der Kartenaufladung. Will der Kunde sein PrePaid-Guthaben auffrischen, erhält er keine Rubbelkarte mehr. Stattdessen wird der Aufladewunsch durch den Händler, der sich mit Hilfe seiner Smart-Card als berechtigter Nutzer ausgewiesen hat, per gesicherter Online-Verbindung vom Terminal des Händlers an das Brodos-Rechenzentrum weitergeleitet. Dort stehen Guthabenummern aller Netzbetreiber bereit. Während der Händler über die bestehende gesicherte Online-Verbindung eine entsprechende Freischaltnummer zugewiesen bekommt, erhält der Kunde Sekunden später eine Bestätigungs-SMS über den abgeschlossenen Kauf. Den aufgeladenen Betrag zahlt der Kunde direkt beim Händler, der dann mit dem Netzbetreiber abrechnet.

Zahlreiche Vorteile für Händler und Kunden

Neben dem Verzicht auf die Rubbelkarte bietet dieses Verfahren zahlreiche Vorteile. So soll der Kunde beispielsweise zukünftig nicht mehr ausschließlich auf die feststehenden PrePaid-Summen von 25 DM, 50 DM oder 100 DM festgelegt sein. Denn die cash-up Software soll dem Händler zukünf-



Ganz im Zeichen des neuen cash-up Angebotes zeigte sich der Stand der Brodos AG auf der Systems. Um die Besucher auf die neue Möglichkeit zum Auftanken von PrePaid-Karten aufmerksam zu machen, wurde cash-up nicht nur durch Tanksäulen symbolisiert, auch der überwiegende Teil des Brodos Teams trat auf der Messe mit Tankwart-Overalls auf.

Fotos: hepä



tig ermöglichen, jeden beliebigen Betrag aufzuladen. „So kann etwa der Schüler, der nur 13,50 DM übrig hat, diese Summe ebenso gutschreiben lassen wie der Geschäftsmann oder der Urlaubsreisende, der ins Ausland fährt und sein PrePaid Konto vorsichtshalber mit mehreren Hundert DM auffüllt“, erläuterte Christian Butzer. Weiterer Vorteil für den Händler: Da er keine PrePaid-Karten zu kaufen braucht, ist sein Kapital nicht gebunden, und Lagerhaltung und Verwaltungsaufwand für die Karten entfallen. Zudem entfällt das Diebstahlrisiko. Darüber hinaus hat der Händler Zugriff auf alle PrePaid-Karten, unabhängig davon, ob er selbst mit den Anbietern in geschäftlichem Kontakt steht. Derzeit beschränkt sich das Angebot auf die vier deutschen Netz-

betreiber, aber, geht es nach den Plänen der Verantwortlichen bei Brodos, werden nach und nach auch immer mehr ausländische PrePaid-Karten in das cash-up-Angebot integriert. Butzer: „Unser Ziel ist es, Partnern mit einem hohen Anteil ausländischer Kunden, beispielsweise in Flughäfen oder Hotels, in der Nähe der Grenzen oder in den populären Einkaufstraßen der deutschen Großstädte, die Möglichkeit zu geben, jede weltweit angebotene Karte auffrischen zu können.“ Um dieses Ziel zu erreichen, steht Brodos derzeit in vielen Ländern der Erde in Verhandlungen mit den jeweiligen Netzbetreibern.

Doch während dieses Vorhaben noch Zukunftsmusik ist, ist ein

T Mobil bietet zwei Tarife für Xtra Kunden

Bei T-D1 stehen den Xtra Kunden ab sofort mit Xtra4You und XtraFriend zwei Tarifvarianten für das mobile Telefonieren zur Verfügung. Bei der Auswahl einer der beiden Varianten entstehen den T-D1 Kunden neben den Verbindungspreisen keine zusätzlichen Kosten. Mit einer einfachen Tarifstruktur eignet sich Xtra4You vor allem für Mobilfunktasteiger. Sie telefonieren tagsüber für 99 Pfennig pro Minute ins deutsche Festnetz und zu T-D1 Rufnummern. In der Moonshine-Zeit (montags bis freitags von 18 Uhr bis sieben Uhr, am Wochenende und an bundesweit gesetzlichen Feiertagen) kostet eine Minute mobil telefonieren 49 Pfennig.

Der bisherige Tarif heißt ab sofort XtraFriend. Dieses Angebot empfiehlt sich für T-D1 Mobilfunknutzer, die besonders am Wochenende und zu einer persönlichen Lieblingsnummer, der XtraNummer eins, telefonieren wollen. Sie zahlen von Freitag, 20 Uhr, bis Sonntag, 24 Uhr, und an bundesweit gesetzlichen Feiertagen 15 Pfennig pro Minute für Gespräche ins deutsche Festnetz. Die Verbindung zur persönlichen XtraNummer eins kostet von montags, 0 Uhr, bis freitags, 20 Uhr, 39 Pfennig in der Minute. Außerhalb dieser Zeiten und an Feiertagen werden 15 Pfennig pro Minute berechnet.



Die Mobilfunk-Penetration in Deutschland wird auch in den kommenden Jahren ansteigen. Nach wie vor werden PrePaid-Geräte Anteil an dieser Entwicklung haben. Grafik: Ericsson Consulting

Danke!

Im März dieses Jahres ist die erste Ausgabe von PoS-MAIL, Informationen für High-Tech-Marketing, mit der Absicht erschienen, den Fachhandel über die dynamische Entwicklung im Markt der neuen Consumer Electronics zu informieren. Die rasante technische Entwicklung in diesem Bereich, verbunden mit einer engen Interaktion zwischen Unterhaltungselektronik, Foto, Computer, Telekommunikation und Infotainment, hat uns von Anfang an fasziniert. Diese Faszination an den Fachhandel zu kommunizieren, der wiederum der wichtigste Multiplikator von Strategien, Konzepten und Systemen zum Verbraucher hin ist, war unsere selbstgestellte Aufgabe.

Für den C.A.T.-Verlag – bis dahin ein führender Fachverlag in den Bereichen Foto und Druckvorstufe – war dies durchaus ein Wagnis. Heute, am Ende unseres ersten Jahres, hat uns die Entwicklung Recht gegeben. Der Markt für neue Consumer Electronics wächst eher noch schneller, als das vor einem Jahr zu erwarten war. Und der Informationsbedarf beim Fachhandel entwickelt sich mit gleicher Geschwindigkeit.

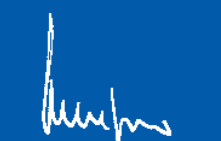
Heute haben wir in erster Linie zu danken: vor allem unseren Lesern, die das neue Medium schnell angenommen und durch ihre Resonanz mit dafür gesorgt haben, daß wir die richtigen Themen aufgreifen konnten. Dank gilt natürlich auch der Industrie, die uns mit Informationen bestens versorgt hat und gerne die Möglichkeit wahrnahm, ihre Konzepte und Produktideen in unserer Zeitschrift zu multiplizieren.

Inzwischen gibt es PoS-MAIL nicht nur jeden Monat neu, sondern auch täglich aktuell im Internet unter <http://www.pos-mail.de>. Und für das kommende Jahr sind weitere Innovationen zu erwarten.

Für heute wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft und Gesundheit, Glück und Erfolg im Jahre 2001 – es wird mit Sicherheit mindestens genauso spannend wie dieses Jahr.

Herzlichst


Thomas Blömer
Verleger


Franz Wagner
Objektmanagement

letzter Vorteil bereits vorhanden: „Händler, die sich an brodos cash-up beteiligen, erhalten eine deutlich höhere Provision als sie jetzt beim Verkauf der PrePaid-Rubbelkarten bekommen“, betonte Christian Butzer.

Nicht nur Tk-Händler können cash-up nutzen

Die Koppelung von Online-Kartenaufladung und Smart-Card-Technologie ermöglicht nicht nur absolut sichere Datenflüsse, sondern

erlaubt es auch allen Händlern und Dienstleistern außerhalb der Tk-Branche, sich an brodos cash-up zu beteiligen. Ob an der Hotelrezeption oder im Getränkemarkt, an der Tankstelle oder im Supermarkt, im Fotogeschäft oder beim Friseur, die Möglichkeiten für den Einsatz von cash-up sind nahezu unbegrenzt – wenn die technischen Voraussetzungen erfüllt sind.

„Bei brodos cash-up entfallen kostenintensive physische Abläufe

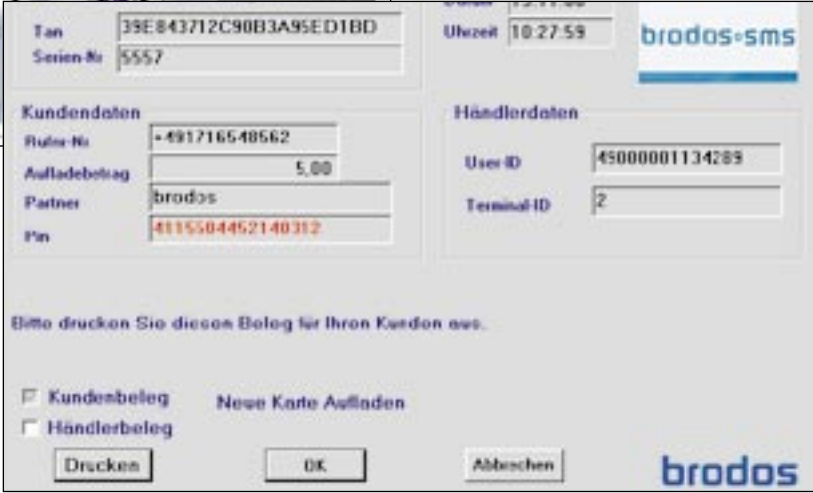
gut 80 Prozent der Interessenten haben sich spontan dazu entschlossen, cash-up zu testen, bzw. in ihr Angebotsportfolio zu integrieren.“

Mit eigenem SMS-Dienst zusätzliche Marge sichern

Unabhängig vom neuen Angebot brodos cash-up können die Anbieter Spaß am Verkauf von PrePaid-Paketen haben, wenn sie dem Kunden Mehrwertdienste anbieten. Ideale Basis dazu bildet der Short Message Service (SMS), bei dem die Deutschen inzwischen „Weltmeister“ sind: Selbst in Ländern, in denen es prozentual deutlich mehr Mobiltelefonierer gibt (zum Beispiel Skandinavien, Italien, Großbritannien), werden nicht so viele Kurznachrichten verschickt wie bei uns.



Um brodos cash-up nutzen zu können, bedarf es keiner großen PC-Erfahrung. Alle notwendigen Schritte lassen sich beinahe intuitiv ausführen.



wie Versand und Vorratshaltung, die durch Datenfluß ersetzt werden. Damit entfällt ein Kapital bindender Faktor und die Wertschöpfung steigt“, faßte Brodos-Vorstand Christian Butzer zusammen. „Angesichts von grob geschätzt 15 Mio. PrePaid-Handy-Nutzern in Deutschland liefert



Christian Butzer, Vorstand Marketing und Vertrieb bei der Brodos AG

unser Serviceangebot den Geschäftsinhabern ein attraktives Instrument für Bindung und Neugewinnung von Kunden, und das ohne Risiko.“ Daß die Vorteile der neuen Form der Kartenaufladung überzeugen, beweist die Resonanz, die das Baiersdorfer Unternehmen bereits wenige Tage nach dem offiziellen Start auf der Systems erhalten hat. Butzer: „Wir haben auf der Messe eine Vielzahl von qualifizierten Gesprächen geführt, und

Für sich nutzen kann der Händler diesen Dienst, indem er seine Kunden mit eigenen SMS-Angeboten an sich bindet. Auch hier hält die Brodos AG mit brodos promessaging eine Tool-Box bereit, die dem Händler vielfältige Einsatzmöglichkeiten bietet. So kann er individualisierte SMS-Channels ebenso anbieten wie die SMS-Weiterleitung auf eine E-Mail-Account, interaktive Gewinnspiele oder Auktionen ebenso wie den Versand von Datenmitteilungen wie Betreiberlogos oder Klingeltöne. Mit brodos-sms bietet die Brodos AG noch einen weiteren Mehrwertdienst an, der sich vor allem bei jungen Kunden großer Beliebtheit erfreut (innerhalb der ersten Monate wurden rund 90.000 Anmeldungen verbucht, und derzeit kommen täglich zirka 1.000 weitere Neuanmeldungen hinzu). brodos-sms umfaßt ein breites Serviceangebot, das für SMS-Begeisterte sowohl den Spaß als auch den Nutzen steigert. Neben rund 5.000 Grafiken und Klingeltönen, die zum Runterladen bereitstehen, bildet das Angebot auch eine Kommunikationszentrale, die den Versand von Faxen, E-Mails und SMS in alle GSM-Netze der Welt ermöglicht. Alle Dienstleistungen sind kostenpflichtig. Der Nutzer bezahlt mit sogenannten „Credits“, die er zu-



Neu auf loop.de ist das sogenannte „Cockpit“: Ein kleines Pop-up-Fenster stellt dem Kunden neben dem neuen Konto Check für Loop die wichtigsten Funktionen zur Verfügung.

Viag Interkom erweitert Service für Loop-Kunden

Viag Interkom bietet seinen Prepaid-Kunden ab sofort auf www.loop.de einen zusätzlichen Service. Gesprächs- und SMS-Guthaben sind nun tagesaktuell auch über Internet abrufbar. Einmalig bei Loop ist die Möglichkeit, alle Gespräche der letzten zehn Tage einzusehen. Darüber hinaus wurde der Online-Auftritt überarbeitet. Eine verbesserte Navigationsstruktur erleichtert nun die Orientierung auf der Website. Neu auf loop.de ist das sogenannte „Cockpit“. Ein kleines Pop-up-Fenster, das auf Wunsch im Hintergrund geöffnet bleibt, auch wenn der Kunde loop.de verläßt. Es besteht aus vier Teilen und stellt neben dem neuen Konto Check für Loop die wichtigsten Funktionen zur Verfügung: Webmail, den kostenlosen E-Mail Account für alle Viag Interkom-Kunden, Netradio und Netvideo sowie eine Auswahl aktueller Musik-Videoclips. Mit dem online Konto Check und Webmail gibt es nun zwei Loop-Anwendungen, die die Welten von Mobilfunk und Internet miteinander verbinden. Fünf Bereiche bieten den Kunden auf der Homepage Informationen zu verschiedenen Themen. In der Area prepaid finden sie Wissenswertes über Loop und den

WAP-Service. Unter music, cinema, games und sports stehen Beiträge und Videos bereit. Außerdem gibt es Tips und aktuelle Meldungen zu dem jeweiligen Gebiet. So informiert loop.de umfassend über Trendsportarten, Events, Kino und Neuigkeiten aus der Musikszene. Diese Inhalte können die Besucher von loop.de erstmals in HTML-Ansicht oder einer animierten Flash-Darstellung abrufen. Viag Interkom bietet darüber hinaus seit dem 1. Dezember seinen Loop-Kunden unter dem Namen „EasyMoney“ einen bisher bundesweit einmaligen Service: Für jedes angenommene Gespräch bekommt der Angerufene eine Prämie von drei Pfennigen pro Minute. Immer, wenn „Interkom“ im Display erscheint, wird für jeden eingehenden Anruf der entsprechende Betrag auf einem speziellen Loop EasyMoney-Konto gutgeschrieben. Sobald auf diese Weise zwei DM zusammengekommen sind, erfolgt der Übertrag auf das persönliche Loop-Gesprächskonto. Das Gesprächsguthaben gibt es unabhängig davon, ob der Kunde aus dem Festnetz oder von einem Mobilfunktelefon angerufen wird. Die Gutschrift über drei Pfennige erfolgt für jede volle Minute.

vor per Kreditkarte oder über eine 0190/0-Nummer erworben hat. Händler, die im Rahmen des Brodos Partnerprogrammes neue

Kunden anmelden oder das brodos-sms-Banner auf der eigenen Homepage platzieren, erhalten ein halbes Jahr lang eine Provision in Höhe von 20 Prozent der Beträge, die die Neukunden aufladen.

Zubehör muß aktiv verkauft werden

Natürlich müssen Angebote wie brodos-sms oder eigene Dienste aktiv angeboten werden. Dies gilt auch für das umfangreiche Zubehörangebot, das die Industrie für (PrePaid-)Handys liefert. Insbesondere Freisprechanlagen, entweder als Headset oder als Einbausatz für den Pkw, werden sich mit Blick auf das Telefonieverbot im Auto im Weihnachtsgeschäft gut verkaufen lassen.

Aber auch der Verkauf von Taschen, wechselbaren Gehäuseschalen oder zusätzlichen Akkus dürfte dem aktiven Händler viel Freude bereiten. Herbert Päge



Auch zu vielen PrePaid Handys gibt es reichlich Zubehör, von wechselbaren Gehäuseschalen und Taschen über Headsets und Freisprechanlagen bis zu Kabeln für die Synchronisation des Telefons mit einem PC. Die Bilder zeigen einige Produkte aus dem aktuellen Sony Sortiment.



PoS Aktuell

Comteam verkauft Koop-Geschäft an EP

Comteam hat mit Electronic Partner eine Vereinbarung über den Verkauf des Unternehmensbereiches Kooperation getroffen. Der Vertrag wird mit Zustimmung der Comteam Aktionäre wirksam. Durch die Einbindung des Comteam Kooperationsgeschäftes in den Electronic Partner Verband kann eine zusätzliche Bündelung von Einkaufspotential und eines der dichtesten Vertriebs-, Service- und Support-Netze des Fach-

handels in Deutschland für die Informationstechnologie, TK- und Unterhaltungselektronik entstehen.

Panasonic-Kampagne schafft Millionenkontakte

Über 170 Millionen Zielgruppenkontakte soll Panasonics TV-Kampagne auf Pro Sieben erzielen, die noch bis Januar 2001 läuft. Derzeit hält die Werbeoffensive für das Entertainment Network von Panasonic und Technics auch im Handel Einzug. Rund 3.000 DVDs wurden eigens für den deutschen Handel produziert, um am PoS auf die Produkthighlights aufmerksam zu machen. Neben den fünf Spots der Werbekampagne enthält

die DVD auch Trailer der Pro Sieben Spielfilm-Highlights, die in Dolby Digital ausgestrahlt werden.

Pioneer schafft wieder Sprung in die Gewinnzone

Im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres, das am 1. April begann und am 31. März 2001 endet, hat Pioneer wieder den Sprung in die Gewinnzone geschafft. Während des ersten Drei-Monats-Zeitraumes erwirtschaftete das Unternehmen nach eigenen Angaben einen konsolidierten Nettogewinn von 2,8 Milliarden Yen (ca. 56 Mio. DM) nach einem Verlust von 2,22 Milliarden Yen (ca. 44,4 Mio. DM) im Jahr zuvor. Die-

se Trendwende basiert auf einem höheren Absatz von DVD-Geräten weltweit und weiteren Kosteneinsparungen. Der Umsatz erhöhte sich auf 138 Milliarden Yen (ca. 2,78 Milliarden DM) gegenüber 133 Milliarden Yen (ca. 2,66 Milliarden DM); der Betriebsgewinn stieg auf 4,6 Milliarden Yen (ca. 92 Mio. DM) gegenüber 747 Millionen Yen des Vorjahres.

Für das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres rechnet Pioneer mit einem konsolidierten Nettogewinn von 5,5 Milliarden Yen (ca. 110 Mio. DM) und einem Umsatz von 300 Milliarden Yen (ca. 6 Milliarden DM). Basis für die erfolgreiche Trendwende seien

innovative Produkte für den Endverbraucher, die Industrie und den kommerziellen Einsatz, hieß es in einer Pressemitteilung. Zu den herausragenden Produktlinien zählten DVD, organische Elektroluminescent-Displays (OEL) für Autoradios und Handys sowie Plasma-Displays.

Sharp tauscht zukünftig defekte Faxgeräte aus

Sharp bietet seinen Kunden für alle seit dem 15. November 2000 gekauften Faxgeräte der Typen UX-40/-68/-310/-470 und NX 530/-670 das neue Serviceprogramm „Quick 48“. Im Falle eines Defektes genügt ein Anruf bei der Hotline (01805/236464; 24 Pfg./Min) und innerhalb von 48 Stunden erhält der Kunde ein Austauschgerät. Dadurch ersparen sich Kunden nicht nur die Fahrtwege zum Reparaturdienst, sondern auch Zeit und Kosten. Zur Unterstützung des Handels macht Sharp den 48-Stunden Austauschservice über seine Homepage und neue Produktfolder bekannt. Des weiteren werden Faxgeräte und PoS-Material mit einem neuen Logo gekennzeichnet, das den potentiellen Käufer auf den Service hinweist.

Prof. Oelsch übernimmt Aufsichtsratsvorsitz bei der Akcent AG

Prof. Dr. Guenter Oelsch ist zum 1. Oktober neu in den Aufsichtsrat der Akcent AG berufen worden. Oelsch übernimmt gleichzeitig den Aufsichtsratsvorsitz der Lilienthaler Fachhandelskooperation. Nach eigener Aussage schätzt sich die Akcent AG glücklich, einen so kompetenten Fachmann in den eigenen Reihen zu haben. Oelsch stellt sich als Aufsichtsratsvorsitzender der Akcent Gruppe aus der Überzeugung zur Verfügung, daß Kooperationen heute unverzichtbar für die Überlebensfähigkeit des Mittelstandes und des Handels sind. „Durch den generell raschen Wandel in der Computerbranche,

Telekommunikationsprodukten zurückgreifen. Nach seiner Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann bei der „Rheinelektra“ in Mannheim, wechselte er in den Außendienst von Pioneer. Anschließend



betreute er als regionaler Verkaufsleiter für Bosch-Telecom den süddeutschen Fachhandel. Bevor Grunack seinen Dienstsitz nach Oberrhein verlegte, war er bei Hutchison Telekom als Niederlassungsleiter Südwest tätig. Während seiner beruflichen Laufbahn hat Grunack eine Weiterbildung zum Handelsfachwirt absolviert sowie ein Fernstudium im Bereich Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Marketing.

Rüdiger Odenbach verläßt Samsung

Rüdiger Odenbach, Product Marketing Manager Telecom Samsung Electronics GmbH, verläßt das Unternehmen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Unter seiner Führung wurde das Product Marketing der Division „Wireless“ (Handys und schnurlose DECT-Telefone) maßgeblich aufgebaut. Darüber hinaus war er verantwortlicher Product Marketing Manager für den Geschäftsbereich Telecom Faxgeräte und Drucker. „Wir danken Rüdiger Odenbach für sein vorbildliches Engagement. Während seiner Zeit konnte er die Marke Samsung im Bereich ‚Wireless‘ etablieren. Darüber hin-

aus hat er entscheidend dazu beigetragen, den Bereich Samsung Tintenstrahl-Faxe zur Nummer zwei in Deutschland zu führen. Wir bedauern seinen Entschluß sehr, unser Unternehmen zu verlassen“, so Harry Nemnich, Senior National Sales Manager Telecom, Samsung Electronics Deutschland.

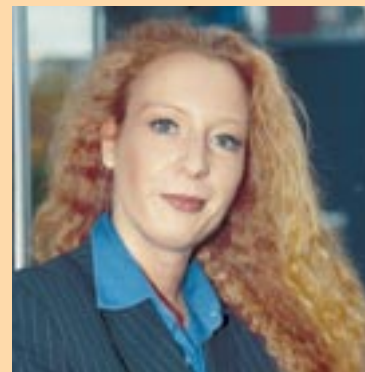
Bernd Eberhardt wurde neuer Managing Director bei NEC Deutschland

Im Zuge des Joint Ventures von NEC und Mitsubishi im Monitorbereich zur NEC-Mitsubishi Electronic-Display Inc. wurde die Position des Managing Director der NEC Deutschland GmbH mit Bernd Eberhardt (41) neu besetzt. Eberhardt begann 1993 bei der NEC Deutschland GmbH ursprünglich als Manager Finance, bevor er 1996 zum General Manager Finance, Controlling und MIS ernannt wurde. Nach der 1978 abgeschlossenen kaufmännischen Ausbildung war Bernd Eberhardt



von 1982 bis 1991 Accounting Manager/Controller bei der Fujitsu Microelectronic GmbH, ehe ihn sein Weg von 1992 bis 1993 zur Mittel Mikroelektronik und Telefon GmbH führte. Dort war er als Controller/Kaufmännischer Leiter tätig. Als Managing Director bei NEC zeichnet Eberhardt nun für Zentral- und Osteuropa und die Benelux-Staaten verantwortlich. In diesen Regionen vertreibt die NEC Deutschland über Distribu-

tions- und Fachhandelspartner eine breite Palette an Projektionssystemen, Plasma-Displays und Massenspeichern.



Petra Siegfanz

Philips besetzt Stellen im Produktmanagement und Marketing neu

Kai Hillebrandt (31) wird zum 1. Dezember bei Philips Consumer Electronics neuer Marketing Manager Audio. Er ist damit verantwortlich für die Marketingaktivitäten der Produktkategorien HiFi und Portable Audio. Der Betriebswirt arbeitet seit 1998 für Philips. Er startete seine Laufbahn zunächst in Eindhoven (Niederlande) als Business Development Manager. Seit März 2000 ist er bei Philips Consumer Electronics in Hamburg Produktmanager für Audio-Systeme. Als Marketing Manager wird er Nachfolger von Nils Leseberg, der zum 1. Dezember seine neue Funktion als Leiter Marketing im Philips Unternehmensbereich Elektro-Haushaltsgeräte antreten wird. Bereits seit dem 1. Oktober ist Petra Siegfanz (28) Senior Produktmanagerin Video bei Philips Consumer Electronics. In dieser Funktion betreut sie die Produkte Videorecorder und TV-Video-Combis – beides Produktkategorien, mit denen Philips in Deutschland Marktführer ist. Vor ihrem Start bei Philips war Siegfanz Produktmanagerin TV bei Sony in Köln.

Promotion-Smarts für Alpine-Händler

Die Alpine Electronics GmbH stellt Fachhändlern für Promotion-Aktionen neue Vorführwagen zur Verfügung. Der Anbieter von Car-Audio und Navigationssystemen hat hierfür Smart Cabrios mit modernsten Multimedia-Komponenten bestückt. Damit jeder direkt sieht, worum es geht, sind die City-Flitzer mit großen Aufklebern versehen worden – mit Alpine-, CAR NAVI- und DVD-Logos sowie der Aufforderung „Test me!“. So kann der Kunde die Qualitäten von Alpine-Mobile-Multimedia selbst testen.

Batteriehersteller Varta frischt Online-Auftritt auf

Der Batteriehersteller Varta hat seinen Online-Auftritt optisch und inhaltlich aufgefrischt. Bewegung, Information und Design stehen auf den neu gestalteten Seiten unter www.varta.de im Vordergrund. Dem Surfer wird schon beim Abrufen der Homepage akustisch und optisch der Inhalt des Online-Auftritts vermittelt. Mit einem Mausklick gelangt er zu den gesuchten Informationen. Auch bislang galt die Homepage von Varta als eine beliebte Adresse im World Wide Web für alle Fragen rund um die Batterie: Etwa 700 000 Seitenabrufe wurden bislang pro Monat (Stand September 2000) verzeichnet.



hat der Fachhandel in einer Kooperation wie der Akcent AG eine verlässliche Stütze“, so Oelsch.

Hans-Joachim Grunack neuer Vertriebsleiter bei MB Quart Akustik GmbH

Die MB Quart Akustik GmbH, Oberrhein, hat Anfang Oktober die Position eines Vertriebsleiters geschaffen und mit Hans-Joachim Grunack besetzt. Mit dieser Entscheidung will das Unternehmen seine Präsenz in Richtung Fachhandel verstärken, aber auch die Bemühungen der europäischen und außereuropäischen Distributoren unterstützen. Hans-Joachim Grunack (40) kann auf eine 16jährige Erfahrung im Vertrieb von Unterhaltungselektronik und

Ein Multitalent

Die neue Display-Ära wird durch den 15 Zoll LCD-TV von LG eröffnet



LE-15 A 10

- Stereo-LCD-TV-Gerät • 38,5 cm LCD Bildschirm • Hyperbandtuner
- Auch als PC-Monitor nutzbar: Bildauflösung 1024 x 768 Pixel, Farbtiefe: 16 Millionen Farben • Soft-Touch Sensortasten am Gerät
- Timer für Auto-Off • 100 Programmspeicherplätze • TOP-Videotext • Autom. Lautstärkeanpassung (AVL)
- Kindersicherung • Kopfhöreranschluß • AV-Eingang • S-Video Eingang • XGA-Eingang • SCART-Eingang



Fachhandelskontakt: LG Electronics Deutschland GmbH • Jakob-Kaiser-Str. 12 • D-47877 Willich
Tel: (0 21 54) 492-0 • Fax (0 21 54) 42 87 99

TK-Branche präsentiert

Alle Netzbetreiber, zahlreiche private Telekommunikationsgesellschaften und Service Provider sowie die Mehrzahl der wichtigsten Gerätehersteller für Festnetz- und Mobiltelefonie haben sich und ihre Produkte auf der Systems 2000 in München präsentiert und damit die wachsende Bedeutung dieser Hightech-Messe für die TK-Branche unterstrichen. Pressekonferenzen im Stundentakt und eine Vielzahl persönlicher Gespräche auf den vor allem in den Hallen A6 und B6 sowie im „Dealer's Only“-Bereich in Halle C1 angesiedelten Tk-Ständen ließen bei der zweitägigen Stippvisite der PoS-MAIL Redaktion auf der Messe ebenso keine Langeweile aufkommen wie die neuen Technologien und Geräte der Anbieter. Aufgrund der Fülle der Informationen kann dieser zweiseitige Messebericht lediglich einen kleinen Überblick über das geben, was in München zu sehen und zu hören war.



Stellten auf der Viag Interkom-Pressekonferenz die Angebote für Industriekunden in den Mittelpunkt: Maximilian Ardel, Vorsitzender der Geschäftsführung (M.), Werner Fraas, Geschäftsführer Interkom Business (r.) und Unternehmenssprecher Peik von Bestenbostel. Fotos (5): hepä

Den Reigen der Pressekonferenzen begann **Viag Interkom** am ersten Messetag (6.11.) um 9.30 Uhr. Maximilian Ardel, Vorsitzender der Geschäftsführung, und Werner Fraas, Geschäftsführer Interkom Business, folgten mit ihren Statements der Systems-Tradition des Unternehmens und stellten traditionell die Angebote

regionen mit einem eigenen Ortsnetz zu erschließen.

Zu e-nfrastruktur gehört neben der ISDN-Telefonie auch ein Mehrwertzugang zum Internet. Dieser sieht neben der symmetrischen Bandbreite 50 E-Mail-Accounts, 100 MB Webspace und zwei Domainnamen vor. Viag Interkom bietet e-nfrastruktur mit einem monatlichen Pauschalpreis und, bei Verträgen mit ein- oder zweijähriger Laufzeit, einer einmaligen Anschlußgebühr an.

Bei **E-Plus** betonten Uwe Bergheim, Vorsitzender der Geschäftsführung, und Geschäftsführer Charles Fränkl, zunächst, daß das Unternehmen mit einer

komfortablen Ausgangsposition in die Zukunft blicke. Diese wird auch beim Düsseldorfer Netzbetreiber durch die schnelleren Telefonstandards und die Entwicklung zu einer mobilen Multimedia-Gesellschaft bestimmt.

So will E-Plus zum Beispiel die entsprechenden, bereits bestehenden Angebote für die Kunden ab Frühjahr 2001 um neue Dienste wie Unified Messaging, E-Plus Voice Assistant (Dialogfähigkeit durch Sprachsteuerung) und E-Plus Personal Organizer (mit Kalender und Adreßbuchfunktion) ergänzen. Bereits Anfang Dezember startet E-Plus mit GPRS, das vor allem

professionellen Telekomnutzern als Alternative zu HSMD für den schnellen Datentransfer zur Verfügung stehen soll. Ebenfalls neu für Geschäftskunden ist das Angebot eines Virtual Private Networks (VPN) von E-Plus, das den Nutzern mehr Mobilität und bessere Erreichbarkeit, Komfortvorteile und Kostenersparnis bringen soll.

Die neuen Möglichkeiten von Mobilfunkanwendungen mit größerer Bandbreite und schnellen ISDN-Verbindungen sowie die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für private und Geschäftskunden waren neben der neuen Vier-Säulen-Strategie, mit der der Konzern zukünftig seine Kunden gezielter betreuen will, die wichtigsten Themen der Pressekonferenz der **Deutschen Telekom AG**. Josef Brauner, Vorstand Vertrieb und Service, sowie Detlev Buchal, Vorstand Produktmarketing, referierten unter anderem über die Erfolge, die in jüngster Zeit mit T-DSL erzielt wurden (bis Ende Oktober waren über 300.000 Anschlüsse vermarktet) und gaben einen Ausblick, wie sich ISDN- und Mobiltelefoniedienste bei der DTAG in den kommenden Monaten entwickeln werden.

Weiteres Thema auf der Pressekonferenz war die Vorstellung verschiedener Kundenlösungen. So erarbeitete die Deutsche Telekom beispielsweise für die Unterneh-



Über die Chancen, die die Deutsche Telekom AG in den neuen Telekommunikationsstandards mit ihren erweiterten Bandbreiten sieht, referierten Josef Brauner, Vorstand Vertrieb und Service, und Detlev Buchal, Vorstand Produktmarketing.

mensgruppe Bose ein satellitengestütztes Frame Relay-Netzwerk für den weltweiten Informationsaustausch, und für die Lufthansa-Tochterfirma Loyalty Partner wur-

de mit Payback eine Art digitales Rabattmarkensystem realisiert. Auf Basis der Telekom-Systemlösung können die Käufer die Rabattmarke sowohl bei Einkäufen im Internet als auch im stationären Handel vor Ort einsetzen.

Mit Informationen zu Plänen bezüglich GPRS und UMTS sowie neuen, internetgestützten Dienstleistungsangeboten für mittelständische Geschäftskunden endete die DTAG-Pressekonferenz.

Auf der **Mannesmann Arcor**-Pressekonferenz unterstrichen Elmar Hülsmann, stellvertretender Vorsitzender und Vorstand Sales und Advertising, sowie Marketingvorstand Bernd J. Kögler zunächst die hervorragende Marktposition des Telekommunikationsunternehmens, die sich unter anderem in 1,8 Mio. Preselection-Kunden (zusammen mit der

lio, von skalierbaren Bandbreiten im virtuellen privaten Netz auf IP-Basis bis zu Hochleistungs-Übertragungsservices nach den Standards Frame Relay oder ATM. Auch Arcor wird der wachsenden wirtschaftlichen Bedeutung des Internets mit einer Reihe neuer Dienstleistungen gerecht. So stellt zum Beispiel Arcor-Web Commerce eine Lösung für den Aufbau des E-Business-Geschäftes dar, während Arcor-Web Presence und Arcor-Web Show den Unternehmen nicht nur den Zugang zum Internet erschließen, sondern ihnen auch Speicherplatz, E-Mail-Adressen und Domainnamen zur Verfügung stellen.

Bei den Sprachprodukten hat Mannesmann Arcor das Portfolio um einen 0190er-Premium-Dienst erweitert. Damit bietet das Unternehmen jetzt sämtliche Service-



Die bereits vorhandenen und die zukünftigen Dienste von Mannesmann Arcor waren das Thema von Elmar Hülsmann, stellvertretender Vorsitzender und Vorstand Sales und Advertising (M.), Bernd J. Kögler, Vorstand Marketing (l.), und Thomas Rompczyk, Kommunikation.

Tochtergesellschaft otelo) widerspiegelt. Die beiden Redner zeigten sich zuversichtlich, daß die erfolgreiche Arbeit der vergangenen Jahre mit neuen Angeboten fortgesetzt werden könne. Zu den Neuheiten zählt beispielsweise das DSL-Angebot Arcor-Internet Business flatrate. Es wurde speziell auf die Bedürfnisse von kleineren und mittelgroßen Firmen zugeschnitten und ist für einen monatlichen Festpreis von 399 DM zu haben.

Durch starke Aktivitäten beim Ausbau von Ortsnetzen, unter anderem durch Point-to-Multipoint-Technik, will Mannesmann Arcor sein Dienstleistungsspektrum immer mehr Nutzern anbieten. Dabei soll neben der Telefonie vor allem der Datenübertragung eine wichtige Rolle zukommen. Hier bietet Arcor eine breites Produktportfolio

nummern an und ermöglicht den Kunden mit den neuen 0190er-Nummern einen komfortablen Aufbau von kostenpflichtigen, telefonischen Informationsdiensten.

Ein Ende des bisherigen Tempolimits im D2-Mobilfunk kündigte **D2-Mannesmann** auf der Systems mit der Einführung der HSCSD- und GPRS-Dienste an. Mit HSCSD können alle Nutzer des D2-Netzes mit Laufzeitverträgen und einem entsprechenden Handy ab sofort die mobile Datenübertragung mit einer Geschwindigkeit von bis zu 38,4 Kilobit pro Sekunde nutzen. Zudem wird ab etwa Ende Dezember auch im D2-Netz GPRS mit hoher Flächendeckung zur Verfügung stehen.

Ebenfalls neu bei D2 Mannesmann sind Location Based Services, die das Unternehmen Ende Oktober als erster deutscher Netzbetreiber einführt. Location Based Services sind Angebote, die neben den persönlichen Vorlieben des Kunden auch seinen augenblicklichen



Uwe Bergheim, Vorsitzender der E-Plus-Geschäftsführung (l.), und E-Plus-Geschäftsführer Charles Fränkl informierten über den derzeitigen Status und die Pläne des Düsseldorfer Netzbetreibers.

für Geschäftskunden in den Vordergrund. Hier gab es beispielsweise im Rahmen der Viag Interkom Mittelstandsinitiative über die beginnende Markteinführung des neuen Produktes e-nfrastruktur zu berichten. e-nfrastruktur ist ein Produktpaket, das Telefonie und Internet in einem Anschluß für den Kunden zusammenführt und alle Vorteile moderner Breitbandtechnik bietet. e-nfrastruktur baut auf den Punkt-zu-Multipunkt-Richtfunklizenzen auf, die Viag Interkom 1999 erhalten hat. Mit diesen Lizenzen ist das Münchner Unternehmen jetzt in der Lage, bundesweit nahezu alle Wirtschafts-

sich auf der Systems



Mit einem auffälligen Stand war der Münchner Telekommunikationsanbieter Callino auf der Systems vertreten. Foto: Messe München/Schelbert

Standort berücksichtigen. So kann sich der Nutzer, wenn er es denn ausdrücklich wünscht, zum Beispiel Hotel- und Restauranttips, Einkaufsempfehlungen oder aktuelle Verkehrsmeldungen auf sein Handy schicken lassen. Schließlich bietet D2 Mannesmann Unternehmenskunden mit der Produktfamilie D2-Corporate flexible und zukunftssichere Kommunikationslösungen an. Mit den einzelnen Produkten der Familie lassen sich ganz nach Unternehmensgröße individuell zugeschnittene Tk-Lösungen realisieren. Insgesamt gehören zu D2-Corporate neun verschiedene Angebote für die unterschiedlichsten Telefoniebedürfnisse.

Modernste Breitbandtechnologie für das Internet und attraktive Applikationen präsentierte der Tk-Anbieter **Callino** bei seinem ersten Auftritt auf der Systems. Im Zentrum des zirka 300 m² großen, ganz in blaues Licht gehüllten Standes stand der breitbandige Zugang zum Internet, realisiert auf der Basis modernster PMP-Richtfunktechnologie. Seit August läuft der deutschlandweite Roll-out von xpress internet, der PMP-Lösung von Callino für Geschäftskunden sowie kleinere und mittlere Unternehmen.

Erstmals konnten die Besucher der Systems auch einen Blick auf die Broadband Business-Portallösung werfen, die einen Bestandteil des neu konzipierten Angebotes für die Callino Kunden darstellt. Im Rahmen der Produktreihe Internet Professional Solutions führte das Unternehmen den stufenweisen Einstieg in die profes-

sionelle Nutzung des Internets vor. Als ersten Schritt bietet Callino hier das Paket callino manager an. Dieses beinhaltet unter anderem Domainservice, Webspace sowie eine umfangreiche Mailverwaltung. Unified Messaging, Application Service Providing-E-Commerce und die professionelle Nutzung von Videokommunikation waren weitere Zukunftsthemen, über die am Callino-Stand diskutiert wurde.

Um Visionen ging es auch auf der Pressekonferenz der **Ericsson** GmbH. Dort beschrieben Geschäftsführer Bernt Högberg, Tor Marklund, Executive Vice Presi-

dent, und Tor Nordli-Mathisen, Vice President and General Manager Consumer Products, den Weg des Unternehmens zu UMTS. Vor dem Hintergrund einer nach oben korrigierten Prognose für die Zahl zukünftiger Mobilfunknutzer und steigender Nutzung der Möglichkeiten des mobilen Internets präsentiert sich Ericsson weltweit als Marktführer in Sachen Infrastruktur für mobile Netzwerke. Außerdem hat das Unternehmen derzeit Rang drei unter den Herstellern von Mobiltelefonen inne, und mehr als die Hälfte aller GPRS-Aufträge,

die weltweit erteilt werden, geht derzeit an Ericsson. Darüber hinaus ist der schwedische Hersteller der einzige Anbieter mit einem kompletten Portfolio für 2G und 3G. Auf der Pressekonferenz war weiterhin zu erfahren, daß Ericsson bereits mit 18 Netzbetreibern Abkommen über den UMTS-Netzwerkaufbau abgeschlossen hat, darunter Mobilcom (Deutschland), Vodafone (Großbritannien), TIM (Italien), NTT Docomo (Japan) und Japan Telecom. Die Vorzüge des Unternehmens lägen gegenüber Wettbewerbern hinsichtlich UMTS in den Punkten

Über den Weg der Ericsson GmbH zu UMTS informierten Bernt Högberg, Geschäftsführer (r.), Tor Marklund, Executive Vice President (2. v. l.), Tor Nordli-Mathisen, Vice President and General Manager Consumer Products (l.), sowie Jens Kürten, Press Relations and Communications. Foto: hepä



Kompetenz, Business Know-how, Kapazität und einem starken Team, hieß es. Schließlich stellten die Ericsson Vertreter verschiedene zukunftsorientierte Kommunikationsgeräte vor. Dazu gehörten das Smartphone R380s und das GPRS-Mobiltelefon R520m ebenso wie das WAP-Handy T20s und der UMTS-Simulator „Emil“. Auf Seiten der Gerätehersteller stießen neben neuen Handys (siehe dazu auch an anderer Stelle dieser Ausgabe) vor allem Neuheiten für die komfortable Telefonie mit

nen Netzwerk. Und mit dem erweiterten, leicht zu konfigurierenden Firewall-Filter-Konzept ist das lokale Netzwerk noch besser geschützt.

Die **Hermstedt** AG unterstrich auf der Systems ihre Rolle als plattformunabhängiger Anbieter zukunftsweisender Kommunikationslösungen. Als eines von vielen neuen Produkten stellte das Mannheimer Unternehmen seinen Airshuttle ISDN-Adapter vor, der speziell für Basisstationen drahtloser Netzwerke entwickelt wurde. Eingesetzt wird Airshuttle zu-

nächst in Apple Airport und Lucent Orinoco 802.11-Stationen für die Anbindung an das Internet.

Der Airshuttle-Adapter ersetzt ohne weitere Anpassung ein vorhandenes analoges Modem. Er bietet alle Vorteile digitaler Kommunikation, insbesondere sehr schnellen Verbindungsaufbau sowie zuverlässig hohe Geschwindigkeiten in beide Richtungen. **Agfeo** hatte unter anderem sein neues Design-Schnurlostelefon DECT 30 mit zur Systems gebracht. Es bietet in Verbindung mit dem ebenfalls neuen DECT-Modul für die AS 40 ISDN-Tk-Anlage

ISDN auf das Interesse der Besucher. So zeigte **Alcatel** beispielsweise zwei neue DECT-Modelle für das Tk-System Office. Das neue Telefonprogramm Alcatel Mobile Reflexes 100 und 200 ersetzt die bisherigen DECT-Modelle und bietet durch ein neues, ergonomisches Design einen höheren Bedienkomfort. Die Geräte sind außerdem leichter geworden und verfügen über einen „DriveKey“, der 95 Prozent aller Navigationsaufgaben abdeckt. Zu den Funktionen der neuen Geräte gehören Namenswahl und Konferenzschaltung. Sie besitzen ein großes Display, auf dem sich die am häufigsten genutzten Funktionen ablesen und Vielfachrufe über sogenannte Pop-up-Menüs leichter verwalten lassen. Alle Modelle des Alcatel Mobile Reflexes-Programms verfügen über einen integrierten Lautsprecher und einen Sprechgarnitur-Anschluß, der weitere Einsatzmöglichkeiten eröffnet.

Elsa erweiterte zur Systems unter anderem die Funktionalität seiner Lancom Office ISDN- und DSL-Router-Lösungen mit der neuen Firmware-Version 2.1. Dank des integrierten, HTML-basierten Tools Elsa Web-config ist die Konfiguration jetzt unabhängig vom Betriebssystem mit jedem Webbrowser möglich. Eine detaillierte Protokollierung gibt dem Administrator volle Kontrolle über die Internet-Nutzung im angeschlosse-

nächste in Apple Airport und Lucent Orinoco 802.11-Stationen für die Anbindung an das Internet. Der Airshuttle-Adapter ersetzt ohne weitere Anpassung ein vorhandenes analoges Modem. Er bietet alle Vorteile digitaler Kommunikation, insbesondere sehr schnellen Verbindungsaufbau sowie zuverlässig hohe Geschwindigkeiten in beide Richtungen.

Agfeo hatte unter anderem sein neues Design-Schnurlostelefon DECT 30 mit zur Systems gebracht. Es bietet in Verbindung mit dem ebenfalls neuen DECT-Modul für die AS 40 ISDN-Tk-Anlage



volle Systemtelefon-Funktionalität. Seine Bedienoberfläche ist identisch mit der bekannten Funktionalität der Modelle ST 20, ST 25 und ST 30 und bietet hohen Bedienkomfort. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören ein Headset-Anschluß, Vibrationsalarm, eine updatefähige Gerätesoftware und automatische Rufumleitung vom Festnetztelefon zum DECT Handy.

Auch **AVM** hatte einiges zum Thema ISDN zu bieten. So den neuen aktiven ISDN PC-Controller C2, der erstmals eine maßgeschneiderte Lösung für vier ISDN-Kanäle bietet. Er wurde speziell für den Einsatz in Internet-, Daten- und Tk-Servern entwickelt. Die PCI-Karte unterstützt bis zu zwei ISDN-Basisanschlüsse. Ausgerüstet mit eigenem Prozessor und 16 MB großem Arbeitsspeicher ermöglicht der C2 selbst rechenintensive Anwendungen wie etwa Datenkompression oder den gleichzeitigen Versand von vier Telefaxen. Getaktet mit 233 MHz erreicht der Prozessor eine Spitzenleistung von 270 MIPS. Der C2 unterstützt die Betriebssysteme Windows 2000 und NT, Novell NetWare und Linux. Er ist ab Dezember im Handel erhältlich. hepä

Application Service Providing (ASP) steht für einen neuen Business-Ansatz, bei dem Software künftig nicht mehr gekauft, sondern nur noch über Händler oder Service Provider für den jeweiligen Gebrauch gemietet wird (PoS-MAIL berichtete bereits mehrfach). Wie dieses Konzept die IT-Landschaft verändert, zeigte erstmals ein eigenes ASP-Forum auf der Systems 2000: Auf rund 1.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche in Halle B1 der neuen Messe München gab eine ASP-Sonderschau den Besuchern einen umfassenden Überblick über das neue Modell der kommerziellen Software-Nutzung.

Für Werner Grohmann, Geschäftsführer ASP-Konsortium, zeigte sich im Vorhandensein des ASP-Forums die steigende Bedeutung des Themas Application Service Providing. „Anfangs waren wir eine kleine Gemeinschaft von Visionären, die kaum jemand beachtet hat“, meinte Grohmann im Gespräch mit PoS-MAIL. Inzwischen sei aber nicht nur die Zahl der Konsortiums-Mitglieder ge-

Fülle von Informationen. Parallel dazu gab es im ASP-Vortragsforum täglich von 10 bis 17 Uhr Fachvorträge zu verschiedenen Tagesschwerpunkten. Die Themen



Das ASP-Forum präsentierte sich auf der Systems 2000 mit einem zirka 1.000 m² großen Stand in Halle B1. Fotos: hepä

Systems erstmals mit ASP-Forum



Stellten das neue ITK-Portal vor: Dr. Joachim Enßlin, Geschäftsführer Messe München GmbH (3. v. l.), Kurt Schraudy, Geschäftsbereichsleiter Neue Technologien, Messe München (2. v. l.), Michael Scharfenberger, Geschäftsführer vnu Deutschland (l.), Kurt Sibold, Geschäftsführer Microsoft GmbH (3. v. r.), Christian Stammel (CFO Feedback AG) und Ellen Richter-Maierhofer, Pressereferentin Systems. Foto: hepä

Messe München stellt neues Portal für die ITK-Branche ins Internet

Auf einer Pressekonferenz während der Systems hat die Messe München ein neues Internet-Portal für die ITK-Branche vorgestellt: Unter www.vnusystems.de sollen professionelle Anwender ab sofort ganzjährig rund um die Uhr ein Hightech-Branchenportal für die gesamte IT- und TK-Welt finden. Das Portal soll mit umfassenden Produkt- und Firmeneinträgen sowie aktuellen und detaillierten Brancheninformationen den kompletten Markt abdecken, durch eine klare Ordnung der Inhalte Markttransparenz schaffen und zur Anbahnung neuer qualifizierter Kundenbeziehungen dienen. Zum Start bietet das Portal über 3.200 Firmen- und Produkteinträge sowie News, die stetig aktualisiert werden. Neben einem Standardeintrag mit den wesentlichen Informationen zu den Unternehmen, der für Systems-Aussteller kostenlos ist, gibt es einen kostenpflichtigen Portalbereich, in dem die Unternehmen sich selbst präsentieren können. Weiterhin bieten verschiedene Communities einer klar abgegrenzten Zielgruppe wichtige und möglichst umfassende Informationen an. Zum Start sind folgende Communities vorhanden: ASP, Broadband, eBusiness, Mobile Solutions, New Media und Presse. Damit der Site-Besucher findet, was er sucht, stehen ausgefeilte Suchfunktionen zur Verfügung. Das neue Portal ist durch die Zusammenarbeit der Systems mit dem vnu-Verlag, der für die aktuellen Nachrichten sorgt, und der Feedback AG entstanden, die als strategischer Partner für die Entwicklung von Internet-Plattformen gewählt wurde.

stiegen, sondern man habe auch konkrete Business-Cases entwickelt. „Zudem arbeiten unsere verschiedenen Arbeitskreise mit Volldampf“, so Grohmann, „und wir merken immer deutlicher, daß das, was wir zu sagen haben, auch wahr- und ernstgenommen wird.“ Im ASP-Forum auf der Systems präsentierten neben dem ASP-Konsortium zehn Partnerunternehmen (aci, Andate, COI, Einsteinet, Innobase, iPCenta, Legato Systems, Microsoft, Progress Software, Rent a brain) ihre derzeitigen ASP-Produkte und gaben Einblicke in die Kommunikationsstrukturen der nächsten Generation. Vorträge, Podiumsdiskussionen und Experten-Interviews vermittelten den Besuchern eine

umfaßten die Bereiche Strategie, Software, Quality of Services, Infrastruktur und Billing. Namhafte Referenten legten ihre Projekterfahrungen dar und erläuterten Produktneuheiten. Bei den Expertenrunden hatte das Publikum die Gelegenheit, mit ASP-Profis zusammenzutreffen und die aktuellsten Markttrends zu diskutieren. Abgerundet wurde das ASP-Forum durch eine VIP-Lounge, die die Möglichkeit für intensive Gespräche in ruhiger Atmosphäre bot. Unabhängig vom ASP-Forum spielte das Thema Application Service Providing auch anderenorts auf der Messe eine Rolle. So war zum Beispiel der Krefelder Service-Provider Victorvox AG mit

seinem ASP-Angebot tuul.de vertreten. Victorvox meldete auf der Systems den Abschluß eines Lizenzvertrages mit Microsoft zur Vermietung von Software via Internet: Ab sofort können Geschäfts- und Privatkunden unter www.tuul.de für eine Monatspauschale von 64 DM pro Arbeitsplatz das MS Office 200 Paket weltweit online nutzen. Trotz der Bekanntgabe eines ersten Preises wird der erfolgreiche ASP-Test, an dem sich bislang über 6.000 User beteiligten, bei Victorvox mit mehr als 20 Programmen fortgesetzt.

Den Einstieg in ASP-Lösungen meldete auch Nextra Deutschland, eine Tochtergesellschaft der norwegischen Telenor-Gruppe, auf der Münchner Messe. Unter dem Namen nextra_asp bietet das Unternehmen in Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern in Zukunft per ASP sowohl Standard-Office-Lösungen als auch Spezial-Softwarelösungen an. hepä



Auch die Krefelder Victorvox AG war mit ihrem ASP-Produkt Tuul auf der Systems vertreten. Der Slogan „sauneu – saugut – saugünstig“ wurde den Messebesuchern dabei durch eine unübersehbare Stoff-Sau nahegebracht.

PoS Aktuell

Demuth & Dietl + Co. ehrt die Gewinner des Händlerwettbewerbs

Dirk Weichelsdorfer, Würzburg, Mario Meisl, Passau, und die Firma Connect Direkt, Taufkirchen, sind die Gewinner eines Wettbewerbs für Fachhändler, den der Distributor Demuth & Dietl + Co. gemeinsam mit Hutchison Telecom und E-Plus veranstaltet hatte. Von Juli bis September ging es bei der Prämienaktion „Time to win“ darum, möglichst hohe Freischaltungszahlen von Hutchison E-Plus 24 Monatsverträgen zu erzielen. Belohnt wurden Fachhändler, die eine bestimmte Anzahl von Kartenaktivierungen aufzuweisen hatten. Jede Hutchison E-Plus-Aktivierung brachte dem Händler einen Siegpunkt ein und ihn ein Stück näher an die begehrten Siegtrophäen. Vergeben wurden attraktive Gutscheine im Gesamtwert von 12.000 DM für Autozubehör nach Wahl bei Autoteile Unger.

D Plus meldet neue Struktur im Vertrieb und im Marketing

Das Telekommunikationsunternehmen D Plus hat seinen Marketingbereich umstrukturiert: Mit dem Weggang von Michael Wettengel als Bereichsleiter Marketing wurde eine Neuordnung innerhalb dieses Bereiches erforderlich. Die neuen Verantwortungsgebiete und Funktionen setzen sich wie folgt zusammen: Kerstin Daudert (34) leitet die neue Abteilung Marketing. Die seit zweieinhalb Jahren bei D Plus tätige Kommunikationsfachwirtin ist zudem verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, das Customer Relationship Management, die Marktforschung wie auch für die Kreation beim Marketing. In ihrer Funktion berichtet Kerstin Daudert direkt an die Geschäftsführung. Isa Brehm (47) verantwortet die Abteilung Kommunikation & Werbung einschließlich der Event-Koordination sowie Produktion und Logistik. Die seit über viereinhalb Jahren beim Unternehmen tätige Isa Brehm ist ebenfalls direkt der D Plus-Geschäftsleitung unterstellt. Eine weitere Neuordnung betrifft das Handelsmarketing und die Verkaufsförderung von D Plus. Beide Abteilungen, die von Gregor Keller (29) getrennt voneinander geleitet wurden, wurden zusammengefaßt und gehören zukünftig zum Unternehmensbereich Vertrieb.



Schüller & Schüller



JVC TH-A10 "Europas Heimkino-System des Jahres 2000 - 2001"

Ausgezeichnet von der europäischen Fachpresse - begehrt von Heimkino-Enthusiasten - veredelt mit modernster digitaler DVD/CD-Technologie und schier unglaublichem, digitalen Kino-Surround-Sound

JVC HOME CINEMA - TECHNOLOGIES OF DESIRE



JVC

Jörg Lauer leitet den Vertriebsaußendienst bei Computer 2000

Jörg Lauer ist neuer Bereichsleiter Vertriebsaußendienst bei der Computer 2000 Deutschland GmbH, München. Der 42jährige Wirtschaftsinformatiker verfügt über umfassende Fach- und Führungserfahrung in der IT-Bran-



che. So war er zunächst als Vertriebsleiter bei einem süddeutschen Systemhaus und später als Key Account Manager bei Olivetti Deutschland tätig. Seit 1991 ist Lauer bei der Computer 2000 Deutschland GmbH beschäftigt. Zunächst war er als Consultant Corporate Marketing tätig, 1992 übernahm er die Teamleitung der Abteilung. 1994 wurde er Leiter der Business Unit CAD. Seit Februar 2000 war Lauer zusätzlich Leiter der europäisch agierenden CAD Business Group der Computer 2000 AG.

Drillisch positioniert sich erfolgreich bei „Mobile Internet“

Im WAP-Bereich findet derzeit allen Unkenrufen zum Trotz ein gewaltiger Boom statt: Nach Erkenntnissen der zur Drillisch AG gehörenden weltweit umfangreichsten WAP-Suchmaschine Acoon (www.acoon.de/wap.asp) sind weltweit zur Zeit über 625.000 WAP-Seiten registriert. Beim Start des Acoon WAP-Suchdienstes vor acht Monaten waren es noch weniger als 10.000 WAP-Seiten. „Eine Steigerung um mehr als 6.000 Prozent in nur acht Monaten kann man nur als Boom bezeichnen“, sagte Acoon Geschäftsführer Michael Schöbel. „Zur Zeit findet unsere Software jede Woche weitere 50.000 bis 100.000 neue WAP-Seiten. Und da ist noch lange kein Ende in Sicht.“ Der Vorstandssprecher der Drillisch AG, Marc Brucherseifer, äußerte: „Die Marktentwicklung im Bereich Mobile Internet bestätigt uns die strategische Bedeutung der konsequenten Weiterentwicklung unserer Mobile Internet-Angebote. Die erfolgreiche Implementierung von neuen Mobile Internet Ange-

boten verdanken wir insbesondere dem verantwortlichen Vorstand unserer Internetsparte, Ulf Körschner, der mit dem Auf- und Ausbau der Mobile Internet Sparte im Drillisch Konzern beauftragt ist. Gemeinsam mit dem Management von Acoon und Open-Net Oy konnten bereits erste große Erfolge erreicht werden.“

D2 privat führte Locations Based Services ein

D2 privat hat als erster deutscher Mobilfunk-Netzbetreiber Ende Oktober in seinem WAP-Portal im Pilotbetrieb begonnen, sogenannte Location Based Services anzubieten. Location Based Services (LSB) sind Angebote, die neben den persönlichen Vorlieben des D2-Kunden auch seinen augenblicklichen Aufenthaltsort berücksichtigen. Mit (LBS) werden WAP-Dienste intelligenter und deutlich komfortabler. Ein Beispiel: Ein WAP-Kunde, der in München ein günstiges Hotel sucht, mußte bislang über die Handy-Tastatur erst einmal den Städtenamen eintippen, um an die gewünschte Information zu kommen. Mit Hilfe der LBS-Technik kann das WAP-Handy jetzt den momentanen Aufenthaltsort des Kunden lokalisieren und ihm deshalb die standortbezogenen Informationen auf

Wunsch bequem per Tastendruck liefern.

D2-Kunden können ihre WAP-fähigen Mobiltelefone in der Pilotphase bereits als mobile Verkehrsleitslotsen, lokale Einkaufs- oder Hotelführer nutzen. Zu finden sind die standortbezogenen Dienste in der Rubrik „Unterwegs“ des D2-WAP-Portals.

Bei allen drei Angeboten muß der Nutzer die Positionsbestimmung selbst aktiv auslösen. Der Aufenthaltsort wird dann ohne Angabe der Rufnummer des Teilnehmers mit dem gewünschten Inhalt verknüpft. So soll die Anonymität des Kunden gewährleistet werden.

Neuer Extra-Tarif von tesion wendet sich an Geschäftskunden

ConnectProfi D heißt ein neuer Extra-Tarif von tesion für Geschäftskunden. Außerdem bietet das Stuttgarter Unternehmen seit Anfang November weitere Preissenkungen. Der Ausbau des eigenen Netzes führt zu günstigeren Verbindungspreisen. ConnectProfi D bietet Geschäftskunden in der ganzen Bundesrepublik interessante Tarife für Gespräche innerhalb Deutschlands mit sekundengenaue Abrechnung. Preisvorteile gibt es auch bei connectProfi, dem Tarif für Geschäftskunden in Baden-Württemberg.



Im Internet ist der neue Dienstleister unter der Adresse www.w-support.com zu finden.

Unabhängiger Service-Spezialist für mobile Kommunikations-Geräte startete

Der Markt für mobile Kommunikationsgeräte hat eine unabhängige Anlaufstelle für Service und Reparatur mehr: Ab sofort bietet die neu gegründete w-support.com GmbH mit Sitz im sächsischen Hartmannsdorf nahe Chemnitz ihre Dienste an. Die w-support.com GmbH (das „w“ steht für wireless) ist offiziell anerkannter und zertifizierter Service- und Reparatur-Partner von Ericsson, Nokia, Panasonic, Possio (Mobilfaxgeräte) und Siemens. Geschäftsführer des neugegründeten Unternehmens ist Axel Brandt. Er und sein Team haben in den vergangenen Jahren unter dem Dach des Tk-Spezialisten Komsa Kompetenz, Know-how und Infrastruktur für die schnelle Reparatur von Mobilfunkgeräten aufgebaut. Jetzt bietet w-support.com

dieses Know-how als unabhängiges Unternehmen am Markt an. Vorteil für die Kunden von w-support.com: Es gibt nur einen Ansprechpartner, der ihnen Reparatur und Service für alle Geräte von Ericsson, Nokia, Panasonic, Possio und Siemens bietet. Die Kapazität des Unternehmens erlaubt hohe Durchlauf-Stückzahlen, und das Service-Know-how wird künftig nicht nur Mobiltelefone, sondern auch Laptops, Notebooks, PDAs und die sogenannten Smartphones umfassen, für die sich der Markt erst entwickelt. w-support.com steht für jeden Auftraggeber offen: Herstellern ebenso wie einzelnen Händlern, Handels-Kooperationen ebenso wie Distributoren oder andere Marktteilnehmern.



Volkmar Redlich, seit September neuer Geschäftsführer der Funkwerk Dabendorf GmbH, freut sich über die Auszeichnung „Produkt des Jahres“, die die Leser einer großen Tk-Publikumszeitschrift den Freisprechrichtungen der Dabendorfer zukommen ließen.

Funkwerk AG geht an die Börse

Die Mobilfunkspezialisten Hörmann Funkwerk Kölleda und Funkwerk Dabendorf gehen gemeinsam an den Neuen Markt der Frankfurter Wertpapierbörse. Unter dem Dach der neu gegründeten Funkwerk AG mit Sitz in Kölleda bei Erfurt wurden die Kernkompetenzen der beiden Unternehmen mit den Geschäftsfeldern professioneller und kommerzieller Mobilfunk zusammengefaßt. Mit der Funkwerk AG soll ein führender Anbieter von Kommunikationssystemen für Verkehrs- und Logistikbetriebe sowie ein innovativer Zulieferer von Mobilfunkzubehör für die Automobilindustrie entstehen. Eine gute Basis für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens ist die Tatsache, daß die europäischen

Bahnunternehmen im Zuge der Rationalisierung und Harmonisierung die flächendeckende Umstellung ihrer analogen Zugfunktechnik auf die neue GSM-R (GSM for railways) Technologie beschlossen haben. Die Funkwerk AG ist einziger Lieferant von GSM-R Terminals und hat einen exklusiven Liefervertrag mit der Deutschen Bahn AG.

Die Funkwerk AG ist an zwei Standorten in Kölleda und in Dabendorf (bei Berlin) vertreten. In Dabendorf beginnen in diesen Tagen die Bauarbeiten zur Errichtung eines neuen Produktionsgebäudes. Auf rund 2.500 m² wird dort einer der modernsten Produktions- und Entwicklungsstandorte für Mobilfunktechnik entstehen.

World Online/ Nacamar eröffnete Niederlassungen

Mit jetzt insgesamt sechs Vertriebsniederlassungen in ganz Deutschland will World Online/ Nacamar ab sofort für noch mehr Kundennähe im Business-to-Business-Bereich (B2B) sorgen. Die regionalen Niederlassungen in Berlin, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München stehen unter der Gesamtleitung von Jörg Matschke, Director Key Account, mit Dienstsitz im Headquarter in Dreieich bei Frankfurt. Über die Vertriebsbüros wird das gesamte Spektrum der B2B-Lösungen von World Online/Nacamar angeboten. Jede der sechs Vertriebsniederlassungen ist mit einem Team von erfahrenen Key Account Managern besetzt. Dies gilt auch für die Büros in Berlin, Hamburg und München, die jetzt neu eröffnet wurden. Die Leitung übernehmen die jeweiligen Regional Manager. Das Büro in Berlin wird von Olaf Erb (31), Regional Manager, geleitet. Auf einer Fläche von 300 m² sind derzeit drei Mitarbeiter mit dem Vertrieb der Business-to-Business-Lösungen betraut. Bis Ende des Jahres sollen drei weitere

Mitarbeiter das Team erweitern. Jan Steinsiek (28) ist Regional Manager für den Standort Hamburg. Derzeit sind in dem Vertriebsbüro (250 m²) drei Mitarbeiter beschäftigt. Diese Zahl soll jedoch Anfang des neuen Jahres aufgestockt werden. Steinsiek zeichnet verantwortlich für den Ausbau aller Beziehungen zu den regionalen Key-Kunden sowie zu den strategischen Partnern und wird mit seinem Team – so wie alle Vor-Ort-Vertretungen – eng mit dem Hauptsitz in Dreieich zusammenarbeiten.

Die neu entstandene Niederlassung in München leitet Klaus Harms (47), Regional Manager. Auf etwa 360 m² werden dort zukünftig Vertrieb und Technik für den gesamten süddeutschen Raum agieren. Das Vertriebs- und Technikpersonal besteht derzeit aus drei Mitarbeitern. Zusätzliche fünf Mitarbeiter werden in Kürze das Münchner Team unterstützen. Zu den neuen Niederlassungen zählt auch der Standort Frankfurt, der von Dreieich aus durch Jens Braune, Regional Manager, geleitet wird. Sein fünfköpfiges Team hat Quartier in Dreieich bezogen. Die Vertriebsniederlassungen in Dresden und Düsseldorf existieren bereits seit längerem.



Mein Savvy sagt ...
 ☀ Go for it! 🏆



DUAL-BAND-TECHNOLOGIE ... OB D- ODER E-NETZ - ICH KRIEG SIE BEIDE.



VOICE DIAL ... ICH SAG DEN NAMEN, SAVVY WÄHLT.



VIBRATIONSALARM ... MIR ENTGEHT KEIN ANRUF.



50 EMOTIONS-SYMBOLS (SMS) ... ICH ZEIGE, WAS ICH FÜHLE.



Mein neues Savvy Vogue lässt keine Wünsche offen: Meine Freunde rufe ich an, indem ich einfach ihre Namen sage. Oder ich schicke als Message einfach ein Symbol. Und weil Savvy Vogue auch einen Biorhythmus-Kalender hat, weiss ich immer, ob es mein Glückstag wird. So wie der, an dem ich mein Savvy bekommen habe. Probier's einfach mal aus! „I've got to admit it's getting better ...“
 Mehr über Savvy Vogue unter Info-Line: 01805-10 29 oder www.philips.de



PHILIPS

Let's make things better.

Neuheiten

Sony stellt mit dem CMD-J5 neues Designhandy vor

Sony Digital Telecommunication Europe hat das CMD-J5 auf den Markt gebracht, ein nur 85 Gramm leichtes Dualband-Mobiltelefon.



Die Ausstattung des schick gestylten Leichtgewichtes reicht von WAP, Internet und E-Mail über Zeitplaner, Adreßbuch, Frei-

sprecheinrichtung, Spielen und SMS mit Sound und Bildern bis zum selbst aufgenommenen Klin-



Auch beim neuen Sony CMD-J5 lassen sich alle Funktionen wieder mit Hilfe eines Jog Dials an der Geräteseite ansteuern.

gelgeräusch. Zum Hingucker soll das neue CMD-J5 durch das hochwertige silberne Finish, sein Wellendesign und den bewährten Jog Dial werden. Dabei handelt es sich um ein kleines Drehrad an der Seite, über das sich alle Funktionen ansteuern lassen.

Dank Mobile Explorer von Microsoft bietet das CMD-J5 die Anbindung an WAP und Internet. Der WAP-Browser in der Version 1.1 unterstützt WML und HTML.

Um andere Personen an den eigenen Telefongesprächen teilhaben zu lassen, besitzt das neue Sony Gerät ein hochwertiges, eingebautes Konferenz-Mikrofon.

Sonys neuestes Handymodell hat darüber hinaus verschiedene Klingelmelodien gespeichert. Wer es etwas leiser mag, kann auch den Vibrationsalarm aktivieren.

Neben dem Versand von SMS-Nachrichten samt Bildern und Tönen bietet das CMD-J5 auch Videospiele. Verspielte Naturen können auch Icons laden, die

dann im Stand-by-Modus erscheinen.

Als grafische Benutzeroberfläche dient das Display mit vier Graustufen und 96 x 92 Bildpunkten.

Neben dem Speicher auf der Sim-Karte kann der Nutzer bis zu 500 Kontakte im Telefonbuch speichern. Jedem Kontakt kann er drei Telefonnummern und zwei Textfelder zuweisen. Die Kontakte können unterschiedlichen Gruppen aus dem Telefonbuch zugeordnet und diese wiederum nach Klingelzeichen sortiert werden. Außerdem verfügt das CMD-J5 über eine Weltzeituhr, einen Währungsrechner, Kalender und einen Zeitplaner mit To-do-Liste.

E-Mails senden und empfangen ist mit den Protokollen SMTP und



POP3 kein Problem. E-Mails mit grafischem Inhalt, Anhänge oder lange Texte können später in einen PC geladen werden. Darüber hinaus können Texte mit der T9-Funktion schnell und einfach mit Hilfe

den Anruf und kann entscheiden, ob er das Gespräch direkt annehmen oder die Rufumleitung nutzen will. Als weiteres Feature bietet das Timeport 250 zehn integrierte Ruftöne sowie drei Spiele zum Zeitvertreib.

Das Timeport 250 hat die Abmessungen 130 x 46 x 24 mm; es wiegt 100 Gramm. Zusätzliche Features sind:

- VoiceNote-Funktion: Sie ermöglicht, Gespräche von bis zu drei Minuten aufzuzeichnen und erinnert mittels eines akustischen Signals daran, Nachrichten abzurufen.
- Die Nummer einer eingegangenen SMS läßt sich direkt ins Telefonbuch oder auf die SIM-Karte speichern. Bis zu 300 Einträge finden im Telefonbuch, weitere auf der SIM-Karte Platz.
- VibraCall: Das Gerät meldet eingehende Anrufe über den Vibrationsalarm.
- Intelligente Textfunktion iTAP: Sie erleichtert das Schreiben von SMS-Nachrichten.
- Mit dem 550mAh Standard-Akku bietet das Handy eine Gesprächszeit von bis zu 210 Minuten und eine Standby-Zeit von bis zu 125 Stunden.

oder auf dem Weg zur Arbeit, auf die Voice-Box umzuleiten. Parallel erhält der Nutzer ein Signal zum eingehen-



Funktional und edel im Design: Motorola Timeport 250

Motorola hat seine Timeport-Serie um das neue Business-Handy Timeport 250 erweitert. Speziell für Geschäftsleute konzipiert, ist das WAP-fähige Tri-Band Gerät bei der Datensynchronisation ein perfektes mobiles Büro: Das Handy kann mit zahlreichen PCs, Palm Pilots und anderen E-Kalendern verbunden werden und Daten schnell und effektiv austauschen.

Neu sind auch das 96 x 64 mm große, blau beleuchtete Display mit zwei Funktionssymbolreihen, Kalender mit integrierter Alarmfunktion sowie Datum- und Zeitangabe verpaßter Anrufe oder Nachrichten. Das elegante Motorola Timeport 250 wird in Deutschland zuerst in der Farbe „silver“ zu einem Preis von zirka 700 DM (unverbindliche Preisempfehlung inklusive Mehrwertsteuer, ohne Kartenvertrag) verfügbar sein. Später werden die Farben „graphite“ und „marine“ folgen.

Die erweiterte Rufumleitungsfunktion ermöglicht, eingehende Anrufe zu festgelegten Zeiten, zum Beispiel während einer Besprechung

Ericsson R380s jetzt im Handel

Das Smartphone R380s von Ericsson ist jetzt lieferbar. Äußerlich nicht größer als ein normales Handy, verbirgt sich hinter der klappbaren Tastatur ein Organizer. Über den Touchscreen werden Telefonbuch, Kontakt- und Terminverwaltung, WAP-Surfen, E-Mail, SMS und Spiele bedient. Zur Eingabe kann entweder mit dem im Akku integrierten Stift auf einer eingeblendeten Tastatur getippt oder über ein Notepad die Schrifterkennung genutzt werden. Das Dualbandhandy hat die Abmessungen 130 x 50 x 26 mm und wiegt 165 Gramm. Das Betriebssystem EPOC ist speziell



für mobile Geräte zugeschnitten und gewährleistet stabile, schnelle Anwendungen bei energie- und ressourcenschonendem Betrieb. Daten lassen sich mit dem integrierten Infrarotmodem oder einem seriellen Kabel mit dem PC, Notebook und anderen mobilen Geräten synchronisieren.

Das große Display (360 x 120 Pixel) bietet mit Hintergrundbeleuchtung und vier Graustufen exzellente Darstellung aller Funktionen. Dank Sprachsteuerung lassen sich Anrufe aktivieren, annehmen oder ablehnen (Voice Dialling und Voice Answering).

Die im Paket enthaltene portable Freisprecheinrichtung ermöglicht es, Notizen einzugeben, während man telefoniert. Mit der Diktiergerätfunktion kann man Sprachmemos speichern, auch während eines Telefonates. Der eingebaute Vibrationsalarm meldet lautlos eingehende Anrufe. Weltzeituhr mit automatischer Anpassung und Weckerfunktion (NITZ) und der eingebaute Paßwortgenerator (für SafeWorld und SecureID) zum sicheren Zugriff auf Unternehmensnetzwerke sind weitere Ausstattungsdetails.

Im Lieferumfang enthalten sind neben dem R380s mit Akku die Portable Freisprecheinrichtung, Tischladestation, Ladegerät, seriell Kabel, drei Ersatz-Touchpens. Dazu kommt eine CD-ROM mit Software zum Synchronisieren mit dem PC, verschiedenen Sprachen, Lotus Organizer, Modemtreiber und dem Adobe Acrobat Reader. Das R380s wird in Metropolitan Blue (Blau) angeboten. Die unverbindliche Preisempfehlung ohne Kartenvertrag beträgt zirka 1.500 DM.

eines integrierten Wörterbuchs eingegeben werden.

Die Lithium-Ionen-Batterie liefert bis zu 150 Stunden Standby-Zeit und bis zu sechs Stunden Sprechzeit.

Agfeo nimmt neue ISDN-Tk-Anlage ins Programm

Zur Systems hat Agfeo mit der AC 141 WebPhonie plus ein neues Kommunikationsprodukt vorgestellt. Es handelt sich um eine leistungsfähige und preiswerte ISDN TK-Anlage, die auf der Agfeo Phonie Plattform basiert. Sie verfügt über Anschlußmöglichkeiten für bis zu vier analoge Endgeräte und einen integrierten ISDN-Bus zum Anschluß von bis zu acht digitalen ISDN-Endgeräten oder zwei Agfeo ISDN-Systemtelefonen ST 25 und ST 30. Über einen USB-Port läßt sich ein PC anschließen.

Mitgeliefert wird das Softwarepaket TK-Soft und die Kommunikationssoftware TK-Com.

Unter anderem durch Agfeos Vanity plus-Funktion bietet die AC 141 WebPhonie plus maximalen Bedienungskomfort. Das Prinzip heißt „Klartext statt Codenummern und Namen statt Kennziffern“. Nur die ersten drei Buchstaben einer Funktion müssen über die Tastatur eines vanitykonformen Telefons eingegeben werden, um diese zu schalten. Auch Rufnummern aus dem Telefonbuch der TK-Anlage können so einfach aufgerufen werden.

Eine weitere Neuheit ist die Sparwahlfunktion: Bei PrePaid-Handys ist eine Tarifstaffelung mit einer besonders preisgünstigen Rufnummer üblich. Diese Vorrangnummer ist eine MSN, unter der die AC 14 WebPhonie erreichbar ist. Wird die Telefonanlage über diese Rufnummer angerufen, baut sie über die zweite Leitung eine Verbindung zu einem gewünschten Teilnehmer auf. Die Kosten für beide Verbindungen können günstiger sein, als eine Direktverbindung über GSM. Ein Taschengeldkonto fürs Telefonieren und Surfen rundet die Ausstattung ab.

Strategische Allianz mit EP:Electronic Partner, debitel und MediaMarkt-Saturn

Die Jamba! AG hat auf einer Pressekonferenz in Berlin ihr neues mobiles Portal Jamba! vorgestellt. Neben Vertretern der Jamba! AG hatten sich mit Peter Wagner, Vorstandsvorsitzender der debitel AG, Norbert Schüppler, Mitglied der Geschäftsleitung bei EP:Electronic Partner, und Dr. Steffen Stremme, Geschäftsführer der Media-Saturn Holding GmbH, auch Repräsentanten der Unternehmen eingefunden, die sich mit einer strategischen Beteiligung an der Berliner Jamba! AG den Zugang zum mobilen Internet sichern wollen.

Jamba! strebt die Marktführerschaft in Deutschland an

Das Ziel des neu gegründeten Unternehmens ist von Beginn an klar. „Wir wollen Jamba! zur Startseite auf jedem mobilen Internet-Gerät machen und in Deutschland Marktführer werden“, erklärte Jamba! Vorstand Alexander Samwer auf der Berliner Pressekonferenz. Gleichzeitig werde man die Dienste auch im benachbarten Ausland anbieten.

Daß die Chancen gut stehen, unterstrich Peter Wagner, Vorstandsvorsitzender der debitel AG. Der Anteil der neuen Technologien wie WAP und GPRS am Mobilfunk werde in den kommenden Jahren sprunghaft steigen und im Jahr 2002 bereits mehr als ein Drittel des gesamten europäischen Mobilfunkmarktes ausmachen, prognostizierte Wagner. „Mit Jamba! bieten wir unseren Kunden ein Portal mit einem außerordentlich breiten Angebot und einer gelungenen Kombination aus Information und Unterhaltung.“ Dr. Steffen Stremme, Geschäftsführer der Media-Saturn Holding GmbH, erklärte: „Unser Engagement mit Jamba! im mobilen Internet ist ein integraler Bestandteil der Internet-Strategie der Media-Markt-Saturn-Gruppe. Wir freuen uns, daß Jamba! mit seiner Internationalisierung unsere starke Expansion in Europa begleiten wird.“

Und Norbert Schüppler, Mitglied der Geschäftsleitung von Electronic Partner, sagte: „Mobilfunk und Internet sind auch zukünftig die stärksten Wachstumsmärkte für EP-Fachhändler. Die Kombination der beiden Märkte, also das mobile Internet, wird für uns zukünftig den größten Spielraum zur Expansion bieten.“

Das mobile Portal Jamba! will mit derzeit über 180 WAP- und über 400 SMS-Diensten das Beste aus



Erläuterten auf einer Pressekonferenz in Berlin die Hintergründe für die Beteiligungen an der Jamba! AG: Peter Wagner, Vorstandsvorsitzender der debitel AG (Bild oben), Norbert Schüppler, Mitglied der Geschäftsleitung, Electronic Partner Verbundgruppe (Bild rechts), und Dr. Steffen Stremme, Geschäftsführer der Media-Saturn Holding GmbH (Bild unten). Fotos: hepä



Mobile Information, Mobile Entertainment, Mobile Commerce und Mobile Communications auf einer Startseite auf das Handy bringen. Ziel aller Jamba! Angebote soll es sein, den Kunden mit mehr Produktivität, Bequemlichkeit und Spaß für unterwegs zu begeistern. Durch den Einsatz von Technologien wie Personalisierung, Multi-Plattform Access, Location-Based-Services und Mobile Payment setzt Jamba! auf das große Potential von GPRS und UMTS. Der Kunde von Jamba! erhält über eine einzige Startseite im Handy (<http://wap.jamba.de>) Zugang zur wachsenden Welt des mobilen In-



Die Gründer der Jamba! AG (v. l.): Ole Brandenburg, Alexander Samwer, Oliver Samwer, Max Finger und Marc Samwer.

Foto: Stephan Schrapfs

ternets. Auf Jamba! findet der Kunde Informationen, Spiele und Shoppingangebote. Um dabei in allen Themenbereichen, von News, Sport und Reisen über Fernsehen, Kino und Einkaufen bis zu

dualisierten Startseite zusammenfaßt.

Die Jamba! AG verfolgt eine Multi-Plattform-Strategie. Sie ermöglicht es dem Kunden, die Dienste über WAP, SMS, World Wide

elementarer Bestandteil des Jamba! Portals sein. Zu diesem Zeitpunkt wird es möglich sein, den Kunden, sofern dieser es wünscht, innerhalb der Mobilfunknetze zu lokalisieren und ihm für seinen

Jamba! AG stellt neues Portal vor

Web und PDA zu nutzen. Die Dienste werden über die Plattformen hinweg intelligent miteinander verknüpft. So könnte der Nutzer beispielsweise eine SMS erhalten, die ihn über den Kurs einer bestimmten Aktie informiert und ihm gleichzeitig per WAP-Link die Möglichkeit bietet, bei seinem Online-Broker per Handy einen Auftrag zu platzieren.

Location-Based-Services werden mit dem Beginn des Jahres 2001

Standort passende Informationen zu liefern – vom Restauranttip über Theaterprogramme bis zu Stau-meldungen und Umgehungsempfehlungen.

Auch beim Mobile Payment wird Jamba! zu Beginn des kommenden Jahres innovative Lösungen für Mobilfunkkunden vorstellen. Als Partner fungieren hier debitel und Paybox, aber auch andere Unternehmen werden ihr Know-how einbringen. Herbert Päge



Wetter, Börse oder City, stets aktuell und kompetent zu sein, arbeitet Jamba! mit international renommierten Unternehmen zusammen. Zu den Dienste- und Contentanbietern gehören unter anderem Nokia, Amazon, Inter-shop, OnVista, Paybox, Prinz, TV Movie, MTV, TUI, RTL, Sixt, n-tv, Cinemaxx, 1822direkt, eBay, Ravensburger, bedhunter.com, Chip Online, DuMont und WetterOnline.

Bei Jamba! stehen umfassende Personalisierungsfunktionen zur Verfügung, mit denen der Mobilfunkkunde das Portal nach seinen individuellen Vorlieben gestalten kann. So kann der Geschäftsreisende beispielsweise spezifische Branchennews, sein Wertpapierdepot oder bestimmte Intranetanwendungen auf seiner persönlichen Startseite integrieren, während etwa der Spielefan die neuesten mobilen Games, seinen Chat-Room und seine persönliche WAP-Homepage auf seiner indivi-



Unter der Adresse www.jamba.de ist das neue Portal im Internet zu finden.



Nachdem die Versteigerung der UMTS-Lizenzen abgeschlossen ist, müssen sich die Lizenznehmer Gedanken darüber machen, in welche Technik sie investieren werden. Um die Entscheidungsfindung zu erleichtern, ist Motorola in seiner Rolle als Anbieter von Netzinfrastrukturlösungen derzeit mit einem UMTS-Demo-Truck in Deutschland unterwegs. Mit seiner Hilfe werden den Lizenz-Inhabern die Motorola-Produkte und deren Möglichkeiten vorgestellt.

Motorola zeigt Visionen in Sachen 3G

„Life without wires“ (Leben ohne Drähte) lautete das Motto von Motorolas European Vision Tour, die Ende Oktober auch in Düsseldorf Halt machte. Neben Walter Hühn, General Manager des Personal Communications Sectors bei der Motorola GmbH in Wiesbaden, präsentierten die Motorola Manager Rick Darnaby, Martin Campiche, Juan Montez und Dominic Strowbridge ihre Visionen von der dritten Generation der Telekommunikation (3G) mit UMTS sowie die Möglichkeiten, die sich daraus für das US-amerikanische Unternehmen ergeben.

Walter Hühn erinnerte zunächst daran, daß der deutsche Mobilfunkmarkt zehn Jahre lang stark businessorientiert gewesen sei und nur geringe Durchdringung aufweisen konnte. Eine Wende zum consumer-orientierten Markt habe sich erst mit der CeBIT 2000 ergeben. Hühn: „Dort wurden erstmals PrePaid-Angebote für unter 100 DM präsentiert, die als Katalysator für eine explosionsartige Marktentwicklung gesorgt haben.“

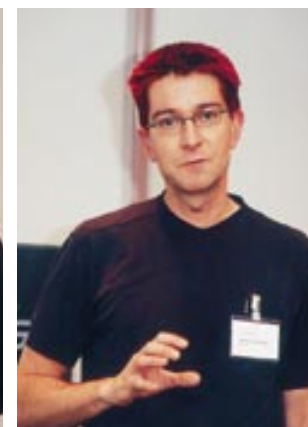
In diesem so entstandenen riesigen Markt sei es für die Hersteller notwendig, unterschiedliche Konzepte zur Ansprache der verschiedenen Zielgruppen zu entwickeln

und das Markenbewußtsein deutlich zu erhöhen. Motorola habe deshalb unter anderem mit Accompli die vierte Untermarkte eingeführt (siehe Kasten unten), um zielgruppengerechte Produkte und Anwendungen präsentieren zu können.

Rick Darnaby, Senior Vice President und General Manager des Personal Communications Sector, Motorola EMEA (Europe, Middle East and Africa), betonte die großen Möglichkeiten, die sich mit den neuen Telefonstandards ergeben. Er nannte Untersuchungen, denen zufolge der 3G-Markt in den EMEA-Staaten im Jahre 2004 rund 112 Milliarden US-Dollar betragen werde. Und Westeuropa werde im

Jahre 2007 mit über 50 Prozent den größten Teil des 3G-Marktes abdecken.

Erfolgsfaktoren sind für Darnaby vor allem die Nicht-Sprach-Dienste, die zunächst mit GPRS und später mit UMTS möglich werden. „Unified Messaging, Entertainment, Information, Transaction/M-Commerce, Werbung und Location Based Services werden vielfältige neue Wertschöpfungs-



Erläuterten, welche Erwartungen Motorola von den neuen Mobilfunkstandards GPRS und UMTS hat (v.l.): Rick Darnaby, Senior Vice President und General Manager des Personal Communications Sector, Motorola EMEA (Europe, Middle East and Africa), Juan Montez, Vice President und Director of Technology für den Personal Communications Sector, Motorola EMEA, Martin Campiche, Vice President und Director of Marketing für den Personal Communications Sector, Motorola EMEA, und Dominic Strowbridge, Director of Motorola Applications Global Network, MAGnet, EMEA. Fotos: hepä

quellen bringen“, gab sich Darnaby überzeugt. Für jede neue Lösung, die angeboten werde, würden sich auch neue Kundengruppen finden, „wenn“, so Darnaby, „die Lösungen ihre persönlichen Bedürfnisse und Wünsche decken.“

Martin Campiche, Vice President und Director of Marketing für den Personal Communications Sector, Motorola EMEA, unterstrich, daß nicht das technisch Machbare den Ausschlag für die Ausstattung zukünftiger Geräte geben dürfe, sondern die Wünsche und Bedürf-

nisse der Anwender. Um diese herauszufinden, führte Motorola im vierten Quartal 1999 und im ersten Quartal 2000 eine großangelegte Verbraucherbefragung durch. Deren Ergebnisse, etwa die Forderungen nach einfacher Bedienung, nutzenbringenden Features und elegantem und attraktivem Design, würden in den Produkten der vier Untermarken von Motorola berücksichtigt. Campiche: „Wir kennen den Kunden, wissen, was er will, und werden für ihn eine aufregende Zukunft gestalten.“ Auch Dominic Strowbridge, Director of Motorola Applications Global Network, MAGnet, EMEA, stellte abschließend fest, daß das Anbieten individualisierbarer und personalisierbarer Anwendungen die zukünftige Produktentwicklung bei Motorola bestimmen werde. Zu diesem Zweck entwickle man im Unternehmen und gemeinsam mit zahlreichen Partnern Lösungen für eine Zukunft ohne Drähte. *Herbert Päge*

Motorola stellt die Accompli-Reihe vor

Nach Talkabout, V. und Timeport hat Motorola jetzt als vierte Untermarkte innerhalb des Personal Communications Sectors Motorola Accompli vorgestellt. Produkte dieser neuen Reihe sollen in Zukunft die Technik-Begeisterten weltweit in ihren Bann ziehen. Motorola will Accompli zu einem Synonym für den jeweils letzten Stand der Technik machen. Erste Konzeptstudien wie den Motorola Accompli Personal Interactive Communicator und das Accompli All-in-One-Phone (siehe Bilder links) stellte das Unternehmen im Rahmen seiner European Vision Tour vor. Die Markteinführung der

Produkte ist für die CeBIT 2001 geplant. „Die Untermarkte Accompli ist speziell auf die Wünsche und Bedürfnisse von Nutzern ausgerichtet, die immer die neueste Technologie in ihren mobilen Kommunikationsgeräten nutzen wollen“, erläuterte Walter Hühn, General Manager des Personal Communications Sectors der Motorola GmbH. „Neben Ausstattungsmerkmalen wie GPRS-Technologie, Tri-Band und großes Farbdisplay stehen integrierte Kommunikationsanwendungen und deren individuell auf den Nutzer zugeschnittene Anwendungen im Vordergrund.“

Auch für Motorola steht fest, daß mit den Geräten der dritten Mobilfunkgeneration Telefonieren nur noch eine von vielen Anwendungen sein wird. Die meisten Geräte werden mit großen Displays ausgestattet sein, Tastaturen oder Touchscreens werden die Bedienung erleichtern. Einige Multimedia-Terminals werden über eingebaute Kameras verfügen, die den Versand einzelner Digitalfotos oder die Übertragung kompletter Videosequenzen erheblich vereinfachen werden. Der Accompli Multiwriter, eines der Produkte der neuen Accompli Familie (Bild rechts) gibt ebenso einen Vorgeschmack auf die Zukunft wie die Designstudien, die Motorola derzeit präsentiert.



So haben Sie die Bundesliga noch nie gesehen.



Spitzenleistungen für Ihren Umsatz.



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

www.premiereworld.de

Interesse? Rufen Sie gleich an:

08000 / 44 45 46

Mitte Oktober hat die Kölner Mannesmann otelo GmbH in der Venloer Straße 351 ihren bundesweit ersten otelo-Shop eröffnet. In einer fast 200 Quadratmeter großen Erlebniswelt rund um die Telekommunikation präsentiert dort Shopmanager Stefan Glittenberg mit seinem Team die komplette otelo Produktpalette. „Hinter dem ‘otelo world’-Konzept steht das Ziel, näher am Kunden zu sein und diesem eine kompetente Anlaufstelle für alle Fragen rund um die Telekommunikation zu bieten“, erläuterte Siegfried Römer, otelo-Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, während der Eröffnungsfeier.

Es sei für das erfolgreiche und kundenorientierte Unternehmen otelo, das mit mittlerweile mehr als einer Million Privatkunden zur Nummer eins unter den neuen Tk-Unternehmen geworden sei, nur



Auf rund 200 Quadratmetern präsentiert das neue Geschäft die gesamte otelo-Welt.

eine Frage der Zeit gewesen, wann es mit eigenen Shops am Markt vertreten sei. „Wir möchten mit dieser Präsenz vor Ort noch stärker als bisher den direkten Kundenkontakt und das persönliche Beratungsgespräch pflegen“, führte Römer aus. „Darüber hinaus möchten wir mit ‘otelo world’ den Kunden einladen, das Unter-



Blick in den neuen otelo-Shop, der sich, natürlich, ganz im Orange des Unternehmens zeigt.

Bundesweit erster otelo-Shop in Köln eröffnet

nehmen otelo zu erleben und in die Markenwelt einzutauchen.“

Der otelo-Shop bietet eine Erlebniswelt rund um die Telekommunikation. Mit Unterstützung neuester Licht- und Informationstechnologie wird der Kunde durch die verschiedenen Produktbereiche geführt. Die otelo-Produktwelt wird mittels interaktiver Elemente erleb- und erfahrbar gemacht. Sie sollen das Beratungsgespräch unterstützen. Der Kunde kann sich an verschiedenen Terminals selbst informieren und einzelne Produktfeatures ausprobieren.

Aber nicht nur visuell wird die „otelo world“ begreifbar, sondern auch direkt erlebbar. Römer: „Hier sollen nicht bloß Produkte konsumiert werden, sondern der Kunde soll die otelo world als Ganzes erleben. Informieren, erfahren und einkaufen sind untrennbar miteinander verknüpft.“

Die Farbgebung durch das typische otelo Orange und eine offen gehaltene Produktpräsentation sollen nach den Vorstellungen der

Verantwortlichen einen „Wohlfühleffekt“ beim Kunden erzeugen. „Wir möchten, daß der Kunde sich bei uns gut aufgehoben fühlt und gerne wiederkommt“, meinte Shopmanager Stefan Glittenberg. Eine Überraschung hält der otelo-Shop für Passanten bereit, die sich nach Ladenschluß dem Schaufenster oder der Eingangstür nähern: Sobald sich eine Person vor dem Geschäft aufhält, werden durch technische Elemente automatisch Informationssysteme gestartet, die den Interessenten gezielt durch verschiedene Produktgruppen innerhalb des Ladens führen.

Der otelo-Shop in Köln-Ehrenfeld wird in otelo Eigenregie betrieben, aber das Konzept steht allen Partnern aus dem Handel offen. Dies können sowohl etablierte Händler sein, die sich ein zusätzliches Standbein schaffen wollen, das können aber laut Siegfried Römer auch Nachwuchskräfte sein, die sich selbständig machen wollen. Römer: „Für uns ist wichtig, daß ein Interessent für das Konzept die Sache mit Biß angeht und unternehmerisches Denken mitbringt.“

otelo will seinen Partnern in der Funktion eines Unternehmensberaters zur Seite stehen. Das Partnermodell sieht vor, daß die Einrichtungs- und Ausstattungskosten der Shops von otelo übernommen werden. „Darüber hinaus wird der Vertriebspartner in den regionalen Print-Anzeigen mitge-

nommen, so daß er durch otelo zusätzlich eine für ihn kostenlose Werbemaßnahme erhält“, erläuterte Römer. otelo als etablierte Marke am Markt biete dem Vertriebspartner eine kalkulierbare Sicherheit bei der Umsatzerwartung. Gleichzeitig verfüge das Unternehmen über die Flexibilität, die im hart umkämpften Tk-Markt notwendig sei. So werde das Produktangebot bei otelo systematisch ergänzt und den Bedürfnissen der Kunden angepaßt. So hat das Kölner Telekommunikationsunternehmen in diesem



Bild oben: Handy-Zubehör ist nur ein kleiner Teil des gesamten Sortiments. Bild unten: Freundliche Mitarbeiterinnen beantworten kompetent alle Fragen zu Telekommunikationsangeboten von otelo. Fotos: hepä



Jahr bereits eine Reihe neuer Produkte eingeführt. Dazu zählen otelo online office, der registrierte Internetdienst mit Unified Messaging Features, und die otelo-Telefonkonferenz, bei der sich bis zu zehn Teilnehmer gleichzeitig rund um die Uhr und ohne Voranmeldung in eine Konferenz einwählen und zeitnah miteinander kommunizieren können.

Und seit Anfang Oktober gibt es auch bei otelo die Möglichkeit, Mobilfunkverträge solo oder als Mobilfunk-/Festnetz-Kombipaket otelo take2 abzuschließen. Bei diesem Angebot arbeitet otelo mit D2 Mannesmann zusammen. hepä



Siegfried Römer (r.), otelo-Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, und Shopmanager Stefan Glittenberg wünschen sich, daß sich der Kunde im ersten otelo-Shop gut aufgehoben fühlt.

PoS **Aktuell**

otelo senkt Preise für Inlandsgespräche um bis zu 40 Prozent

otelo hat die Plus-Tarife für otelo-direct-Kunden gesenkt: Mit den Tarifen happy talk plus für Privatkunden und profi talk plus für Freiberufler und Geschäftsleute können Kunden ab drei Pfennig pro Minute (vorher: fünf) regional telefonieren. Das entspricht einer Ersparnis von bis zu 40 Prozent im Vergleich zu den bisher gültigen Preisen. Für die Plus-Tarife muß der Kunde 8,90 DM Grundgebühr bezahlen. Dafür kostet die Telefonminute bei happy talk plus in der Freizeit deutschlandweit vier Pfennig. In der Geschäftszeit (7 – 18 Uhr) zahlt der happy talk plus-Kunde für regionale Gespräche sechs Pfennig pro Minute, für nationale Ferngespräche neun Pfennig (vorher: zwölf Pfennig). Kleinere Unternehmen telefonieren über profi talk plus deutschlandweit für neun Pfennig pro Minute in der Geschäftszeit. In der Freizeit kostet die Minute fünf Pfennig. Zusätzlich profitieren profi talk plus-Kunden von sekunden-genaue Abrechnung. Allerdings entstehen für jede Verbindung Kosten von sechs Pfennig. Für die Plus-Tarife gilt eine Vertragslaufzeit von sechs Monaten.

Dr. Steffen Roehn wird Geschäftsführer bei T-Mobil

Dr. Steffen Roehn hat Anfang November bei T-Mobil den neu geschaffenen Geschäftsführungsbereich Entwicklung übernommen. Der 36jährige Roehn war zuletzt Vorsitzender der Geschäftsführung Diebold Deutschland GmbH in Eschborn. In seiner neuen Aufgabe zeichnet Roehn künftig für die gesamte technische Produkt- und IV-Applikationsentwicklung bei T-Mobil sowie für Prozeßdesign und Qualitätsmanagement verantwortlich. Der gebürtige Mainzer Roehn studierte in Kaiserslautern, Karlsruhe und Mainz. Anschließend promovierte er am Europäischen Kernforschungszentrum Cern in Genf zum Doktor der Physik. 1991 trat der Stipendiat der Studienstiftung des deutschen Volkes in die Management-Beratung Gemini Consulting, Bad Homburg, ein, die er 1995 als Principal verließ. Nach einer Zwischenstation als Qualitymanager bei der Credit Suisse übernahm Roehn 1996 bei Diebold Deutschland den Bereich Tk- und IT-Unternehmen.

Pos-Neuheiten

Dreamcast für den Computer



Sega entwickelt nach eigenen Angaben zur Zeit eine Steckkarte für Computer. Mit Hilfe dieser PCI-Steckkarte, die frühestens Ende 2001 in Japan verfügbar sein wird, kann der Spieler dann Dreamcast-Spiele auf dem PC spielen. Wann die Markteinführung in Deutschland geplant ist, steht noch nicht fest. Sega soll sich mit der Entwicklung dieser PCI-Gamekarte aber bereits im Prototypenstadium befinden. Bereits in den 90er Jahren gab es einen Versuch von Sega und Amstrad/Schneider, einen solchen Kombirechner auf dem Markt zu etablieren. In den Mega PC auf Basis eines 386SX wurde damals bereits eine Konsolenkarte eingebaut. Dieses Konzept konnte sich aber zu dieser Zeit nicht durchsetzen und verschwand wieder vom Markt.

Großes Kino mit kleinstem DVD-Player der Welt



 Mit 34,4 mm Höhe und einem Gewicht von 880 Gramm bringt Pioneer im Dezember das weltweit kleinste DVD-Player Portable in zwei Versionen auf den Markt. Als PDV-LC20 verfügt das Gerät über einen sieben Zoll LCD/TFT Bildschirm im Format 16:9 mit einer Bild-



diagonalen von 18 cm. Wer jedoch ausschließlich auf die umfangreichen Player-Funktionen Wert legt, die Bildausgabe aber anderen Geräten wie Digital-Projektoren, TV-Geräten oder Plasma-Displays überlassen möchte, kann mit 573 Gramm reisen. 265 Gramm des Gesamtgewichts und 8,5 mm Höhe entfallen auf die wiederaufladbare Lithium-Batterie des Gerätes, die Energie für dreistündigen Betrieb liefern soll. Der PDV-LC20 ist kompatibel zu DVD, CD, CD-R und Video-CD und gibt DVD-Filme mit Regionalcode 2 wieder. Unterstützt werden die Videostandards PAL und NTSC. Eine Fernbedienung mit den Abmessungen einer Scheckkarte gehört zum Lieferumfang. Eine mehrsprachige grafische Benutzerführung (GUI) sorgt für die leichte und einfache Bedienung aller Funktionen. Screensaver und DVD Kindersicherung stehen zur Verfügung. Der 7"-TFT/LCD Bildschirm löst das Bild mit 337.000 Bildpunkten auf. Bildwiedergabe und Ausgangssignal verfügen über 16:9 Format Umschaltung.

Die technische Ausstattung ist umfangreich und umfaßt einen 10 Bit/27 MHz Video D/A-Wandler, 96 KHz/24 Bit D/A-Wandler, Condition Memory (15 DVD), Last Memory, Bitratenanzeige, variable Dyna-

mikkompression, Auto Power Off und zwei integrierte Stereo-Lautsprecher. Außer der Fernbedienung sind ein AV-Kabel, S-Video-Kabel und ein Digital-Kabel im Lieferumfang enthalten. Die flache Bauweise des PDV-LC20 mit 190 x 34,4 x 142 mm wird durch den PDV-20 (ohne Display) mit 24,4 mm Höhe noch unterboten. Ein Reisenetzteil sichert weltweit den Betrieb an unterschiedlichen Netzspannungsnormen. *evo*

Omnikey stellt weltweit kleinsten Smart Card Reader vor



 Omnikey AG, einer der führenden Hersteller von anwendungs- und plattformübergreifenden Smart Card Lesegeräten, stellt mit dem CardMan Dongle einen schlanken, sechs Zentimeter

langen USB Minireader für SIM-Karten vor. Als Abnehmer kommen Unternehmen für Sicherheits- und Zugangstechnik in Betracht, aber auch Software-Hersteller, die ihre Urheberrechte an einer verkauften Software durch einen Dongle sichern wollen. Zusammen mit einer entsprechenden Zugangssoftware kann der CardMan Dongle zum Beispiel Laptops und Notebooks, aber natürlich auch Desktop-Systeme vor dem Zugriff durch Unberechtigte schützen und damit die Sicherheit sensibler Daten gewährleisten. Dem CardMan Dongle stehen weite Anwendungsbereiche offen, unter anderem auf dem Gebiet der gesicherten elektronischen Zahlungssysteme. Der Smart Card Reader von Omnikey ist von Microsoft und Mondex zertifiziert. *evo*

Universalfernbedienung von One for all



Die One for all 4 digital des Gro-nauer Herstellers One for all GmbH ist eine Universalfernbedienung, die bis zu vier Geräte steuern kann. Nach Aussagen des Herstellers ist die One for all 4 digital die erste Fernbedienung, die auch die D-Box bedient. Mit aus-wechselbaren Beschriftungsfel-dern lassen sich die Tasten in-dividuell für häufig benötigte Funktionen konfigurieren.

Die One for all 4 digital ist ab sofort lieferbar. Der UVP beträgt 79, 95 DM.



MACHEN SIE JETZT
MIT LOOP EasyMoney!



NEU: LOOP
EasyMoney¹

Jeder Anruf bringt
allen LOOP Kunden
ab sofort 3 Pf./Min.
Gesprächsguthaben.

L O O P *

up your life

www.viaginterkom.de/vertriebspartner

Prepaid von VIAG Interkom

DVD-Receiver drängen auf den Markt

Onkyo

Onkyo, jetzt im Vertrieb von Jamo Deutschland, setzt mit dem DVD-Receiver DRS2.0 (UVP: 2.799 DM) ein optisches und akustisches Glanzlicht. Wem voluminöse HiFi- und Videogeräte nicht ins Designer-Wohnzimmer passen, sollte mehr als einen Blick auf das neue Onkyo-Gerät werfen. Es vereint in seinem höchst ansehnlichen Gehäuse bis auf die Lautsprecher alles, was man für guten Heimkino-Ton braucht.



Für Liebhaber hochwertigster Bild- und Tonwiedergabe von DVD hat Onkyo ebenfalls etwas Neues auf Lager: Der DVD-Spieler DV-S939 (UVP: 5.999 DM) kann nicht nur die DVD-Audio wiedergeben und ist damit im Klang ganz vorn, sondern spielt Video-DVDs auf Wunsch im „Progressive Scan“-Modus ab. Damit ist das Interesse der Heimkino-Fans an diesem Gerät garantiert, denn höherwertige Videoprojektoren können mit diesem Modus, bei dem das Gerät keine Halbbilder, wie sie ein normaler Fernseher verarbeitet, herausgibt, sondern Vollbilder, eine deutlich bessere Bildqualität erreichen. Besonders bei Bewegungen im Bild ist dieser Effekt zu erkennen. Damit nähert sich die Bildwiedergabe zu Hause wieder ein Stück an die Kinoqualität an.

Philips

Philips geht noch einen Schritt weiter als Onkyo und bringt eine komplette Kompakt-Heimkino-Anlage auf den Markt: Mit dem HiFi Mini-System FW-D5 (UVP: 1.599 DM)

liefern die Niederländer dem Heimkino-Einsteiger das umfassende DVD-/Sound-Paket. DVD-Player, Dolby Digital Decoder und fünf Lautsprecher gehören zum System. Wer seinen Fernseher mit der FW-D5 ergänzt, hat das Fünf-Kanal-Heimkino mit einem Schlag komplett.

Das neue Mini-System FW-D5 verfügt über einen digitalen Signalausgang und kann auch CD-Rs und CD-RWs perfekt wiedergeben. Das wird insbesondere Aufnahme-freaks freuen, die sich eine umfangreiche Bibliothek an „Selbstgebranntem“ geschaffen haben. Da DVD-Laufwerke damit so ihre Schwierigkeiten haben, läßt Philips diesen

Job von einem herkömmlichen Dreifach-CD-Wechsler erledigen, während DVDs ihre eigene Schublade vorfinden. Die Bildsignale der Silberscheiben finden über den S-VHS oder FBAS-Ausgang den Weg zum Fernseher oder Video-Projektor. Mit 5 x 100 Watt Musikleistung und Dolby-Digital-Dekodierung sorgt das FW-D5 für ein beeindruckendes Klangbild. Der CD-Wechsler bietet für alle eingelegten CDs die Möglichkeit der Programmierung von bis zu 40 Titeln. Das FW-D5 ist außerdem mit einem digitalen Stereo Tuner ausgestattet. Dieser enthält RDS-Funktionen wie Tagesnachrichten und Verkehrsnachrichten. Zudem bietet er 40 Stationstasten für die Wellenbereiche FM/MW/LW.

Das FW-D5 wird mit fünf magnetisch abgeschirmten 2-Wege Bass-reflexlautsprechern ausgeliefert. Für den optionalen Anschluß eines Subwoofers steht eine Cinch-Buchse bereit. Alle Funktionen des Mini-Systems lassen sich über die zum Lieferumfang gehörende Fernbedienung steuern (UVP: 1.599,- DM).

Die DVD-Spieler, das ist schon fast eine Binsenweisheit, dringen schnell in sehr niedrige Preiskbereiche vor. Andererseits aber bringen so gut wie alle Hersteller eher hochpreisige Komplettanlagen mit DVD-Spieler oder aber zumindest Receiver mit DVD-Laufwerk auf den Markt. Diese Anlagen sind meist eher Design-orientiert und sollen nicht den HiFi- oder Heimkino-Fan ansprechen, sondern eher Lifestyle-interessierte Kunden. Aber auch das „normale“ HiFi, insbesondere dann, wenn es um CD-Rekorder geht, hat durchaus noch viele Interessenten.

Thomson

Immer mal wieder meldet sich auch Thomson auf dem Heimkino-Markt mit neuen Geräten. Diesmal sind es drei Produkte:

Der Heimkino-Receiver DPL 500 (UVP: 899 DM) bietet mit fünfmal 50 Watt adäquate Leistungswerte. Er kann Dolby-Digital-codiertes



Material wiedergeben, auf das ältere Dolby Prologic muß man gleichwohl nicht verzichten. Als Besonderheit verfügt er über SCART-Anschlüsse und somit eine weitestgehend unproblematische Möglichkeit, ihn mit Fernseher, Videorecorder und DVD-Spieler zu verbinden. Das ist bei Heimkino-Receivern ungewöhnlich.

Mit dem gleichen Gerät ist das Komplettpaket DPL 550HT (UVP: 1.499 DM) ausgerüstet. Dazu kommen aber dann noch fünf Heimkino-Lautsprecher plus Subwoofer. Der hat eine Endstufe mit ebenfalls 50 Watt eingebaut, so daß auch tiefste Töne zu ihrem Recht kommen.

DVD-Receiver scheinen bei vielen Herstellern ein interessantes Thema zu sein. Der von Thomson, der DPL 800VD (UVP: 1.999 DM), besitzt sogar einen Dreifach-DVD-Wechsler. Und ebenso wie beim

550er ist auch noch ein komplettes Lautsprecherset inklusive Subwoofer mit dabei.

Verstärkerleistung und Ausstattung des Receiver-teils entsprechen weitgehend dem DPL 500.



Grundig

Wer sich nicht fürs Heimkino interessiert, dafür aber für hochwertige Stereo-Musikwiedergabe, gutes Design und möglichst wenig Verkabelung,

wird bei Grundig fündig: Edles Design und innovative Zukunftstechnologie verbindet das neue Grundig Sound System RCD 2000 (UVP: 5.999 DM) im Zusammenspiel mit den



Aktiv-Lautsprechern Apollo 2000 (UVP: 1.980 DM). Durch zusätzliche Aktiv-Lautsprecher ist das System auf mehrere Räume beliebig erweiterbar. Alle HiFi-Komponenten kommunizieren kabellos per Funk miteinander. Das bedeutet: Nur den Netzstecker anschließen und grenzenlos im ganzen Haus Musik genießen. Die elegante Steuereinheit des RCD 2000 im hochwertigen Aluminium-Gehäuse beinhaltet eine CD/RDS-Tuner-Kombination mit motorisiertem Display. Man kann das Grundig RCD 2000 wie ein Bild an die Wand hängen oder einfach als Standgerät betreiben. Die formschöne bidirektionale Fernbedienung steuert alle Funktionen der Bedien- und Klangeinheiten. Die 3-Wege-Aktiv-Lautsprechereinheit Apollo 2000 stellt eine Verstärkerleistung von insgesamt 200 Watt zur Verfügung. Der Servo-Controlled-Subwoofer garantiert bei geringem Gehäusevolumen eine satte und definierte Tiefenwiedergabe.

JVC

Sehr rührig ist in diesem Herbst auch wieder JVC. Der japanische Hersteller glänzt vor allem mit seiner Unterstützung für die CD-

Recording-Fans: Gleich zwei neue Geräte mit interessanten Features kommen jetzt auf den Markt. Das eine, der XL-R5000, besitzt einen dreifach-CD-Wechsler und einen CD-Brenner in einem Gehäuse. So kann man sich von mehreren CDs schnell und mühelos sein Wunsch-CD brennen lassen, denn weitestgehend programmierbar ist der XL-R5000 (UVP: 1.299 DM) natürlich auch. Sogar ein kleines Mischpult ist eingebaut, so daß man zum Beispiel Signale von CD und vom am entsprechenden Eingang angeschlossenen Mikrofon miteinander mischen kann. Der Phantasie sind kaum Grenzen gesetzt.

Für Leute, die CDs einfach komplett kopieren wollen, hat JVC die Kopierstation XR-D400 (UVP: 1.500 DM im Programm. Sie kann als Einzelgerät arbeiten, aber auch als CD-Brenner an den PC angeschlossen werden. Die erforderliche Brennsoftware mit dem hübschen Namen „Nero“ gehört zum Lieferumfang. Die Brennstation arbeitet mit maximal vierfacher Geschwindigkeit und kopiert alles, was CD-Audio und CD-R heißt. Sogar MP3-Encoder und -Decoder sind mit an Bord.

Mit der TH-A10R (UVP: 2.999 DM) bietet JVC eine kleine, feine Heimkino-Komplettanlage an, die sich nicht nur hören, sondern auch in durchgestylten Wohnräume durchaus sehen lassen kann. Besonders die kleinen Lautsprecher in Gehäusen aus gebürstetem Aluminium machen was her. Damit auch tiefe Töne nicht zu kurz kommen, wird ein voluminöser Subwoofer mitgeliefert.

Im Heimkino-Markt mischt JVC ebenfalls mit: der Receiver RX-6000R (UVP: 749 DM) besitzt alles, was man zur hochwertigen Reproduktion von Heimkino-Ton benötigt, inklusive Dolby Surround und Prologic, DTS und MPEG. Mit fünfmal 100 Watt steht er zudem gut im Futter.

Kenwood

Zwei Fünffach-DVD-Wechsler, nämlich DVF-R7030-B (UVP: 2.299 DM) und DVF-R9030 (UVP 2.499 DM),



hat Kenwood neu im Programm. Die wichtigste Besonderheit der beiden Geräte: Beide können DVD-Audio wiedergeben und reihen sich damit in die noch eher kleine Gruppe solcher DVD-Spieler ein. Bei beiden sorgt nicht nur die Kenwood-eigene 24 Bit-D.R.I.V.E. II-Technologie für einen hervorragenden Klang, sondern die eingebauten

Dolby-Digital- und DTS-Decoder auch für Heimkino-Genuß selbst bei älteren Verstärkern ohne solche Decoder. Wichtig für Besitzer von Videoprojektoren: Ein Komponenten-Video-Ausgang, der bestmögliche Signalqualität garantiert, findet sich ebenfalls auf den Rückseiten beider Geräte. Die DVD-Wechsler unterscheiden sich hauptsächlich in einer höherwertigen Wandlerausstattung für den DVF-R9030. Gleich 200 CDs gehen in den neuen CD-Wechsler DPF-J6030 (UVP: 899 DM). Sein interessantestes Merkmal: Er kann sich mit Hilfe eines PC aus dem Internet die Titel und Track-Namen sämtlicher eingelegter CDs herunterladen. So spart man sich die mühsame Eingabe von Hand, obwohl eine Infrarot-Tastatur mitgeliefert wird, um diese Arbeit zu erleichtern. Was die Wiedergabetechnik angeht, ist das Geräte ebenfalls auf dem neuesten Stand und ermöglicht verlustfreien Klang.

Heco

Zusammen mit Joseph D'Appolito, einem der Lautsprecher-Päpste im HiFi-Bereich, hat Heco die neue Signature-Lautsprecher-Serie entwickelt.

Herzstücke dieses Projekts sind die schlanken Standlautsprecher Signature Front (UVP: 899 DM) mit zwei 165 mm großen Tiefmitteltönern und einer 25 mm großen Gewebekalotte mit Neodymantrieb, der dank ultrakompakter Bauweise erst die genaue Umsetzung des D'Appolito-Prinzips, bei dem der Hochtöner unmittelbar zwischen den Tieftönern sitzen muß, ermöglicht. Die Ferrofluidkühlung der Kalotten ist ebenso ein Garant für eine hohe Belastbarkeit wie die belüfteten Schwingspulen der Tieftöner. Die dekorativen wie resonanzhemmenden Seitenpaneele sind übrigens in Schwarz, Buche und Kirsche lieferbar.

In Heimkinosystemen spielt der Signature Center (UVP: 599 DM) eine tragende Rolle. Die beiden 130 mm großen Tiefmitteltöner können hier noch näher an den sehr breitbandig eingesetzten Hoch-

töner heranrücken, die sonst so gefürchteten tonalen Schwankungen in Abhängigkeit von der Sitzposition werden gemäß den Berechnungen von D'Appolito vermieden. Beeindruckende Surround-Atmosphäre und packende Effekte garantieren die Signature Rear (UVP: 399 DM) mit ihrer dipolaren Hochtöner-Anordnung. Zwei in-

direkt nach vorn und hinten abstrahlende Kalotten sorgen für ein diffuses Schallfeld. Das Ergebnis: ein perfekter, nicht ortbarer Surround-Sound wie in den besten



Kinos. Wie auch dort dürfen beim Heco Signature-System die tiefen Frequenzen nicht fehlen. Dafür ist der Signature Sub 30A (UVP: 999 DM) mit seinem mächtigen 300-mm-Treiber samt 250 Watt starker Digitalendstufe zuständig.

Pioneer

Pioneer ist auf dem Gebiet der Heimkino-Komplettanlagen schon im letzten Jahr erfolgreich tätig gewesen. Zum Weihnachtsgeschäft gibt es eine Neue: die NS-DV55 (UVP: 2.299 DM), die mit einem separat aufstellbaren Display, das gleichzeitig die Fernbedienungs-Signale aufnimmt, aufwarten kann. DVD-Laufwerk und RDS-Radioempfänger sowie ein Teil der Verstärkerelektronik sind in einem silbernen Gehäuse untergebracht. Die fünf mitgelieferten Lautsprecher werden am Subwoofer angeschlossen, denn dort sind die Endstufen eingebaut.

Decoder für Dolby Surround, -Digital und DTS sorgen dafür, daß man alle DVDs auf dem deutschen Markt mit Mehrkanal-Kinoton genießen kann.

Ebenfalls Tradition haben bei Pioneer CD-Recorder. Mit dem PDR-W839 (UVP: 999 DM) hat der japanische Hersteller jetzt ein besonderes Exemplar dieser Spezies im Programm: Mit im Gehäuse sitzt ein Dreifach-CD-Wechsler, der dafür sorgt, daß man sich sehr bequem und ohne zwischenzeitliches Wechseln aus mehreren CDs seine Lieblingstitel auf eine Platte brennen kann. Mit dem PDR-W839 sind sogar Kopien von HDCDs und DTS-CDs möglich. Zur Wiedergabe setzt Pioneer auf die bewährte Legato-Link-Technik, die für ein detailliertes, angenehmes Klangerlebnis sorgt. Schwergewichtiger wird es beim VSX-859-RDS (UVP: 1.999 DM), einem Heimkino-Receiver mit fünfmal 100 Watt Verstärkerleistung. Er bietet selbstverständlich Dolby Digital und DTS sowie eine Fülle an Anschlüssen, die ihn zu einer wahren Schaltzentrale für die Heimkino-Anlage werden lassen. Zudem ist er THX-Select-zertifiziert und verfügt über einen THX EX-Vorverstärkerausgang, mit dem man die räumliche Wiedergabe bei Heimkino-Ton noch ansprechender gestalten kann – den Anschluß

einer Endstufe und entsprechender Lautsprecher vorausgesetzt. Die programmierbare Fernbedienung ist beleuchtet und somit auch für abgedunkelte Heimkinos mit Projektoren geeignet.

Jamo

„Let's get personal“ – so lautet das neue Motto von Jamo. Dahinter steckt eine neue Zielrichtung im Lautsprecher-Geschäft: Nicht mehr der Kunde soll sich die Mühe machen müssen, aus dem immensen Angebot an Lautsprechern das für ihn Richtige herauszusuchen, sondern Jamo will möglichst jedem Kunden auf Anhieb das maßgeschneiderte Produkt anbieten.

Um das zu erreichen, hat Jamo sein nicht gerade kleines Programm neu strukturiert und gestrafft. Die vorhandenen Produkte wurden



neuen Linien zugeordnet, die mit einem einfachen Kennbuchstaben bezeichnet werden. Es kommen aber auch neue Produktlinien hinzu: Die E6-Reihe besteht aus vier Lautsprechern, zwei Regallautsprechern, dem E610 (UVP: 299 DM) und dem E630 (UVP: 399 DM), und zwei Standboxen E 650 (UVP: 599 DM) und E670 (UVP: 699 DM). Dazu kommen noch der Center-Lautsprecher E6CEN (UVP: 499 DM), der Subwoofer E6SUB (UVP: 999 DM) und die Surroundlautsprecher E6SUR (UVP: 349 DM). Letztere sind als Erweiterung für Heimkinos gedacht und auch als Add-On E6ADD (UVP: 1.999 DM) im Set erhältlich.

Die E6-Serie zeichnet sich durch speziell entwickelte Chassis, sehr sauber verarbeitete Gehäuse und ein neutral abgestimmtes Klangbild aus.

Denon

Denon nutzt die Alleinstellung bei DTS ES 6.1 Discrete und bringt ein weiteres Gerät mit diesem Feature



auf den Markt, bevor die Konkurrenz reagieren kann: Der AVR-3801 (UVP: 2.399 DM) besitzt sieben Endstufen mit je 150 Watt Leistung und kann so jeden Raum problemlos mit hervorragendem Kinosound füllen. Der Vorteil: Anders als bei anderen Herstellern muß der Anwender nicht noch eine zusätzliche



Endstufe kaufen, um die hinteren Effektlautsprecher betreiben zu können und die neuen Tonformate – DTS ES und THX-EX – auszunutzen. Auch die Ausstattung läßt nichts zu wünschen übrig, die Technik weist die von Denon gewohnt hohe Qualität auf. Für zukünftige neue Tonformate ist der AVR-3801 sogar mit einem Achtkanal-Eingang ausgestattet.

Sharp

Es geht also doch: Sharp bringt als erster einen SACD-Spieler, den DX-SX1H (UVP: 6.950 DM), auf den Markt, der über einen Digitalausgang verfügt. Das war bislang angeblich nicht möglich. Und damit nicht genug der technischen Highlights bei Sharp: Zusammen mit dem SACD-Spieler erscheint der dazu passende digitale Vollverstärker SM-SX1H (UVP: 8.950 DM). Mit einem solchen Verstärker ist Sharp ebenfalls nahezu allein auf dem Markt.

Die SACD-Technik eignet sich deshalb besonders gut als Datenquelle für einen Digitalverstärker, weil sie ein Ein-Bit-Signal herausgibt. Und das kann – zugegeben, mit einigem technischen Aufwand – digital verstärkt werden. Mit einem Multibit-Signal ist das nur viel schwieriger möglich.

Als erster hat Sharp damit einen Wunschtraum der HiFi-Techniker erfüllt: Die gesamte Elektronik von der Quelle bis zum Verstärkerausgang – denn erst da wandelt der Verstärker das Signal ins Analoge – arbeitet digital und somit ohne Klangverfälschungen. Da muß man Sharp wirklich gratulieren, das haben die arrivierten und namhaften HiFi-Hersteller nicht fertiggebracht.

Paris, Le Carrousel du Louvre, 30. Oktober: Vor der Ausstellungsfläche in den Arkaden unter dem größten Museum der Welt drängen sich einige tausend Menschen: Fujio Mitarai, Präsident/CEO der Canon Inc., Tokio, eröffnet die Canon Expo 2000. In einer beeindruckenden High-Tech-Schau will der Technologie-Konzern zahlreichen geladenen Gästen aus ganz Europa die Zukunft des Bildes in den Imaging-Netzwerken der Zukunft demonstrieren.

Wenige Wochen nach der photokina ging es nicht um die Präsentation neuer Produkte, die jetzt oder morgen auf den Markt kommen sollen. Die Canon Expo 2000, die in Paris nach ihrer Premiere in New York ihre zweite Station machte und anschließend nach

Computerspiele oder Präsentationen im Internet ist dies ein sehr interessantes Gerät.

Netzwerk mit und ohne Kabel

Für die schnelle Übertragung von Daten, Dokumenten oder Bildern rund um die Welt innerhalb einer Firma oder auch im trauten Heim demonstrierte Canon in Paris verschiedene Netzwerk-Lösungen, von denen einige sogar ohne Kabel auskommen. Dabei geht es dem Unternehmen darum, die Voraussetzungen für die Anwender zu schaffen, rund um die Welt auf jedes persönliche Dokument schnell und sicher zugreifen zu können.

Als einer der weltgrößten Hersteller von Druckern und Kopierern betrachtet Canon Netzwerke für Printanwendungen – besonders



auf zwei unterschiedliche Standards. Besonders für gewerbliche Anwendungen in Unternehmen, wo Daten über verschiedene Stockwerke übertragen werden sollen, bietet der DECT-Standard komfortable Voraussetzungen. Für Kurzstrecken-Verbindungen zwischen einzelnen Geräten setzt Canon dagegen auf den neuen Standard Bluetooth. In diesem Zusammenhang ermöglicht der neue, unter anderem von Canon, Hewlett-Packard und Ericsson entwickelte JPEG 2000 Standard eine Optimierung der Bilddateien,

auf natürlicher Sprache beruhende Suchmaschine für das Internet entwickelt. Die „Natural Language Technology“ erkennt die Bedeutung eines vom Anwender eingegebenen Satzes und überprüft ihre Übereinstimmung mit Sätzen in der durchsuchten Datenbank. Damit können Inhalte erheblich präziser lokalisiert werden als durch einfache Suchbegriffe.

Internet per Fernbedienung

Mit den neuen User Interface Cards könnte Canon eine völlig neue Dimension der Bedienerfreundlichkeit für Internet-Anwendungen schaffen. Dabei handelt es sich um eine Kombination der

wickeln, Digitalisieren und Hochladen ins Internet ab, erhält er von seinem Fotohändler eine solche Smart Card. Diese schiebt er in die erwähnte Fernbedienung und kann durch einfaches Drücken auf das entsprechende Symbol auf der Karte seine Bilder über das Internet aufrufen. Mit derselben Karte ist dann auch eine weitergehende Nutzung möglich.

Canon ist sich darüber im klaren, daß solche Technologien nur in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen durchgesetzt werden können. Ichiro Endo, Senior Managing Director der Canon Inc. Corporation, betonte in Paris die Wichtigkeit der Zusammenarbeit führender Industrieunternehmen. Dabei schloß er selbst Allianzen mit Wettbewerbern nicht aus.

Canon will Marktführer für Netzwerk-Imaging werden

lichkeiten im Bereich der Produktentwicklung unterstreichen. Im Mittelpunkt standen netzwerkorientierte Lösungen, die durch innovative Anwendungen und hohe Bedienerfreundlichkeit die Anwendung von Digitaltechnik in verschiedenen Lebensbereichen im Büro oder zu Hause neu definieren sollen.

Kamera mit Drucker

Natürlich gab es auch das eine oder andere Produkt, das in Kürze auf den Markt kommen könnte. Dazu gehört zum Beispiel eine kompakte Digitalkamera mit eingebautem Inkjet-Drucker. Innerhalb von einer Minute stellt das Gerät ein scheckkartengroßes Sofortbild von der digitalen Aufnahme her, das gegebenenfalls auch den mit dem Foto aufgezeichneten Ton in Form eines Barcodes enthält. Er kann mit einem als Zubehör erhältlichen kleinen Lesegerät abgespielt werden.

Das gleiche gilt für einen innovativen Bildschirm, der ohne Hilfsmittel einen dreidimensionalen Bildeindruck ermöglicht. Besonders für

im gewerblichen Bereich – als wichtiges Geschäftsfeld. Damit will der Hersteller die Voraussetzungen für komfortables Printing-on-Demand schaffen, bei dem Drucksachen in kleinen oder mittleren Auflagen vollständig individualisiert hergestellt werden können. Bei kabellosen Netzen setzt Canon



Die drahtlose Verbindung von Digitalkamera und Drucker mit Hilfe des Bluetooth Standards wurde auf der Canon Expo live demonstriert.



da er bei gleicher Kompressionsdichte eine Reihe von Verbesserungen bietet.

Interaktive Gerätesteuerung

Die durchaus komplexen digitalen Technologien zukünftiger Netzwerk-Welten stellen beim augenblicklichen Stand der Technik die Verbraucher vor hohe Anforderungen. Darum widmet sich Canon intensiv der Entwicklung bedienerfreundlicher Systeme, die auch ohne Computerkenntnisse beherrschbar sind. Ein Weg dazu ist die Sprachsteuerung von Geräten – ein Forschungsfeld des Canon Research Center Europe in Gildford, England. So können mit der „UCanTalk“-Technologie, die sich auch für Geräte mit geringer Prozessorleistung eignet, Namen oder Telefonnummern per Sprachbefehl eingegeben werden.

Auch die Steuerung von Computern soll mit der Stimme einfacher werden. So hat Canon eine



Eine Digitalkamera mit eingebautem Inkjet Printer stieß auf besonders großes Interesse bei den Messebesuchern.

bekannten Smart Cards mit einer neuartigen Fernbedienung. Das handliche Gerät, das in der Preisklasse einer normalen Fernbedienung liegen soll, verfügt anstelle der normalen Tasten über ein Sichtfenster, unter das unterschiedliche Smart Cards geschoben werden können. Die Anwendungen sind vielfältig: Wenn man sich einen Internet-Zugang über eine Settop-Box am Fernsehgerät vorstellt, können mit den entsprechenden Karten per Fernbedienung bestimmte Adressen sofort auf den Bildschirm gebracht werden.

Gibt ein Kunde zum Beispiel einen Film im Fotogeschäft zum Ent-

Canon und Ericsson arbeiten zusammen

Unmittelbar nach der Canon Expo 2000 in Paris haben Canon Inc. und Canon Europa N.V. eine strategische Zusammenarbeit mit Ericsson Mobile Communications AB bekanntgegeben. Dabei geht es um den Austausch und die Verwaltung von digitalen Bildern zwischen Digitalkameras und mobilen Systemen. Das Canon Research Center France SA soll bei der Entwicklung der notwendigen Technologien eine Schlüsselrolle einnehmen.

Ziel der Zusammenarbeit ist es, Standards für drahtlose digitale Anwendungen voranzutreiben und zu fördern. So sollen anwendergerechte Lösungen für die Mobilfunk-Standards GSM, GPRS, Edge und 3G entwickelt werden. Dabei kommen Trägertechnologien wie Bluetooth und WAP zum Einsatz.

Erste Systeme, die aus der Zusammenarbeit von Canon und Ericsson entstehen, sollen voraussichtlich im nächsten Jahr der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Bereits jetzt wird über eine Ausweitung der Zusammenarbeit auf den Bereich der digitalen Drucker nachgedacht.

Erfolgshungrige Fernsehhändler gucken nicht länger in die Röhre.

Die Zukunft des Fernsehens heißt LCD-TV.

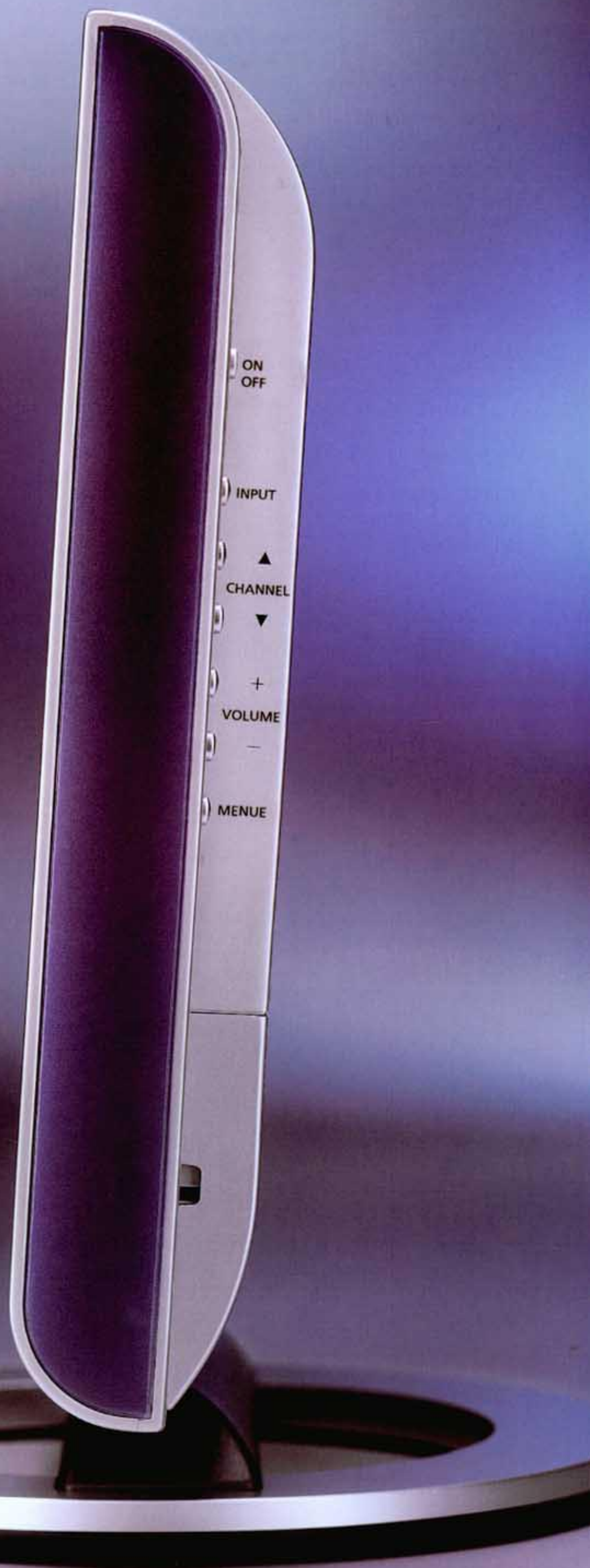
Ein neues Zeitalter bricht im Fernsehhandel an. Der neue 12" LCD Fernseher von SHARP bringt dem Kunden innovative Technologie, kristallklare Bildqualität, mehr Platz, entspannte Augen, Umweltfreundlichkeit und stilvolles Design. Und dem Händler: Den Beginn einer Produktlinie, die mit Größen von 12",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

www.lcd-tv.de

Bringing LCD to life!



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



SHARP

Digitale Videoprojektoren an der Schwelle zum Massenmarkt



Sony VPL-CS2

Mit eiligen Schritten und Steigerungsraten von jährlich 44 Prozent bewegt sich das Geschäft mit digitalen Videoprojektoren hin zum Massenmarkt. 49.000 Einheiten wurden 1998 in Deutschland verkauft. 1999 waren es schon 66.000 Projektoren, die den Weg zum Kunden fanden, und Ende 2000 werden es 95.000 Stück sein, die allein in diesem Jahr abgesetzt wurden. Wie das unabhängige Marktforschungsinstitut Decision Tree Consulting (DTC) auf der Grundlage periodischer Zahlenerhebungen prognostiziert, soll der gesamteuropäische Absatz

von 263.000 in 1999 auf 980.000 im Jahr 2004 anwachsen. Deutschland ist bei dieser Entwicklung der mit weitem Abstand wichtigste Markt, an zweiter Stelle steht England, gefolgt von Frankreich. Auslöser für den Boom sind sinkende Preise im Verbund mit neuen Technologien und die zunehmende Nachfrage aus dem Office- und Consumer-Segment, die durch die schnelle Verbreitung von DVD getragen wird. Deshalb ist es an der Zeit, sich endlich von dem überholten Gattungsbegriff „Datenprojektor“ zu trennen. Digitale Projektoren der neuen Generation sind universell einsetzbar und projizieren je nach Bedarf unterschiedlichste Inhalte in hoher Bildqualität, vom statischen Dokument, über Präsentationen, Produkt- und Schulungs-Videos, bis zum Breitformat-Kinofilm vom DVD-Player.

Projektor-Anbieter – Marktanteile Deutschland

	1998	1999	1. Quartal 2000
3M	4,2%	4,0%	6,0%
ASK	8,2%	8,5%	5,0%
CTX	3,4%	2,8%	*
produziert für Compa			
DAVIS	2,3%	5,8%	6,0%
Epson	8,7%	8,5%	11,0%
Geha	2,2%	3,0%	*
Hitachi	1,0%	1,8%	4,0%
Infocus	9,4%	8,7%	5,0%
Weltweit Marktführer – produziert für Kodak			
JVC-Hughes	2,5%	1,3%	*
Liesegang	6,1%	5,7%	*
Mitsubishi	0,5%	2,1%	*
NEC	8,6%	12,3%	5,0%
Philips	2,8%	5,7%	7,0%
Panasonic	2,7%	3,0%	*
Sanyo	6,8%	3,8%	5,0%
Sharp	5,3%	4,4%	4,0%
Sony	4,2%	7,7%	15,0%
Toshiba	6,4%	5,4%	5,0%

Quelle: DTC (Decision Tree Consulting/GB)

* Zahlen 1. Quartal 2000 noch unvollständig

Neue Marktstrukturen

Parallel zu der geschilderten dynamischen Entwicklung vollzieht sich ein Wechsel der Vertriebsstrukturen durch die Verlagerung der Umsätze von den bisher dominierenden Präsentations-Spezialisten auf neue Handelspartner. Deshalb ist gut beraten, wer die zur Zeit bestehenden Chancen aktiv nutzt. Laut Prognose von DCT wird der Handel mit digitalen Videoprojektoren im Jahr 2003 überwiegend über die PC-Schiene laufen, an zweiter Stelle gefolgt vom Bürofachhandel. Starke Bewegung ist auch bei den Herstellern und ihren jeweiligen Marktanteilen zu beobachten. Wer jetzt das vom Markt verlangte Modell zum richtigen Preis anbieten kann, profitiert von der starken Nachfrage und macht den Sprung aus dem Mittelfeld an die Spitze, so wie es Sony mit seinem Erfolgsmodell VPL-CS1 gelang, das gleichermaßen für die Office-Präsentation und als Heimkino-Maschine Anklang fand. Wie Branchenkenner vermuten, werden als Folge des zu erwartenden harten Wettbewerbs und bei weiter sinkenden Preisen von den über 50 verschiedenen Anbietern digitaler Videoprojektoren maximal 15 übrigbleiben. Marktexperten rechnen damit, daß 2003 etwa zwei Drittel aller angebotenen Projektoren unter dem Verkaufspreis von 6.000,- Mark liegen werden.

Aufmarsch der neuen Modelle auf der photokina 2000

Noch nie zuvor wurden innerhalb einer so kurzen Zeit wie in diesem Jahr vor der photokina von den Herstellern so viele neue Modelle und Fabrikationslinien vorgestellt. Unter den insgesamt 150 oder mehr verschiedenen Modellen fällt auch Fachleuten die Orientierung schwer. Der Versuch, eine vergleichende Übersicht zu erstellen, führt infolge der Vielzahl unterschiedlicher Merkmale zur Unübersichtlichkeit. Deutlich sichtbar ist der Trend zu höheren Auflösungen, bei größerer Helligkeit und fallenden Preisen. XGA- und SXGA-Auflösungen sind auf dem Wege zum zukünftigen Standard. Niedrigere Auflösungen werden bei Bedarf interpoliert, und das ohne die früher unvermeidlichen Qualitätsverluste durch die Umrechnung. Die Anzahl der Modelle mit 1000 ANSI-Lumen oder höher nimmt zu, die Anzahl derer mit weniger als 1000 ANSI-Lumen nimmt ab.

Leicht, leichter, am leichtesten

Der derzeitige Zuwachs an verkauften Geräten findet überwiegend im Segment der leichten, portablen Geräte statt. Ein geringes Gewicht fördert offensichtlich

den Wunsch und die Bereitschaft, ein Projektionsgerät einzusetzen. Vorbei sind die Zeiten, in denen man 15 kg oder mehr mit sich herumtragen mußte, um ein brauchbares Bild auf eine Projektionsfläche werfen zu können. Unterschied man bisher lediglich zwischen „Stationär“ und „Portable“, so sind jetzt zwei neue Geräteklassen hinzugekommen: „Microportable“ bis zu 2,3 kg Gewicht und „Ultraportable“ bis 4,5 kg. Ein microportabler Projektor ist somit nicht schwerer als manches Notebook und fordert geradezu den häufigen Einsatz außer Haus und beim Kunden heraus. Die leichtesten „Microportables“ wiegen gerade mal 1,3 kg, wie z. B. der X30U von Mitsubishi (800 ANSI) oder der Compaq MP 1600 (600 ANSI) mit 1,9 kg. Beide Modelle basieren auf einem DLP-System und werden auf optimale Weise dem Begriff „Westentaschenkino“ gerecht.

LCD oder DLP? Eine wichtige Frage?

In der jüngsten Zeit hat die von Texas Instruments entwickelte DLP-Technik. (Digital Light Processing) stark an Verbreitung gewonnen. Im Vergleich zu Geräten mit LCD-Systemen ergibt sich kein eindeutiger Unterschied in der Bildqualität. Mit dem DLP-System lassen sich kleinere und leichtere Projektoren bauen, weshalb nahe-

zu alle Geräte der microportablen Klasse mit diesem System arbeiten. DLP erreicht systembedingt spielend Kontrastwerte von 400:1 und höher. Das ist bei der Wiedergabe von Spielfilmen vorteilhaft, weil diese im Gegensatz zu Computergrafiken und Präsentationen oft dunkle Szenen und Bildteile mit vielen Zwischentönen enthalten, bei denen ein grau wirkendes Schwarz stören würde. Außerdem entwickeln DLP-Systeme weniger Wärme als LCD-Projektoren, brauchen also nicht so intensiv gekühlt werden und sind deshalb leiser im Betrieb – ein unschätzbarer Vorteil, beim Ansehen von DVD-Spielfilmen innerhalb des Wohnbereichs. Geräuschkentwicklung ist in jedem Fall ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl und Beurteilung eines Projektors, wie auch die Höchsttemperatur der austretenden Gebläseluft. Aus diesen Gründen wird die Wahl bei der Anschaffung von Projektoren, die vorwiegend für die Wiedergabe von DVD-Filmen genutzt werden sollen, meist auf ein DLP-System fallen.

Konverter, Resizing und Auto Setup optimieren die Bildqualität

Inzwischen verfügen alle aktuellen Modelle über Schnittstellen für verschiedene Signalquellen. Einige Geräte sind bereits parallel mit einem digitalen DVI-Eingang ausgerüstet. Fast jede Norm und jede am Eingang gelieferte Auflösung werden von der Elektronik moderner Projektoren auf eine optimierte formatfüllende Projektion umgerechnet. „Resizing“ paßt das projizierte Bild selbsttätig dem von der Grafikkarte des Rechners ausgegebenen Format an und füllt bei Fernsehsignalen die Halbbilder mittels „Line-Dubbing“ auf. Kodak rüstet seine Modelle mit einer speziellen komfortablen Image-Manager-Funktion aus, mit der sich auf einfache Weise die Farbeinstellungen in Abhängigkeit von der Zusammensetzung des Bildes einstellen lassen. Die beste Garantie für eine verzerrungsfreie Darstellung ist jedoch weiterhin die Übereinstimmung der Bildauf-



C10011

lösungen bei Signalquelle und Projektor. Auf eine problemlose Unterstützung von SVGA und des 16:9 Formats sollte man achten, wenn das Gerät überwiegend zur Projektion von Spielfilmen genutzt wird.

Philips präsentiert Hopper 20

Das Konzept der erfolgreichen Hopper 10 Projektoren setzt Philips mit der Hopper 20 Reihe fort. Als erste superleise Projektoren der Welt sind diese mit dem PAS – Philips Air System ausgerüstet, einer patentierten Wärme- und Geräuschkdiffusionstechnologie, und deshalb ideal für Präsentationen in kleineren Räumen geeignet. Mit 1000 ANSI-Lumen, einem Kontrastverhältnis von 200:1 und SVGA-Auflösung kann der Hopper SV20 mit Video NTSC (B/G,M) 3.85, 4.43, PAL (B/G,M) und SECAM angesteuert werden und ist PC- und Mac-kompatibel. Der UVP für das Grundmodell beträgt DM 8.999,-. Die Reihe umfaßt vier Modelle: SV20, XG20, SV20 Impact und den XG20 Impact. Der XG20 Impact stellt mit Multiscan die Formate VGA, SVGA, XGA, SXGA, LIMESCO und Vollbild-XGA dar, verfügt über einen USB-Hub, erreicht eine Helligkeit von 1250 ANSI Lumen und ist zu einem UVP von DM 1.399,- zu haben.

Kodak setzt vorwiegend auf DLP-Systeme

Kodak arbeitet bei der Entwicklung und Produktion seiner digitalen Projektoren seit Mitte 1999 eng mit dem Marktführer Infocus USA zusammen. Deshalb basieren die digitalen Kodak-Projektoren

auf Grundmodellen von Infocus als konstruktive Basis und werden unter anderem durch die bewährten Image-Manager-Funktionen von Kodak ergänzt. Infocus ist mit einigen seiner technischen Entwicklungen Patentgeber für Texas Instruments und voll in die von Texas Instruments entwickelte DLP-Technologie involviert. Ein



Toshiba TLP661blau

typischer Vertreter der Kodak Projektor-Linie ist der DP2900 mit einem Single DLP-Chip, XGA-Auflösung, 1000 Ansi-Lumen bei einem hervorragenden Kontrastverhältnis von 400:1. Neben allen NTSC/SVGA- und VGA-Eingängen verfügt der DP2900 schon über einen zusätzlichen DVI-Eingang.

Lückenloses Line-up von Toshiba

Mit 18 LCD-Modellen deckt Toshiba nahezu jeden Konfigurations- und Ausstattungswunsch ab. Sieben Modelle sind mit einer Digitalkamera bestückt, die schwenkbar an einem Stativ befestigt ist und das aufgenommene Bild in Real Time an den Projektor weitergibt.

Auf diese Weise lassen sich bei Konferenzen und Vorträgen Skizzen, Formeln und Notizen direkt projizieren.

Auszugsweise sei hier der nur 2,6 kg schwere microportable TLP-B2 erwähnt, der mit einer 3 x 0,9 Polysilizium TFT, Aktiv-Matrix die Auflösungen XGA 1024 x 768 (SXGA komprimiert) beherrscht und eine Helligkeit von 1.000

ANSI-Lumen bereitstellt. Das Kontrastverhältnis von 400:1 erreicht einen Wert, der in der Regel nur DLP-Systemen vorbehalten ist. Das Bildformat beträgt 4:3 und die Videokompatibilität unterstützt NTSC, PAL und SECAM.

Mitsubishis Angebot deckt alle Klassen ab

Vom stationären lichtstarken Videoprojektor mit 14.000 ANSI bis zum Micro-Mobile Projektor mit 800 ANSI-Lumen erstreckt sich die Projektor-Palette von Mitsubishi, die zum überwiegenden Teil mit LCD-Systemen arbeitet.

Besonders erwähnenswert ist jedoch der X30U, weil mit diesem erst kürzlich ins Lieferprogramm aufgenommenen Microportable die vollzogene Entwicklung am deutlichsten unter Beweis gestellt wird. Mit dem 1,3 kg leichten Gerät in den Abmes-

sungen 230 x 177 x 48 mm (B/H/T) bietet Mitsubishi den zur Zeit weltweit kleinsten und leichtesten digitalen Videoprojektor an.

Die in dem handlichen Gerät verpackte Leistung ist bemerkenswert: Das DLP-System erzeugt eine Helligkeit von 800 ANSI-Lumen, womit sich ein brillantes Bild mit einer Diagonalen bis zu 5 m erzeugen läßt. Unterstützt werden VGA (640 x 400), SVGA (800 x 600), XGA (1024 x 768) und SXGA Compressed (1280 x 1024). Die Videokompatibilität ist mit NTSC, NTSC4.43, PAL, PAL-M, PAL-N, PAL-60 und SECAM lückenlos. Die Ansteuerung kann über RGB/YCbCr: HD D-sub 15-pin x 1, Composite video: RCA x 1rs.

S-Video: mini DIN 4-pin x 1 und Audio (RGB/video): stereo-mini-jack x 1 erfolgen. Der X30U verfügt über Digital-Zoom, Digital Keystone Correction und ein vielsprachiges Onscreen-Menu.

Sharp war der Wegbereiter

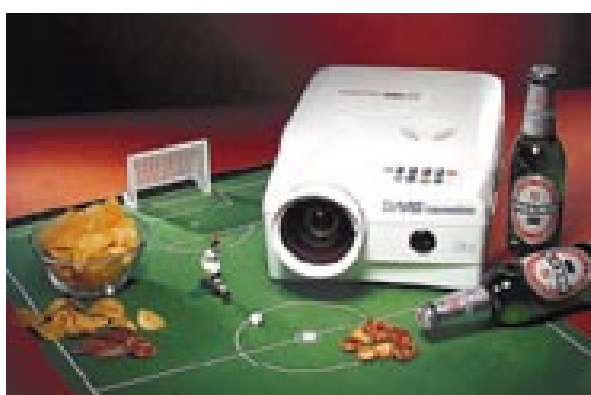
Das Unternehmen Sharp hat in jahrzehntelanger Entwicklungsarbeit den Weg für die Entwicklung der heutigen Geräte geebnet und ist zu Recht als Pionier der digitalen Videoprojektion anzusehen.

In der Reihe der kleineren Sharp-Geräte des aktuellen Projektor-Sortiments findet sich u.a. ein DVD-kompatibles Modell mit 350 ANSI-Lumen, das mittels Umschaltung sowohl für normale Projektion wie auch zur Rückprojektion verwendet werden kann. Stolz stellte Sharp am 20. Oktober seinen High-End-Projektor der Extraklasse vor. Der XG-V10WE, ein TFT/LCD mit 4.700 ANSI-Lumen und einem Kontrastverhältnis von 300:1, kann über alle gebräuchlichen Schnittstellen angeschlossen werden, so auch über das gerade standardisierte digitale DVI. Akzeptiert werden Digital HDTV/NTSC/PAL- und SECAM-Eingangssignale. Außer der natürlichen Auflösung von 1280 x 1024 mit 700 TV Linien unterstützt der XG-V10WE alle gebräuchlichen PC- und MAC-Auflösungen. Eine Besonderheit ist die Netzwerkfähigkeit dieses Videoprojektors, der mittels einer Standardsoftware mit bis zu 15 anderen Projektoren des gleichen Typs zu einer visuellen Umgebung vernetzt werden kann. Dadurch eignet sich der XG-V10WE hervorragend für Simulationen, Großpräsentationen und TV-Produktionen.

Sony behauptet seine Position mit zwei neuen Modellen

Sieben Monate nach der Einführung des LCD-Projektors VPL-CS1, der innerhalb kurzer Zeit zum beliebtesten Portable unter den digitalen Videoprojektoren aufstieg, möchte Sony die errungene Position mit zwei Nachfolgemodellen verteidigen: Die beiden ultra-portablen Modelle VPL-CX1, VPL-CS2 zeigen den Willen zur Kontinuität. Mit 600 ANSI-Lumen, einer SVGA (VPL-CX1) und einer XGA (VPL-CS2) Auflösung, Digitalzoom, Kompatibilität zu allen Fernsehnormen und einem Gewicht von 2,9 kg sind die Geräte sowohl für den Office- wie für den Heimkinobereich eine gute Wahl mit einem erschwinglichen Preisniveau.

evo



Davis-CinOne

Alles, was man braucht: Siemens IC35

Mit dem IC35 ist Siemens ein kleines Meisterstück gelungen, das für viele seiner Benutzer schon nach kurzer Zeit zum unentbehrlichen Helfer werden dürfte. In dem portablen Gerät in der Größe eines Notizbüchleins hat der Hersteller ein Adreß- und Telefonbuch, einen Terminkalender, Organizer, Mailsystem, SMS-Client, Notizbuch, Weltzeituhr, Calculator, Telefonmanager und Währungsrechner untergebracht und, falls gewünscht, noch ein fünfsprachiges Wörterbuch dazu. Außerdem kann dieser Tausendsassa über Kabel oder Infrarot-Schnittstelle mit einem Computer kommunizieren und über ein Mobiltelefon Nachrichten austauschen oder im Internet surfen. Über zwei MCard- und einen SmartCard-Steckplatz lassen sich weitere Applikationen laden.

„The Unifier“ nennt Siemens das IC35 und bringt damit alles Wichtige zum Thema treffend auf den Punkt. Der Unifier kann sich das Understatement dieser schlichten Bezeichnung leisten. Schnell stellt sich bei Gebrauch heraus, daß man mit dem IC35 wirklich einen „Alleskönner“ vor sich hat, aber keinen von der Sorte, der vorgibt, alles zu können, aber dann doch nichts wirklich richtig kann.

Das „Aha-Erlebnis“ beginnt mit dem Aufklappen des IC35, wobei die übersichtlich und griffig strukturierte Tastatur und ein 3,8 Zoll Display sichtbar werden. Hier atmen mit Sicherheit diejenigen auf, die die bei diversen Organizern und PDA's gängige Methode der Zeicheneingabe auf einem Touchscreen als unpraktikable Zumutung und unüberwindbare Barriere für die Nutzung eines solchen Geräts empfinden. Alle vom PC gewohnten Tasten sind vorhanden. Doppelbelegungen für Sonderzeichen sind farbig ge-

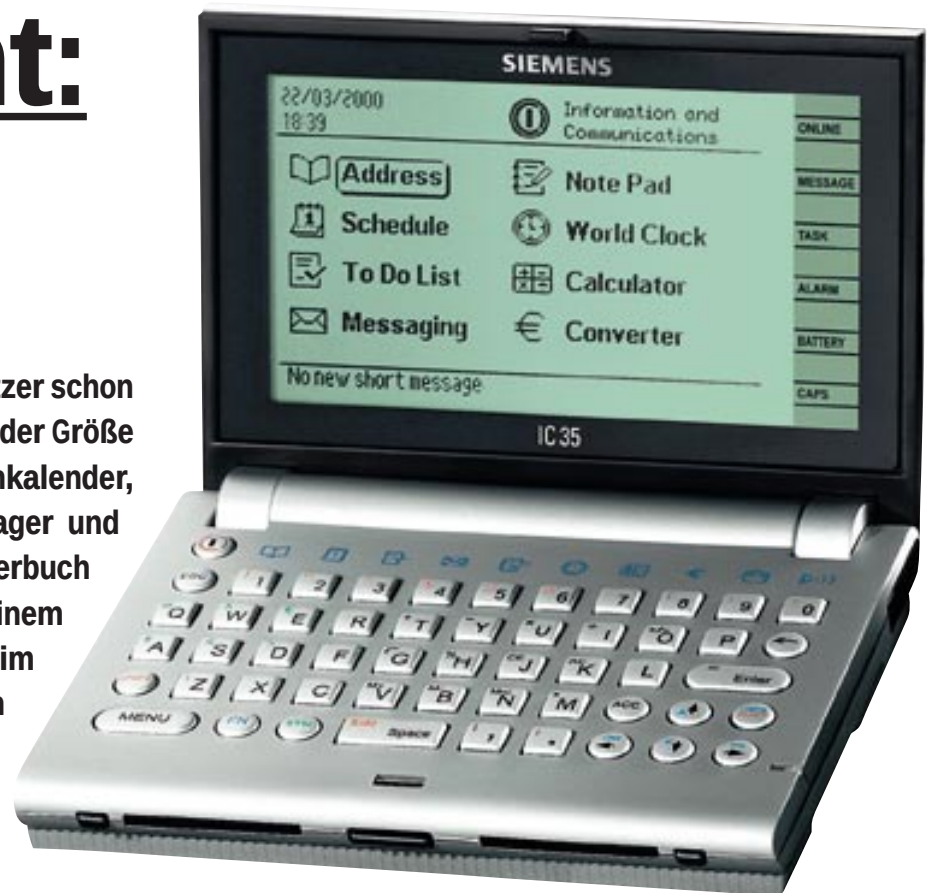
kennzeichnet und lassen sich mit einem Finger abrufen. Dank vorhandenem Caps Lock funktioniert Letzteres auch mit der Shift Taste. In den Menüs bewegt man sich sicher mittels eines Cursor-Tasten Sets. Der Rücksprung aus Untermenüs erfolgt über Escape. Nur das versehentliche Ausschalten ist durch zwei gleichzeitig zu betätigende Tasten verriegelt. Anfänglich berührt man die kleinen Tasten vorsichtig mit spitzem Finger, merkt aber schnell, daß die ballige Form und ein kräftiger Druckpunkt die versehentliche Auslösung benachbarter Tasten nahezu ausschließen und man ziemlich ungeniert und flüssig drauflos schreiben kann. Das Display glänzt durch seine scharfe, gut konturierte Darstellung. Die sichtbare Fläche steht uneingeschränkt für die Applikation zur Verfügung, während bei tastaturlosen Geräten ein beträchtlicher Teil des Displays für die Zeichenmatrix belegt wird.

Mini-Office ohne Einschränkungen

Kompromißlos nutzbar sind die acht eingangs erwähnten Grund-Applikationen. Logisch aufgebaute Menüs mit klarer Struktur und kurzen Wegen erfreuen den Benutzer. Der Umfang der Anwendungen entspricht durchweg den vom Desktop-PC gewohnten Grundfunktionen. Das Lesen, Beantworten und Verfassen ausführlicher E-Mails ist mühelos zu bewerkstelligen. Im Lieferumfang befindet sich ein fünfsprachiges Wörterbuch auf MCard von Hexaglot.

Kommunikativ und netzwerkfähig

Dank seiner ausgezeichneten kommunikativen Fähigkeiten muß der Siemens Unifier IC35 mit seinem Wissen kein Eremitendasein führen, sondern nimmt mittels Infrarot-Schnittstelle oder Kabelverbin-



dung über ein Handy Online-Verbindungen auf, empfängt und versendet Nachrichten und ermöglicht auf dem geräumigen Display mittels integriertem WAP Browser die komfortable Nutzung dieser Internet-Dienste. Über eine mitgelieferte Dockingstation (Cradle) kann das IC35 Daten mit Rechnern austauschen und synchronisieren. So lassen sich z. B. die kompletten



Datensätze aus MS Outlook oder Lotus Organizer übernehmen und abgleichen. Das IC35 unterstützt den Datenaustausch mit anderen Geräten nach den Standards V-Card und V-Calendar.

Mehr als ein PDA oder Organizer

Beschäftigt man sich etwas näher mit den universellen Nutzungsmöglichkeiten des IC35, wird einem klar, warum Siemens dieses Produkt nicht in eine der bereits bestehenden Produktgruppen einordnen mochte.

Der „Unifier“ kann einfach mehr als ein PDA oder ein Organizer oder ein WAP-Handy. Der UVP ist mit DM 498,- angegeben. *evo*

Tendenzen am europäischen PC-Markt: „Abwartend“

Wie Dataquest bekanntgibt, wurden im zweiten Quartal des Jahres 2000 7,6 Millionen PC's in Europa verkauft. Während das Wachstum im professionellen Marktsegment nur 0,3 Prozent betrug, nahm der Home-Bereich um stattliche 40 Prozent zu.

Belebende Impulse dürften im privaten Sektor neben den erhöhten Hardwareanforderungen durch aufwendige 3D-Spiele und Multimedia-Anwendungen von dem boomenden DVD-Markt ausgehen. Aktuelle Office-Anwendungen laufen dagegen auch auf Rechnern mit Prozessoren der früheren Generationen und stellen keine erhöhten Anforderungen an die

Größe des Speicherplatzes. Mit 5,5 Millionen Einheiten ist das professionelle Segment jedoch noch mehr als doppelt so groß wie der private Sektor, der 2,1 Millionen Einheiten umfaßt. Auf eine Rückkehr zu den Zuwachszahlen der vergangenen Jahre sei nach Dataquest nicht mehr zu hoffen.

Im dritten Quartal 2000 weisen die vorläufigen Studien von Dataquest mit 33,9 Millionen Computern weltweit eine Steigerung von 15,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf. Für das vierte Quartal 2000 wird mit einem Verkauf von weltweit 40 Millionen Computern gerechnet. Trotzdem führen die Anzeichen einer Sättigung auf den europäischen und amerikanischen Absatzgebieten zu einer Rücknahme der Produktionsmengen und zu einem verhal-

Marktanteile europäischer Computermarkt

2. Quartal 2000	Gesamtvolumen	7,6 Millionen PC's
Compaq	15,9%	1,2 Mio. Einheiten
Fujitsu-Siemens	8,9%	676.000 Einheiten
Dell	8,6%	653.000 Einheiten
H&P	7,2%	547.000 Einheiten
IBM	7,1%	540.000 Einheiten

Anteile nach Ländern

Deutschland	19,7%	1,5 Mio.	+ 10,3%
Großbritannien	17,1%	1,3 Mio.	+ 11,3%
Frankreich	11,8%	900.000	- 0,8%
Rußland	4,0%	300.000	+ 28,7%

Quelle: Dataquest (<http://www.dataquest.com/>) Zahlen 2. Quartal 2000

tenen Abwarten auf die nächste Upgrade-Welle. Wie Analysten vermuten, existiert für das Jahr 2001 ein bedeutendes Upgrade-Potential, das die Chance auf ein bis zu 25prozentiges Wachstum in sich trage. Mit dem Beginn der Zu-

nahme von Anschluß- und Ergänzungskäufen könne im Home-Segment noch im vierten Quartal 2000 gerechnet werden, während der professionelle Sektor erst im Laufe des Jahres 2001 in diese Entwicklung eintreten dürfte. *evo*



NR320 eBook

Microsoft distribuiert seine Software MS Reader kostenlos. Mit dieser auf dem Open-eBook-Standard (OEB) basierenden Applikation lassen sich unverschlüsselte eBooks auch auf stationären Rechnern, Notebooks, Laptops und PDA's lesen. Das Programm MS Reader steht auf <http://www.microsoft.com/reader/> zum Download bereit. Auf amerikanischen Websites, besonders im Universitätsbereich, kann man bereits eine reichhaltige Auswahl von kostenlos verfügbaren Titeln der amerikanischen Geschichte und Literatur finden, so z. B. auf: <http://etext.virginia.edu/ebooks/>. Die einfach durchzuführende Installation des MS Readers ist jedem zu empfehlen, der sich einen eigenen Eindruck von dieser Technologie verschaffen möchte, ohne gleich ein Lesegerät zu erwerben. Nach der Installation unter Windows oder NT findet man in dem Ordner „Eigene Dateien“ ein neues Verzeichnis „My Library“. Alle in „My Library“ übertragenen eBooks mit der Dateiendung *.lit stehen nach dem Start des MS Readers zum Lesen bereit. Der Eindruck und die Handhabung entsprechen dem Lesen auf einem portablen eBook-Reader. Man kann von Seite zu Seite „blättern“ oder mit einem Zieh balken durch das Buch scrollen. Ausgewählte Textpassagen lassen sich mit mehreren zur Auswahl stehenden Transparentfarben markieren. Auch können Lesezeichen und Anmerkungen gesetzt werden. Alle vom Leser angebrachten Hinzufügungen lassen sich nachträglich editieren und auch wieder löschen. Das „Wall Street Journal“ faßte die aktuelle Situation vor kurzem in der Aussage zusammen: „eBooks haben eine große Zukunft, doch keiner weiß, wann sie beginnt.“ Im Bereich der technischen und wissenschaftlichen Publikationen hat diese Zukunft bereits begonnen. Hier ermöglichen eBooks nicht nur den früheren Erscheinungstermin vor der Print-Ausgabe und weltweite Online-Verbreitung, sondern auch eine schnelle fortlaufende Aktualisierung.

Dem eBook und der damit verbundenen Technologie sicherte eine Initiative von Microsoft auf der diesjährigen Frankfurter Buchmesse höchste Aufmerksamkeit. Der unter der Regie des Redmonder Software-Konzerns ins Leben gerufene „Frankfurt eBook Award“ ist mit 100.000 US Dollar für das beste eBook und drei weiteren Kategoriepreisen von je 10.000 US Dollar einer der höchstdotiertesten Literaturpreise überhaupt. Microsoft weitet damit sein in den USA betriebenes vielschichtiges Engagement für den noch im Anfangsstadium befindlichen Markt der elektronischen Bücher auch auf Europa aus. Als erster Preisträger wurde E. M. Schorb für sein eBook „Paradise Square“ mit dem Frankfurt eBook Award ausgezeichnet. Den ebenfalls mit 10.000 Dollar dotierten „eBook Award“ für besondere technische Leistungen auf dem eBook-Sektor nahm Dr. Peter N. Yianilos, Chief Technology Consultant von Franklin, entgegen. Dr. Peter N. Yianilos hat zwischen 1987 und 1990 Produktkonzepte und Designs entwickelt, die die Basis für die ersten kommerziell erfolgreichen Handheld-eBooks bildeten.

Nach MP3 nun Boom für eBook?

Noch wird die Entwicklung im belletristischen und literarischen Buchgeschäft stark durch die Angst der Verlage vor Raubkopien und unauthorisierten Vervielfältigungen gebremst. Die Vorsicht ist berechtigt, kursiert doch Stephen Kings nur Online und kapitelweise zu erwerbendes neues Buch „Riding the Bullet“ inzwischen schon als Raubkopie und *.pdf File im Internet. Die ersten Hürden scheinen



Frankl eBook

trotzdem genommen. Auf dem deutschen Markt bieten inzwischen schon zwei Unternehmen Lesegeräte für eBooks an: Mit dem eBookman bietet die entscheidend an der Entwicklung dieser Technologie beteiligte Firma Franklin ein Gerät an, das neben den kompletten Funktionen eines eBook-Readers ausgezeichnete Dienste als PDA und Translator leistet. Als eBook-Lesegerät kommt der eBookman mit allen wichtigen Formaten zurecht. Mit dem MS Reader werden Werke nach dem Open-eBook-Standard (OEB) gelesen, während der integrierte Franklin Reader Texte, ASCII-Texte, HTML-Texte und Palm.doc unterstützt. Außerdem stellt der eBookman folgende Anwendungen bereit: eBook vorlesen, Diktiergerät, Musikplayer, Adreßbuch, Calculator, Kalender und Terminplaner. Neben Franklins umfangreicher englischsprachiger Bibliothek mit Nachschlagewerken, Dictionaries, Wörterbüchern, Fachbüchern und Enzyklopädien baut die deutsche Niederlassung des Unternehmens

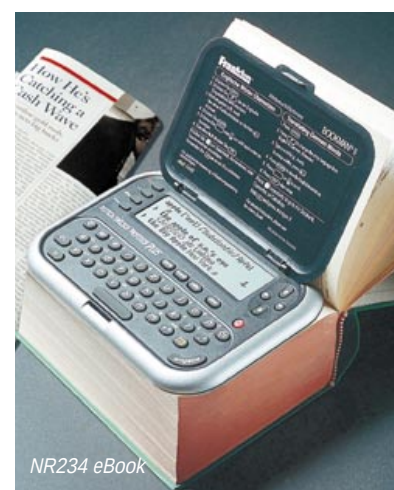


Rocket eBook

zur Zeit in Feldkirchen bei München ein deutschsprachiges Content-Angebot auf. Aus dem Internet geladene Titel können vom PC aus über die im Lieferumfang enthaltene Dockingvorrichtung (Cradle) auf den eBookman übertragen werden.

Nachdem sich die Gemstar International Group zugleich mit der Übernahme von Nuvo Media, dem Hersteller des eBook-Lesegeräts Rocket eBook, auch den Mitbewerber Softbook einverleibt hat (<http://www.Rocket-eBook.de> – <http://www.softbook.de>), wird ein mit Kopierschutz ausgerüstetes Rocket eBook exklusiv über den Bertelsmann Online-Buchhändler Bol (<http://www.ebook.bol.de>) vertrieben. Zur Zeit sind die 400

verfügbaren deutschsprachigen Titel ausschließlich bei Bol und dem eBook-Spezialisten Dibi (<http://www.dibi.de>) erhältlich. Der Urheberrechtsschutz soll durch ein raffiniertes Verschlüsselungsverfahren gesichert sein, das das eBook nur auf dem Lesegerät zur Nutzung freigibt, für das es gekauft wurde. Verleihen läßt sich ein so gesichertes eBook also nur zusammen mit dem dazu registrierten Lesegerät Rocket eBook. Das 600 Gramm schwere Rocket eBook Lesegerät in Größe eines normalen Buches zeigt auf seinem Graustufendisplay jeweils eine Seite und ist zusammen mit drei deutschen Titeln und einer Dockingstation zum PC bei Bol für DM 675,- zu haben. Zehn eBooks à 400 Seiten faßt der integrierte Speicher. Eine Batterieladung ermöglicht 20 Stunden Lesen bei eingeschalteter Hintergrundbeleuchtung. Zu Beginn des Jahres



NR234 eBook

nommierte Medienfachleute mehr auf eine Entwicklung, in deren Mittelpunkt ein hochauflösender zentraler Bildschirm im Breitformat steht, auf dem wir in der Zukunft vielfältige Computeranwendungen und Kommunikationsmittel nutzen werden, der uns aber auch zu unserer Unterhaltung, zum Genießen eines Konzerts oder zum Lesen dienen wird. evo

.comMouse soll die Nutzung des Internets revolutionieren

Ab Mitte Dezember soll die im Februar dieses Jahres auf der CeBIT 2000 angekündigte Design-Mouse mit dem Produktnamen „comMouse“ lieferbar sein. Mit Hilfe der mitgelieferten Software und einem von der Herstellerfirma, der comMouse AG – Spaichingen, noch zu errichtenden Internetportal wird eine völlig neue, effektivere Nutzung der im Internet verfügbaren Informationen und Dienste möglich werden. Dies kündigt jedenfalls die comMouse AG Spaichingen an, die nach ihren eigenen Worten „...die Nutzung des Internets revolutionieren wird“, und für die Zeit nach der Markteinführung der comMouse schon Entwicklungsarbeit an einer Camera-Mouse mit noch weiterreichenden Fähigkeiten leistet.

Die Technik der mit einer USB-Schnittstelle ausgerüsteten .comMouse besteht aus einer Laserdiode mit Leseinheit, die 1.500mal pro Sekunde die Oberfläche unter der .comMouse abtastet und die Bewegungen in proportionale Signale umsetzt.



Neben dieser, einer Optical Wheel Mouse von Logitech oder Microsoft entsprechenden Technik verfügt die elegant und ergonomisch gestaltete .comMouse

auch über ein in die Oberfläche eingelassenes integriertes Display, auf das aktuelle Meldungen und News aus individuell konfigurierbaren Interessengebieten des Internet-Nutzers übertragen werden. Jedes-

mal, wenn eine neue Nachricht eintrifft, macht sich die .comMouse mit einem bläulichen Leuchten bemerkbar. Auf einem unter <http://www.commouse.de> eingerichteten Bereich kann der Anwender den Internet-Agenten über sein persönliches Mouse-Profil informieren. Die eingegebenen Informationen bleiben anonym und dienen lediglich als Parameter für den kundenspezifischen Service der .comMouse. Auf der Grundlage eines eingegebenen und jederzeit zu ändernden individuellen Profils sucht der .comMouse Agent im Internet nach passenden Informationen für den Anwender. So wird der Benutzer z. B. immer dann eine Nachricht erhalten, wenn sich die Kurse seiner Wertpapiere um einen festgelegten Prozentsatz verändert haben oder ein Konzerttermin für Patricia Kaas in der Nähe seiner Heimatstadt bekanntgemacht wird. Falls die .comMouse wirklich rechtzeitig zum Weihnachtsfest unter dem Tannenbaum liegen soll, kostet sie mit einem UVP von 149,59 DM etwa doppelt so viel wie eine vergleichbare optische Mouse von Logitech oder Microsoft. Der Mehrpreis könnte allerdings dann gerechtfertigt sein, wenn der für die Zukunft angekündigte Service-Agent seinen Dienst aufnimmt. Auf jeden Fall erhält der Käufer für sein Geld eine aufsehenerregende Optical Mouse mit außergewöhnlichem Design. (Interessenten können Kontakt aufnehmen unter: <http://www.commouse.de>) evo



Veriton FP2 von Acer – optimierte Synthese

„Top-Design, Eleganz UND Leistung – funktional und repräsentativ verpackt“, lautet die zutreffende Kurzbeschreibung des All in One Desktop-PC Acer Veriton FP2. Schon beim ersten Blick ziehen die ungewöhnlichen, technisch-funktional betonten Linien dieser Kombination aus Rechner, LCD-Bildschirm, Tastatur und Maus die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich. Das 15 Zoll LC-Display des Veriton FP2 entspricht in seiner Größe der sichtbaren Bild-Diagonale eines herkömmlichen 17 Zoll CRT-Monitors und wird von einem schlank wirkenden, aber

trotzdem voluminösen Sockel getragen. Mit einer natürlichen Auflösung von 1024 x 768 Pixeln (XGA) erzeugt das Display ein brillantes Bild mit einer Helligkeit von 250 cd/m² und dem hohen Kontrastverhältnis von 300:1 bei Betrachtungswinkeln von 160° vertikal und horizontal. Erst beim zweiten Blick entdeckt man, daß die vermeintliche Einheit von Bildschirm und Sockel ein kompletter Desktop-Computer mit außergewöhnlichen Eigenschaften ist. Kabellos und im gleichen Design gestaltet sind die mit individuellen Sonderfunktionen und Hotkeys programmierbare Tastatur und

die ergonomisch geformte Maus mit USB-Schnittstellen. Der flache Bildschirm läßt sich bei Bedarf abnehmen und separat betreiben. Unzweifelhaft zielt der Veriton FP2 mit seinem Äußeren auf eine Verwendung im repräsentativen Bereich eines Unternehmens, in den Räumen des gehobenen Managements oder Hotelrezeptionen. Darüber hinaus beeindruckt jedoch auch die inneren Werte des Systems mit eindrucksvoller Leistungskonzentration. Das Herz des Veriton ist ein 800 Mhz Pentium III mit 256K Cache, der mit 133 Mhz Frontside Bus-Takt auf einem Acer S511P Mainboard mit 815e Intel Chip Set seine Arbeit verrichtet. Zwei SDRAM DIMM Bänke können mit bis zu maximal 512 MB bestückt werden. Standardmäßig ist der Veriton mit einem PC-133 128 MB Riegel ausgerüstet. Die Aufgaben der Grafikkarte übernimmt eine embedded Intel 815e engine. Für die Sound-Aufbereitung zeichnet der integrierte AC'97 audio codec verantwortlich, der auch die beiden Stereo-Lautsprecher des Systems

ansteuert. Eine Ethernet Schnittstelle mit 10/100 MB und ein 56K V90 Modem verbinden das System mit der Außenwelt oder dem LAN. Neben dem von dem 56K Modem belegten PCI-Steckplatz ist ein AGP x2/x4 Slot für eine eventuelle spätere Systemerweiterung mit einer schnellen 3D Grafik Engine verfügbar. Die schnelle 20 GB Ultra-DMA ATA-66 Festplatte mit 66 Mhz Übertragungsgeschwindigkeit unterstützt wirkungsvoll die Performance von CPU und Board. Das DVD-Laufwerk arbeitet mit 24x CD und 6x DVD Spin. Zur Standardausrüstung gehört ein 3,5 Zoll Slim Line 1,44 MB Disketten-Laufwerk.

Voll im Trend der Entwicklung, verfügt der Veriton FP2 neben einem konventionellen analogen VGA-Ausgang auch schon über den inzwischen standardisierten digitalen Video-Ausgang nach DVI. Überhaupt ist die Ausstattung mit Anschlüssen und Schnittstellen umfassend: Seitlich am Gerät befinden sich 2 x USB, 2 x PS2, 1 x Parallel ECP/EPP, 1 x Seriell 16550 FIFO UART, 1 x MIDI Game, 1 x

RJ45 und je ein Stereo Line In und Line Out. Gut erreichbar und auf der dem Benutzer zugekehrten Seite gibt es zwei weitere USB-Anschlüsse und je einen Mikrofon- und einen Kopfhörer-Anschluß. Als Betriebssystem vorinstalliert ist Windows, ME. Komplettiert wird die Softwareausstattung durch die Tools: PC-Cillin (Anti-Virus) und PC-Doctor (Hardware Diagnostik). Ein Windows-Handbuch, eine Windows-Recovery-CD und eine CD mit allen Treibern des Systems gehören mit zum Lieferumfang. Der Acer Veriton FP2 erfüllt alle aktuellen nationalen, europäischen und internationalen Sicherheits-Richtlinien sowie Funktionen für Energy Management nach ACPI. Das 102 W Schaltnetzteil stellt im Standby-Betrieb 1A bei 5V bereit. Das außergewöhnliche Desktop-System nimmt auf der Aufstellfläche lediglich 376 mm (B) x 167 mm (T) bei einer Höhe von 389 mm in Anspruch. Der Acer Veriton FP2, ein Gerät für atemberaubend beeindruckendes Arbeiten, ist zu einem UVP von 5.298,- DM verfügbar. *evo*

NEC/Mitsubishi HighEnd 22 Zoll CRT-Monitor

Mit dem Diamond Pro 2045u erweitert NEC/Mitsubishi sein Angebot um einen hochauflösenden 22 Zoll Natural Flat CRT-Monitor für den Einsatz im professionellen Bereich anspruchsvoller CAD-, Grafik- und Multimedia-Anwendungen. Durch Einsatz einer Diamond NF Bildröhre mit optimierter Ablenkung des Elektronenstrahls und einer Streifenmaske mit 0,24 mm pitch wird auf der vollkommen planen Oberfläche ein brillantes, verzerrungsfreies und bis in die Ecken scharfes Bild dargestellt. Die Tönung des Bildschirms, verbunden mit einer Lambda-Entspiegelung, bewirkt hohe Detailgenauigkeit bei kontrastreicher Darstellung und reduziert Reflexionen und Spiegelungen auf ein nahezu nicht mehr wahrnehmbares Minimum. Die hohe Auflösung von 2048 x 1536 Bildpunkten kann mit der ergonomisch ausgezeichneten Bildfrequenz von 75 Hz dargestellt werden. Bei 1600 x 1200 Bildpunkten wird eine Bild-



wiederholte Frequenz von 95 Hz erzielt. Die Bestückung mit je einem 15poligen D-Sub und 5poligen BNC-Eingang ermöglicht

den gleichzeitigen Anschluß des Diamond Pro 2045u an zwei verschiedene Rechnersysteme, wobei mit einer Taste auf der

Vorderseite des Monitors zwischen den angeschlossenen Rechnern umgeschaltet werden kann. Optional steht ein Adapterkabel zum Anschluß an Apple-Rechnersysteme zur Verfügung. Ein integrierter USB-Hub mit zwei Upstreams, drei Downstreams und einer mitgelieferten USB-Kontrollsoftware sorgt für die erweiterte Connectivity des Gesamt-Systems.

Sehr angenehm ist die automatisch über Sensoren gesteuerte Degaussing-Funktion, die den Einfluß elektromagnetischer Felder auf Konvergenz und Strahlablenkung verhindert und sogar den Einfluß des Erdmagnetfelds auf die Genauigkeit der Strahlablenkung kompensiert. Vorbildlich ist die Möglichkeit, zusätzlich zu den umfangreichen über OSD einstellbaren Parametern, die Schärfe in den vier Ecken des Bildes unabhängig

voneinander korrigieren zu können. Besonders bei großen Bild-diagonalen von CRT-Monitoren über 17" ergibt sich Bedarf nach einer derartigen Einrichtung. Die Erfüllung aller nationalen und internationalen Spezifikationen und die Unterstützung der gebräuchlichen Energy Saving Funktionen sind gewährleistet. Alle wichtigen Parameter werden über ein OSD-Menu mit sechs Sprachen-Optionen eingestellt. Das Gerät verfügt über Plug and Play-Funktion. Sämtliche PC- und MAC-Auflösungen werden unterstützt. Die Abmessungen des 2045u betragen 500 x 500 x 482 mm (B/H/T) und sein Gewicht 37 kg. Der Garantiumfang erstreckt sich innerhalb aller Länder der EU und in der Schweiz und Liechtenstein auf drei Jahre Vor-Ort-Service bei wahlweisem Austausch oder Reparatur des Geräts. Zu einem UVP von 2.499,- DM ist das Gerät ab sofort verfügbar. Weitere Informationen sind unter <http://www.nec-monitors.com> erhältlich. *evo*

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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

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

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

• aktuell • praxisnah • verständlich
Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____

Unterschrift _____

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| ☐ Consumer Electronics-Fachhandel | ☐ Telekom-Fachhandel |
| ☐ PC + Peripherie-Fachhandel | ☐ Foto-Fachhandel |
| ☐ Kaufhaus | ☐ Versender |
| ☐ Großfläche | ☐ E-Commerce |
| ☐ Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| ☐ Netzbetreiber | ☐ TK-Provider |
| ☐ Distributor | ☐ Foto- und Imaging Service |

Lieferanten:

- | | |
|--|---|
| ☐ Hersteller | ☐ Distributor/Großhandel |
| ☐ Kooperationen | |
| ☐ sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

SCHNEIDEN, ABER BITTE LIGHT

Die DV.now Lite ist eine abgespeckte und preisgünstigere Version der DV.now von Fast. Sie ist eine kostengünstige Variante, die vor allem Videoschnitt-Einsteiger ansprechen soll.

Im Lieferumfang sind die PCI-Bus-master-Steckkarte, ein Firewire-kabel und die Installations-CDs enthalten. Ein deutsches Handbuch gibt es nur in elektronischer Form auf der CD.

Als Systemvoraussetzung werden ein freier PCI-Slot (V2.1) benötigt sowie ein Intel Pentium II Prozessor mit 400 MHz und MMX, 64 MB RAM Hauptspeicher (128 MB empfohlen), ein CD-ROM Laufwerk, eine Festplatte mit einem Minimum-Datentransfer von 4 MB/s und ein Videomonitor oder eine AGP-Graphikkarte mit linearem

eingespielt werden. Denn dann werden bei der Installation von Fast.forward die Adobe Premiere Plug-Ins automatisch an die richtige Position kopiert. Anderenfalls muß dies nachträglich manuell nachgeholt werden.

Fast.forward ist ein von Fast entwickeltes Softwaretool für die Vorbereitung des Videoschnitts in Adobe Premiere. Die durch Fast.forward aufgezeichneten Video-Clips können direkt in Adobe Premiere importiert werden. Man darf sich beim ersten Aufruf der Software nicht von der eher un-

Dialog kann mit einem Objekt oder einer Funktion verbunden werden. Fast.forward ist nicht nur ein Capture-Tool, sondern stellt mit seinen diversen Elementen eine mächtige Anwendung zur Kommunikation mit der Hardware (z. B. DV-Kamera), Organisation und Vorbereitung der Daten zum Videoschnitt dar. Mit Fast.forward kann schon im Vorfeld vor dem eigentlichen Schnitt in Adobe Premiere das aufgenommene Videomaterial thematisch geordnet und mit Kommentaren versehen werden.

Die einzelnen Elemente werden durch Buttons bzw. Shortcuts aufgerufen. Im Videofenster der Fast.forward Software wird das Video sowohl aus der Videokamera als auch von der Festplatte sichtbar. Ein weiteres Element stellt der DV-Player dar, der die DV-Videokamera bzw. den Rekorder komfortabel per Software steuert. In unserem Fall handelte es sich um eine Videokamera der Firma JVC, die problemlos angesteuert werden konnte.

Die durch den Capture-Assistenten aufgezeichneten und auf Festplatte abgelegten Video-Clips werden mit dem HD-Player abgespielt. Die Video-Clips werden untereinander im Clip-Fenster mit dem ersten und letzten Szenenbild angezeigt.

Im Projekt Manager sind alle Laufwerke mit Ordnern und Dateien der Projekte abgebildet.

Weitere Elemente sind der Mark-Editor für das Trimmen der Clips, die Fotokamera für Einzelaufnahmen, das Peak-Meter-Modul zur Anzeige des Audiolevels und die Clip-Details zur Eingabe einiger Kommentare zum jeweiligen Clip. Bemerkenswert ist, daß ohne viele technische Einstellungen schnell und effektiv die von uns aus-



Die neugestaltete Verkaufsverpackung der DV.now AV

gesuchten Videoszenen auf die Festplatte übertragen und für den Videoschnitt vorbereitet werden konnten.

Ohne Beachtung der 2 GB-Beschränkung bei Windows 2000 und Windows NT können Aufnahmen am Stück mit mehr als 90 Minuten auf einer 30 GB-Festplatte aufgezeichnet und bearbeitet werden. Leider sind die Möglichkeiten der mitgelieferten Adobe Premiere LE Version sehr eingeschränkt. Dem Anwender stehen nur sehr wenige Effekte und nur eine Titelspur zur Verfügung. Sie bietet im wesentlichen lediglich einen Einblick in die Möglichkeiten, die Adobe Premiere bieten kann. Es empfiehlt sich, das mit DM 444,- kostengünstige, bei Fast-Dazzle erhältliche Update auf die Vollversion wahrzunehmen.

Fazit

Fast-Dazzles DV.now Lite empfiehlt sich für Einsteiger durch die sehr

einfache Handhabung der Software Fast.forward und der Stabilität der DV.now, an der während des gesamten Tests nichts auszusetzen war. Den Listenpreis von 499 DM sehen wir als gerechtfertigt an. Auch der empfohlene Hardware-Aufwand hält sich im erschwinglichen Rahmen.

Die problemlose Integration der durch Fast.forward aufgezeichneten Videoclips in Adobe Premiere ist auch für Anwender, die bereits Videoschnitt Erfahrung haben und eine Adobe Premiere Lizenz besitzen, sehr interessant.

Auch Profis können sich durch die Upgrade-Möglichkeiten angesprochen fühlen und sich einen kostengünstigen und professionellen Arbeitsplatz einrichten.

Alles in allem ist DV.now Lite ein hervorragendes Paket, das nicht nur Einsteigern, sondern auch professionellen Anwendern Freude bereitet.

Tasch/Tasch



Der Co-Autor, Henner Tasch, ist seit mehr als 35 Jahren im Hause Saturn, Köln, für Bild- und Tonaufzeichnung verantwortlich.

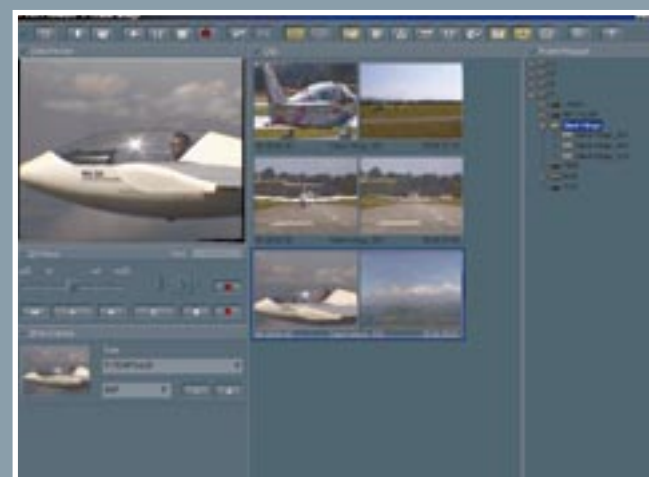
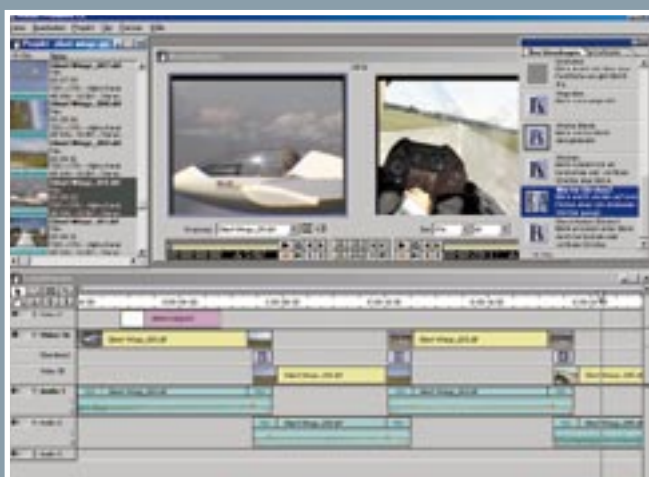
Framebuffer und Direct X Treiber für die Vorschau. Diese Spezifikation stellt bei den heutigen Angeboten kein großes Problem dar.

Die Installation der DV.now PCI-Steckkarte auf unserer Testmaschine mit dem Betriebssystem Microsoft Windows 98 SE verlief problemlos. Ein Tip: Vor der Installation sollte die mitgelieferte Software Adobe Premiere LE

gewöhnlichen Ansicht abschrecken lassen. Der Microsoft Windows gewohnte Anwender vermisst zunächst einmal die obligatorische Menüleiste und wird mit diversen, dynamisch je nach Gebrauch eingeblendeten Dialogen konfrontiert. Dies erscheint nur im ersten Moment so, denn schon nach einigen Minuten sieht man die Oberfläche übersichtlich und geordnet. Jeder



Screenshots der vielseitigen Software; übersichtlich erscheinen die ersten und letzten Szenenbilder in den Clipfenstern.



Brennt mit 16fach Speed: Yamaha CRW2100

In nur fünf Minuten beschreibt der CRW2100 eine 700 MB CD-R, wenn der neue CD-R/RW Brenner von Yamaha die Bits mit maximaler Höchstgeschwindigkeit als Pits auf das Medium brennt. Ab sofort kann man nun eine 79 Minuten Audio CD mit 16facher Geschwindigkeit beschreiben oder kopieren. Das ist ein neuer Record! Yamaha, ein Marktführer auf dem Gebiet der digitalen Audiotechnik, macht diesen Superspeed-Brenner gleichzeitig auf mehreren Plattformen verfügbar. Dem ab November erhältlichen ATAPI Einbaulaufwerk folgen im Abstand von wenigen Wochen je eine interne und externe SCSI-II-Version sowie ein externes Laufwerk mit Firewire-Schnittstelle. Die Treibersoftware unterstützt sowohl Windows wie diverse Macintosh Betriebssystem-Versionen.



Erreicht wird die sensationell hohe Schreibgeschwindigkeit durch den kombinierten Einsatz einer Anzahl neuentwickelter Technologien. Das von Yamaha urheberrechtlich geschützte Pure-Phase-Lasersystem verbessert in erheblichem Maße die Jitter-Werte und bewirkt damit eine äußerst genaue Aufzeichnung der Signale. Ein üppiger Pufferspeicher von 8 MB und die Running OPC Technologie sichern einen fehlerlosen und kontinuierlichen Datenfluß und vermeiden damit den gefürchteten „Buffer Underrun“. Verwendet werden außerdem ein neuartiger Laser-Pickup mit speziellen Steuerchips

und Partielle CAV, eine Aufzeichnungstechnologie, die auf den inneren Radien des Mediums CAV (Constant Angular Velocity) und auf den äußeren Radien das CLV-Verfahren (Constant Linear Velocity) einsetzt. Das Laufwerk beginnt auf den inneren Radien mit einer 12fachen Geschwindigkeit zu schreiben und steigert die Umdrehungszahl kontinuierlich bis zum 16fachen Wert auf den äußersten Radien. Falls der CRW2100 feststellt, daß sich das verwendete Medium nicht für hohe Schreibgeschwindigkeiten eignet, wird die optimale Schreibgeschwindigkeit für dieses Medium automatisch eingeregelt. Spitzen-

klasse ist der CRW2100 beim Auslesen von CD-Daten und kann Audio-Daten mit 40facher Geschwindigkeit extrahieren (Audio-Grabbing), was vor allem MP-3 Fans und diejenigen freuen wird, die sich ihre Audio-CDs aus verschiedenen Musiktiteln selbst zusammenstellen. Selbst das Brennen von Audio-CD's ist fehlerlos mit 16facher Geschwindigkeit möglich. Das CRW2100 unterstützt Disc-at-Once, Session-at-Once, Track-at-Once, Packet Writing und die Schreibformate CD-DA, CD-G, CD Text, CD-ROM, CD-ROM XA, Photo CD, Video CD, CD-I, CD Extra und erfüllt den neu verabschiedeten High Speed CD-

RW Standard nach Orange Book Part III Volume 2 V1.0.

Beim Beschreiben und Überschreiben von CD-RW Medien mit höherer als 2facher Geschwindigkeit ist jedoch zu beachten, daß CD-RW Medien für 1fach/2fach/4fach oder HighSpeed Medien für 4fach/8fach/10fach Geschwindigkeit eingelegt werden müssen. CD-RW-Laufwerke zum Beschreiben oder Lesen von HighSpeed CD-RW Medien müssen das High Speed CD-RW Logo tragen, weil bei der Verwendung ungeeigneter Laufwerke Fehler und Störungen im System auftreten können. Bis Anfang Dezember sollen alle vier Versionen der neuen Modellreihe

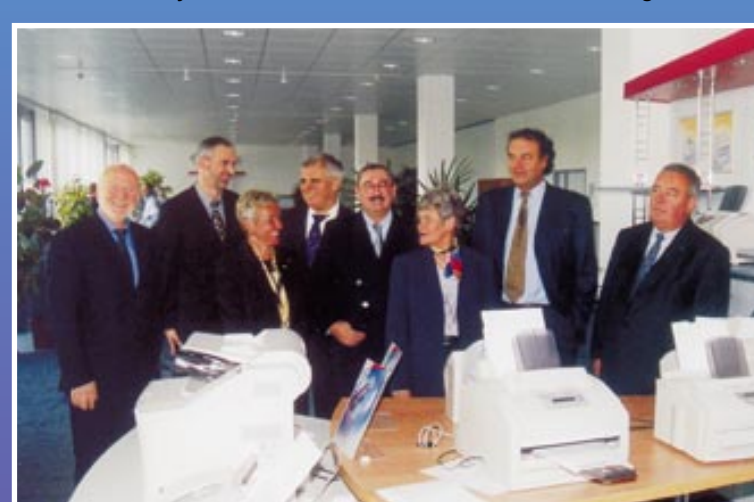
im Handel verfügbar sein. Genannt werden folgende UVP's (jeweils ohne Brennsoftware): CRW2100E (intern für ATAPI/EDIE) 579,- DM, CRW2100S (SCSI-II intern) 679,- DM, CRW2100SX (SCSI-II extern) 789,- DM. Der Preis für die Firewire-Version war bei Redaktionsschluß noch nicht bekannt. Beim Kauf eines CRW2100 können für DM 40,- wahlweise die Brenn-Software-Pakete Adaptec Easy CD Creator, Direct CD, Take Two oder für Macintosh Systeme Adaptec Toast erworben werden. *evo*

WOHIN MIT DEM SCHROTT? 1,4 Mio. Tonnen Elektronik-Schrott pro Jahr

Bei Canon Deutschland in Krefeld trafen sich die Vertreter der Arbeitsgemeinschaft Cycle mit dem zuständigen Berichterstatter des Europäischen Parlaments, Karl-Heinz Florenz, um die gemeinsamen Interessen der im Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien (BITKOM) organisierten Unternehmen in Sachen der sich nun konkretisierenden Verordnung zum Thema Elektronik-Schrott zu diskutieren.

Wie Dr. Roderich Stomm, Präsident der Canon Deutschland GmbH, auch für andere Mitglieder der AG Cycle ausführte, ist die beteiligte Industrie schon seit Jahren bemüht, möglichst recyclingfreundige und im Schadstoffanteil reduzierte Geräte auf den Markt zu bringen.

Gesucht werden nunmehr Lösungsansätze, die logistische Infrastruktur, bei der ein Großteil der Kosten anfällt, zu optimieren. Es besteht die Notwendigkeit, hier eine Lösung zu formulieren, die sowohl für den Verbraucher als auch den Handel möglichst keine zusätzlichen Belastungen beinhaltet. Eine der analysierten Varianten ist die Einbeziehung der öffentlich-rechtlichen Entsorger in das System. Der Vorteil: Hier kann der Endverbraucher – wie gewohnt – seinen Elektronik-Schrott via Sperrmüll entsorgen. Diese Kosten addieren sich zu den bereits von den Herstellern veranschlagten Kosten von DM 0,50 bis DM 0,80 pro Kilo Altgerät.



Eine rasche Lösung scheint vonnöten, da die neue Richtlinie bereits zum 30.6.2004 in nationales Recht umgesetzt sein muß.

PoS Aktuell

Sonopress expandiert

Sonopress, ein Unternehmen des Bertelsmann Konzerns, zählt zu den führenden Dienstleistern im Bereich Vervielfältigung von Daten und Informationsträgern.

Das Unternehmen startet den Aufbau eines neuen Produktionsstandortes in Forbach, Lothringen. Auf einer Pressekonferenz am neuen Standort Forbach kündigte Sonopress die Inbetriebnahme der CD-Fertigungsstätte im Industriepark Technopole Sud für den Sommer 2001 an. Hier bietet sich der Vorteil einer guten logistischen Anbindung an die geplante zentrale BMG-Distribution in Atton.

Mit dem Aufbau des fünften Produktionsstandortes – neben Deutschland, England, Irland und Spanien – rundet Sonopress das Servicekonzept für Europa ab. In Frankreich ist Sonopress seit 1983 mit einem Vertriebsbüro in Paris vertreten.

Neue Messe in Leipzig

Die COME.ON ist eine neue Messe für Computer, Internet und Telekommunikation und findet vom 8. bis 11. November 2001 in Leipzig statt. Im Mittelpunkt der COME.ON steht der Verbraucher. Die Messe soll den Besucher über die Nutzungsmöglichkeiten der neuen Medien informieren. Als Aussteller spricht die COME.ON u.a. Computerhersteller und Hardwareproduzenten, Tk-Hersteller, Online-Dienste, Provider (Tk und Internet), Mehrwertdienste und Internet-agenturen, Softwareentwickler und -anbieter, Systemhäuser und Unternehmensberatungen an.

Acer senkt Preise für Notebook-Reihen

Acer senkt die Endverbraucherpreise für seine Notebook-Reihen im Schnitt um 15 Prozent. Betroffen sind Modelle aus allen Travel-Mate-Serien, wobei die absoluten Preissenkungen bis zu 1.500 DM betragen. Die neuen Preise gelten ab dem 6. November 2000. Die Geräte der Serien TravelMate 739 wurden bereits zum 1. Oktober günstiger.



Terratec M3Po – MP3 Studio für die HiFi-Anlage

In Form eines schlanken, silbernen schimmernden Geräts mit matt gebürsteter Metall-Frontplatte hat der Hersteller Terratec ein Abspielgerät für Audio-CDs und MP3-Musik-CDs im Vertriebsprogramm, in dem sich bei Bedarf ganze Musik-Sammlungen auf kleinstem Raum unterbringen lassen. Der Terratec M3Po ist für die Bestückung mit einer handelsüblichen ATA/E-IDE Festplatte vorbereitet, auf der man, je nach Kapazität, den Inhalt von mehreren hundert CDs im MP3-Format archivieren und mit gezieltem Zugriff abspielen kann.

Einziger Stand-alone MP3-Player auf dem Markt

Der M3Po ist als Stand-alone CD/MP3-CD Player für den Betrieb an einer HiFi-Anlage über oder Aktivboxen mit Vorverstärker konzipiert. Aber auch DJs wissen den M3Po und seine Funktionen zu schätzen. Musiktitel auf Audio-CDs und MP3-CDs können nämlich nicht nur wie bei normalen CD-Playern abgespielt werden, sondern lassen sich zu individuellen Spiel-Listen kombinieren und für den späteren Gebrauch in dieser Zusammenstellung abspeichern, wenn eine Festplatte im Terratec M3Po integriert wurde. Die Option des von der Herstellerseite bereits vorbereiteten Einbaus einer ATA/E-IDE Festplatte ist auch das gewichtigste Argument für den Erwerb dieses Audio-CD/MP3-CD Players.

Kein Suchen – kein Verstauben – kein Zerkratzen

Von den vielfältigen Vorteilen und Anwendungsfällen für ein derart ausgerüstetes Gerät seien nur einige genannt: Hat man seine zu MP3 codierten Musiktitel erst mal auf der Festplatte des Terratec M3Po abgespeichert, kann man ohne zu suchen über die gesamte Musik-Bibliothek verfügen. Es besteht dann keine Gefahr mehr, daß Oberflächen von wertvollen CDs in irgendeiner Weise beschädigt werden. Und Gründe für die Aufstellung teurer Staubfänger in Form von CD-Ständern gibt es

auch nicht mehr. Weil sich die auf der Festplatte des Terratec M3Po abgelegten MP3-Musiktitel in beliebigen Verzeichnissen und Unterverzeichnissen abspeichern und individuell nach Genre, Gruppen und Interpreten organisieren lassen und zusätzlich eine übergreifende Suchfunktion zur Verfügung steht, erfolgt der Zugriff auf ein gewünschtes

Musikstück in der Regel schneller, als dies durch Heraussuchen und Einlegen der betreffenden CD zu bewerkstelligen wäre. Der zur Verfügung stehende Platz hängt von der Größe der verwendeten Hard-Disk ab. Schon beim Einbau einer 20 GB Festplatte lassen sich circa 6.000 Single-Titel als MP3-Files unterbringen, was einer ununterbrochenen Spielzeit von nahezu zwei Wochen Musik oder 400 Audio-CDs entspricht.

Auch optimal als Musikmaschine für Disjockeys und Partys

Die Möglichkeit, aus den verfügbaren Titeln beliebige, unterschiedliche, jederzeit editierbare Spiel-Listen für verschiedenartige Anlässe zusammenzustellen, macht den M3Po auch für Partys und Diskotheken interessant. Hilfreich ist in diesen Fällen die verfügbare Lock-Funktion, die den Zugriff nicht autorisierter Personen auf das Gerät verhindert. Da sich die Festplatte mit wenigen Handgriffen aus- oder einbauen, aber auch auswechseln läßt, kann man den Inhalt sehr komfortabel in einem Rechner editieren oder mit mehreren austauschbaren Festplatten arbeiten.

Leichte Handhabung mit Display und Fernbedienung

Besondere Aufmerksamkeit hat Terratec der Bedienung des M3Po geschenkt. Zu Recht, denn was nützen 6000 verfügbare Musikstücke, wenn der Bedienstreß die Schweißtropfen über die Stirn perlen läßt. Der Einfallsreichtum der Konstrukteure führte zu einer praktikablen Lösung. Mittelpunkt der Kommandezentrale des M3Po ist ein 8 x 2,5 cm großes Display,

auf dem der aktuelle Status und alle jeweils möglichen Bedienschritte angezeigt werden. Durch Drehen oder Drücken eines großen handlichen Drehknopfs und der Betätigung von vier im Umkreis platzierten Tasten bewegt sich der Benutzer vorwärts und rückwärts in einer eingelegten CD, aber auch in den Verzeichnissen und Beständen der eingebauten Festplatte. Selbst die Formatierung oder Neuformatierung einer Hard-

disk läßt sich auf diese Weise mit wenigen Handgriffen durchführen. Wie auch bei Handy-Tastaturen kann jedoch die Eingabe von Namen, z.B. bei der Neuanlage von Verzeichnissen, zur leidvollen Prüfung werden. Alle Funktionen lassen sich ebenfalls über die im Lieferumfang enthaltene Fernbedienung betätigen. Sinn macht dies aber vorwiegend bei den Kommandos: Skip vorwärts und rückwärts, Wiederholung, Pause

und Bewegungen in einer Play List, weil man bei weiterreichenden Kommandos ohnehin auf die Anzeigen im Display angewiesen ist. Mit Abmessungen von 430 x 70 x 310 mm (B/H/T), einem Netz- und einem Satz Cinch-Kabel sowie einer MP3 Demo-CD ist der Terratec M3Po für einen UVP von 888,- DM (ohne die optionale Harddisk) im Handel verfügbar. *evo*
Informationen: <http://www.terratec.net> – <http://www.M3Po.net>

Frißt der Wolf jetzt Kreide? Bertelsmann und Napster kooperieren

Die Nachricht schlug auf beiden Seiten wie eine Bombe ein. Napster-Fans, aber auch Verfechter der harten Linie gegen die beliebte MP3-Tauschbörse im Internet, zeigten sich von der am 1. November bekanntgegebenen Zusammenarbeit zwischen dem Medienkonzern Bertelsmann und Napster überrascht. Denn Bertelsmann gehört zu den Musikfirmen, die durch ihre Dachorganisation RIAA in einem Gerichtsverfahren die Schließung von Napster durchzusetzen versuchen. Mit dem Ausscheren aus der Front der Musikgiganten und dem Deal mit Napster könnte es Bertelsmann gelungen sein, sich an die Spitze der Entwicklung im Onlinegeschäft mit Musiktiteln zu setzen.

Weltweit erfolgreichster Internet-Dienst

Innerhalb einer Zeitspanne von nicht einmal einem Jahr ist der von dem 19-jährigen Studenten Shawn Fanning entwickelte Service und sein Unternehmen Napster zum weltweit größten Internetdienst aufgestiegen. Mit inzwischen 40 Millionen Nutzern ließ Napster selbst den bisherigen Spitzenreiter AOL hinter sich. AOL hat weltweit circa 28 Millionen Kunden. Man muß sich die Zahlen vergegenwärtigen: 6,7 Millionen US-Bürger nutzen bereits Napsters Dienste, das sind 8,5 Prozent der von zu Hause aus surfenden US-Amerikaner und 1,1 Millionen, die den Service vom Arbeitsplatz aus nutzen (Quelle: Media Metrix). Täglich gewinnt Napster 200.000 neue Mitglieder hinzu. Täglich tauschen Napster-User zwischen 20 bis 40 Millionen Musiktitel im MP3-Format untereinander aus. Dieser sensationelle Erfolg beruht auf einer von Shawn Fanning



entwickelten Software, mit deren Hilfe Benutzer feststellen können, auf welchen anderen Rechnern von Napster-Mitgliedern ein gerade gesuchtes MP3 Musikstück gespeichert ist. Ist die Suche von Erfolg gekrönt, kann eine Internetverbindung zwischen beiden Rechnern hergestellt und die Datei übertragen werden. Mit einem Mausklick kann man sich die Namen aller in einem Verzeichnis des Verbindungspartners bereitgestellten MP3-Musiktitel, die Bandbreite der Verbindung und die Anzahl der gerade laufenden Übertragungen anzeigen lassen oder mittels eines Instant Messenger Systems auf einfache Weise miteinander Nachrichten austauschen. Die Software ist einfach und komfortabel zu bedienen und läuft sehr stabil. Nur das Einloggen auf einem der vielen weltweit existierenden Napster-Server kann zu gewissen Zeiten infolge des großen Zuspruchs schwierig sein. „Peer to Peer Networks“ (Rechner zu Rechner) wird eine große Zukunft vorausgesagt.

In den letzten zwei Monaten kam Napster jedoch durch das von der RIAA betriebene Gerichtsverfahren zunehmend unter Druck. Eine bereits ausgesprochene einstweilige Verfügung zur Schließung des Dienstes konnte im letzten Moment durch die Anrufung eines Berufungsgerichts außer Kraft gesetzt werden. Unterliegt Napster in dem Rechtsstreit, könnten die Schadenersatzforderungen der Musikindustrie das Ende von Napster bewirken. Damit würden jedoch nach Meinung von Analysten die Probleme der Musikindustrie noch wachsen, weil bereits Nachfolgemodelle in Startposition stehen, die zum Aufbau von Peer to Peer Netzwerken keinen zentralen Server mehr brauchen und deshalb kaum noch zu überwachen sind.

Praktikables Geschäftsmodell soll noch entwickelt werden

Über die Modalitäten der Zusammenarbeit von Bertelsmann und Napster wurden von den Unternehmen nur spärliche Mitteilungen gemacht. Wie aus der Branche verlautbart, räumt Bertelsmann Napster einen Kredit in unbekannter Höhe zur weiteren Entwicklung seines Geschäftsmodells ein. Man werde Modelle entwickeln, die die Abgeltung von Autorenrechten und Lizenzabgaben an die Musikfirmen ermöglichen und gleichzeitig bei den Usern Akzeptanz finden können. Napster hatte schon im Gerichtsverfahren der RIAA eine monatliche Abonnements-Gebühr in Höhe von circa. 5 US Dollar pro Nutzer vorgeschlagen, was jedoch von der Gegenseite abgelehnt wurde und die Musikfirmen in den Verdacht brachte, es ginge ihr nicht so sehr um die urheberrechtlichen Abgaben, sondern hauptsächlich um die Kontrolle des Musikmarktes. Bertelsmann hat seine Klage gegen Napster schon zurückgenommen und bemüht sich darum, das gleiche auch bei den anderen Klägern zu erreichen. Es wird in informierten Wirtschaftskreisen damit gerechnet, daß Bertelsmann für eine mehrstellige Millionensumme die Mehrheit bei Napster übernehmen wird. Wie und ob es Napster gelingt, die Benutzer auch bei einem bezahlten Service bei der Stange zu halten, bleibt spannend (Informationen: <http://www.bertelsmann.de> – <http://www.napster.com>).

evo

Volles Programm – Philips TV/Video Combis

Mit drei neuen 37 cm-Geräten der TV-Video-Combi Modellreihe und einem Flaggschiff mit 63 cm Bilddiagonale komplettiert Philips die nun elf Modelle umfassende Palette und unterstreicht damit nachdrücklich seine Spitzenposition in diesem Marktsegment. Mit 56,8 Prozent Marktanteil nach Wertbasis und Stückzahl im ersten Halbjahr 2000 (lt. GfK), läßt Philips seine im Bereich der Zehn-Prozent-Marke stehenden engsten Mitbewerber weit hinter sich. Aktuelle Prognosen zeigen auf, daß der im laufenden Jahr erreichte Gipfel von insgesamt 207.000 Stück europaweit verkaufter TV-Combis bis zum Jahr 2002 weiter auf 269.000 Einheiten ansteigen wird.

Die Philips TV-Video-Combi Reihe umfaßt inzwischen elf Modelle. Beginnend mit sechs 37 cm-Modellen in unterschiedlichen Ausstattungsvarianten, einem 51 cm und drei 55 cm Geräten im Mittelfeld, bis zum neuen Spitzenmodell 25 PV 808 mit 63 cm Bilddiagonale, spannt sich eine Auswahl, in der nahezu jeder ernsthafte Kaufinteressent fündig werden kann. Auf den Single-Haushalt oder das Kinderzimmer zugeschnitten sind die beiden 37 cm Modelle 14 PV 400 und 14 PV 404, die zusätzlich über ein integriertes FM Clock-Radio verfü-

gen. Die Weckautomatik schaltet zum programmierten Zeitpunkt wahlweise Radiomusik, Video oder das Fernsehprogramm ein. Eine Weekend-Automatik sorgt dafür, daß man an arbeitsfreien Tagen ungestört ausschlafen kann. Von den weiteren vier 37 cm-Modellen verfügen der 14 VP 335 und der 14 PV 330 jeweils über zwei TV-Tuner, so daß eine von dem auf dem Bildschirm laufenden Programm unabhängige Aufzeichnung eines anderen Kanals möglich ist. Der 14 PV 330 verfügt über das Turbo Drive Laufwerk, während bei den restlichen zwei 37 cm-Modellen 14 PV 217 und 14 PV 211 das Quick Wind Laufwerk genutzt wird. Der 51 cm Combi 20 PV 220 verfügt ebenfalls über zwei unabhängige Tuner und außerdem, wie die anderen größeren Modelle, über die Funktion Smart Picture-Formater zur optimalen Bildformat-Anpassung. Mit Mono-Enstufen sind die beiden 55 cm-Modelle 21 PV 330 und 21 PV 335 bestückt, die jedoch schon über Crystal Clear Video Ausrüstung verfügen, während das dritte 55 cm-Gerät, der 21 PV 708, bereits mit einem 2 x 10 Watt HiFi Stereo-Verstärker, zwei Lautsprechern und Contrast Plus ausgestattet ist.

Durch seine klare und moderne Linienführung, die TV-Gerät und Video-Recorder vereint, zeichnet sich das 64 cm-Spitzenmodell 25 PV 808 aus, das hervorragend zur Aufstellung im Wohnzimmer geeignet ist. Die Ausstattung umfaßt alle für diese Baureihe zur Verfü-

gung stehenden Funktionen, Sondereinrichtungen und Technologien, so unter anderem Virtual Dolby Surround, ohne daß zusätzliche Lautsprecher erforderlich sind, sowie den Einsatz von sechs Köpfen für den Videorecorder. Die Crystal Clear Video Technologie steht bei Philips für eine Kombination aus lasergeschnittenen Köpfen, Digital Studio Picture Control, Digital Studio Tracking System und Natural Color und garantiert originalgetreue Bilder in leuchtenden Farben. Mit der in sechs der elf Modelle integrierten VPT/TXT-Programmierung verliert die Programmierung des Videorecorders auch für absolute Nichttechniker ihre Schrecken. Ohne jede Anleitung und ohne Programmzeitschrift lassen sich Videoaufnahmen ganz einfach über die Programminformationen im Videotext durchführen. ShowView Mapping unterstützen alle Modelle der TV-Video-Combi Reihe von Philips. Insgesamt ist die Ausstattung der verschiedenen Modelle sehr

großzügig und liegt über dem gewohnten Durchschnitt. Durch Modelle der gleichen Größenklasse, aber mit unterschiedlicher Abstufung der Sonderfunktionen, wird dem Kunden die Wahl leicht gemacht, weil er mit dem betreffenden Modell genau die Ausstattung erwerben kann, die er nutzen möchte. Die Geräte sind zu folgenden UVP's im Handel verfügbar: 14 PV 211

Eine Palette von vier Bildschirmgrößen (37, 51, 55 und 63 cm) steht im neuen Philips Line-Up zur Verfügung. UVPs von 599,- bis 1.499,- DM.

DM 599,-, 14 PV 217 DM 599,-, 14 PV 330 DM 699,-, 14 VP 335 DM 699,-, 14 PV 400 DM 699,-, 20 PV 220 DM 899,-, 21 PV 330 DM 999,-, 21 PV 708 DM 1.399,-, 25 PV 808 DM 1.499,-. evo

Nach der Markteinführung eines 18 Zoll TFT/LCD Monitors (Philips 180P – PoS-MAIL berichtete in der Ausgabe 11/2000) stellt Philips nun erstmalig einen 17 Zoll TFT/LCD Monitor vor und erhöht damit das außerdem aus drei 15" und einem 14" LCD-Monitor bestehende Line-up auf sieben Modelle. Der Philips 170B verzichtet konsequent auf multimediale Zusatzeinrichtungen wie Mikrofon und Lautsprecher und ist mit einem UVP von DM 4.799 maßgeschneidert für Anwender, die eine große Bildfläche mit hohen Qualitätsmerkmalen suchen, aber keine eingebauten Lautsprecher benötigen. Diese können mit Hinblick auf DVD und Dolby Digital Mehrkanal-Sound ohnehin nur noch eine Minimallösung darstellen. Der Philips 170B erreicht das beachtliche Kontrastverhältnis

von 400:1 bei einer Helligkeit von 200 Candela/m² und garantiert damit auch bei ungünstigsten Lichtverhältnissen eine ausgezeichnete Bilddarstellung. Der horizontale Betrachtungswinkel umfaßt 160°, der vertikale 135° (80° down – 55° up). Ebenso wie sein größerer Bruder 180P verfügt der 170B über je einen konventionellen analogen Eingang und einen digitalen Eingang nach DVI (Digital Video Interface). Mit dieser Ausrüstung ist der Käufer bestens für zukünftige Grafikkarten mit digitalem Ausgang und die in Zukunft zu erwartende direkte Ansteuerung durch digitale Geräte gerüstet. In dem vorbereiteten Einschubschacht kann ein optional erhältlicher USB-Hub mit 1 Upstream- und 4 self-powered Downstream USB-Ports angeschlossen werden. Die natürliche Auflösung beträgt 1280 x

Philips erweitert LCD-Monitor Line-up

1024 Pixel. Niedrigere Auflösungen stellt der 170B in 15 vordefinierten Einstellungen extrapoliert zur Verfügung. Außerdem lassen sich 32 benutzerdefinierte Konfigurationen abspeichern und bei Bedarf abrufen.

Erfüllt werden alle aktuellen Spezifikationen nach europäischen und internationalen Normen sowie Power Management nach EPA Energy Star und Nutek Spezifikationen bei Verbrauchswerten von

30W im Betrieb und 3W Sleep. Die Auto Adjust Funktion mit automatischer Anpassung an die angeschlossene Grafikkarte und Plug and Play für Windows 9x/NT/2000, verbunden mit Display Data Channel nach 1/2B (VESA), sorgen für die selbsttätige Einstellung optimaler Werte. Das mit Standfuß 446 x 471 x 181

mm (B/H/T) große Gerät wiegt nur 8 kg und ist zu einem UVP von DM 4.799,- verfügbar. evo

Die 3. koreanische Kraft: DAEWOO

Im Industriegebiet von Butzbach in Hessen residiert der kleinste der koreanischen Anbieter. Daewoo, erst 1971 in Korea gegründet, erzielt einen weltweiten Umsatz von 3.500 Mio. US \$. Eine der 44 Verkaufsniederlassungen wurde Mitte 1992 für Deutschland gegründet. Im Januar 1993 wurde der Vertrieb aufgenommen. Zwischenzeitlich hat man sich an eine Umsatzgröße von 190 Mio. DM herangepircht und besetzt in den Einstiegspreisklassen bei Audio, Video und TV sowie bei Bildröhren, Mikrowellen und Telekommunikationsgeräten gute Positionen.

Daewoo hat in den Ländern Frankreich, Polen, Großbritannien und Spanien Produktionsstätten. In Frankreich werden zwei Forschungs- und Entwicklungszentren betrieben.

Für den deutschen Vertrieb zeichnen Hartmut Zimmermann und



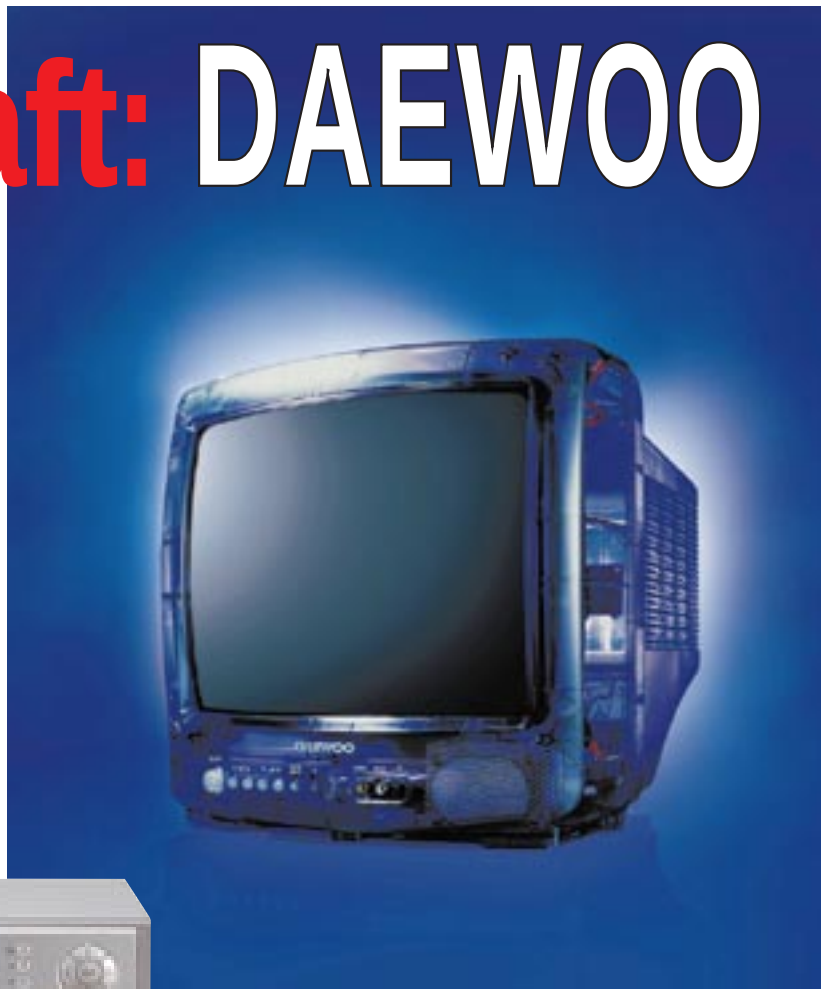
Thomas Zink (Monitore) verantwortlich. Der Bereich Marketing und Service wird von Thomas Hey wahrgenommen.

Angesprochen auf die knappe Warenversorgung des deutschen Marktes in dieser Weihnachtssaison, konnten die beiden Herren leider auch nicht mit entspannenden



▲ Hartmut Zimmermann, Vertriebsleiter

▼ Thomas Hey, Marketing und Service



Attraktive High-

lights aus dem Verkaufsprogramm wie der DVD-Player DVD-2000 mit einer Preisempfehlung vom 699,- DM sind ebenso wie der blaue 37-cm-Colorportable zu 499,- DM längst von langjährigen Geschäftspartnern geordert.

Befürchtungen, daß das Unternehmen in die Turbulenzen, mit denen Daewoo-Motors derzeit zu kämpfen hat, hineingezogen wird, sind nicht begründet, da Daewoo Electronics eine selbständige und gesunde Sparte der Daewoo-Gruppe ist.



Nachrichten dienen. Der gestiegene Dollarkurs, in Verbindung mit einem angespannten Markt für Bauteile, lassen auch im Hause Daewoo keine Warenüberhänge für die Versorgung im Weihnachtsgeschäft erwarten.

Neuheiten

Philips: Kleine UGO's – ganz groß und leicht

Mit zwei microportablen DLP-Modellen von nur 1,3 kg Gewicht erweitert Philips seine aktuelle Projektor-Palette und trägt damit dem Trend nach ultraleichten, portablen, aber leistungs-



fähigen digitalen Video-Projektoren Rechnung. Groß sind im Gegensatz zu den Abmessungen von 227 x 48 x 177 mm (B/H/T) die technischen Daten: Mit 800 ANSI-Lumen und einem sensationellen Kontrastverhältnis von 800:1 gehören die beiden UGO-Modelle bei Präsentationen und Meetings vor Gruppen bis zu 20 Personen sowie für Home-Cinema Anwendungen zur ersten Wahl.

Fast unglaublich erscheint die universelle Ausstattung dieser handlichen Geräte: Digital 10fach Zoom, Digital Freeze, Digital Keystone Correction, Kensington Lock, Intuitive Graphic User Interface und Multi Scanning für VGA, SVGA, XGA, SXGA mit Advanced Compression

Technology für formatfüllende Umrechnung aller Multiscan-Formate. Keinerlei Wünsche bleiben bei der Video-Kompatibilität offen: NTSC 3.85, 4.43/PAL-, N, M. Unterstützt werden die Formate 4:3 und 16:9, wobei letzteres besonders bei der Wiedergabe von DVD-Filmen positiv zu bewerten ist. An den Eingängen werden die gängigen Video- und Daten-Schnittstellen sowie ein S-Video-Eingang und diverse Audio-Eingänge bereitgestellt. Beide UGOs können ohne zusätzliche Software sowohl an PCs wie an MAC-Rechnern betrieben werden.

Verpackt ist das alles in einem widerstandsfähigen stabilen Magnesium-Chassis. Das Netzteil kommt weltweit mit den verschiedensten Netzspannungsstandards zurecht. Unterschiedlich sind bei den beiden Modellen nur die Standard-Auflösungen von XGA (1024 x 768 Pixel) beim UGO X-lite und SVGA (800x600 Pixel) beim UGO S-lite. Der UVP beträgt für den UGO X-lite 14.000,- DM und 9.000,- DM für den UGO S-lite, wobei letzteres Modell für Home-Cinema bestens geeignet ist, weil die Auflösungen bei Quelle und Projektor übereinstimmen. Ohne Zweifel wird mit der Markteinführung der beiden UGO's von Philips seit Oktober das Angebot im umsatzstärksten Segment des Projektormarktes vergrößert und damit auch der Wind stärker,

der Sony dort entgegenweht (weitere Informationen unter <http://www.pcstuff.philips.com/projectors>).

Große Bilder mit ultra-portablen Projektoren von Panasonic

„Kleiner Profi für große Bilder“ lautet das Prädikat, das Panasonic seinem LCD-Projektor PT-L501 auf Prospekten und Inseraten verleiht. Dieser leistungsstarke Projektor mit 1000 ANSI-Lumen ist das Basismodell einer Reihe von drei ultra-portablen LCD-Projektoren mit den Bezeichnungen Panasonic PT-L501, PT-L701 und PT-L711. Die drei Modelle unterscheiden sich ausschließlich in der Lichtstärke und den Auflösungen voneinander. Mit 1000 ANSI-Lumen und 800 x 600 Pixeln (SVGA) ist der PT-L501 für die Wiedergabe von DVD-Kinofilmen und den Anschluß an Notebooks mit der gleichen Standardauflösung hervorragend geeignet. Detailgenaue Bilder mit 1024 x 768 Pixeln projizieren der PT-L701 und der PT-L711 mit einer Lichtstärke von 1000 ANSI-Lumen und 1.400 ANSI-Lumen (PT-L711). Dank Weitwinkelobjektiv konnte der erforderliche Projektionsabstand in kleinen Räumen um 25 Prozent verkürzt werden. Dadurch werden Bild-diagonalen von 3,80 m bei 4,60 m

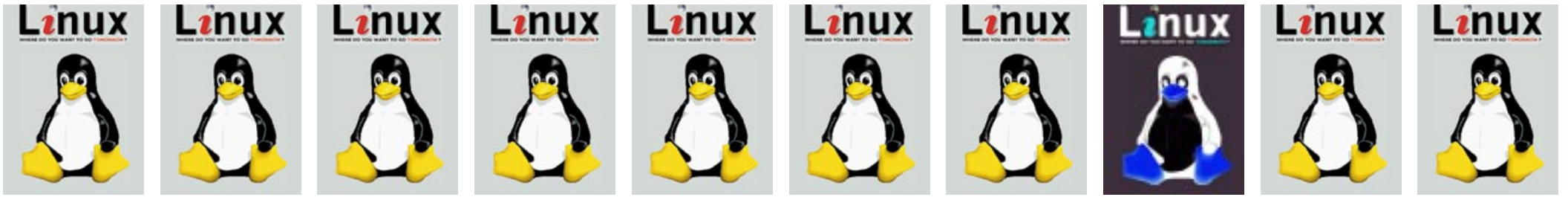
bis 5,80 m Abstand, von 2,54 m Bilddiagonale bei 3,10 m bis 3,90 m Abstand und von 1,50 m Bilddiagonale bei 1,80 m bis 2,3 m Abstand möglich. Eine erstmals bei diesen Projektoren eingesetzte Cinema-Reality-Schaltung verbessert entscheidend die Bildqualität und sorgt bei dunklen Szenen und Bildstellen für ein dunkles Schwarz und damit für brillante Kontraste. Extra leise Lüftermotoren reduzieren das Betriebsgeräusch auf 36 dB. Ein 2-Lampen-Modus ermöglicht die Verminderung der Lichtstärke in abgedunkelten Räumen und erzielt damit eine weitere Absenkung des Betriebsgeräuschs auf nahezu nicht mehr hörbare 28 dB. Die optimale



Anpassung der Projektoreinstellungen an die jeweilige Signalquelle sowie digitale Keystone-Korrektur können vollautomatisch mittels One-Touch Auto Setup vorgenommen werden. Durch Multi-Window-Effekt lassen sich Daten- und Video-Informationen in einem separaten Indexfenster Bild-in-Bild in die laufende Videowiedergabe einblenden. Kompatibilität ist zu den Farb-Video-Modi PAL/PAL-M/PAL-N/

PAL60 / SECAM / NTSC und M-NTSC gewährleistet. An Eingängen stehen zwei RGB D-Sub 15-PIN Eingänge, ein S-Video und ein Video-In mit RCA-Klinkenstecker zur Verfügung. Für den Ton sorgt ein Stereoverstärker mit zwei Lautsprechern von je einem Watt. Die Projektoren lassen sich zwischen Frontprojektion und Rückprojektion umschalten. Deckenhalterungen sind als zusätzliches Zubehör erhältlich. Optional zur mitgelieferten Fernbedienung ist eine kabellose Fernbedienungseinheit verfügbar. Bei Abmessungen von 233 x 93 x 330 mm (B/H/T) wiegt jedes der drei Modelle nur 3,8 kg. Die UVP's liegen bei: PT-L501: DM 10.730,- / PT-L701: DM 13.340,- / PT-L711: DM 17.864,-. Alle drei Modelle sind ab sofort verfügbar. Als PT-L701SDE hat Panasonic jetzt den weltweit ersten Videoprojektor mit SD-Memory Card-Reader auf den europäischen Markt gebracht. Zum Lieferumfang gehören ein SD/PC Memory Card Adapter und ein *.JPEG Kompressionstool. Dadurch läßt sich der PT-L701SDE auch ohne angeschlossenen Computer zu umfangreichen Präsentationen nutzen. Im Januar soll mit dem PT-LC50E ein nur 2,5 kg leichtes Gerät mit 700 ANSI-Lumen und der SVGA-Auflösung von 800 x 600 Pixeln folgen. Preise waren der Redaktion bei Drucklegung noch nicht bekannt.

evo



Nicht jedes Fenster ist ein Windows

IBM Sonderangebot für den Mittelstand

Mit einem Sonderangebot will IBM das Betriebssystem Linux in kleinen und mittleren Unternehmen populär machen. Mit einer Small Business Suite for Linux bietet IBM ein Softwarepaket für Linux an, das alle wichtigen Business-Anwendungen abdeckt. In der Small Business Suite bekommt der Kunde: DB2 Universal Database, WebSphere Application Server Standard Edition 3, Lotus Domino 5.04, Datenbank Application Server und Groupware Messaging. Für die Internet-Präsenz gibts außerdem einen Homepage Builder, WebSphere Studio und den Domino Designer. Die IBM Small Business Suite läuft unter allen gängigen Linux-Distributoren, so z. B. auf SuSE, Caldera, Red Hat und TurboLinux. Die Suite kostet in der Grundversion DM 1.050,- plus Mehrwertsteuer und DM 190,- für jede Anwenderlizenz. Maximal sind 100 Anwender möglich.

Linux-Treiber für Lexmark Tintendrucker

Als erster Drucker-Hersteller bietet Lexmark für seine preiswerten Tintendrucker Treiber für das Betriebssystem Linux an. Die entsprechenden Treiberarchive in der Größe von 1,5 MB sind noch nicht für alle Modelle auf der Lexmark Website verlinkt, lassen sich aber über die Treibersuche auf der Website <http://www.lexmark.com> finden.

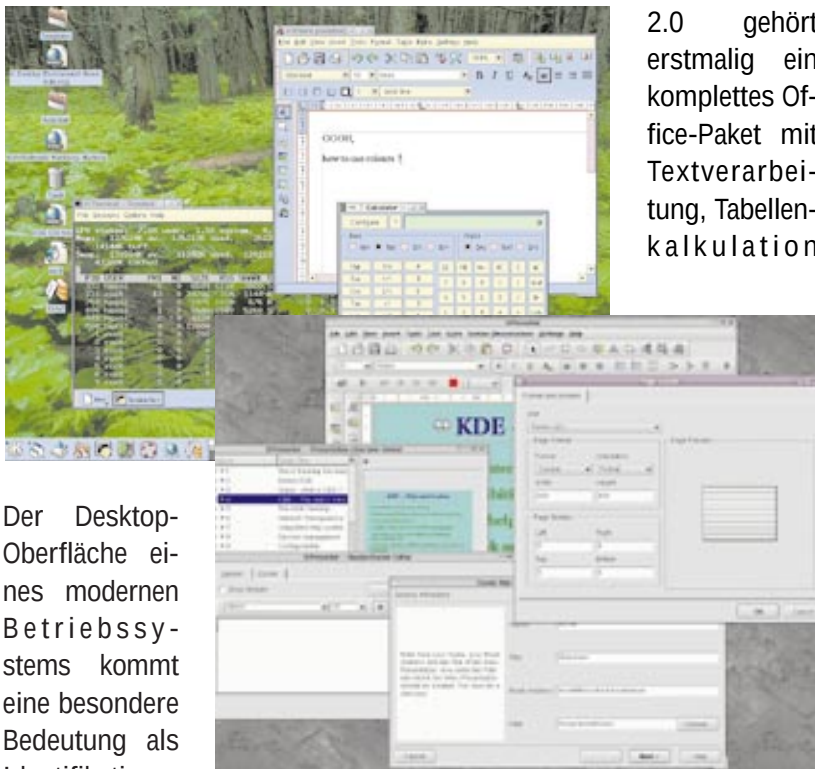
Beta von Opera 4.0 für Linux verfügbar

Opera Software hat die erste Beta-Version des Opera-Browsers Version 4.0b1 zum Download zur Verfügung gestellt. Gegenüber der Preview ist eine große Anzahl von Bugs behoben worden. Die neue Version kommt mit nahezu allen wichtigen neuen Standards zurecht, so z. B. mit HTML 4.0, JavaScript 1.3, SSL 2 und 3, CSS1 u. 2, XML, TLS und WML für WAP-Browser. Opera 4.0 unterstützt die sichere 128-Bit Verschlüsselung. Die Beta-Version ist außerdem bemerkenswert schneller gewor-

den. Opera Software bittet die Linux-Gemeinschaft um Feedback und Verbesserungsvorschläge für die erste Beta-Version und die im Abstand von vier bis fünf Wochen nachfolgenden weiteren Beta-Versionen (<http://www.opera.com>).

KDE 2.0 Beta fertiggestellt

KDE hat sich im Laufe der Jahre als Desktop-Standard für Linux etablieren können. Daran werden auch die inzwischen laufenden, oft kontrovers geführten Diskussionen um die Schaffung einer normierten Desktop-Oberfläche nicht viel ändern. Seit kurzem steht nun KDE 2.0 als Beta-Version auf den Servern von www.kde.org und diversen Mirror-Sites zum Download bereit.



Der Desktop-Oberfläche eines modernen Betriebssystems kommt eine besondere Bedeutung als Identifikationsmerkmal zu. Der grafischen Oberfläche des Desktops, von der aus die meisten Benutzer ihre unterschiedlichen Anwendungen starten, wächst schon rein optisch die Eigenschaft eines Standards zu, ungeachtet der Verfügbarkeit von Themen oder Skins, mit denen dem Desktop ein völlig verändertes Aussehen gegeben werden kann. Daß KDE seine Veränderungen immer behutsam vorgenommen und bisher eine hohe Kontinuität an den Tag gelegt hat, förderte sicher die Akzeptanz dieses Desktops. Auch beim neuen KDE 2.0 scheint sich auf den ersten Blick nicht viel verändert zu haben. Von der Windows-Welt

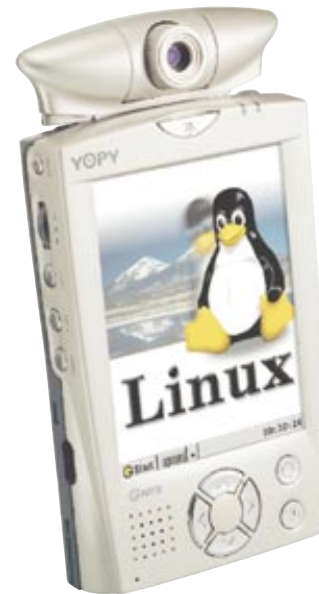
kommende Umsteiger, Neugierige oder zweigleisig fahrende Benutzer finden sich sofort und ohne Schwierigkeiten zurecht. Das neue KDE 2.0 läßt sich jedoch im Gegensatz zur Vorgängerversion weitgehend nach den Anforderungen und Vorstellungen seines Benutzers verändern, wobei sich die Änderungen nicht auf das Auswechseln von Icons und Farben beschränken, sondern auch die Auswahlmenüs und Anordnung und Form der Scrollbars umfassen. Eine dominierende Rolle fällt inzwischen dem Dateimanager Konqueror zu, der in seinen Funktionen weit über seinen Namen hinausgewachsen ist. Konqueror hat sich zu einem ausgewachsenen Internet-Browser mit integrierter Bookmark-Verwaltung und Suchmaschine ausgewachsen. Zu KDE 2.0 gehört erstmalig ein komplettes Office-Paket mit Textverarbeitung, Tabellenkalkulation

und Präsentationsprogramm. Alle bekannten Linux-Distributoren haben die Unterstützung von KDE 2.0 zugesagt und werden den neuen Desktop in ihre Linux-Distributionen integrieren. Obwohl die Beta-Version schon recht stabil läuft, sollten Neueinsteiger und nicht mit dem OS Vertraute trotzdem noch auf die Final Version warten (Informationen: <http://www.kde.org>).

Warten auf Yopi?

Der in den ersten Monaten des Jahres 2000 angekündigte Linux PDA mit dem Namen „Yopi“ gewinnt zusehends an Ähnlichkeit

mit dem Schneemenschen Yeti, und das liegt durchaus nicht nur an der Namensähnlichkeit. Wie beim Schneemenschen fragen



sich inzwischen immer mehr Menschen: „Gibt es den Yopi wirklich?“.

Schon auf der CeBIT 2000 konnte der unter der Regie von Samsung und G.Mate Inc./Korea vorgestellte Linux-basierte PDA das große Interesse von Pressevertretern und Linux-Fans auf sich ziehen. Auf Anfragen reagierte Samsung jedoch abweisend und wollte sich zu einem Termin für die Markteinführung nicht äußern. Ähnlich unbestimmt sahen die Auskünfte bei G.Mate aus. Das Unternehmen G.Mate Inc. wurde in Korea 1998 mit der Unterstützung namhafter Unternehmen gegründet, wie z. B. Samsung, LG Semiconductors, Hyundai Electronics und des Koreanischen Instituts für Science and Technology. Zielsetzung ist die Entwicklung von zukunftsweisenden mobilen Geräten. Nach einer Zeit der Stille wird Yopi nun in Form von Informationen wieder häufiger gesichtet. Für die Comdex Fall in Las Vegas im November kündigte G.Mate gleich auf zwei Ständen die Präsentation von Yopi an, bei Dae-Yang E&C und bei Samsung. Wenn auch zu Redaktionsschluß der Schleier über dem Termin seiner Markteinführung noch nicht gelüftet war, so kristallisieren sich die technischen Eigenschaften des Yopi PDA's inzwischen klar heraus: In einem kompakten Gehäuse mit den Abmessungen 83,5 x 128,8 x 19,9 mm (B/H/T) hat ein 32 Bit ARM RISC Prozessor mit 206 MHz CPU Takt und 32 MB RAM alle Hän-

de voll zu tun, um der umfangreichen Palette anspruchsvoller Applikationen gerecht zu werden. Das Betriebssystem ist ARMLinux und soll von G.Mate Inc. später als Open Source offengelegt werden. Die optische Ausgabe des Yopi erfolgt auf einem 4 Zoll TFT LCD mit 65.536 Farben (High Color). Der Yopi übernimmt auf seinem Touch Screen von Hand geschriebene Zeichen, Nachrichten und Informationen mittels integrierter OCR Software. Über 4 Mbps Infrarot-Verbindung zum Mobilphone (IrDA Standard) oder mittels drahtlosem Modem ermöglicht ein Internetbrowser und E-Mail-Client vollwertige Internetnutzung. Unterstützt werden Streaming Video, MPEG und MP3. Der MP3-Player spielt Musiktitel und Radiosendungen aus dem Internet oder dem internen Flash Memory von 32 MB oder 64 MB im CompactFlash Slot ab, hat einen 3D Sound Stereo Audio Codec und kann auch für Sprachaufzeichnung eingesetzt werden. Audio-Ausgabe ist über Kopfhörer oder eingebauten Frontlautsprecher möglich. Verfügbar sind alle Standard PDA-Anwendungen, wie Termin-Manager, Kalender, Word pad, Dictionary, Rechner, Weltzeit-Uhr und Alarm, etc. Die Synchronisation mit einem Desktop PC kann wahlweise über eine Dockingstation (Cradle) oder über das Internet erfolgen. Optional ist ein TV-Tuner erhältlich. Außerdem läßt sich eine Digitalkamera aufstecken. Die Aufnahmen können abgespeichert oder per E-Mail versandt werden. Grafische Computerspiele werden mitgelie-



fert oder sind erhältlich. Der Yopi hat die Schnittstellen RS232C und USB sowie einen Audio Ein-/Ausgang. Für Energie sorgt eine wiederaufladbare 1400mAh Lithium Ionen Batterie (Informationen: <http://www.sem.samsung.co.kr/eng/product/digital/pda/index.htm> – <http://www.gmate.co.kr>). *evo*

GAMES

- Age of Empires II
- Team Buddies
- Mr. Driller
- Extreme Sports
- Moto Racer World Tour
- Muppet Monster Adventure



Age of Empires II The Conquerors – Nachschub für Strategen



siert: Unterschiedliche Bauwerke, Technologien und das typische Kriegshandwerk verschaffen den Zivilisationen Vor- und Nachteile im Kampf mit den Nachbarvölkern. Elf taufrische Einheiten bereichern die Armeen des Basisprogramms. Berittene Husaren, Hellebarden-Streiter, Feder-Bogenschützen oder aztekische Jaguar-Krieger sind nur eine kleine Auswahl aus dem Angebot. Über-

Age of Empires II The Conquerors Expansion ist die Erweiterung zum preisgekrönten Echtzeitstrategie-Spektakel Age of Empires II: The Age of Kings. Den Spieler erwarten fünf brandneue Zivilisationen: die Hunnen, Azteken, Majas, Koreaner und Spanier. Die Völker wurden gemäß ihren historischen Ebenbildern gestaltet. Jede Kultur wird durch markante Merkmale charakteri-

dachte Rammböcke schützen die Belagerer einer Burg vor den Pfeilen der verteidigenden Armee. Mit dem neuen Angriffswerkzeug sind nicht nur die eigenen Einheiten besser geschützt, zusätzlich gewinnt eine Attacke an Kraft und Geschwindigkeit. Eine weitere taktische Verfeinerung bieten die neuen Schiffsformationen. Auf Befehl hin ordnen sich die Fregatten in verschiedenen Formationen an.

Vier Kampagnen stellen das taktische Geschick des Spielers auf die Probe. Die Szenerie bezieht sich



dabei auf berühmte Männer der Geschichte. Attila, der Hunnenkönig, El Cid und Montezuma spielen



in den Kampagnen eine tragende Rolle. Die Anzahl der Technologien wurde um 26 erhöht. Dazu gehört z. B. die chinesische Kunst des Feuerwerks, die natürlich für kriegerische Zwecke mißbraucht wird.

Eine neue Herausforderung findet der Spieler in den drei hinzugekommenen Spielmodi. Um King of the Hill, Defend the Wonder und Wonder race zu meistern, muß jedes taktische Register gezogen werden.

In Microsofts Age of Empires II The Conquerors Expansion können bis zu acht Spieler über ein lokales Netzwerk oder das Internet gegeneinander antreten.

Systemanforderungen Vollversion von Microsoft „Age of Empires II: The Age of Kings“:

Windows 95, Windows 98, Windows ME, Windows NT 4.0, Windows 2000, Multimedia-PC mit 166 MHz-Pentium – oder höher; Prozessor, 32 MB RAM (Win 95/98/ME), 64 MB RAM (Win NT/2000), SVGA-Grafikkarte mit 2MB RAM, 4x CD-ROM-Laufwerk oder schneller, 100 MB freier Festplattenspeicher, Microsoft Mouse oder kompatibles Zeigergerät, optional: Soundkarte mit Kopfhörer oder Lautsprecher. Preis: 59,-DM. Lantz

Mr. Driller:

Es gibt viel zu tun, graben wir es an!

Mr. Driller ist ein leicht spielbares Puzzle-Game für die ganze Familie. Fans von Tetris werden Mr. Driller aus der beschaulichen Stadt Downtown



in ihr Herz schließen. Die Aufgabe des kleinen Helden ist es, sich durch bunte Gesteinsblöcke hindurch bis zum Grund zu bohren. Die Landschaft um ihn herum ändert sich jedoch schnell. Herabfallende Steine oder lawinenartige Erdbewegungen fordern die Reaktionsgeschwindigkeit von Mr. Driller heraus. Um am Leben zu bleiben, benötigt er immer genug Sauerstoff, der in Form von Luftkapseln in



den Felsbrocken versteckt ist. Vier Spiele-Modi bieten ein abwechslungsreiches Gameplay mit unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen. Besteht der Spieler beispielsweise erfolgreich, ohne zerquetscht zu werden, das Zeitrennen, kann er den noch schwierigeren Überlebensmodus probieren. In diesem Modus bedeutet schon ein einziger Fehler das Ende für Mr. Drillers Reise. Preis: 59,95 DM. USK: ohne Altersbeschränkung. Lantz

Team Buddies: Knallbunte Action und derbe Sprüche

Team Buddies ist ein witziges, actiongeladenes Multiplayer-Spektakel mit hohem Fun-Faktor. Der Spieler hat die Aufgabe, die Basis des Gegners mit Hilfe der chaotischen „Buddies“ zu zerstören beziehungsweise einzunehmen. Teamwork führt hier zum Erfolg: In der knallbunten Cartoon-Welt der Team Buddies gilt es, kleine bunte Kisten



aufgestellt werden, erhält der Spieler entweder einen neuen Buddie oder wird mit neuen Waffen oder Spezialfahrzeugen belohnt. Der Haken an der Sache: Der Gegner hat die gleiche Aufgabe und wird versuchen, mit Hilfe der Kisten die eigene Basis einzunehmen.



In Team Buddies trifft der Spieler im Laufe des Spiels auf unterschiedliche Arten von Buddies. So gibt es zum Beispiel die angriffslustigen Ninja-Buddies, die robusten Cyborg-Buddies, die findigen Agenten-Buddies sowie jede Menge anderer schräger Typen, die aufgrund ihrer ungewöhnlich flapsigen Kommentare immer wieder für einen Lacher gut sind. Im regulären Storymodus gilt es, 32 knifflige Levels zu bestehen. Während allein diese Option den Spieler über Wochen motivieren wird, setzt der Multiplayer-Modus noch eins drauf. Bis zu vier Spieler können sich gleichzeitig mit dem optional erhältlichen Multitap messen. Preis: 89,95 DM. USK: ab 6. Lantz



Sega Extreme Sports:

Der ultimative Adrenalin-Kick für Konsolensportler

Ganz schön crazy, das neueste Sportspiel für die onlinefähige Dreamcast-Konsole von Sega. Nach dem eher konservativen Spiel namens Olympia erwarten den Spieler bei Extreme Sports die verrücktesten Sportarten. Wer nach diesem Adrenalin-Marathon noch nicht wach ist, hat selber Schuld.

Der Spieler versucht als Nina aus Schweden, Raga aus Jamaika, Noel aus England und Cath aus den Vereinigten Staaten die Meisterschaft zu gewinnen. Mit einem Snowboard stürzt er sich todesmutig die Gletscher hinab. Am Checkpoint wird auf das Mountainbike gewechselt, und es gilt, drei Konkurrenten um Bäume und Felsen herum zu entkommen. Dabei wird gesprungen, daß einem schon fast beim Zuschauen schwindlig wird. Und das alles, um als Erste/r mit einem Hanglider die Aufwinde an den Steilhängen



zu suchen. Als Bonus hat der Spieler anschließend noch die Wahl zwischen Bungee-Springen oder Basejumping. Bis zu zwei Spieler können gleichzeitig ihren Favoriten durch die Alpenwelt hetzen. Zusätzlich zum Meisterschafts-

modus kann der Spieler aber die sechs Disziplinen erst einmal im Trainingsmodus üben und sich dort auch mit der Steuerung vertraut machen.

Mit Bestzeiten gegen den Computer lassen sich weitere Strecken freispielen und stehen mehr als die anfänglichen vier Sport-Freaks zur Auswahl. Das ganze Spiel wird von Musik des Plattenlabels Ninja Tune aus London begleitet, und die Sportler tragen das neueste Outfit aus der 55 DSL Kollektion von Diesel.

Über das exklusiv für Dreamcast-Besitzer zugängliche Internetportal Dreamarena besteht die Möglichkeit, die Bestzeiten auf der Homepage von Extreme Sports zu speichern. Dort gibt es wiederum weitere Strecken und Charaktere zum Download.

Extreme Sports ist ein Muß für alle Sportspielbegeisterten. Preis: 99,95 DM, keine Altersbeschränkung. *Lanz*

Moto Racer World Tour –

die Bike-Saison ohne Ende

Moto Racer World Tour ist das neue Motorrad-Rennspiel für die PlayStation/PSone.

Bike-Fans haben bei Moto Racer World Tour die Möglichkeit, eine aufregende Wintersaison auf der PlayStation zu erleben. Geboten werden Straßenrennen, Motocross und Supercross. Der Spieler kann auf Originalrennstrecken aus aller Welt wie beispielsweise Suzuka (Japan), Eastern Creek (Australien) oder dem Sachsenring ans Limit gehen. Er hat die Wahl zwischen Motorrädern der 125-, 250- oder 500 ccm-Klasse. Motocross- und Supercross-Begeisterte kommen in Moto Racer World Tour nicht zu kurz. Für sie stehen Gelände wie das State de France und Belo Horizonte oder die legendäre Isle-of-Man-Motocross-



Strecke zur Verfügung. Um das Gameplay so realistisch wie möglich zu gestalten, wurden Herstellerangaben zu den einzelnen Modellen und authentische Bewegungsabläufe von Motorradpiloten verarbeitet.

Neu ist die Möglichkeit, in einem Motorrad-Rennspiel Trail-Wettbewerbe zu fahren oder Freunde im Freestyle-Contest mit akrobatischen Stunts zu beeindrucken. Moto Racer World ist Motorrad-Spaß ohne Ende, wilde Geländefahrten auf rutschigen Schlamm-Strecken, adrenalin-treibende Rennen durch den dichten Verkehr in der Rush-Hour oder Dragster-Rennen mit atemberaubenden Geschwindigkeiten von über 500 km/h. Noch spannender werden die Rennen im Zweispielermodus mit



geteiltem Bildschirm. Motorrad-Saison trotz der kalten Jahreszeit – Moto Racer World Tour bietet authentisches Motorrad-Feeling mit Original-Motoren-Sound. Preis: 89,95 DM. *Lanz*



Saitek DVD Fernbedienung für PlayStation 2

Parallel zum Launch bringt Game Controller-Spezialist Saitek eine außergewöhnlich gute Infrarot-Fernbedienung für die PlayStation 2 auf den Markt. Mit Hilfe der Saitek DVD-Fernbedienung wird die PlayStation 2 endgültig zum vollwertigen DVD-Video Abspielgerät.

Durch die innovative Durchschleiffunktion müssen Spielcontroller nicht mehr umständlich an- und abgesteckt werden, um die Fernbedienung zu benutzen. Die zwölf Befehlsbuttons und das Drehkreuz zur Cursor-Steuerung sind im Gehäuse der Fernbedienung integriert und ermöglichen die bequeme Be-

ienung der Konsole. Einfach das Empfangsmodul in den dafür vorgesehenen Port stecken, Controller wieder anschließen – fertig – einfacher geht es nicht. Die elegant im neuen PlayStation 2-Look designte DVD-Fernbedienung sollte genau wie eine Memory-card und ein 2 Controller auf jedem PlayStation 2-Wunschzettel stehen. Preis: 49,95 DM.

Saitek Zubehör für PlayStation 2

Rechtzeitig zum Start der PlayStation 2 bringt Saitek zwei neu entwickelte Controller auf den



Markt, mit denen der Hersteller seine in den vergangenen beiden Jahren gewachsene Marktbedeutung unterstreichen will. Alle Controller sind kompatibel mit

PlayStation, PlayStation2 und PSone. Das PX4000 ist ein sehr ergonomisch gestaltetes Gamepad im PS2-Design. Das PX4000 Gamepad besitzt vier analoge Buttons, vier Trigger, ein D-Pad und zwei analoge Sticks. Der Preis für das PX4000 Gamepad liegt bei 69,95 DM.

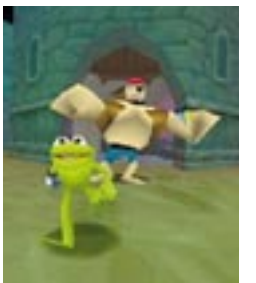


Mit dem RX400 setzt Saitek seine erfolgreiche PlayStation-Lenkradserie fort. Das RX400 besitzt sechs Buttons, D-Pad, zwei Schaltwippen und analoge Pedale. Ridge Racer V, Gran Turismo 3 und weitere noch folgende Rennspiele werden mit dem RX400 noch mehr Spaß machen. Das RX400 wird einen Verkaufspreis von 129 DM haben. *Lanz*



Muppet Monster Adventure – keine Angst vor Vampir-Gonzo

Muppet Monster Adventure ist das neueste Abenteuer der Kult-Charaktere aus der bekannten Muppet-Show für PlayStation/PSone und verheißt Spielspaß für die ganze Familie. Passend zur Jahreszeit ist es bei Muppet Monster Adventure Halloween und im Gruselschloß Honigtau, und es wird richtig gruselig. Ein Phantom hat Kermit, Gonzo, Miss Piggy und die anderen Muppets in böse Monster verwandelt. Der Spieler schlüpft in die Rolle von Kermit's Neffen Robin, der Kermit und



seine flauschigen Freunde retten soll. Seine Reise führt Robin durch 18 aufwendig gestaltete 3D-Umgebungen wie beispielsweise regenverhangene Piranha-Sümpfe, neblige Spuk-Friedhöfe oder verschneite Eisfelsen. Über 50 Muppet-Monster gilt es zu besiegen. Dazu kann der Spieler seinen Power-Handschuh oder Tornado-Sprünge einsetzen. Versteckte Amulette verleihen ihm zusätzlich

Monster-Fähigkeiten, wie beispielsweise Miss-Piggy's Turbo-Karate-Schlag.

Sobald Robin alle Muppets befreit hat, wartet der große Showdown auf den Spieler. Er muß das böse Phantom besiegen, denn dieses hat bereits weitere Pläne geschmiedet, um die Welt mit mutierten Bösewichten zu bevölkern. Preis: 59,95 DM. USK: ohne Altersbeschränkung. *Lanz*

Neuheiten

Samsung präsentiert 128 MB SmartMedia



Samsung hat eine Smart Media Card mit 128 MB Fassungsvermögen vorgestellt. Auf einer 128 MB Smart-Media Card finden bis zu 560 hochauflösende Digitalfotos im Format 1200 x 1024 Platz, oder der Inhalt von 32 Audio CDs. Voraussetzung für den Einsatz dieser Smart-Medias ist die Unterstützung dieser Speichergröße durch das jeweilige Gerät, weil SmartMedias



über keinen eigenen Memory-Controller verfügen. Bis zum angekündigten Produktionsbeginn im Frühjahr 2001 werden sich die

Geräte-Hersteller vermutlich weitgehend auf die neue Speichergröße eingestellt haben. *evo*



Wenn die Maus die E-Mail bringt



„Die E-Mails immer im Blick“ hat man nach Aussage von ednet, wenn man die „ednet Optical Mouse“ an seinem Rechner angeschlossen hat. Das Besondere an der ednet Maus ist die mitgelieferte Software, bei deren Installation man die Daten seines Mail-Servers, seines E-Mail-Programms und seine Benutzerdaten eingibt. Bei einer

bestehenden Internetverbindung prüft das Programm dann in wählbaren Intervallen auf einem oder mehreren E-Mail-Accounts den Posteingang auf dem Mailserver und ruft eingegangene Nachrichten gegebenenfalls ab. Mit einer in die Maus eingebauten blinkenden LED oder einer angespielten Melodie wird der Empfänger auf die angekommene Post aufmerksam gemacht. Das Programm stellt damit all die Funktionen bereit, über die auch aktuelle E-Mail-Programme verfügen, die abgerufene Mails mit einem Icon im Systemtray und einem Geräusch anzeigen. Auch lässt sich dem Ereignis „You have Mail“ in den Einstellungen des Betriebssystems recht einfach eine Melodie zuordnen. Die ednet Optical Mouse liegt mit einem UVP von 70 DM (ohne E-Mail Funktion) und DM 80 (mit E-Mail Funktion) in etwa bei dem Preisniveau ihrer Mitbewerber und ist ab sofort verfügbar. *evo*

0.16 micron Speicher- technologie von Toshiba und SanDisk

Mit der Präsentation eines 512 MB Speichers auf einem Chip und einem Gigabyte Speicher, bestehend aus zwei 512 MB-Chips, stellte Toshiba in Tokio ein komplettes Line-up von neuen Flash-Speichern mit hoher Speicherdichte vor. Die neuen Chips basieren auf einer in Zusammenarbeit von Toshiba und SanDisk entwickelten Prozeß-Technologie mit 0.16 m Strukturen. Dadurch konnte die Packungsdichte der integrierten Schaltungen erneut gesteigert werden. Auch bei SmartMedias wird Toshiba in Kürze die Serienproduktion mit Chips in 0.16 micron Technologie aufnehmen. Seit November 2000 beträgt der Ausstoß dieser neuen 64 MB SmartMedias 100.000, und die Produktion von 128 MB SmartMedias wird schon im Dezember 2000 30.000 Stück erreichen. *evo*

Neue Produktlinie von Vivanco

Zubehörspezialist Vivanco bringt mit den neuen Silverline-Modellen PC-Zubehör in elegantem Design auf den Markt. Die Range besteht derzeit aus drei Produkten. Die extrem flache Tastatur „Slimboard“ vereint Technik und Trend-Design. Sie verfügt über eine integrierte Handballenaufklappe und unterstützt somit ein ermüdungsfreies Arbeiten. Neu sind auch die drei Aktivlautsprecher-Modelle für Multimedia. Sie besitzen resonanzfreie Gehäuse aus verstärktem Kunststoff mit integriertem Netzteil und eingebautem Kopfhörerausgang sowie einen 3,5 mm Stereoklinken-Eingang für Audio-

Signale und einen 3,5 mm Stereoklinken-Ausgang für Kopfhörer-Signale. Die Modelle ASC 340 und ASC 240 sind als Baßreflexlautsprecher konzipiert, wobei das Modell ASC 340 als Zwei-Wege-System eine 3D-Effektschaltung für einen klaren, räumlichen Klang



bietet. Höhen, Bässe und 3D-Klang sind regelbar. Das Einsteiger-Modell ASC 140 bietet mit elektronischer Baßverstärkung, Lautstärkeregelung und geringen Abmessungen ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Darüber hinaus gehört zu den Produkten, die im schwarz-silbernen Look angeboten werden, eine Dreitaasten-Maus mit Lichtsensor und USB-Anschluß. Weitere Silverline-Produkte sind in Vorbereitung.

Digitalkamera mit Dia-Kopierfunktion

Zum Lieferumfang der neuen Digitalkamera von JVC, der GC-X3 gehört ein Dia-Vorsatz, mit dem Anwender mühelos ihre Dias digitalisieren können. Ausgestattet ist die Kamera mit einem 3,34-Megapixel-CCD, der die Basis für Bilder in einer Auflösung von 2.032 x 1.536 Pixeln bietet. Mit der von JVC entwickelten Pixel Shift-Technologie ist es möglich, die Farbdaten zu verdoppeln, so daß eine 6-Mega-Farbwiedergabe erreicht wird. Die Kamera ist bereits nach weniger als einer Sekunde aufnahmebereit, selbst wenn zuvor Bilder in der höchsten Auflösung geschossen wurden. Mit der „e@sy e-mail-Funktion“ lassen sich kurze Videos mit Ton als extrem kleine Dateiengröße direkt als E-Mail-Anhang per Internet verschicken. Zur weiteren Ausstattung gehören ein kontrastreicher Polykristall-Silikon-LCD-Monitor und ein 2,3-faches Zoomobjektiv mit Autofocus. Die JVC GC-X3 ist seit Oktober erhältlich und kostet 2.299 DM (UVP).

Metz stellt neue DVD-Player vor

Mit dem DF 71 präsentiert Metz eine neue DVD-Player-Generation. Das Gerät ist mit einem leistungsstarken MPEG-2 Decoder ausgestattet. Für die digitale Signalverarbeitung ist ein 10-Bit/27 MHz Video-Wandler verantwortlich. Er ermöglicht das gestochen scharfe DVD-Bild mit feinen Nuancen. Zudem bieten das Decodierverfahren Viterbi RF mit verbesserter

Fünf neue Organizer von Sharp

Nach der ZQ-700er Erfolgsserie hat Sharp fünf neue Organizer auf den Markt gebracht: Die drei Organizer ZQ-540P, ZQ-520P und ZQ-195P sowie die beiden Einstiegsmodelle EL-6890P und EL-6053 sollen eine effektive Adreß- und Terminverwaltung gewährleisten. Für die Organizer ZQ-540P und ZQ-520P können Inhaltsdateien individuell entwickelt werden. Dafür geeignete Tools, wie das Data Creation Tool DCT, liegen unter www.Sharp.de/organizer zum kostenfreien Herunterladen bereit. Für das Daten-Update vom heimischen PC stehen ein PC-Sync-Kit, bestehend aus einer Software, die mit MS Outlook kompatibel ist, und ein PC-Kabel zur Verfügung. Mit einer Speicherkapazität von 2 MB Flash-ROM sind bei dem ZQ-540P bis zu 20.000 Einträge möglich. Der ZQ-520P hat eine Speicherkapazität von 1 MB Flash-ROM. Als Dritter im Bunde verfügt der ZQ-195P über eine Speicherkapazität von 265 KB – und das zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis. Über ein beiliegendes PC-Anbindungskit können auch bei ihm die neuesten Informationen und Termine auf dem PC gesichert werden. Alle drei Organizer verfügen über ein großes Display. Die beiden Modelle EL-6890P und EL-6053 eignen sich insbesondere für Einsteiger. Beim EL sind ein PC-Kit mit einem Kabel sowie Backup- und Restore-Software im Lieferumfang enthalten. Der EL-6053 ist mit einem Spiel und einer Bedienerführung in sieben Sprachen ausgestattet.

Fehlerkorrektur und ein präziser digitaler Servo-Schaltkreis mit automatischer Jitteranpassung gehobene DVD-Qualität. Ein TX-



System-Umschalter erlaubt die Anpassung an das PAL- und NTSC-Signal. Dank eines speziellen Lesekopfes ist der DF 71 auch CD-kompatibel. Der Twin-Wave Leseabtaster arbeitet mit zwei Linsen, die in ihrer Wellenlänge für den DVD- bzw. CD-Betrieb optimiert wurden. Neben DVDs und Original-Audio-CDs können auch die selbstbeschriebenen CD-Rs oder CD-RWs gelesen werden. Zudem ist das Gerät mit Features wie programmierte Wiedergabe, Standbild, Bild-für-Bild-Wiedergabe, Zeitlupe und Zufallswiedergabe ausgestattet.

Hochleistungs- CD-Brenner von Ricoh



Mit dem MP 7083A-DP bringt Ricoh Company Ltd. einen neuen CR-R/RW Hochleistungs-Brenner auf den Markt, der außer CD-R auch CD-RW Medien mit bis zu achtfacher Geschwindigkeit be-

schreiben kann. Mit speziellen High-Speed-Medien, die Zehnfach-Speed unterstützen, beherrscht der Ricoh MP 7083A-DP sogar die Königsdisziplin der achtfachen Schreibgeschwindigkeit. Das Laufwerk entspricht damit dem aktuellsten High-Speed CD-RW Standard nach Orange Book, Part III, Volume 2 V1.0, verabschiedet im Mai 2000. Die maximale Datentransfer-Rate beträgt 16,7 MB. Bei CD-R Writing werden 2x, 4x, 6x, 8x Speed unterstützt, bei CD-RW kann mit 2x, 4x, 6x und 8x/10x Speed geschrieben werden, letzteres nur bei Verwendung von High-Speed CD-RW Medien. Die Rohlinge werden mittels ausfahrbarem Tray geladen.

Das komplette Brenner-Paket besteht aus dem Ricoh MP 7083A-DP Laufwerk, der Treiber-Software und zwei Softwarepaketen. Das Atapi Laufwerk ist Plug-and-Play kompatibel und läßt sich einfach und anwenderfreundlich installieren. Ricohs erprobter LSI-Controller und ein 2 MB Buffer-Memory bewältigen die anfallenden Schreibvorgänge mit hoher Zuverlässigkeit.

Die mitgelieferte Brenner-Software Nero 5.0 erfreut sich aufgrund ihrer Funktionsvielfalt und des gebotenen Umfangs hoher Beliebtheit unter Vielbrennern. Neben diversen unterstützten Audioformaten verfügt Nero 5.0 auch über einen MP Decoder und kann von MP3 Files direkt CD-Audio schreiben. Dank der Unterstützung von CD-Text können gleich Informationen über Titel, Album und Interpreten auf Audio-CD's mit aufgezeichnet werden. Das Paket-Writing im UDF-Format übernimmt sowohl bei CD-R wie bei CD-RW die mitgelieferte Software AHEADTM InCD 1.6. Nach der Installation von AHEADTM InCD läßt sich der Ricoh-Brenner wie eine lokale Festplatte ansprechen. Dateien können mit Drag and Drop auf das eingelegte Medium gezogen werden. Im Paket-Writing beschriebene Medien werden von jedem Paket-Writing kompatiblen Brenner-Laufwerk unter Windows Systemen gelesen. *evo*

Gewinnen mit PoS-MAIL!

Nehmen auch Sie teil am großen Weihnachtsgewinnspiel von PoS-MAIL !

Nutzen Sie die Chance, sich einen der wertvollen Gewinne zu sichern, die namhafte Hersteller für die glücklichen Gewinner/innen gestiftet haben. Helfen Sie uns, PoS-MAIL für Sie noch interessanter und informativer zu gestalten. Geben Sie uns durch einfaches Ankreuzen einen Hinweis darauf, wie wir Ihren Wünschen und Interessen in zukünftigen Ausgaben noch näher kommen können.

Grundig PDR – Digitaler Satellitenreceiver mit Videorecorder

Der Grundig PDR (Personal Digital Recorder) empfängt alle freien digitalen DVB TV- und Radio-Sender im Frequenzbereich 10,7 – 12,75 GHz mit geeigneten Standard LNB's.



Fujifilm FinePix 2400 Zoom

Die leistungsfähige, hochauflösende Digitalkamera arbeitet mit einem 1 / 2,7 Zoll-CCD und löst die gemachten Aufnahmen mit maximal 1.600 x 1.200 Bildpunkten, also 2.11 Millionen Pixel auf. Mit dem integrierten digitalen Zoom läßt sich die Brennweite von 38–114 mm (bezogen auf Kleinbildformat) verändern.



LG KE-14P2GX – TV-VCR Kombination

Vielfach einsetzbar ist die Kombination aus einem 37 cm TV-Portable mit einem integrierten 2-Kopf VHS-Videokassettenrecorder von LG Electronics. Der integrierte Kabel und Hyperbandtuner verfügt über 100 Speicherplätze und unterstützt die TV-Standards PAL-B/G, D/K, I/I.



Stylus Color 880 von Epson

Detailgetreue Drucke mit einer hohen Auflösung stellt der Stylus Color 880 in hohem Tempo her. Für schnelle Datenübertragung steht neben dem seriellen Port auch eine USB-Schnittstelle bereit.



Sharp MiniDisc Recorder MD-MT866H

Der ideale transportable Begleiter bei Freizeit, Sport und Spiel ist das neue Spitzenmodell der Sharp MiniDisk-Recorder-Reihe. Mit den Abmessungen 72,0/19,5/78,9mm (B/H/T) paßt es in jede Hosentasche.



Canon DigiCamcorder MV 300

Der MV300 ist der leichteste Digital-Camcorder von Canon, aber auch einer der leistungsfähigsten. Ausgestattet ist er mit einem 10fach optischen und 200fach digitalen Zoom, einem elektronischen Bildstabilisator und einem 2,5 Zoll TFT/LCD Farbbildschirm mit 112.000 Pixeln.



JVC RV-B99 – “Powered Woofer” CD-System

Mit zwei 16 cm Subwoofern, 60 Watt Gesamtleistung, einem CD-Player und Vollogic Auto-Reverse Cassettenrecorder sowie einem FM/AM-Tuner mit 30 UKW und 15 MW/LW-Stationstasten, begleitet Sie der JVC RV-B99 mit Musik Ihrer Wahl, wo immer Sie sich aufhalten.



WACOM Graphire mouse&pen Grafik Tablett

Das WACOM Graphire stellt ein universelles Eingabegerät dar, auf dem Sie mit der Mouse arbeiten, oder mit dem mitgelieferten Graphic Pen Fotos retuschieren und Grafiken bearbeiten und erstellen können. Die 128 x 92 mm große aktive Fläche ist druckempfindlich und löst den Druck in 512 Stufen auf. Die Auflösung beträgt 1000 dpi. Das Graphire kann über RS-232C oder USB-Schnittstelle angeschlossen werden.



Motorola Timeport 250

Neben einem Gerätespeicher für 300 Telefonbucheinträge verfügt das Timeport 250 über: Organizer, WAP-Browser, Uhrzeit mit Datum und Weckfunktion, 3 Spiele, programmierbare Klingeltöne, Taschenrechner, Anrufbeantworter, Gesprächsaufzeichnung für 3 Minuten, Voice Action, Spracherkennung, Voice Dialing, Vibra Call, integriertes Softmodem für Daten und Fax und ein SIM Application Toolkit.



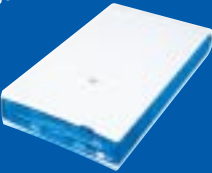
2 VIP-Karten für ein Topspiel der Champions League

Gestiftet von: Sony Computer Entertainment Deutschland "PlayStation".



Schnelles MO 1.3 GB Wechselspeicherlaufwerk von Fujitsu

Auf 3,5 Zoll MO-Medien bis zu einer Speichergröße von 1.3 Gigabyte schaufelt das externe Fujitsu DynaMO 1300SF +USB die Daten mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von 11,6 MB/s (USB) bis zu 20 MB/s (SCSI). Mit MO gespeicherte Daten sind weitestgehend gegen Datenverlust durch Einflüsse von außen gesichert. Das Laufwerk verfügt sowohl über eine SCSI-Schnittstelle, wie auch über USB.



10mal ein Jahresabo PoS-MAIL, der informativen Zeitschrift für High-Tech-Marketing

Gestiftet von: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen.



Direkt zu MP3! AIWA MM-FX500 Recorder/Player

Der portable MP3-Player MM-FX500 von AIWA verfügt über einen MP3-Invers Decoder, kann also jedes eingespeiste Tonsignal direkt zu MP3 kodieren, aufzeichnen und natürlich wiedergeben. 10 Stunden Longplay schafft das Gerät mit einer Alkaline Mignon-Batterie (oder 5 Stunden Aufnahme). Über ein eingebautes Mikrofon sind 8 Stunden Sprachaufnahme/Mitschnitte auf bis zu 99 Einzeltracks möglich.



Mitmachen!
Gewinnen!

In welcher Branche sind Sie tätig?

- ☐ Telekommunikation ☐ UE ☐ IT
☐ Games ☐ Foto ☐ Andere

Wie wichtig ist Ihnen in den Artikeln die Nennung von Url / Internetadressen?

- ☐ sehr wichtig ☐ nicht so wichtig
☐ wichtig ☐ unwichtig

Bewerten Sie bitte jeden Themenbereich mit einer Note für den Stellenwert Ihres Interesses an dem betreffenden Themenbereich.
1 = interessiert mich sehr bis zu 6 = interessiert mich nicht.

Themenbereiche	Stellenwert des Interesses					
	1	2	3	4	5	6
Telekommunikation	☐	☐	☐	☐	☐	☐
TV/Video	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Audio/HiFi/MP3	☐	☐	☐	☐	☐	☐
DVD	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Heimkino	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Computer/Peripherie	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mob. Computing / PDA	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Software	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Digital Imaging	☐	☐	☐	☐	☐	☐
E-Commerce	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Personalien	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Games	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Name / Vorname:
Firma:
Strasse:
Postleitzahl: Ort:
E-Mail Adresse:

PER FAX AN

0 21 02 / 20 27 90

Teilnahmebedingungen: Kreuzen Sie bitte zu jeder der zwei Fragen EINE Antwort an und werten Sie bitte JEDEN Themenbereich der PoS-MAIL durch Ankreuzen einer Note zwischen dem Stellenwert 1 interessiert mich sehr bis zum Stellenwert 6 interessiert mich nicht.

Durch Ihre Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, daß die eingegangenen Antworten anonym und von der Adresse des Einsenders getrennt aufbewahrt und ausgewertet werden.

Die Gewinne werden unter allen Einsendern von ausgefüllten und mit einer Benachrichtigungsadresse versehenen Teilnahmeformularen ausgelost. Mitmachen kann jeder, außer Mitarbeiter des C.A.T.-Verlages. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Einsendeschluß ist der 31.12.2000 (Datum des Poststempels). Die Bekanntgabe der Gewinner erfolgt in der Februar-Ausgabe 2001. Die Einsendung kann per Post an: C.A.T. Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen oder als Telefax an die Fax Nr. 0 21 02 / 20 27 90 erfolgen.

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

WE NEED YOU!
• worldwide electronic shopping • worldwide electronic shopping • worldwide electronic shopping •

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

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

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

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

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

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

Johann+Wittmer • Herrn Dirk Wittmer • Kaiserswerther Str. 95 • 40888 Ratingen
E-Mail: info@johann-wittmer.de • Internet: www.johann-wittmer.de

Johann+Wittmer
• worldwide electronic shopping •

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

selbständige(r) Shop Manager/in

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

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

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

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

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

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

Diskretion sichern wir Ihnen zu.



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

Vertriebspartner

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

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



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

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

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

Wir sind ein expandierendes Unternehmen mit Filialen in und um Hannover.

Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir

FOTOFACHVERKÄUFER/INNEN

mit abgeschlossener Ausbildung. Voraussetzungen sind teamorientiertes Arbeiten, Verantwortungsbewusstsein und Spaß am Job. Engagiertes Beraten und Verkaufen gehören ebenso dazu wie fundierte Kenntnisse in der analogen und digitalen Fotowelt.

Schriftliche Bewerbungen bitte an
FOTO HAAS GmbH
z. Hd. Herrn Hormann,
Georgstraße 1, 30159 Hannover

DAS Fachgeschäft rund ums Bild!
FOTO HAAS
Hannover. Burgdorf. Celle.

Auftrag



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in



- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

Größe: Breite 277,0 mm, je mm Höhe 12,00 DM / 6,14 €*
Breite 136,0 mm, je mm Höhe 6,00 DM / 3,06 €*
Breite 89,0 mm, je mm Höhe 4,00 DM / 2,06 €*
Breite 65,5 mm, je mm Höhe 3,00 DM / 1,54 €*
unter Chiffre (Gebühr: 10,- DM / 5,11 €*)

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

☐ kostenloses Stellengesuch für Auszubildende
(Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

PoS-MAIL 12/2000

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textzeilenanzeigen. So kostet eine 1/8 Seite im Textteil 1.200,- DM / 614,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigenanteil nur 600,- DM / 307,- €*. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10,- DM / 5,11 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 300,- DM / 153,50 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 1 v. 01.01.2000.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Qualitätsbewußt – und preiswert einkaufen? ES FUNKTIONIERT!

EDV-HARDWARE

SONY Storage-Produkte		
CRX-140E-RP 8x/4x/32	incl. Win On CD 3.7 1x CD-R, 1xCD-RW, Edding-CD-Beschriftungstift, Audiokabel, Installationsanleitung, Retail, ATAPI	319,00
CRX-140S-RP 8x/4x/32	incl. Win On CD 3.7 1x CD-R, 1xCD-RW, Edding-CD-Beschriftungstift, Audiokabel, Installationsanleitung, Retail, SCSI	485,00
CRX-145E-RP 10x/4x/32	incl. Win On CD 3.7 1x CD-R, 1xCD-RW, Edding-CD-Beschriftungstift, Audiokabel, Installationsanleitung, Retail, ATAPI	395,00
CRX-145S-RP 10x/4x/32	incl. Win On CD 3.7 1x CD-R, 1xCD-RW, Edding-CD-Beschriftungstift, Audiokabel, Installationsanleitung, Retail, ATAPI	495,00
CRX-160E-RP 12x/8x/32x	incl. Win On CD 3.7 1x CD-R, 1xCD-RW, Edding-CD-Beschriftungstift, Audiokabel, Installationsanleitung, Retail, ATAPI	495,00
CRX-120Eu-RP 4x/4x/6x	USB-Kabel , CRX Series Software Tools, Multi-Media-Einführung, Schnellstart-Poster, EXTERN / USB	489,00

CD-ROM-Laufwerke		
Sony CDU 4821	48fach CD-ROM, intern, ATAPI, bulk	85,00
Mitsumi R741821	48fach CD-ROM, intern, ATAPI, bulk	85,00
YPC ACA-500P	50fach CD-ROM, intern, ATAPI, bulk	85,00

Diskettenlaufwerke		
Sony MPF920-E/131	3.5", 2 MB, abwärtskompatibel, intern, ATAPI, bulk	23,00
Teac DD7291	3.5", 1.44 MB, intern, ATAPI, bulk	23,00
Mitsumi R692200	3.5", 1.44 MB, intern, ATAPI, bulk	23,00

TFT-Display		
Philips TFT 150B	15" TFT-Farbmonitor, TCO99, Helligkeit 200 cd/m², Kontrast 300:1, 16,7 Mill. Farben, Einblickwinkel 150° hor. bzw. 110° vert. 36 Monate Vor-Ort-Service	1.889,00
Philips TFT150P	15.1" TFT-Farbmonitor, TCO99, Helligkeit 210cd/m², Kontrast 250:1, 16,7 Mill. Farben, Analog- u. Digital-Eingang, Audio + Micro, Einblickwinkel 150° hor. bzw. 110° vert. USB, 36 Monate Vor-Ort-Service	2.019,00
AOC LM 500	15.1" TFT-Farbmonitor, TCO99, Helligkeit 200cd/m², Kontrast 150:1, 16,7 Mill. Farben, Analog, 36 Monate Vor-Ort-Service	1.639,00
Hitachi CML151XW	15" TFT-Farbmonitor, CML, TCO99, Helligkeit 200cd/m², Kontrast 150:1, 16,7 Mill. Farben, Analog, 0,2975 DOT PITCH 36 Monate Vor-Ort-Service	1859,00

EDV-Fachhändler erhalten Sonderkonditionen! Kein Mindermengenzuschlag!

Alle angeführten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt. & Versand. Angebote freibleibend und solange der Vorrat reicht. Technische Änderungen, Irrtümer und Druckfehler vorbehalten (Stand 10/2000). Es gelten die Allgem. Geschäftsbedingungen der C.P.S. EDV-Vertriebs-GmbH. Alle Schutzmarken und Warenzeichen sind Besitz ihrer Inhaber und dienen lediglich der Produkterkennung.

C.P.S. EDV-Vertriebs GmbH • Ringelsweide 28 • 40223 Düsseldorf			
Verkauf EDV-Hardware	Tel: 02 11 - 31 16 70 11	Fax: 02 11 - 31 16 70 60	E-Mail: dschulze@cps-edv.de
Verkauf Verbrauchsmaterialien:	Tel: 02 11 - 31 16 70 15	Fax: 02 11 - 31 16 70 60	E-Mail: mgall@cps-edv.de

Scanner		
ACER 640P	600x1200dpi, 1-Pass, 36 Bit-color, Parallel	139,00
ACER 640-USB	600x1200dpi, 1-Pass, 36 Bit-color, USB	159,00
Monitore		
Philips 107B10	17" Monitor, 30-92Khz, TCO99, Lochmaske 0.26mm, OSD, USB , 36 Monate Vor-Ort-Service	629,00
Philips 107G10	17" Monitor, 30-70Khz, TCO99, Lochmaske 0.26mm, OSD, 36 Monate Vor-Ort-Service	419,00
AOC 7GLR	17" Monitor, 30-95Khz, TCO99, Lochmaske 0.25mm, 36 Monate Vor-Ort-Service	439,00
AOC 9GLR+	19" Monitor, 30-95Khz, TCO99, Lochmaske 0.26mm, 36 Monate Vor-Ort-Service	619,00
CTX VL710T	17" Monitor, 30-95Khz, TCO95, Lochmaske 0.25mm, 36 Monate Pick-Up-Service	499,00
CTX VL710ST	17" Monitor, 30-95Khz, TCO95, Lochmaske 0.25mm, Short Lenght, USB , 36 Monate Pick-Up-Service	539,00
CTX VL950T	19" Monitor, 30-95Khz, TCO95, Lochmaske 0.26mm, 36 Monate Pick-Up-Service	649,00
CTX VL950SLT	19" Monitor, 30-95Khz, TCO95, Lochmaske 0.26mm, Short Length, 36 Monate Pick-Up-Service	689,00
CTX PR711F	17" Monitor, 30-95Khz, TCO99, Lochmaske 0.24mm, USB , Original SONY PURE FLAT , 36 Monate Pick-Up-Service	659,00
Samsung Sync Master 550S	15" Monitor, 30-61Khz, TCO99, Lochmaske 0.28mm, OSD, D-Sub, 36 Monate Vor-Ort-Service	309,00

Netzteile		
ATX-300W	TÜV, CE, Athlon geeignet, Retail, ATX	59,00
ATX-400W	400 Watt, TÜV, CE, Athlon geeignet, Retail, ATX	93,00
Gehäuse		
CX-5156 FX	Midi-Tower, 230 Watt, ATX, CE, Einschübe: 3x5,25"+1x3,5", Schiebetür vorne, abnehmbare Seitenteile, gefaltzte Kanten	69,00
CX-5171 FX	250 Watt, ATX, CE, Einschübe: 5x5,25"+3x3,5" Schiebetür vorne, abnehmbare Seitenteile, gefaltzte Kanten	89,00

Designgehäuse		
CHOICE303GB	Medium-Tower, 300 Watt, ATX, CE, TÜV, Gold/Blue (Einschübe: 3x5,25"+2x3,5")	109,00
• Hochwertige Tinten für brillante und beständige Druckergebnisse • Für alle gängigen Druckertypen • KMP „Computer BILD“ Testsieger Ausgabe 16/2000 • Umweltgerecht, da längere Nutzung der Druckköpfe • „Made in Germany“, von einem der modernsten Ink-Technologie-Unternehmen		

GlEXxIS – Top-Qualitäts-Tonerkatuschen

100% kompatibel – 100% geprüft – 12 Monate Qualitätsgarantie

Bestell-Nr.:	Drucker-Modell	Preis / DM
Brother		
TBR00-0001	HL 1260, 1660, 2060, (EP-ED) Standard	87,50
EPSON		
TEP00-0012	EPL 5700	99,00
HP		
THP00-0011	Laser Jet 4L/4ML/4P/4MP (EP-P)	76,50
THP00-0014HC	Laser Jet II/IIID/III/IIID (EP-S) Longlife	82,50
THP00-0015	Laser Jet 4/4M/4+ (EP-E)	79,00
THP00-0015HC	Laser Jet 4/4M/4+ (EP-E) Longlife	104,50
THP00-0017	Laser Jet 4V/4MV (EP-BII)	119,00
THP00-0018	Laser Jet 5P/MP/6P/MP (EP-V)	89,00
THP00-0019	Laser Jet 3100/5L/6L (EP-A)	87,50
THP00-0020	Laser Jet 8000/N/DN/Mopier 240 (EP-W)	179,00
THP00-0020HC	Laser Jet 8000/N/DN/Mopier 240 (EP-W) Longlife	299,00
THP00-0024	Laser Jet 1100/1100A	89,00
THP00-0029	Laser Jet 8100/N/DN/Mopier 320	239,00

IBM/Lexmark		
TLM00-0012HC	4039 / 4039 10+ Longlife	169,50
TLM00-0015HC	4059, Optra S, 1250,1255,1650,1855,2450,2455 Longlife	199,00
TLM00-0016	Optra E, E+, ES	54,50

Kyocera		
TKY00-0011	TK 11 (FS-400)	21,50
TKY00-0012	TK 12 (FS-1550, 1600, 3400, 3600, 6500)	79,00
TKY00-0016	TK 16 (FS-600, 680, 800) (pro Doppelpack)	112,50

OKI		
TOK00-0001	Lasertoner Kit 400/600 EX	19,00
TOK00-0002	Lasertoner Kit Page 4 M, 4 W, 4 W+	13,90

KMP – Kompatible Inkjet Patronen – Markenqualität zum günstigen Preis!

Canon – Kompatible Tintenpatronen – einfach einsetzen!		
I00951.0001	BJ 30 3 Patronen	11,45
I00900.0001	BJC 2000, 4000, 5000, 5500 Serie/schwarz	4,25
I00900.0030	BJC 2000, 4000, 5000, 5500 Serie/4-farbig	7,95
I00909.HC01	BJC 600, 610, 620,680/schwarz	2,95
I00909.HC14	BJC 600, 610, 620,680 (hohe Kapazität)/schwarz	3,55
I00909.HC03	BJC 600, 610, 620,680/cyan	2,95
I00909.HC06	BJC 600, 610, 620,680/magenta	2,95
I00909.HC09	BJC 600, 610, 620,680/gelb	2,95

EPSON Refill-Kits für 2 Nachfüllungen der Originalpatronen		
I00914.0001	Stylus 400, 800, 800+, 1000/schwarz	5,75
I00919.0001	Stylus Color, 400, 500, 600, Photo/schwarz	8,75
I00960.0030	Stylus Color, 400, 600, 800, 850, 1520/3-farbig	11,75
I00964.0001	Stylus Color, 440, 460, 640, 660,670,750,1200 Photo/schwarz	7,95
I00965.0030	Stylus Color, 440, 460, 640, 660,670,740,760,860,1160/3-farbig	14,55
I00966.0001	Stylus Color 740, 760, 860, 1160/schwarz	9,65
I00961.0001	Stylus Color 800, 850, 1520/schwarz	8,75

HP wiederbefüllte Originalpatronen		
I00920.K261	HP Deskjet 500er-Serie, schwarz	29,95
I00925.K291	HP Deskjet 600er-Serie, schwarz	31,95
I00927.K451	HP Deskjet 800er-Serie, schwarz	27,95
I00928.K230	HP 710/810/890/895 color	39,95

NO?SENSE
Mutierte Mäuse

Das hohe Innovationstempo und der Einfallsreichtum, mit dem die Computerindustrie ständig neue Geräte und Anwendungen entwickelt, werden im Bereich des manuellen Eingabegeräts „Mouse“ besonders deutlich. Die Vielzahl unterschiedlicher Modelle und die bereits in Computer-Mäuse integrierten Zusatz-Funktionen zeigen einen deutlichen Vorsprung der elektronischen Industrie vor der Biogenetik auf, die noch immer mit dem Wachstum eines menschlichen Ohrs auf dem Rücken einer realen Maus experimentiert. Die Implantation von Mikrofonen in Computer-Mäuse ist dagegen längst erfolgreich abgeschlossen und war nur der Anfang. Inzwischen kann man Computer-Mäuse erwerben, die gleichzeitig ein Radio, eine Digitalkamera oder eine Telefontastatur ersetzen oder auf einem Display den Betreff einer gerade eingegangenen E-Mail anzeigen, während sie freudig erregt vor sich hinblincken. Wie aus informierten Kreisen verlautbart, existieren in Entwicklungsabteilungen bereits Prototypen, die während der Arbeit am Rechner die Bewegungsmuster des Benutzers registrieren und auf der Festplatte abspeichern. Empfängt eine solche Neuro-Mouse (Neuronal Mouse) über WAP-Handy oder Internet ein spezielles verschlüsseltes Signal, beginnt sie selbsttätig mit der Ausführung von aufgezeichneten Routinearbeiten. Gute Absatzmöglichkeiten werden auch der kurz vor der Markteinführung stehenden Mouse mit Microstaubsauger eingeräumt, die sich mit ihrem Saugrüssel über die Krümel in der Tastatur hermacht. An einem integrierten Biogenerator, der die eingesammelten organischen Substanzen zur Stromversorgung nutzt, wird dem Vernehmen nach fieberhaft gearbeitet. evo

IMPRESSUM

PoS-MAIL
Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath, Michael Nothnagel,
Georg Reime, Andreas Tasch, Henner Tasch

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruß, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1615-0635

Blaumann



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

TIMEPORT 250

email

voice activation

vibracall

www.motorola.de



MOTOROLA