PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Dezember 2002
ISSN 1615 - 0635 • 5,– €
3. Jahrgang • G 51612

Große Leserbefragung und Weihnachts-Gewinnspiel Seite 36

http://www.pos-mail.de

INHALT

Arbeitsplatz und Spielwiese: der Desktop-Computer ...S. 6

Erste communicate! in Köln erhält viel Lob ...S. 9

Startschuß für MHP ...S. 10

24monatige Garantie für UE-Produkte im Interesse der Kunden und Handelspartner ...S. 12

Sharps „Next Generation“ der LCD-Mutterglasfertigung ...S. 14

Samsung will die Revolution im Wohnzimmer ...S. 16

Sichere Rendite mit Zubehör von Hama ...S. 18

Neue Monitore und Navigations-Software von Alpine ...S. 19

MW-30LZ10 von LG: Monitor oder High Class TV im Home Cinema Format ...S. 20

www.sony.de/pocketlife unterstützt U-Konzept ...S. 22

Neues Marketingkonzept für Duttenhofer Kunden ...S. 27

Vodafone live! öffnet Türen in neue Handywelten ...S. 28

Siemens' neues S55 fotografiert mit Blitz ...S. 30

Sagem baut auf nationale Vertriebsorganisation ...S. 32

Handy-Neuheiten von Nokia ...S. 35

Leserbefragung und Weihnachts-Gewinnspiel ...S. 36

Games ...S. 38

Tk-Nachrichten ...S. 24

Tk-Neuheiten ...S. 26

Neuheiten ...S. 4, 29, 31, 34

Aktuelles ...S. 12, 33

Kleinanzeigen ...S. 39

No(?)sense ..S. 39

Impressum ...S. 39

Neue Marketing-Trends fördern den Absatz

Zeit der Emotionen

Im Sommer 2002 wurden im Rahmen der Studie „Technik sucht das Gefühl“ (ausgeführt von der Friends of Brands Advertising GmbH) Marketingentscheider aus der werbungtreibenden Industrie aus ganz Deutschland befragt. Hauptziel war es zu eruieren, inwieweit aus der Sicht der Werbungtreibenden Emotionen in der Werbung für Technologieprodukte und technische Dienstleistungen schon eingesetzt oder noch vermißt und wie sie bewertet werden. Rund 72 Prozent der befragten Technikunternehmen sind der Überzeugung, daß ihre Kunden werblich emotional angesprochen, sogar emotional begeistert werden wollen. Und knapp die Hälfte der 94 befragten Entscheider halten scheinbar rational urteilende Kunden für durchaus emotional beeinflußbar. Betrachtet man die nationalen und internationalen Werbekampagnen der zahlreichen Technologie-Konzerne und insbesondere die der Global-Player, so scheint sich ein neuer Trend abzuzeichnen: Der bisherige Schwerpunkt des Kommunikationsansatzes von der reinen Präsentation technischer Daten hat sich zu emotionalen Markenwerten hin verlagert. Am Point of Sale eröffnen sich mit diesen neuen Marketing-Ansätzen zahlreiche kreative und zielgruppenorientierte Möglichkeiten für noch effektivere Verkaufsgespräche.

Inspiration und Lebensgefühl sind die beiden Begriffe, die Sony in den Mittelpunkt seiner Kommunikations- und Werbekampagne in diesem Jahr gestellt hat. Mit Hilfe der Persönlichkeit von Unterhaltungsroboter Aibo werden emotionale Aspekte vermittelt. Aibo bedeutet in der Übersetzung aus dem Japanischen „Freund“, und dieser stellt künstliche Intelligenz auf unterhaltsame Weise dar. „Um in einem stark umworbenen Markt Akzente zu setzen, wird Aibo ganz bewußt als Sympathie- und Erlebnisträger eingesetzt, der wie ein normaler Anwender in den Anzeigenmotiven und TV-Spots Sony-Produkte bedienen kann“, beschreibt Udo Freialdenhofen, Leiter Unternehmenskommunikation der Sony Deutschland GmbH, die Aufgabe des Roboters in der breit angesetzten Kommunikationskampagne. Mittlerweile ist Aibo zu Sonys prominentestem Botschafter avanciert. Der sympathische High-Tech-Hund legt beispielsweise eine CD in einen Player, schiebt einen Memory Stick ein und schießt Fotos mit einer Kamera. Mit Hilfe von Aibos Persönlichkeit sollen Technik-Barrieren überwunden und dem Endanwender die Scheu vor moderner Unterhaltungselektronik genommen werden. Sonys Ziel ist es, eine klare Positionierung in der Netzwerkwelt einzunehmen und mit Aibo eine breite Zielgruppe anzusprechen.

Der Kundenwunsch ist individuell

Mit neuen Anzeigenmotiven und einem Kino-Spot setzt Panasonic seine Werbeoffensive für das wichtige Winter- und Weihnachtsgeschäft 2002 fort. Der DVD-

Arbeitsplatz und Spielwiese

Desktop-PCs und dazu passende Zubehörsortimente werden trotz der Mobil-Euphorie das „Brot- und Butter“-Geschäft des Handels bleiben ... S. 6

Hama-Zubehör sichert die Marge

Auf der Suche nach Umsatz- und Gewinnquellen sollte sich der Handel mehr auf das Zubehör konzentrieren, etwa im Programm von Hama ... S. 18

Neuer 30-Zöller von LG Electronics

LG Electronics hat sein Angebot jetzt um einen großformatigen LCD-Bildschirm mit einer sichtbaren Bilddiagonale von 76 cm (30 Zoll) erweitert ... S. 20

Siemens S55 hat einen integrierten Blitz

Telefonieren und Fotografieren wachsen unaufhaltsam zusammen. Mit dem S55 hat Siemens jetzt das erste Handy mit einem integrierten Blitzgerät vorgestellt ... S. 30

Mehr Wert „on air"?

Seit Ende Oktober sind Programmangebote für die Multimedia Home Platform (MHP) „on air" – will sagen, ARD, ZDF und RTL sind vom Test- in den Regelbetrieb übergegangen. Damit können Konsumenten, sofern sie geeignete Set-Top-Boxen oder Universaldecoder besitzen, über Astra einen Blick in die Zukunft des digitalen, interaktiven Fernsehens wagen.

Dabei laufen sie zur Zeit noch nicht Gefahr, wegen eines übermäßigen Spannungsgehaltes der Programmangebote einen Herzinfarkt zu erleiden. Interaktive Wetterkarten, Horoskope, die aktuellen Nachrichten oder (bei der ARD) „Das Quiz mit Jörg Pilawa" sind eher kreuzbrave Beispiele für das, was einmal möglich werden soll, als aufregende Zukunftsszenarien. Die Verbraucher werden sich noch etwas gedulden müssen, bis ihnen für ihre Investitionen in die Geräte ein echter Mehrwert angeboten wird. Dazu könnten ab Herbst nächsten Jahres (also nach der IFA) IP-basierte Angebote wie E-Mail und Internet-Applikationen beitragen.

Die Geräte-Industrie bietet bereits MHP-fähige Universaldecoder und Satelliten-Receiver (zum Teil sogar in hochwertige Fernseher eingebaut) an. Das ist trotz des noch eingeschränkten Programm-Angebotes gut so – besonders für den High-Tech-Fachhandel. Denn eines zeigt der Übergang der Programmanbieter in den Regelbetrieb: Es ist allen Beteiligten ernst damit, MHP zu einer universellen Plattform für die Unterhaltungselektronik von morgen auszubauen. Damit wird Zukunftssicherheit zu einem Verkaufsargument, um kaufkräftige Kunden davon zu überzeugen, im Zweifelsfall in ein höherwertiges Gerät zu investieren. Dann nämlich sind sie bei allen neuen interaktiven Angeboten des digitalen Fernsehens von Anfang an dabei. Der pünktliche Start des Regelbetriebes für Programmangebote von ARD, ZDF und RTL, dem im Frühjahr Premiere für seine Abonnenten folgen will, ist ein guter Grund für die Erwartung, daß der weitere Ausbau der MHP Plattform so erfolgen wird, wie es der Zeitplan vorsieht. Bleibt zu hoffen, daß auch die Kabelanbieter diesen Trend erkennen, damit die Inhalte nicht allein über Satellit zugänglich bleiben. Denn bis das digitale Fernsehen über DVB-T, das am 1. November (ohne MHP) in Berlin-Brandenburg ebenfalls „on air" ging, alle MHP-Angebote flächendeckend transportieren kann, wird es noch dauern.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Videorecorder DMR-HS sowie die beiden Mobiltelefone GD67 und GD87 stehen dabei im Mittelpunkt der neuen Kampagne. Zielgruppenorientiert sprechen die Motive hierbei besonders deutlich die Sprache der Endanwender. So ist auf der Anzeige für das GD67 eine Gruppe trendiger Kids zu sehen, die ihren persönlichen Stil anhand des frei gestaltbaren Designs für die „Image-In-Schale" des GD67 demonstrieren. „Der Mensch ist einzigartig. Sein Handy auch. – It´s your turn" lautet die Botschaft des Motivs. Dabei werden Trend und Individualität vermittelt. Auf Tuchfühlung mit der Zielgruppe geht Panasonic daneben mit einem 30-sekündigen Kinospot für das GD87, der von Anfang Dezember bis Ende Januar 2003 auf 1.400 deutschen Multiplex-Kinoleinwänden zu sehen sein wird. Hans Wienands, Leiter des Bereiches Consumer Electronics der Panasonic Deutschland GmbH, erklärt, weshalb ausgerechnet das GD87 Kino-Karriere macht: „Umfragen und Analysen haben ergeben, daß viele Kinobesucher ein Faible für Telekommunikation mitbringen und besonders trendorientiert sind. Da ist unser GD87 mit Farbdisplay, integrierter Kamera und MMS einfach die Idealbesetzung. Die aus der Kino-Werbung resultierende Aufmerksamkeit wird sich sicherlich allgemein positiv auf die Marke Panasonic auswirken."

Mit neuen Anzeigen-Motiven und einem Kino-Spot setzt Panasonic seine Werbeoffensive für das wichtige Winter- und Weihnachtsgeschäft 2002 fort. Zielgruppenorientiert sprechen die Motive besonders deutlich die Sprache der Endanwender.

Sprachwitz und Emotionen stehen auch im Vordergrund der Kampagne für den Flatron Plasma-TV MZ-60PZ10 von LG Electronics. So ist beispielsweise auf einem der Anzeigen-Motive ein junges Paar abgebildet, das gemeinsam das TV-Programm auf dem Bildschirm des Flatron Plasnas verfolgt. Die Gedanken kreisen dabei auf emotionaler Ebene sowohl um das Modell als um die Beziehung der beiden. Sie denkt: Dieser Bildschirm ist so flach wie sein Humor; er denkt: Sie kann das Haus haben, ich nehme den Fernseher. LG ist es mit dieser Kampagne gelungen, Situationen und Dialoge, die aus dem Leben gegriffen sein könnten, mit dem Wunsch nach Individualität und der Identifizierung mit diesem hochwertigen Produkt zu verbinden.

Auf Individualität und Trend setzt auch Fujifilm mit seiner neuen Anzeigen-Kampagne, die unter dem Slogan „Inspired by your dreams" in Publikums- und Fachzeitschriften geschaltet wird. „Trend und die Ambition zum Sport, die in Verbindung mit unseren Produkten einen hohen Spaß-Faktor bilden, sind die zentrale Botschaft dieser Kampagne für Digital- und Analogkameras", so Wolfgang Winterscheidt, Werbeleiter der Fujifilm Europe GmbH.

Sprachwitz und Emotionen stehen im Vordergrund der Anzeigen-Kampagne für den Flatron Plasma-TV von LG Electronics. Dem Unternehmen ist es damit gelungen, Situationen und Dialoge, die aus dem Leben gegriffen sein könnten, mit dem Wunsch nach Individualität und der Identifizierung mit dem hochwertigen Produkt zu verbinden.

Einheitliche Kampagnen stärken Marke und Image

Immer häufiger wählen Unternehmen eine gesamteuropäische Ausrichtung, um ihre Produkte zu vermarkten. Eine paneuropäische Marketing-Strategie dient dazu, ein einheitliches Image für das Unternehmen und die Produkte zu schaffen, das europa- und teilweise

Täglich frische News: www.pos-mail.de

sogar weltweit gleich ist und darum zu einem hohen Wiedererkennungswert bei den Konsumenten beiträgt. Anfang dieses Jahres hat der Elektronikkonzern Casio seine Europazentrale von London nach Deutschland (Norderstedt) verlegt. Das damit von der Casio Computer Co. GmbH Deutschland zu der Casio Europe GmbH umfirmierte Unternehmen übernimmt seither die Koordinierung der gesamten west- und osteuropäischen Marketing- und Vertriebsaktivitäten. Für die neue Digitalkamera Exilim hat die Casio Europe GmbH erstmals eine Marketingstrategie auf paneuropäischer Ebene ausgearbeitet. Eine breit angelegte Anzeigenkampagne für die Fach- und Publikumspresse wurde unter dem für alle Länder gleich lautenden Motto „Right beside you“ geschaltet und umfangreiches Werbematerial für den Point of Sale zusammengestellt. Die Einführung der 2-Megapixel-Kameras Exilim EX-S 2 und EX-M2, die Ende September auf den Markt gekommen sind, begleitet Casio mit einer großen Anzeigen-Kampagne und dem Claim: „Der Augenblick gehört mir“. Zusätzlich verschafft seit Ende November eine Vielzahl an Promotion-Aktionen der Exilim bundesweit eine verstärkte Präsenz. Dem Fachhandel stehen am PoS edle Displays, Banner, Poster und Broschüren zur Verfügung. Hochwertiges neues Zubehör soll außerdem für einen besonders guten Verkauf sorgen.

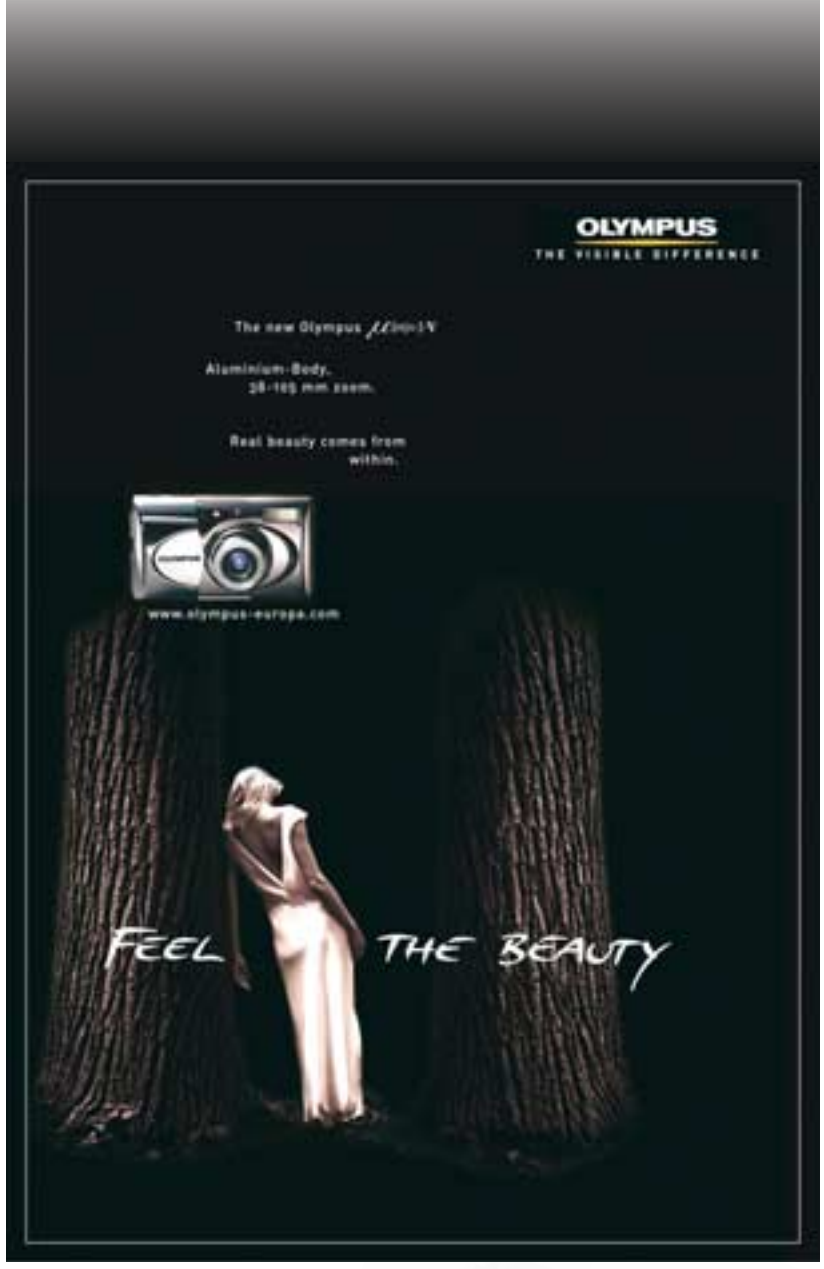
Für Casios Exilim wurde eine breit angelegte Anzeigenkampagne für die Fach- und Publikumspresse unter dem für alle Länder gleich lautenden Motto „Right beside you“ geschaltet. Zudem hat das Unternehmen für den Point of Sale umfangreiches Werbematerial zusammengestellt.

Seit März dieses Jahres präsentiert Canon einen gesamteuropäischen Markenauftritt unter dem Motto „You Can“. Hinter dieser einfachen und klaren Aussage steht die Absicht des Unternehmens, eine einheitliche Corporate Identity zu kommunizieren, die für ganz Europa gilt und die die Stärke der Marke Canon publiziert. Während Canon bisher in seiner Werbung den Schwerpunkt auf die Herstellung und den Vertrieb von Produkten und Systemen gelegt hat und dabei den technisch orientierten Slogan „Imaging across networks“ eingesetzt hatte, will das Unternehmen nun mit der „You Can“-Kampagne den Anwender in den Vordergrund stellen. Zur offiziellen Einführung der neuen Markenplattform startete Canon seine Aktion mit dem Titel „Bigger Picture Projekt“. Gemeinsam mit den Fotokünstlern Silvers und Rankin realisierte das Unternehmen ein riesiges Fotomosaik, das sich aus 40.000 Einzelteilfotos von 3.500 Canon-Mitarbeitern aus ganz Europa zusammensetzt. Damit sollte verdeutlicht werden, was die Vereinigung von Kunst, Technologie und Kreativität leisten kann.

Auch die neue „New Eyes“ Werbekampagne von Olympus zielt auf die europaweite Emotionalisierung der Marke ab. Präsentiert werden zwei Olympus „Flaggschiffe“: die 5-Megapixel-Digitalkamera C-50Zoom und das analoge Modell µ[mju…]-V. Seit Oktober sind die Anzeigen in Lifestyle-Magazinen und Fachzeitschriften sowie in Tageszeitschriften und auf Plakaten europaweit zu sehen. Die aufmerksamkeitsstarken, künstlerischen Motive erscheinen zudem seit November auch auf Billboards sowie als Mega-Poster und City Lights in den Großstädten 22 europäischer Länder. „Mit der `New Eyes´-Kampagne baut Olympus das emotionale Potential der Marke weiter aus, während die bereits vorhandenen positiven Assoziationen wie Design, Technologie und Leistung erhalten bleiben sollen. Sie ist auch eine Einladung dazu, Olympus mit neuen Augen zu sehen.“ erklärt Hans Thiele, Leiter Marketing Communications, Corporate und Imaging Systems bei Olympus Europa.

Für die Kampagne wurden vier von dem renommierten Portrait-Fotografen Alastair Thain in Sepia festgehaltene Fotografien ausgesucht. Zwei davon tragen die Überschrift „Feel the Beauty“. Diese präsentieren die µ[mju:]-V. Die beiden Aufnahmen für die C-50Zoom sind mit „Look in the Future“ betitelt. Alle Anzeigen sind in ähnlichem Design gehalten, wodurch Olympus die Wiedererkennung der Marke noch zusätzlich verstärken möchte.

Die „New Eyes“-Kampagne soll mindestens zwei Jahre laufen. Neue Motive für die Veröffentlichung im nächsten Frühjahr sowie ein TV-Spot sind bereits in Vorbereitung.



Auch die neue „New Eyes“-Werbekampagne von Olympus zielt auf die europaweite Emotionalisierung der Marke ab. Seit Oktober sind die neuen Anzeigen in Lifestyle-Magazinen, Fachzeitschriften und Tageszeitschriften zu sehen. Die aufmerksamkeitsstarken künstlerischen Motive erscheinen zudem seit November auch auf Billboards sowie als Mega-Poster und City Lights in den Großstädten 22 europäischer Länder.

Kooperationen für eine starke Präsenz

Philips promoted seine eXpanium MP3-Player Range seit Ende Oktober europaweit in Zusammenarbeit mit MTV Networks Europe. MTV Europe präsentiert auf seinem TV-Netzwerk die Philips eXpanium Portables, die sowohl normale Audio-CDs als auch MP3-CDs abspielen. Diese Kooperation ist wesentlicher Bestandteil einer umfassenden Strategie von Philips Consumer Electronics, die Schwerpunkte im Jugendmarketing setzt und so die Markenbindung bei der jungen Zielgruppe intensiviert. „Musik ist ein zentrales Element im Alltag junger Leute, und eine solche Kooperation eröffnet Philips die Möglichkeit, unsere Bindung zu dieser wichtigen Zielgruppe weiter zu stärken. MTV Europe´s einzigartige Verbindung zu Jugendlichen und seine Führungsposition als das am weitesten verbreitete TV-Netzwerk in Europa eignen sich hierfür optimal“, so Rob Verbruggen, Senior Marketing Manager, Marketing Communications von Philips Consumer Electronics Europe.

MTV Europe produziert im Rahmen der Partnerschaft die On-Air- und Onlinepromotion, die im Oktober über die zehn Stationen des MTV-Netzwerkes verbreitet worden sind. Bei dieser Aktion wurde den Zuschauern die Möglichkeit geboten, Eintrittskarten für den „MTV Station X Dance Event“ zu gewinnen, einer außergewöhnlichen VIP-Party, die Ende November in einer, zu diesem Zeitpunkt noch nicht bekannten, Berliner U-Bahn Station stattfinden wird. 1.200 VIP-Gäste und zahlreiche DJs sollen diesen Event zum absoluten Höhepunkt der Promotion-Kampagne für die Philips eXpanium CD-Portables machen. Die Mitschnitte des Events werden von den Stationen des MTV-Netzwerks im Dezember ausgestrahlt und können europaweit von 107 Millionen Haushalten empfangen werden. TrusttheDJ.com und mp3.com werden zudem Downloads von der Party auf einer extra eingerichteten Microsite von Philips und MTV anbieten. Eine Kooperation dieser Art gab es zwischen Philips Consumer Electronics und MTV Europe bislang noch nicht, obwohl beide Marken in den letzten Jahren bereits bei Werbekampagnen zusammengearbeitet haben. *miz*

Inspiration und Lebensgefühl sind die beiden Begriffe, die Sony in den Mittelpunkt seiner Kommunikations- und Werbekampagne in diesem Jahr gestellt hat. Mit Hilfe der Persönlichkeit von Unterhaltungsroboter Aibo werden emotionale Aspekte vermittelt. Aibo bedeutet in der Übersetzung aus dem Japanischen „Freund“. Er soll Technik-Barrieren überwinden und dem Endanwender die Scheu vor moderner Unterhaltungselektronik nehmen.

PoS Neuheiten

Dazzle stellt neue Produktreihe für digitalen Echtzeit-Videoschnitt vor

Dazzle hat eine vollkommen neue Produktreihe vorgestellt, die laut eigener Angabe alle bisherigen Vorstellungen von Echtzeit-Videobearbeitungen auf den Kopf stellen wird. Mit dem Real-Time Video Producer (RTVP) wird Echtzeit DV-Bearbeitung möglich, die bisher nur in einer anderen, wesentlich höheren Preisklasse erhältlich war. Für rund 800 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) bietet Dazzle ein Videoschnittprodukt, das DV Echtzeitschnitt auf einem herkömmlichen Desktop-PC erlaubt und eine Lösung, die einfachstes Plug-and Play ermöglicht. Hardwareseitig handelt es sich bei RTVP um eine externe Lösung, die nicht in den PC eingebaut und aufwendig konfiguriert werden muß, sondern über Firewire-Kabel an den PC oder das Notebook angeschlossen wird. Über 30 Echtzeit-Blenden wie Bandeffekte und weiche Überblendungen werden sofort angezeigt, ohne den Arbeitsfluß aufzuhalten. Roll- und Lauftitel lassen sich mit dem Adobe Title Designer mit vielen verschiedenen Schriftarten und Stilen leicht und schnell erstellen. Bis zu sieben Grafik- und sieben Videolayer (je nach CPU-Leistung) erlauben umfangreiche Gestaltungsmöglichkeiten in Adobe Premiere 6.5. Real-Time Video Producer bietet eine Farbkorrektur an, mit der sich Szenen in Echtzeit verändern lassen, die mit nicht korrekter Helligkeit oder Kontrast aufgenommen wurden. Auch ältere Aufnahmen lassen sich so schnell und bequem nachbearbeiten. Auch ein Farbstich des Clips läßt sich korrigieren oder der Anwender kann Farbverfälschungen seiner Clips in Echtzeit realisieren, ohne auf teure Hard- und Softwarelösungen zurückgreifen zu müssen. Viele weitere Features runden den Leistungsumfang dieses Capturing-Werkzeugs ab. Neben der Vollversion Adobe Premiere 6.5 gehören ein neuer moderner Titel Generator (Adobe Title Designer) und Borris Effects zum Lieferumfang. Borris Effects ist ein Plug-In für Adobe Premiere und erweitert die Compositing-palette. Auch an eine DVD Authoring Software, die die Möglichkeit der Ausgabe auf Video-CD und DVD unterstützt, wurde gedacht und die preisgekrönte Software DVD Complete von Dazzle beigelegt. Ein Firewirekabel sowie Handbücher komplettieren das Paket.

Neues Eingabegerät „Kralle“ soll Alternative zur Tastatur bieten

Mit zehn ergonomisch optimiert angeordneten Tasten bietet sich das neuartige Eingabegerät „Kralle“ statt der Tastatur zur Bedienung und Steuerung von Programmen

und Spielen an. Aufgrund der anatomisch günstigen Position der häufig zu betätigenden Funktionstasten gehören Taubheit und krampfartige Beschwerden in den Fingergelenken nach Angaben der Herstellerfirma auch bei mehrstündigem Dauerbetrieb der Vergangenheit an. Das futuristisch aussehende Eingabegerät soll sich hervorragend für die Arbeit mit komplexen Anwendungen wie Photoshop, Illustrator, CAD- oder Editor-Programme oder auch First Person Shooters Games eignen. Die Kralle läßt sich über die USB-Schnittstelle leicht installieren und individuell für den jeweiligen Anwendungszweck konfigurieren.

Panasonic mit neuem DVD-Audio/Video-Player

Mit dem Modell DVD-RA82 präsentiert Panasonic einen DVD-Audio/Video-Player im Half-Mirror-Design und mit einer Höhe von sechs Zentimetern. Neben DVD-Videos/-Audios, DVD-Rs, Video- und Audio-CDs spielt der Player auch mit MP3 bespielte CD-R/RWs und sogar DVD-RAMs ab, die bis zu 100.000mal wiederbeschreibbar sind. Der 54 MHz-Video-D/A-Wandler mit vierfach Oversampling ermöglicht dank einer doppelten Verarbeitungsleistung gegenüber herkömmlichen Video-D/A-Wandlern scharfe Konturen, eine exakte Bilddarstellung und eine verbesserte horizontale Auflösung des Bildes. Der Cinema-Modus gleicht wechselnde Lichtverhältnisse aus, wirkt unsauberen Farbübergängen entgegen und schafft somit augenfreundliche Bilder. Die Advanced Virtual Surround Technologie gewährleistet auch bei reinem Stereobetrieb mit nur zwei Lautsprechern einen satten Surround Sound. Integrierte Dolby Digital und DTS-Decoder erlauben den direkten Anschluß an einen Verstärker mit Sechs-Kanal-Eingang. Das Virtual Battery Operation-Konzept reduziert vom Netzteil ausgehende Spannungsschwankungen und damit verbundene Störungen und trägt so zu einer Verbesserung der räumlichen Schalldarstellung, Kanaltrennung und Basswiedergabe bei. Der DVD-Audio/Video-Player DVD-RA82 ist seit September lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 329 Euro.

NEC „PowerMate eco“ All-in-One-PC arbeitet leise und sparsam

Einen besonders leisen und stromsparenden All-in-One-PC hat die Computersparte des japanischen Elektronikkonzerns NEC in den USA vorgestellt. Alle elektronischen Komponenten und das gesamte Mainboard befinden sich mit Ausnahme des externen Netzteils zusammen mit dem 15 Zoll Flachbildschirm im gleichen kompakten Gehäuse und kommen vollkommen ohne Lüfter aus. Als Hauptprozessor des PowerMate eco wird ein Transmeta Crusoe mit 900 MHz Taktfrequenz eingesetzt. Für die Grafik ist ein leistungsfähiger ATI Rage Mobility-M6 Chip mit 16 MByte RAM zuständig. Das knapp 1.600 US-Dollar teure Grundmodell ist mit 256 MByte Hauptspeicher, einer leisen 20-GByte-Festplatte mit Fluid Bearing (Flüssigkeitsgelagert), CD-ROM-Laufwerk und LAN-Adapter ausge-

stattet. Als Betriebssystem kann zwischen Windows 2000 oder XP Professional gewählt werden. Das LC-Display enthält, im Gegensatz zu den meisten Konkurrenzprodukten, kein Bor. Das Mainboard ist bleifrei verlötet. Das Gehäuse ist aus einem von NEC patentierten, voll recycelbaren „NuPlastic“ hergestellt. Das ist ein Polycarbonatmaterial mit einer flammwidrigen Siliziumverbindung. In den USA ist der Einsatz von Flammschutzstoffen gesetzlich vorgeschrieben. Die aus Kostengründen oft verwendeten giftigen Halogenidverbindungen als Flammschutzstoff machen jedoch das Recycling unmöglich. Nach Angaben von NEC entspricht der PowerMate eco voll den GPN-Richtlinien. Schon vor einigen Wochen wurde der PowerMate eco in Japan eingeführt, wo der Markt aufnahmefähig für besonders kompakte Geräte ist und konstruktionsbedingte Begrenzungen der maximalen Performance akzeptiert werden. Der mutige Vorstoß der Firma NEC bei der Markteinführung ökologisch verträglicher Rechner macht gleichzeitig deutlich, daß derartige Entwicklungen stärker von den Software-Herstellern flankiert werden sollten. *evo*

Grundigs neuer Xenaro DVD-Player ist sechs Zentimeter hoch

Die Grundig Xenaro Range bekommt Nachwuchs. Mit dem Xenaro GDP 4200 wird die Linie durch einen nur sechs Zentimeter hohen DVD-Player ergänzt. Das Gerät ist mit einem Pantera 2-Chip ausgestattet, der für eine exzellente Audio- und Video-Performance sorgt. Dank des Zweifach-Lasers werden neben DVD-Videos, Video CDs und Audio CDs auch CD-Rs, CD-RWs und MP3-CDs wiedergegeben, ebenso wie bespielbare DVD-Rs und -RWs im Plus- und Minus-Standard. Zusätzlich ist der Player mit Funktionen wie Random Play (Zufallsanwahl von Titeln) und Program Play (Wiedergabe einer programmierten Titelliste) ausgestattet. Darüber hinaus erzeugt der Xenaro GDP 4200 dank integriertem Virtual Dolby Surround satte Klangwelten.
Zur Klangoptimierung kann zudem ein externer Decoder angeschlossen werden, der den Hörgenuß durch Dolby Digital AC3, MPEG 2 und DTS (Digital Theater Systems) auf Multichannel steigert. Als zusätzliches Klang-Feature rundet das Digital Surround Processing (DSP) die Audio-Performance des Players ab. Wahlweise können verschiedene 3D-Raumklang-Effekte wie beispielsweise Action, Drama oder Theater ausgewählt werden. Zudem ist der GDP 4200 mit zahlreichen Anschluß-Konfigura-

tionen ausgestattet. Ein Euro AV (Y-C- und RGB-Ausgang), ein Cinch Audio- und Video-Ausgang, ein S-Video und Y-C-Ausgang sowie ein optischer und koaxialer Digitalausgang runden die Ausstattung des DVD-Players ab. Der Xenaro GDP 4200 ist seit November in den Farben Schwarz und Proconsilber lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 269 Euro.

Logitechs QuickCam Cordless bietet ungewöhnlichen Funktionsumfang

Mit der neuen QuickCam Cordless hat Logitech eine einfach zu bedienende, aber in ihrem Funktionsumfang ungewöhnliche Webkamera vorgestellt, die über Funkverbindungen kabellos mit einem PC kommunizieren und aufgenommene Bilder an diesen übertragen kann, die dort gespeichert, oder direkt über das Internet übertragen werden. Die QuickCam Cordless läßt sich bis zu 25 Meter weit vom PC entfernt aufstellen oder mit dem mitgelieferten Wandbefestigungszubehör installieren. Aufgenommen und übertragen werden wahlweise Standbilder oder Video-Aufnahmen mit 640 x 480 Pixel Auflösung. Bei Video-Aufnahmen beträgt die Bildwiederholfrequenz bis zu 30 Bilder pro Sekunde. Die Energieversorgung der mit einem CMOS-Sensor ausgerüsteten QuickCam erfolgt wahlweise über eine 9-Volt Batterie oder einen Netzadapter. Über den im Lieferumfang enthaltenen und an einem PC angeschlossenen Empfänger können mehrere Kameras kontrolliert und von diesen Bilder empfangen werden. Das in die Kamera integrierte Mikrofon überträgt synchrone Toninformationen zusammen mit den Bildern. Der dreh- und kippbare Kamerafuß ermöglicht die Einstellung unterschiedlichster Aufnahmewinkel. Das zugehörige Software-Paket enthält Programme für unterschiedlichste Verwendungszwecke. Die QuickCam Cordless läßt sich auf diese Weise für Video-Mail, Video-Chat, Fernüberwachung und Videokonferenzen einsetzen. Der UVP beträgt 249 Euro.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Weihnachtszauber:
für Ihr erfolgreiches Weihnachtsgeschäft!

Unser Angebot für Ihre Kunden:

- 3 Monate keine Grundgebühr (Ersparnis: bis zu 68,85 €)[1,2]
- Attraktive Handys zum Superpreis (teilweise MMS-fähig)
- Hochwertiger Rucksack kostenlos dazu[1]

Das alles exklusiv präsentiert von Anke Engelke!

Breite Werbeunterstützung in TV, Print und in Ihrem Geschäft.

www.vertriebspartner.de.o2.com/

[1] Wir erlassen Ihren Kunden für die Dauer von 3 Monaten bei Abschluss eines 24-Monats-Vertrages von O_2 Germany in den Tarifen O_2 Genion / Duo / Select / Starter die volle mtl. Grundgebühr. Darüber hinaus fallen folgende Kosten an: Anschlusspreis pro SIM-Karte 24,95 €, mtl. Grundgebühr nach Ablauf von 3 Monaten von 4,95 € bis 22,95 €, bei einer Grundgebühr von 4,95 € wird zudem ein mtl. Mindestumsatz von 5,– € in Rechnung gestellt, angerechnet werden alle Inlandsverbindungen außer Sonderrufnummern, Mehrwertdiensten sowie SMS-Services, Verbindungspreise gemäß Preisliste, bei Standard-Inlandsverbindungen z. B. von 0,03 bis 0,69 €/Min. (abhängig von Tarif und Tageszeit). Angebot gilt bis 31.12.2002, nur solange der Vorrat reicht, nicht aber bei Vertragsverlängerung oder Inanspruchnahme von Sonderkonditionen. Der Rucksack hat einen Wert von 20,– €.

[2] Die Ersparnis von 68,85 € berechnet sich unter Zugrundelegung des O_2 Genion Duo-Tarifs mit einer monatlichen Grundgebühr von 22,95 € (bei 10/10-Taktung) und einer dreimonatigen Grundgebühr-Befreiung.

Arbeitsplatz und Spielwiese: Der Desktop-Computer

Fujitsu Siemens Green-PC-Scenic

Pressemeldungen über Desktop-Computer sind selten geworden, und Schlagzeilen macht diese spezielle Warengruppe in der Regel nur noch dann, wenn irgendeine Ladenkette ein scheinbar besonders günstiges Angebot abverkauft. Dynamische Wachstumszahlen bei mobilen Rechnersystemen und euphorische Prognosen über die große Zukunft von Tablet-PCs ändern jedoch nichts an der Tatsache, daß auf den Desktop-Bereich und seine umfangreiche Peripherie noch immer der Hauptanteil des im Computer-Handel erzielten Umsatzes entfällt, weshalb diese Produktsparte auch in absehbarer Zukunft das „Brot- und Butter-Geschäft" der IT-Branche bleiben wird. Handelsunternehmen, die diesen Bereich mit einem breiten und attraktiven Angebot pflegen, können den scheinbar unvermeidlichen Phasen gedämpfter Investitionsbereitschaft im Industriebereich gelassen gegenüberstehen.

PC-Markt wächst wieder ....

Laut IDC (International Data Corporation) stiegen die PC-Verkäufe gegenüber dem Vorjahresquartal um 3,8 Prozent auf 32,6 Millionen Stück. IDC-Analystin Loren Loverde erklärte: „....das Wachstum bleibt begrenzt, der Markt bewegt sich wieder in die richtige Richtung und ist deutlich gesünder, als ihn IDC vor drei Monaten gesehen hat. Die Lagerbestände veringern sich, und Geschäftskunden, vor allem mittelständische, investieren wieder in Hardware. Privatkunden kaufen wieder PCs. Trotzdem warnt IDC vor einer Euphorie, denn nach wie vor liegt der PC-Markt unter dem „historischen" mittleren Zuwachs von 9,2 Prozent."

..... vor allem in Deutschland

Die Deutschen sind für ihr „Jammern auf hohem Niveau" bekannt. Und Phrasen wie: „Die Krise der IT-Industrie" und „Der Niedergang der New Economy" gehören inzwischen zu den Standardformulierungen, die bei Wirtschaftssendungen von TV-Sendern und Interviews mit Fachministern mindestens einmal in den Dialog einzuflechten sind. Denn es gilt immer noch: „Nur eine schlechte Nachricht ist eine gute Nachricht". Deshalb zeigte sich vor kurzem ein deutsches PC-Magazin nach der persönlichen Befragung einer repräsentativen Anzahl von PC-Händlern sehr überrascht über die Aussage von nahezu 85 Prozent der Befragten, man sei mit dem aktuellen Geschäftsverlauf zufrieden und stelle sich auf eine weitere positive Entwicklung ein. Tatsächlich wurde der deutsche Markt in den vergangenen achtzehn Monaten weit weniger stark von Rückgängen betroffen als unsere europäischen Nachbarn. Das zeigen auch die aktuellen Zahlen der Gartner-Tochter Dataquest für das dritte Quartal des laufenden Jahres, in dem Deutschland mit einem Wachstum von 12,3 Prozent deutlich über dem Ergebnis des westeuropäischen Marktes lag, der um 6,5 Prozent anwuchs. Im gleichen Zeitraum erzielte der Marktführer Fujitsu Siemens auf dem deutschen Markt ein Wachstum von 3,1 Prozent und setzte sich mit einem Marktanteil von 19,1 Prozent erneut gegen Hewlett-Packard durch, die mit einem Wachstum von 18,2 Prozent auf einen Marktanteil von 15,4 Prozent kamen. Dell Computer belegt bei einem Wachstum von 9,4 Prozent weiterhin den dritten Platz. Das größte Wachstum verzeichnete Vobis mit 177,7 Prozent und konnte mit einem Marktanteil von 5,3 Prozent den taiwanesischen Hersteller Acer mit 5,2 Prozent auf Platz fünf verweisen.

Der Desktop-Bereich ist ein offener Markt

Bei den positiven Faktoren, die im Desktop-Bereich für eine kontinuierliche Nachfrage sorgen, steht an erster Stelle das „offene System", das ein Desktop-Computer darstellt. Im Gegensatz dazu ist ein Laptop oder Notebook ein weitgehend in sich abgeschlossenes System, das benutzt wird, bis es verbraucht, irreparabel defekt oder technisch veraltet ist. Man rüstet ein Notebook nicht mit einem schnelleren Modem nach, ergänzt es nicht durch eine leistungsfähigere 3D-Grafikkarte oder eine schnellere Festplatte, spendiert ihm in der Regel keinen zusätzlichen 18 Zoll TFT-Monitor, keine drahtlose Mouse und keine High End Dolby 5.1 Soundkarte plus Boxen-Set. Ein aktueller handelsüblicher Desktop-PC läßt sich über mehrere Entwicklungsgenerationen hinweg aufrüsten, nachrüsten, schneller oder leistungsfähiger machen, mit neuer Software und neuem Betriebssystem ausstatten oder an solche Interessenten weiterverkaufen, deren Ansprüche an einen Computer noch gering sind. Das ist nur auf den ersten Blick ein Umsatzhemmnis. Unter allen gehobenen, langfristig nutzbaren Konsumgütern dürfte kein Produkt zu finden sein, bei dem im Durchschnitt ein so vielfacher Betrag des Erstkaufspreises für Anschluß- und Erweiterungskäufe ausgegeben wird, wie bei Desktop-PCs.

Desktop-Absatz höher, als die Statistik ausweist

Bei der Betrachtung des Desktop-Bereichs ist eine grobe Unterteilung in zwei Rechnertypen sinnvoll: Zum einen sind das die sogenannten „Office-Rechner" mit Standard-Konfiguration, die den Anforderungen von Office-Applikationen und der Internet-Nutzung entsprechen. Das sind dann Rechner, die zumeist von großen Anbietern, wie IBM, Fujitsu-Siemens, Compaq, Dell, Vobis oder Acer im B2B oder über Systemhäuser geliefert werden und deren Stückzahlen sich in Absatz-Statistiken niederschlagen, die zu Unrecht als allgemeiner Maßstab für die Geschäftsentwicklung gelten. Wesentlich umfangreicher und wertmäßig höher ist jedoch der Umsatz-Anteil der von kleinen und mittleren Handelsbetrieben „zusammengeschraubten" Rechner, die sehr häufig „customized" mit qualitativ besonders hochwertigen Komponenten und Betriebssystemen und Software-Paketen nach der Wahl des Käufers bestückt werden. Die statistisch aussagekräftige Erfassung dieser Stückzahlen und Umsätze gestaltet sich naturgemäß schwierig, weshalb man auf einigermaßen belegbare Schätzungen angewiesen ist. Die von Organisationen und Marktforschungs-Unternehmen genannte Anzahl derartiger Kleinfertigungs-Betriebe schwankt zwischen 8.500 und 11.500 und ist mit einer hohen Dunkelziffer behaftet.

Der Motor des technischen Fortschritts läuft im Desktop

Die Finanzierbarkeit der Entwicklung und Produktion technischer Industrieprodukte setzt zwingend den Absatz nennenswerter Stückzahlen voraus. Wenn man das umfangreiche Angebot von 3D Grafikkarten mit hochentwickelten Grafikprozessoren mit der Performance einer Main-CPU betrachtet, deren Verkaufspreise in vielen Fällen gleich hoch wie für einen Durchschnittsrechner liegen, wenn man einen Blick auf 5.1 Soundkarten mit USB-Frontend und dem Funktionsumfang und Preis eines DVD-Mehrkanalverstärkers wirft, wenn man sich über DVB-TV-Zusatzkarten mit Schnittstellen für digitales Videorecording und Time-Shift Funktion informiert, dann wird deutlich, daß die Spitze der technologischen Entwicklung nach wie vor im Bereich der Desktop-Computer zu finden ist. Hier wird der CPU-War

Sony-Vaio Desktop-PCV-RX405

zwischen Intel und AMD ausgetragen. Hier werden schnellere Festspeicher-Technologien, Peripherie-Schnittstellen und BUS-Systeme entwickelt und zuerst eingesetzt. Hier befindet sich noch immer das Experimentierfeld der Industrie und der Nabel der Computer-Technologie, um den sich Peripherie-Sparten wie Software, Monitore, Displays, Drucker, Optical Disk Writer, Web Cams, Grafic Tablets, Router und Netzwerke drehen und gruppieren, flankiert von einem riesigen Sortiment an Zubehör und Verbrauchsmaterialien. Für die Orientierung in einem derartig umfangreichen und kom-

Täglich frische News: www.pos-mail.de

plexen Produktbereich ist der Kunde auf die sachkundige Beratung durch den Fachandel angewiesen, und deshalb braucht der Handel den Desktop-PC.

Brot und Spiele

Eine der faszinierendsten Eigenschaften eines Personal Computers ist seine Ambivalenz als Arbeitsgerät und jederzeit verfügbare Unterhaltungs-Maschine. Das dürfte einer der entscheidenden Gründe für die hohe Beliebtheit und große Verbreitung elektronischer Rechnersysteme sein. Dies gilt natürlich auch für mobile Rechner, die man ja im Business-Bereich nicht ausschließlich wegen der komfortablen Verfügbarkeit von Excel Tabellen, Powerpoint Präsentationen und Waren- oder Preislisten schätzt, sondern auch gern zum Anschauen von DVD-Filmen oder als Spielekonsole einsetzt. Doch als HighTech-Hobbyraum und Spielwiese ist der Desktop-PC mit seinen umfangreichen Konfigurations- und Erweiterungsmöglichkeiten haushoch überlegen. Ungeschlagen ist seine Universalität: Durch einfachen Programmstart wird in wenigen Sekunden aus einem EgoShooter Game ein Videoschnittstudio, Simulations-Spiel, elektronisches Soundstudio, Flug-Simulator oder eine realitätsnahe Modellbahnsteuerung. Und besonders für 3D-Spiele und Video-Bearbeitung werden inzwischen Systeme mit Leistungswerten und Ressourcen benötigt, die vor einem Jahrzehnt weltweit nur bei einer Handvoll Supercomputer zu finden waren. Sobald Freizeitinteressen und Hobbys ins Spiel kommen, haben rationale Erwägungen und die Abwägung der Kosten/Nutzen-Relation keine Chancen mehr. Etat-Limits werden mit einem Achselzucken zur Seite geschoben. Im Marktsegment für Power-User und HighTech-Computer können durchaus überdurchschnittliche Margen eingefahren werden. Das funktioniert jedoch nicht mit dem einfachen Über-den-Tisch-reichen. Dem potentiellen, meist technisch versierten Kunden muß man mit Sachkunde vermitteln können, was er braucht, und warum er das eine und nicht das andere erwerben sollte. Einzelhandelsunternehmen, die bevorzugt diesen Markt bedienen, betreiben immer häufiger parallel auch erfolgreich einen Online-Shop, um Synergie-Effekte auszuschöpfen.

Leopold Bonengl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Sony Deutschland GmbH:

Viele halten den PC-Markt für keinesfalls ergiebig: „Regelrecht verbrannt durch die Preisschlachten verschiedenster Lebensmittelketten, jedes Modell gegen das andere austauschbar, keine Marge, kein Geld zu verdienen.“ Dem möchte ich widersprechen. Es ist vielmehr wichtig, zu einer Marken- und Mehrwertstrategie in diesem Bereich zurückzufinden – zum Nutzen des Endverbrauchers, des Handels und der Hersteller. Sony hat sich in wenigen Jahren erfolgreich in der Top 10 des deutschen Notebookmarktes etabliert, weil unsere VAIOs mehr bieten, als nur ein tragbarer Computer zu sein. Mit unserem Konzept der VAIO World waren wir der Wegbereiter der Konvergenz zwischen Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie. Der durch das VAIO-Konzept gebotene Mehrwert „mehr Anschlußmöglichkeiten, mehr Programme, mehr Funktionalität, mehr Spaß“ wurde vom Anwender begeistert angenommen. Auf dem PC-Markt gilt es ebenfalls, Lösungen anzubieten, die dem Käufer größeren Nutzen bieten und mit denen Handel wie Hersteller Geld verdienen. So sind VAIO Desktop-PCs von Sony auch keine aus günstig eingekauften Komponenten bestehenden „Paletten Rechner“. Als Komplettsysteme eröffnen sie Anwendern eine Fülle an Einsatzmöglichkeiten wie z. B. Bildbearbeitung digitaler Fotos, Videoschnitt oder das Überspielen von Audiodateien auf MiniDisc. Und das sind wiederum Optionen, mit denen der Handel ein hervorragendes Zusatzgeschäft generieren kann.

„Built4you“: Fujitsu Siemens liefert Systeme nach Maß

Mit seinem neuen Marketingkonzept „Built4you“ unterstützt Fujitsu Siemens Computers seine Partner mit spezifischen Supply Chain Modellen, die es den Händlern ermöglichen, auf unterschiedliche Kundenansprüche in verschiedenen Marktsegmenten schnell und flexibel mit preiswerten Angeboten reagieren zu können. Neben dem bereits bekannten Value4you-Programm, das für Vertriebspartner ins Leben gerufen wurde, die klein- und mittelständische Kunden mit marktgängigen Geräten ausstatten, steht den Partnern mit „Built4you“ ab sofort ein Programm zur Verfügung, das noch individueller auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten ist.

Dazzle Digital Video Creator:

Videos und DVDs selbst erstellen

Eine externe Video-Schnittlösung mit schnellem USB 2.0 Anschluß und drei mitgelieferten Software-Produkten stellt Dazzle mit dem Digital Video Creator 150 (DVC 150) vor. Nach Aussage des Herstellers wird damit ein weiterer wesentlicher Qualitätssprung bei einfachster Handhabung ermöglicht. Video Creator 150 ist das weltweit erste Video-Editing System mit USB 2.0 und nutzt Vorteile der neuen leistungsstarken USB 2.0 Schnittstelle beim Anschluß an bereits mit dieser Schnittstelle ausgerüstete PCs, ist jedoch abwärtskompatibel zu der bisherigen USB-Schnittstelle 1.1.

Dazzles DVC 150 kann Videos von jedem Camcorder, TV-Gerät oder Videorekorder auf den PC übertragen. Während der Übertragung und Speicherung auf der Festplatte konvertiert ein integrierter DVD Encoder-Chip das Video-Streaming Signal in Echtzeit in das DVD-Format (MPEG-2). Optional lassen sich Videosignale auch wahlweise in die Formate AVI, DV, DVD, SVCD, MPEG-1,VCD, Real Media und Windows Media konvertieren. Die Anschlüsse Audio In/Out, Video In/Out und S-Video In/Out und das USB 2.0 Interface sowie der Stromanschluß befinden sich auf der Rückseite der Breakout-Box. Drei auf der Vorderseite angebrachte LEDs zeigen den Betriebsstatus der DVC 150 an.

Dazzle Digital Video Creator 150 (DVC 150) wird zum UVP von Euro 249,90 im Fachhandel und in den Filialen der PC-Handelsketten angeboten.

DVC150 mit Peripherie

„Magix Fotos“: Meistverkaufte Diashow-Software

Seit Monaten ist „Magix Fotos“ in den Top 10 der Charts (GfK, Software, Non-Game) vertreten.

Pünktlich zur Weihnachtssaison ist nun der Nachfolger, „Magix Fotos auf CD & DVD 2.0“, mit neuen Funktionen, wie Nachvertonungsautomation, Komplettübersicht, Endlosschleife und Panoramafunktion zum Preis von Euro 29,99 im Handel erhältlich. Die Erstellung digitaler Fotoalben, Archive und Diashows auf dem TV-Gerät ist zu einem weit verbreiteten Hobby geworden. Das ist sicherlich zu einem nicht unbedeutenden Teil auf die schnell erzielbaren professionellen Ergebnisse mit der mehrfach ausgezeichneten Software „Magix Fotos“ zurückzuführen. In nur drei Schritten, scannen, laden, bearbeiten, brennen, können Fotografien von der Digitalkamera oder dem Scanner direkt als multimediale Diashow oder interaktives Archiv auf (S-)VCD und (Mini-) DVD aufgezeichnet werden. Einzelbilder lassen sich mit dem neuen Sortiermodus blitzschnell ordnen. Mit der Panoramafunktion werden virtuelle Kameraschwenks über Fotoreihen erstellt. Verbesserte Restaurierungstools und ein neues Antiflimmer-Filter helfen bei der Erzielung einer noch höheren Bildqualität.

„Record, Edit, Store – Go!“ mit Sonys Desktop-PCs

Mit den drei Modellen seiner neuen Desktop-Serie VAIO RX400 bietet Sony potentiellen Kunden nach eigener Aussage ultimative PC-Systeme für „Kreativität, Vernetzung und Spaß an“. Die Abstufungen bei der Ausstattung der in ihrem Aussehen nahezu gleichen Modelle VAIO PCV-RXG408, PCV-RX405 und PCV-RX402 richten sich nach dem geplanten Haupt-Einsatzzweck und schlagen sich in unterschiedlichen Verkaufspreisen nieder. Im Vordergrund der gebotenen Leistungen stehen die Multimedia-Qualitäten der VAIO

Die Anschlüsse beim Sony-VAIO-Desktop-PCV-RXG408.

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

www.loewe.de

LOEWE.

Desktops. Das Topmodell der Reihe, der VAIO RXG408, verfügt über beste Voraussetzungen für semiprofessionelle und anspruchsvolle Video-Arbeit und überzeugt mit der im oberen Bereich angesiedelten technischen Ausstattung und seinen Speicherressourcen. Als CPU wird ein Intel Pentium 4 Prozessor mit 2,66 GHz Taktfrequenz eingesetzt, die von 512 MB Arbeitsspeicher unterstützt wird. Auf der 160 GB fassenden Festplatte ist Platz für viele Stunden Videofilm in digitalem Format. Das integrierte DVD-RW-Laufwerk macht den VAIO RXG408 zur Multimedia-Maschine. „Record, Edit, Store – Go!“ ist der von Sony gewählte Slogan für diesen Desktop-PC. Mit der neuen, im Lieferumfang enthaltenen Software „Giga Pocket“ kann der Anwender Fernsehprogramme auf der Festplatte speichern, bearbeiten und mit „Click to DVD“ auf DVD brennen. Selbst das im Verkaufspreis günstigere System VAIO PCV-RX405 ist mit einem DVD-RW-Laufwerk und „Click to DVD“ ausgestattet. Bei VAIO PCV-RX405 sorgen ein AMD Athlon XP 2400+ Prozessor, 256 MB Arbeitsspeicher und eine 60 GB-Festplatte für die erforderliche Rechner-Performance.

Als Einstiegsmodell zum moderaten Preis bietet sich der VAIO Desktop-PC RX402 an, der mit einer AMD Athlon XP 2200+CPU, 40 GB fassender Festplatte und einem CD-RW-/DVD-ROM-Laufwerk ausgestattet ist. Alle VAIO Desktop RX400 Modelle sind mit einer 64 MB Video RAM 3D-Grafikkarte vom Typ NVIDIA GeForce4 MX460 ausgerüstet, die höchsten grafischen Anforderungen entspricht, und im Arbeitsspeicher mit schnellem DDR-SDRAM bestückt. Alle Modelle verfügen über eine i.LINK (IEEE1394) Firewire-Schnittstelle, Memory Stick-Steckplatz, TV-Ausgang und USB 2.0-Port (zirka 40mal schneller als USB 1.1). Für hohe Spiel- und Streamingleistungen beim Bezug von Audio- und Videodaten aus dem Internet sorgt das „Broadband Gateway-Konzept“ der VAIO RX400-Serie. Mit dem bereits vorinstallierten Microsoft Windows XP Home verfügen die neuen Desktops über ein hervorragend für den Betrieb hochwertiger Multimedia-Komponenten geeignetes Betriebssystem. Die speziell für den Einsatz auf den einzelnen VAIO Desktops entwickelten Software-Programme Giga Pocket, Click to DVD und SonicStage überzeugen durch ihre leichte Bedienbarkeit und den großen Funktionsumfang. Alle RX400-Modelle sind außerdem mit dem gewohnt umfangreichen VAIO-Software-Paket ausgestattet. Dazu gehören neben „Adobe Photoshop Elements“ auch „DvGate“ zum Überspielen von Digital Video direkt vom Camcorder sowie „MovieShaker“ und „Adobe Premiere LE“ (nur RXG408 und RX405) zum Editieren des Videomaterials. Die unverbindlichen Preisempfehlungen sind:

VAIO PCV-RXG408: 2.300,- Euro,
VAIO PCV-RX405: 1.500,- Euro,
VAIO PCV-RX402: 1.000,- Euro

Sony-VAIO-Desktop-RX405

Scenic S2: Der „Green“ PC von Fujitsu Siemens Computers

Fujitsu Siemens Computers legt auf die Umweltverträglichkeit seiner Produkte größten Wert. Zu diesem Zweck hat der Marktführer auf dem deutschen Computermarkt für seine Produktionsbetriebe ein ausgefeiltes, ganzheitliches Konzept entwickelt. Das Ziel der höchstmöglichen Umweltverträglichkeit bestimmt von Konstruktionsbeginn an die Planung der Zusammensetzung der verschiedenen, zur Herstellung eines Geräts eingesetzten Materialien und Komponenten und die Methoden zu ihrer Verarbeitung. Die Aspekte der Umweltverträglichkeit bestimmen die Materialauswahl, den Produktionsprozeß, die Verpackung und den Versand und enden erst nach dem erfolgten Recycling. Mit dem neuen „Green PC“ setzt Fujitsu Siemens Computers nun diese bereits seit Jahren erfolgreich umgesetzte Linie fort und übertrifft mit dem Ergebnis sogar die Kriterien des Blauen Engels und des Nordic Swan. Bereits vor acht Jahren entwickelte Fujitsu Siemens Computers schon einen „Green PC“ und wurde als erstes Unternehmen mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Mit dem Scenic S2 Green PC bringt das Unternehmen jetzt einen umweltfreundlichen PC auf den Markt, der die für Blei und Halogen geplanten Umweltrichtlinien von 2006 erfüllt. Der Scenic S2 ist neben seinen grundlegenden umweltverträglichen Eigenschaften wie: Kunststoffe ohne halogenhaltige Flammhemmer, Energiesparfunktionen bei der Stromversorgung, recyclinggerechte Konstruktion, auch mit einem umweltverträglichen Mainboard ausgestattet und ist einer der leisesten PCs seiner Klasse.

Das Green Mainboard D1382-G

Durch die Verwendung von blei- und halogenfreien Leiterplatten sowie den Einsatz bleifreier Lötprozesse gelang es Fujitsu Siemens, den Anteil von Blei je Mainboard von bisher ca. 12 g auf weniger als 3 g zu reduzieren. Restblei ist nur noch in den Komponenten und Chips enthalten. Komplettiert wird das ökologische Konzept durch die nach Öko-Audit (ISO 14001) zertifizierte Produktion. Das bedeutet die Umsetzung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses bei der Reduktion von Umweltbelastungen. Die weiteren bei diesem Green Mainboard verwirklichten ökologischen Features umfassen die Funktion des „Thermal Management“ und damit die Vermeidung unnötigen Lärms durch CPU- und Netzteillüfter. Nur bei starker Erwärmung der CPU drehen die Lüfter höher. Bei niedriger CPU-Belastung bleiben die Lüfter im Silent Mode sogar vollständig abgeschaltet. Durch „HDD-Silent Mode“ wird unnötiger Lärm durch die Festplatte vermieden. Die Funktion des „IA-PC“ (Save-To-RAM) reduziert den Stromverbrauch des PCs auf weniger als 5 W im Standby-Betrieb. Der PC fährt nach dem Einschalten ohne zeitaufwendiges Booten innerhalb weniger Sekunden wieder exakt in den Zustand hoch, in dem er ausgeschaltet wurde. Dadurch wird auch bei kleinen Pausen oder Arbeitsunterbrechungen die Abschaltung sinnvoll. Beim 845G Chipsatz von Intel sind Grafik, Audio und LAN bereits im Mainboard integriert. Eine zusätzliche Belastung durch blei- und halogenhaltige Add-on-Karten wird dadurch verhindert. Der ergonomische und umweltfreundliche Scenic S2 Green PC ist leistungsstark und leise. Platzsparend ist er der ideale PC für mittelständische und große Unternehmen, die gleichzeitig Wert auf umweltfreundliche Produkte legen.

Breitformat-Monitor Samsung SyncMaster 241 MP TFT

Mit dem neuen SyncMaster 241 MP TFT von Samsung steht ab sofort ein sehr interessanter PC-Monitor zur Verfügung, der alle denkbaren Bildsignale im optimalen Seitenformat und hervorragender Bildqualität darstellt. Das silberne, elegant und außergewöhnlich exclusiv aussehende 24-Zoll-Display im 16:9 Seitenformat, mit 61,2 cm sichtbarer Bildschirmdiagonale und 1920 x 1200 Pixeln natürlicher Auflösung, erreicht einen Helligkeitswert von 270 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 500:1. Der Betrachtungswinkel beträgt horizontal wie vertikal 170°. Die Reaktionszeit der TFT-Zellen des Bildschirms vom Typ a-siTFT/PVA liegt bei nur 25 ms und garantiert damit eine scharfe Abbildung dynamischer Bildinhalte ohne Nachzieheffekte. Die horizontale Ablenkfrequenz liegt bei 30–85 kHz und die Bildwiederholfrequenz bei 55-85 Hz. An Schnittstellen stehen zur Verfügung: Analoger 15 Pin Sub-D Anschluß für Computergrafik, S-Video, Cinch und Scart. Damit kann der Bildschirm an einen Computer und an DVD-Player, TV-Tuner, Sat-Receiver oder andere Videosignalquellen angeschlossen werden.
Zum Lieferumfang gehören 2 externe Multimedia Lautsprecher mit 2 x 5 W und eine drahtlose Fernbedienung. Die Garantie umfaßt 3 Jahre Vor-Ort-Austauschservice. Erhältlich ist der Monitor ab Mitte November 2002. evo

Aufsehenerregend: Sony SDM-X202

Nicht nur durch seine gekonnt gestylte äußere Gestalt erregt das neue Display SDM-X202 Aufsehen. Mit dem 20-Zöller komplettiert Sony seine X-Serie mit einem neuen Spitzenmodell. Aufsehenerregend ist die Bildqualität des leuchtintensiven Displays, das dem Anwender mit einem Helligkeitswert von 250 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 450:1 kristallklare und scharfe Bilder liefert. Der Betrachtungswinkel liegt horizontal und vertikal bei 170 Grad, so daß mehrere Personen in unterschiedlichen Betrachterpositionen einen optimalen Bildeindruck haben. Für eine perfekte Farbdarstellung des LC-Displays sorgt die Sony Color-Tuning-Technologie. Die natürliche Auflösung beträgt 1.600 x 1.200 Pixel. Mit der kurzen Reaktionszeit der Bildzellen von nur 30 Millisekunden ist der SDM-X202 auch bestens für Computerspiele und die Wiedergabe von DVD-Filmen geeignet. Der SDM-X202 arbeitet mit dem derzeit schnellsten Grafikprozessor und mit einer Taktfrequenz von 200 MHz sowie einem Digital/Analog-Konverter mit 290 MHz. Der qualitativ angemessene Sound zum Bild wird über zwei integrierte Stereolautsprecher abgestrahlt. Mit drei Videoeingängen, einem DVI-D- und zwei D-Sub15-Anschlüssen ist das Display sowohl zu digitalen (DVI-D) wie zu analogen (HD15) Eingangssignalen kompatibel und läßt sich zwischen den unterschiedlichen Eingängen umschalten. Über einen integrierten USB Hub (2up, 2down) können zwei an das Display angeschlossene Rechner mit der gleichen Tastatur und Maus bedient werden. Die Garantie für den SDM-X202 beträgt 36 Monate Vor-Ort-Austauschservice und der UVP des bereits verfügbaren Geräts liegt bei 2.700 Euro.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Erste communicate! erhält viel Lob für Qualität und Format

Die Besucherzahl hat zwar die Erwartungen der Veranstalter nicht erfüllt, dennoch zeigte sich die KölnMesse mit der ersten communicate! in Köln zufrieden. Viele der 1.800 Teilnehmer, die den Weg zum Mittelstandsforum für neue Medien in die Halle 10 des Kölner Messegeländes gefunden hatten, lobten vor allem die Qualität der Präsentation und das neue Veranstaltungsformat, das Inhalte und Trends in den Vordergrund stellte.

Mit NetCologne (Bild oben), Arcor (Bild links) und der Deutschen Telekom (Bild rechts) waren auch einige der großen Netzanbieter auf der communicate! in Köln vertreten.
Fotos: hepä

„Internet und Telekommunikation für Ihr Business“, lautete das Motto der zweitägigen Herbstpremiere im Kölner Messeprogramm, die sich vor allem an kleinere und mittelständische Unternehmen richtete. Nicht Bits und Bytes standen im Vordergrund, sondern der Einsatz neuer technischer Systeme im geschäftlichen Alltag. 95 führende Anbieter und Organisationen aus der Internet- und Telekommunikationsbranche demonstrierten in etwa 80 Vorträgen, Diskussionen und Workshops und an verschiedenen Ständen unter anderem, wie die neuen Medien die Mobilität erhöhen, welche Dienstleistungsangebote es gibt, wie man die Abläufe im Unternehmen mit Hilfe der Technik optimiert, wie man schnell an die richtigen Informationen kommt.

Die von Microsoft gesponserte Key Note Area war einer von insgesamt drei Bereichen, in denen die qualifizierten Redner ihre Vorträge hielten.

Nach den Worten von KölnMesse-Geschäftsführer Bernd Aufderheide war die communicate! „ein wichtiger erster Schritt in einen Markt, der in Zukunft ein enormes Potential zu bieten hat. Wir sind von der communicate! überzeugt. Nun gilt es, die Zielgruppe Mittelstand stärker zu mobilisieren.“
Einige Highlights der Veranstaltung stießen bereits in diesem Jahr auf großes Besucherinteresse. Dazu zählten das D 21 Podium mit den Schwerpunkten eGovernment und eHealth, das TCC Konvergenz Forum, das sich dem Zusammenwachsen der verschiedenen Medien zu neuen Systemen widmete, oder das PC Praxis Forum zum Thema Urheberrechtsverletzung am „Tatort Internet“. Es gab eine spannende und kontrovers geführte Podiumsdiskussion rund um die „Always on Generation“, die rund um die Uhr im Netzwerk der neuen Medien kommuniziert. Erfolgreich wie bereits in der Vergangenheit zu verschiedenen Kölner Veranstaltungen verlief auch die IT-Business-Plattform NRW & Niederlande, auf der Kooperationen im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie zwischen Unternehmen aus beiden Regionen vermittelt wurden. Hochkarätig besetzt mit etwa 200 Top-Managern der nordrhein-westfälischen Internetwirtschaft war am Vorabend auch die Auftaktveranstaltung, der „EINRW Internet Summit“ auf Schloß Bensberg.

Veranstalter zählen 1.800 Teilnehmer

SIEMENS
mobile

www.siemens-mobile-partnerinfo.de

Willkommen im Extranet, der zentralen Kommunikationsplattform in der Welt der mobilen Telekommunikation. Hier finden Sie Produktinformationen, Datenblätter und Broschüren zu den aktuellen Siemens Handys. Außerdem haben Sie hier Zugriff auf die Siemens mobile Trainingsbausteine und den umfassenden technischen Support zu allen Siemens Mobiltelefonen.

Schließlich können Sie sich hier über die aktuelle Werbung informieren und Verkaufsförderungsmittel zur Unterstützung Ihres Abverkaufs abrufen.

Registrieren Sie sich am besten noch heute. Denn je schneller wir uns kennen lernen, desto erfolgreicher wird unsere Zusammenarbeit.

Machen Sie sich fit für die mobile Zukunft.

www.siemens-mobile-partnerinfo.de

Juwelen aus New York
Dress aus Paris
Schuhe aus Mailand

Startschuß für

Ein breitgefächertes Angebot auf Basis des offenen Standards für interaktives digitales Fernsehen

Es ist soweit. Die Multimedia Home Platform (MHP) ist „on air." Das Angebot auf Basis des offenen Standards für interaktives digitales Fernsehen der Sender ARD, ZDF und RTL ist in den Regelbetrieb übergegangen. Dazu stellen namhafte Hersteller Endgeräte in Form von Set-Top-Boxen und Fernsehgeräten mit integrierter MHP Funktionalität zur Verfügung.

Gemeinsam für MHP: (v. l. n. r.) Jochen Weymer (Sony), Lothar Kerestedjian (Panasonic), Björn Fehrm (Fujitsu Siemens Computers), Michael Albrecht (ARD), Dr. Helmut Stein (Premiere), Wolfgang Sponner (Philips), Dr. Simone Emmelius (ZDF), Dr. Georg Lütteke (Arbeitsgruppe Markteinführung MHP).

Der MHP-Standard wurde bereits im Februar 2000 veröffentlicht. Die Ergänzung für Internetzugang erfolgte im Juli 2001. MHP ergänzt die Standards des DVB-Konsortiums (DVB= Digital Video Broadcasting) und wird mittlerweile von mehr als 300 DVB-Mitgliedern aus 37 Ländern unterstützt. Die Mitgliedsorganisationen und -firmen kommen aus den Bereichen Dienste- und Programmanbieter, Telekommunikation, Informationstechnologie und Unterhaltungselektronik.

Mit MHP als einheitlichem Betriebssystem können Free-TV, Pay-TV, Digitalradio, Multimedia-Angebote und Internet-Dienstleistungen, einschließlich einer Reihe neuer anspruchsvoller, interaktiver Applikationen, angeboten werden. Standardelemente, wie die Programmierschnittstelle API (Application Programming Interface), legen ein offenes, europaweites und zukunftssicheres System fest, das es möglich macht, neue Anwendungen für einen freien Wettbewerb im Markt zu entwickeln. Dies bietet Vorteile für alle Beteiligten. Dem Endanwender bietet sich die Möglichkeit, mit einer MHP-tauglichen Set-Top-Box oder einem digitalen TV-Gerät mit integrierter MHP-Lösung (iDTV = integrated Digital TV) alle multimedialen und interaktiven Anwendungen zu nutzen.

Die Sendeanstalten und Hersteller sind soweit. Das neue TV-Zeitalter kann beginnen. MHP macht digitales Fernsehen interaktiv, bringt Zusatzinfos, E-Mail und Shopping auf den heimischen TV-Bildschirm.

Die deutsche MHP MarCom Gruppe begleitet die Markteinführung mit weiteren Marketing- und Kommunikations-Aktivitäten.

Mit einer Ausrichtung primär auf Handel und Presse sowie im zweiten Schritt auch auf Konsumenten erfolgte bzw. sind u. a. die Überarbeitung des Internet-Auftritts auf der Seite www.mhp-forum.de, die Erarbeitung gemeinsamer Präsentationsmittel, Händlertrainings via Internet sowie begleitende Aktionen zu vielen relevanten Veranstaltungen geplant.

Darüber hinaus gibt es einen regelmäßigen MHP-Newsletter, der über die Web-Site abonniert werden kann. Die Aktivitäten der MHP MarCom Gruppe in Deutschland werden von folgenden Sponsoren unterstützt: ARD Digital, Astra, Gist Communications, Grundig, Fraunhofer Institut Medienkommunikation, Fujitsu Siemens Computers, Institut für Rundfunktechnik (IRT), Nionex GmbH, Nokia, Panasonic, Philips, Premiere, RTL Newmedia, Scip, Sony und ZDFvision.

Neue Endgeräte fördern Verkaufsargumente

Das aktuelle Angebot an Endgeräten für den offenen Standard auf MHP-Basis bietet dem Fachhandel schon im laufenden Weihnachtsgeschäft vielseitige Verkaufsargumente. Panasonic beispielsweise präsentiert mit dem TU-MSF100 einen Universaldecoder, der heute schon PC-Plattform, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik zusammenwachsen läßt. Der Decoder ist mit einer 121 MHz CPU, 40 MB Systemspeicher und einem V90 Modem ausgestattet. Darüber hinaus enthält die Set-Top-Box einen großen Flash-Systemspeicher für das Zwischenspeichern von personalisierten Daten und Informationen wie beispielsweise Gameshows, Lesezeichen oder TV-Programmzeitschriften. Der TU-MSF100 ist rück- und aufwärtskompatibel zu bestehenden und zukünftigen iTV-Diensten. Er arbeitet mit den Betriebssystemen MHP1.0 und Open TV EN 2.3. Nach ausgiebigen Tests und umfangreichen Qualitätsprozeduren erteilte das DVB Project Office Schweiz der Matsushita Electric Industrial, Japan, und damit verbunden der Panasonic Deutschland

Der Inter@ctive DSR 5600 ist der neueste Home Receiver von Philips, der digitalen Satellitenempfang und interaktives Fernsehen auf MHP-Basis ermöglicht.

MHP

GmbH als erstem Anbieter das Recht den Decoder mit dem MHP-Logo zu versehen. Seit Oktober unterstützt Panasonic die Markteinführung mit der „Entertainment Network Promotion Tour“ deutschlandweit. Zudem wird den Fachhandelspartnern seit November mit einer Schulung und einer Informationsbroschüre samt DVD mit dem Titel „Was ist MHP“ Unterstützung geboten. Zudem kooperiert Panasonic mit ARD Digital bei MHP Gameshows. Mit dem Inter@ctive DSR 5600 präsentiert Philips seinen ersten Home Receiver, der digitalen Satellitenempfang und interaktives Fernsehen auf MHP-Basis ermöglicht. Der Receiver rüstet jedes TV-Gerät auf den Empfang von digitalem Satelliten-Fernsehen aus. Durch ein eingebautes Telefonmodem (V90) steht außerdem ein

Sony bietet bereits seit der Internationalen Funkausstellung im vergangenen Jahr den Digital Wega-Fernseher mit digitalem Satellitenreceiver auf Basis des MHP-Standards an. Das Gerät steht für Kinoerlebnis, Designermöbelstück und Interaktivität.

Rückkanal für eine direkte Interaktion mit Programminhalten zur Verfügung. Das Gerät verfügt über 9999 TV- und 9999 Radio-Programmspeicherplätze und bietet Scart- und Audio-Stereo-Cinch-Ausgänge sowie einen digitalen Audio-Ausgang (Stereo und Dolby Digital 5.1). Eine Fernbedienung für TV, DVD, Videorecorder und Audio-Systeme ist im Lieferumfang enthalten.
Der Philips Inter@ctive Home Receiver DSR 5600 MHP ist seit November lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 479,- Euro.
Sony bietet bereits seit der Internationalen Funkausstellung in Berlin im vergangenen Jahr den Digital Wega-Fernseher mit digitalem Satelliten-Receiver auf Basis des MHP-Standards an. Ausgestattet mit einem schnellen Modem und Virtual-Dolby-Surround-System steht das Gerät aus der Wega-Serie für Kinoerlebnis, Designermöbelstück und Interaktivität. Mit Common Interface ausgerüstet, kann der Anwender in Zukunft Pay-TV-Programme empfangen. Software Updates erhält er über Satellit. Die Freischaltung von MHP-Diensten erfolgte im Oktober dieses Jahres. Ein speziell von Sony entwickelter Navigator führt den Zuschauer schnell und bequem durch die Programme und hilft beim Abrufen von Zusatzinformationen. Dabei kann der Nutzer sogar sein persönliches TV-Profil erstellen, indem er Favoriten speichert. Umfangreiches Schulungsmaterial ist auf der Sony Website www.sony.de/academy für den Handel bereitgestellt.
Wie bei allen Weiterentwicklungen gibt es auch bei MHP keinen „harten“ Übergang, bei dem von einem Tag auf den anderen das komplette Angebot von Anwendungen und Geräten am Markt bzw „on air“ ist. So werden zu den aktuell vorhandenen Applikationen in Kürze weitere folgen, auch von neuen Anbietern am Markt. Mit der Verfügbarkeit von Endgeräten verhält es sich analog dazu. *miz*

Panasonic präsentiert mit dem TU-MSF100 einen Universaldecoder, der heute schon PC-Plattform, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik zusammenwachsen läßt. Als eines der ersten Geräte im Markt ist der TU-MSF100 mit dem MHP-Logo versehen. Für den Verbraucher ist das Signet eine wichtige Entscheidungshilfe.

Das Programm-Angebot auf MHP-Basis

ARD: Nachdem auf der diesjährigen CeBIT in Hannover die ersten Test-Applikationen gezeigt wurden, hat die ARD seit dem 23. August MHP-Applikationen „on air“. Diese Applikationen stellen Bestandteile des interaktiven TV-Portals von ARD digital dar. Ziel der ARD ist, das vollständige TV-Portal (EPG und ARD-Online-Kanal), mit dem sich Fernsehen, Hörfunk und Multimedia-Angebote unter einem Dach befinden, auf Basis des offenen Standards auszustrahlen. Bei den ersten MHP-Anwendungen aus dem TV-Portal handelt es sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt um die Startseite des TV-Portals „Jetzt-Anzeige“ (TV-Surfer und EIT-Auswertung), mit der sich die Zuschauer einen schnellen Überblick über alle parallel ausgestrahlten Sendungen aus dem ARD-Programmangebot verschaffen können. Außerdem bietet die ARD Nachrichten von ARD-aktuell, die vor laufendem Fernsehbild einblendbar sind. Hinzu kommen Inhalte, wie sie bereits aus dem ARD-Online-Kanal bekannt sind, beispielsweise multimediale Features zu den „ARD Ratgeber“-Sendungen. Entlang der schrittweisen Klärung der Interoperabilitäts-Fragen und der Performance-Stabilisierung der Endgeräte wird die ARD die volle Funktionsfähigkeit des TV-Programms herstellen. Was darüber hinaus neue, interaktive Specials zu ARD-Sendungen anbelangt, so ist die Entwicklung bereits im vollen Gange. Dabei stehen, laut Aussage der ARD, auch bei weiteren Entwicklungen die Bedürfnisse der Zuschauer im Vordergrund. Wesentliche, richtungsweisende Entscheidungen stehen für die Vertriebswege an. Als Programmveranstalter beteiligt sich die ARD aktiv an der DVB-T-Einführung in Berlin Potsdam. Hier muß, insbesondere dank der Verfügung der Endgeräte im Markt, die Entwicklung der Kabelnetze vorangetrieben werden.

Premiere: Der Abonnentensender Premiere hat ebenfalls auf der diesjährigen CeBIT mit den Anwendungen „Premiere Sport Interactive“ und der Multifeedfunktion bei Formel 1-Übertragungen erste interaktive MHP-Applikationen präsentiert. Beide Applikationen, die auch auf der IBC in Amsterdam zu sehen waren, sind fertig entwickelt und können rein technisch betrachtet noch vor Weihnachten „on air“ gestellt werden. Die Entscheidung über die flächendeckende Einführung von MHP-Applikationen bei Premiere hängt in erster Linie davon ab, wie groß der Anteil der MHP-Receiver unter den Premiere-Abonnenten ist. Denn um MHP bei Premiere nutzen zu können, muß der Zuschauer Abonnent sein. Premiere wird ab spätestens Frühjahr 2003 MHP-Anwendungen anbieten. Bis dahin wird der Sender über eine Software-Aufspielung die d-box 2 auf MHP umstellen.

RTL: RTL Television startete bereits zur IFA 2001 den MHP-Testbetrieb und entwickelte verschiedene Anwendungen über die 100-prozentige Tochter RTL Newmedia kontinuierlich weiter. So wurden Applikationen wie interaktive Wetterkarten, Horoskope oder der elektronische Programm-Guide für den MHP-Standard portiert. In Kürze können die Nutzer von MHP-fähigen Set-Top-Boxen zudem das beliebte Trainingslager zum Erfolgsquiz „Wer wird Millionär?“ mittels ihrer Fernbedienung spielen. Geplant ist darüber hinaus die Umsetzung des E-Mail und SMS-Services, den RTL über digitale Satellitenreceiver mit „open-TV“-Technologie anbietet, in MHP. Langfristig arbeitet RTL Newmedia an digitalen Anwendungen, die es dem Zuschauer erlauben, zeitsynchron bei Live-Übertragungen von TV-Shows, Formel 1-Rennen oder Fußballspielen mitzuraten, Tips abzugeben, zu wetten oder mit virtuellen Aktien von Fahrern zu handeln. Ein weiterer Schwerpunkt sind Live-Chats über das TV-Gerät, mit denen RTL bereits im analogen Teletext (SMS-Chat to Teletext) großen Publikumserfolg erzielt.

ZDF: Seit August ist der ZDFdigitext im Testbetrieb „on air“. Auf der IBC im September wurde er erstmals öffentlich vorgestellt, und noch in diesem Jahr wird er als erste MHP-basierte ZDF-Applikation offiziell gelauncht. Der ZDFdigitext ist der aktuelle Informationsservice, der programmbegleitend die wichtigsten Meldungen aus den Bereichen Nachrichten, Politik, Wirtschaft, Sport, Wetter sowie Programmhinweise zu allen Angeboten von ZDFvision liefert. Bereits auf der IFA 2001 hat das ZDF darüber hinaus drei Prototypen von MHP-basierten Applikationen vorgestellt, an denen noch gearbeitet wird. Darunter das interaktive Kinderquiz „1, 2, oder 3“, bei dem die Kinder zu Hause gegen Kandidaten im Studio antreten können. Außerdem einen interaktiven Reiseratgeber im Rahmen des ZDFinfokanals. Ausgearbeitete Realisierungskonzepte für weitere Applikationen sind derzeit noch im Prüfungsstadium.

24 MONATE GARANTIE FÜR UE-PRODUKTE

Im Interesse der Kunden und Handelspartner

Die Verunsicherung bei der Klärung berechtigter Kundenansprüche angesichts geänderter Regelungen für Gewährleistungen hat seitens einiger Hersteller ein Ende gefunden. Als einer der ersten Vollsortimenter der Elektronik-Branche bietet Panasonic für die Marken Panasonic und Technics eine 24monatige Hersteller-Garantie. Ebenfalls geänderte Garantiefristen haben nun auch Grundig und Philips bekanntgegeben.

Bereits seit dem 1. Dezember 2001 gewährte Philips auf Consumer Electronics-Produkte eine Garantie von einem Jahr sowie eine zusätzliche Gewährleistung von weiteren 12 Monaten bei sogenannten anfänglichen Fehlern, also Fehlern, die bereits beim Kauf des Produktes bestanden. Mit dieser Regelung lag Philips deutlich über den gesetzlichen Regelungen, die lediglich ein halbes Jahr Herstellergarantie sowie weitere 18 Monate Gewährleistung bei anfänglichen Fehlern verlangen. Davon ausgehend, daß diese Unterscheidung in der täglichen Praxis zu einer Verunsicherung führt, hat Philips Consumer Electronics sich jetzt entschlossen, die einheitliche Herstellergarantie über zwei Jahre zu gewähren. Produkte, für die bereits in der Vergangenheit eine Garantiedauer von mehr als 24 Monaten galt – zum Beispiel PC-Monitore – bleiben von dieser Regelung unberührt.

„Mit einer Herstellergarantie über zwei Jahre besteht eine Lösung, die unseren Konsumenten und unseren Handelspartnern gleichermaßen Vorteile bringt“, kommentiert Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips GmbH und Leiter des Unternehmensbereiches Consumer Electronics, die neue Regelung. „Wir sind sicher, daß Philips mit dieser Entscheidung einen wesentlichen Beitrag zur Harmonisierung der Garantiepraxis in der Branche geleistet hat“, so Kamp weiter.

Zufriedenheit und Qualität im Vordergrund

Panasonic hat sich als einer der ersten Vollsortimenter der Elektronikbranche zu einer 24monatigen Garantieregelung entschieden.

„Für uns stand bei dieser neuen Regelung ganz klar die Zufriedenheit unserer Handelspartner und die Sicherheit unserer Endkonsumenten im Vordergrund. Da wir schon vor dem gesetzlich vorgeschriebenen Datum die zweijährige Gewährleistung auf Produkte unseres Hauses, die ab dem 1.12. gekauft wurden, angeboten haben, ist es nur folgerichtig, die neue Regelung rückwirkend zu diesem Datum in Kraft treten zu lassen“, so Ralf Hansen, Leiter Marketing für den Bereich Unterhaltungselektronik der Panasonic Deutschland GmbH. „Würden wir die 24monatige Garantie nicht rückwirkend gewähren, gäbe es praktisch eine ‘Versorgungslücke’. Das wollen wir in jedem Fall, besonders im Interesse des Handels, vermeiden“, so Hansen weiter.

Qualität spiele bei der Garantieregelung aber auch eine wesentliche Rolle, erklärt Ralf Hansen: „Panasonic ist durch die überdurchschnittliche Qualität der Produkte sicherlich deutlich eher als andere Anbieter in der Lage, diesen Schritt zu gehen. Wichtig ist dabei nicht nur die durch Testergebnisse immer wieder unter Beweis gestellte Qualität, sondern auch die Belastbarkeit und Langzeithaltbarkeit unserer Produkte. Die Ausfallrate unserer Produkte ist enorm gering. Das führt auch zu der hohen Zufriedenheit und Markentreue unserer Endkunden“.

Da in der Übergangszeit einzelnen Panasonic Produkten noch Garantiekarten ohne die erweiterte Regelung beiliegen können, bittet das Unternehmen seine Fachhandelspartner, sich die aktuellen Bedingungen im Panapool (www.business.panasonic.de) herunterzuladen und den Kunden jeweils einen Ausdruck zu übergeben.

Grundig hat sich in einem Brief an seine Handelspartner Ende Oktober ebenfalls zu einer 24-monatigen Garantieregelung erklärt. Mit dieser Entscheidung verzichtet das Unternehmen auf seine bisher praktizierte „12 plus 12-Monatsregelung“ und reduziert damit den Aufwand für seine Fachhandelspartner erheblich. Die zweijährige Garantieregelung gilt bei Grundig für alle ab dem 1. November 2001 bezogenen Geräte. *miz*

PoS Aktuell

BenQ Monitore jetzt auch bei Tech Data

Ab sofort bietet die Tech Data Deutschland GmbH ihren Vertriebspartnern die komplette Monitorlinie der BenQ Deutschland GmbH an. Die CRT- und TFT-Linien von BenQ zeichnen sich durch natürliche Farbwiedergabe, helle, brillante Bilddarstellung sowie integrierte Multimediafunktionen aus und sind betont benutzerfreundlich ausgelegt. Die ausgezeichneten technischen Werte und das ansprechende Design der Displays ergeben, in Verbindung mit den besonders günstigen und marktgerechten Preisen, eine Fülle von Verkaufsargumenten, mit denen BenQ in den vergangenen Monaten auf dem deutschen Markt beachtliche Absatzerfolge verzeichnen konnte.

Sony Ericsson und Palm arbeiten zusammen

Sony Ericsson und PalmSource, Anbieter des Betriebssystems für digitale Taschencomputer, haben sich in einem „Memorandum of Understanding“ verpflichtet, die Kompatibilität ihrer Produkte aus dem Bereich der mobilen Kommunikation zu gewährleisten. Anläßlich der Cellular Telecommunications Internet Association (CTIA) in Las Vegas verständigten sich beide Unternehmen darauf, den Datenaustausch über die Bluetooth-Schnittstellen von Sony Ericsson-Mobiltelefonen und mobilen Palm-Produkten zu optimieren. Sony Ericsson und PalmSource werden eng zusammenarbeiten, um sicherzustellen, daß Bluetooth-Handys von Sony Ericsson und Palm-Organizer (PDA) künftig problemlos miteinander funktionieren. Nutzer von Bluetooth-Produkten werden damit bald noch leichteren Zugang haben zu Informationen und Unterhaltung. Sie werden mit einer Vielzahl von Geräten kommunizieren können, ohne lästige Kabel. So kann ein Nutzer eine Telefonnummer aus einem Palm wählen und die Nummer per Bluetooth direkt über das Sony Ericsson-Handy anwählen. Durch General Packet Radio Services (GPRS) wird die mobile E-Mail- und Internet-Nutzung noch viel komfortabler und einfacher, weil man mit dem PDA On-Demand-Dienste abrufen kann, während das Handy in der Tasche bleibt. Dank Palms bedienerfreundlichem Betriebssystem werden Nutzer sehr vom drahtlosen Datenaustausch profitieren, der die Nachfrage nach 2,5- und 3G-Netzen und -Diensten steigern wird.

Vodafone D2 erzielt neuen Halbjahresrekord

Zwischen dem 1. April und dem 30. September 2002 hat die Vodafone D2 GmbH mit 1,038 Milliarden britischen Pfund (rd. 1,7 Milliarden Euro) ein neues Halbjahres-Rekordergebnis erzielt, d.h. gegenüber dem Vorjahreszeitraum wuchs in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2002/2003 das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) um elf Prozent. Der Umsatz insgesamt stieg um neun Prozent auf 2,251 Milliarden britische Pfund (rd. 3,6 Milliarden Euro). Damit konnte Vodafone D2 die EBITDA-Marge auf über 46 Prozentpunkte steigern. Auch der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) konnte im Vergleich zum Vorquartal von 26,1 auf 27,5 Euro im Quartals-Durchschnitt gesteigert werden. „Unsere konsequente Fokussierung auf wertvolle Kundensegmente und die Vermarktung von Innovationsdiensten während der letzten Monate greifen und beginnen, sich nun auszuzahlen“, betonte Jürgen von Kuczkowski, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vodafone D2 GmbH. Mit diesen Eckdaten ist Vodafone D2 die stärkste Landesgesellschaft des weltweiten Mobilfunk-Konzerns. Nach erfolgreicher Bereinigung der Kundenzahlen gewann Vodafone D2 – im Gegensatz zu einem Nettorückgang von 90.000 Kunden im Vorquartal – netto über 400.000 Neukunden im vergangenen Quartal hinzu.

Starken Einfluß auf die positive Entwicklung des Ergebnisses hatten auch die deutlich reduzierten Akquisitionskosten, die von durchschnittlich 110 Euro um rund ein Drittel auf nur noch 73 Euro je Neukunde gesenkt werden konnten. Von Kuczkowski: „Besonders positiv ausgewirkt hat sich die konsequente Abkehr von überzogenen Handy-Subventionen.“ Besonders erfreulich entwickelte sich nach Ansicht des Vodafone D2-Chefs der Anteil der Datendienste am Umsatz, der im September auf 16,2 Prozent wuchs. Das sind 2,1 Prozentpunkte mehr als vor einem Jahr. Absolut lag damit der Umsatz mit Datendiensten um 25 Prozent höher als im Vergleichsmonat des Vorjahres 2001 – laut von Kuczkowski das Ergebnis der zunehmenden Nutzung von Messagingdiensten und GPRS.

Samsung mit neuem Corporate Marketing Director

Seit dem 1. Oktober ist Thomas Ferrero neuer Corporate Marketing Director bei Samsung Electronics

in Schwalbach. Sechs Jahre lang war der gebürtige Schweizer für die Samsung Generalvertretung in der Schweiz tätig, zuletzt als Geschäftsführer. Vor seinem Einstieg bei Samsung war Ferrero unter anderem im Vertrieb von Apple Macintosh Computern und zuvor bei Eizo PC Displays beschäftigt.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Cyber-shot
Digital Still Camera

Die neue Sony DSC-F717.
Alles, was sie noch braucht, sind Sie.

Da werden Sie Augen machen. Denn die Cybershot DSC-F717 vereint digitale Präzision mit kreativer Vielfalt. Mit ihrem 5 Megapixel Super HAD CCD, bietet sie eine besonders hohe Auflösung. Und dank schwenkbarem Carl Zeiss Vario-Sonnar mit 5fach optischem Zoom spielt die Entfernung keine Rolle mehr – egal aus welchem Winkel.

Für Nachtschwärmer ist die F717 mit Nightframing und Laser-Autofokus ausgestattet und macht somit selbst bei absoluter Dunkelheit hervorragende Bilder. Der neue Blitzschuh erlaubt dabei auch den Einsatz von Standard-Blitzsystemen.

Fotografen, denen es nicht schnell genug gehen kann, werden an der kurzen Einschalt- und Auslöseverzögerung ihre Freude haben. Und damit die gesammelten Werke auch bequem auf dem kompatiblen PC landen, überträgt die USB 2.0 Schnittstelle nicht nur die Daten in der halben Zeit, sondern dank neuer Software auch vollautomatisch.

Diese Kamera sollten Sie nicht nur aus der Entfernung betrachten.

go create

SONY

MEMORY STICK

16 MB Memory Stick wird mitgeliefert. Sony, InfoLithium, Stamina und Memory Stick sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo.
www.sony.de/imaging

Sharps „Next Generation" der LCD-Mutterglasfertigung

Mit der Errichtung einer völlig neuen Produktionsanlage zur Fertigung sogenannter „Muttergläser" mit 4,5mal größerer Fläche als bisher schafft Sharp als erster Hersteller die entscheidenden Voraussetzungen für eine weitere Senkung der Fertigungskosten für LCD-Panels und stellt damit die Weichen in Richtung größerer und zugleich kostengünstigerer LCD-Bildschirme.

Baugrund und Projektplanung der neuen Kameyama Produktionsanlage von Sharp für Großformat-LC-Displays und -LCD-TVs. 241.200 m² Gesamtfläche auf 5 Etagen, Baubeginn 9/2002, Fertigungsstart 5/2004, 1.000 Beschäftigte, monatlicher Output 15.000 30 Zoll Panels.

Weil bei der Herstellung von LCD-Panels jedes Glas-Sheet, unabhängig von seinen Abmessungen, die zahlreichen erforderlichen Produktionsschritte in gleicher zeitlicher Abfolge durchlaufen muß, bedeutet eine Vergrößerung der Mutterglasfläche eine bessere Auslastung der Produktionseinrichtungen und zugleich eine höhere Ausbeute an fertigen LCD-Panels.

Die Gesetzmäßigkeiten und Auswirkungen sind in bezug auf Ausbeute und Stückpreis weitgehend analog zu den Gegebenheiten bei der Fertigung von Halbleiter-Chips und CPUs.

Eine Generation glatt übersprungen

Mit der Realisierung der Produktion von Muttergläsern mit den Abmessungen von 1.500 x 1.800 mm (acht 30"-Panels), statt der bisher üblichen 680 x 880 mm, überspringt Sharp gleich eine ganze dazwischenliegende Entwicklungsstufe. Der große, wörtlich zu nehmende „Fort"-Schritt wurde vor allem durch Jahrzehnte intensiver Forschung und fortlaufender Verfeinerung der Produktionsschritte möglich. Bei der zur Erzeugung filigraner LCD-Strukturen angewandten Maskentechnik haben mechanische und temperaturbedingte Verformungen des Glasträgers während des Produktionsprozesses einen hohen Einfluß auf die Güte und Präzision des Endprodukts.

Sharp definiert „Zukunft" mit „LCD"

Schon sehr früh hat sich Sharp festgelegt und seine ehrgeizigen Ziele definiert: Ab dem Ende des Jahres 2005 wird Sharp in Japan keine Röhrengeräte mehr vermarkten, und in Deutschland will man diese Ära Ende 2007 beenden.

Wenn dieses Konzept tragfähig werden soll, müssen sich die zukünftigen Verkaufspreise von LCD-TVs den Preisen für Röhrengeräte weiter annähern. Sharp ist zuversichtlich, daß insbesondere die neue Anlage zur Mutterglasproduktion dazu beitragen wird, die gesteckten Ziele zu verwirklichen. Deshalb glaubt man, in absehbarer Zeit auch bei großen Bildschirmen einen Basispreis von ca. 100,- EUR pro cm Bilddiagonale erreichen oder unterschreiten zu können, ein Eckpunkt, der bei der 15 Zoll Klasse bereits heute unterschritten wird. Ein 30 Zoll LCD-TV würde dann bei einem Verkaufspreis von etwa 3000,- Euro liegen. *evo*

Mit der neuen Produktionsanlage kann Sharp Panels in der Größe 1500 x 1800 mm (für acht 30"-Panels) herstellen, das ist eine 4,5mal so große Fläche wie bei den bisher üblichen 680 x 880 mm großen Panels.

Sharp: Kompletter Computer auf einer Glasscheibe?

Mit der Herstellung eines kompletten Microprozessors, der bekannten 8-Bit CPU Z80, auf einem Glassubstrat demonstriert Sharp die Einsatzmöglichkeiten seiner „Continuous Grain Silicon Technology", mit der vielleicht zukünftig ganze Rechnersysteme auf einem Glaspanel hergestellt werden können.

Eine komplette, funktionsfähige Z80-CPU hat der japanische Elektronik-Konzern Sharp auf einem Glassubstrat hergestellt. Mit der öffentlichen Präsentation dieses weltweit erstmalig realisierten Anwendungsbeispiels vor geladener Presse demonstriert Sharp die Leistungsfähigkeit und Einsatzmöglichkeiten seiner hochentwickelten „Continuous Grain Silicon Technology" (CGS). Das Beispiel einer Z80 CPU auf Glas wurde mit speziellem Bezug auf die Firmengeschichte gewählt: Der Z80 Microprozessor war die bekannteste in 8-Bit PCs eingesetzte CPU und wurde 1977 auch von Sharp produziert. Bei der Anwendung der CGS-Technik zur Produktion von LCD-Panels ersetzt man das amorphe Silizium herkömmlicher TFT-Schaltkreise durch speziell konditioniertes Polysilizium. In dem aus dieser Technik resultierenden Halbleitermaterial wird eine Elektronenbeweglichkeit von bis zu 300 cm²/Vs erreicht, wodurch sich wesentlich kürzere Schaltzeiten als mit amorphem Silizium ergeben und damit höhere LCD-Auflösungen realisieren lassen. Als Fernziel haben sich die Sharp-Entwickler ein komplettes „System on Panel" gesetzt. Damit ist ein komplett in das Display integrierter Computer gemeint, der in die Rückseite eines LCD-Panels integriert werden könnte. Die technische Verwirklichung dieses Vorhabens würde, um nur ein Beispiel zu nennen, einen entscheidenden Einfluß auf die Zukunft der gerade aktuell in den Markt eingeführten „Tablet PCs" und ähnlicher mobiler Devices haben. In naher Zukunft liegende Einsatzmöglichkeiten der Continuous Grain Silicon Technology könnten nach Meinung der Sharp-Entwickler optische Speicherkarten oder einfachere mobile Devices sein.

Sharp mit neuem lichtstarken Projektor

Mit dem XG-C50X präsentiert Sharp einen neuen Projektor, der Business-Präsentationen noch einfacher, überzeugender und abwechslungsreicher macht. Hohe Lichtleistung und ein Wechselobjektiv ermöglichen große Bilder. Seine kompakte Form und sein geringes Gewicht sorgen gleichzeitig für Mobilität. Sharp löst mit dem Projektor XG-C50X ein Dilemma vieler professioneller Anwender: Einerseits werden gerade bei Business-Präsentationen Leistung und Lichtstärke verlangt. Andererseits erfordern Konferenzen oder Schulungen an wechselnden Orten leichte und vielseitige Geräte.

Die Lichtstärke von 3.000 ANSI Lumen ist für ein Gerät seiner Klasse außergewöhnlich hoch. Bestechende Qualität erhält das Bild zusätzlich durch eine Auflösung von knapp 2,4 Millionen Pixeln. Durch das neuartige Farbmanagementsystem CMS ist es möglich, den Projektor auf verschiedene Signale und Datenquellen der Peripherie einzustellen. Wichtig für viel beanspruchte Geräte: Die Betriebszeit der Lampe beträgt im Low-Power-Modus bis zu 2.000 Stunden.

Gleichzeitig erlaubt der XG-C50X durch sein geringes Gewicht von circa fünf Kilogramm den unbelasteten, mobilen Einsatz. Durch das optionale Weitwinkelobjektiv produziert er auch in kleinen Räumen große Bilder. Der neue Bajonett-Verschluß, der schon vom Fotoapparat vertraut ist, ermöglicht den spielend einfachen und schnellen Wechsel zwischen Normal- und Weitwinkelobjektiv.

Um auch wechselnden Nutzern einen problemlosen Betrieb zu garantieren, ist zusätzlich auf der Oberseite des Geräts eine vereinfachte Bedienungsanleitung angebracht. Darüber hinaus erfolgt die Menü-Führung im gewohnt übersichtlichen Sharp-Stil.

Der Sharp XG-C50X verbindet Flexibilität mit Leistung. Er eignet sich insbesondere für die hohen Ansprüche der Business-Kunden. Das Gerät ist seit Ende September lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt von 6.899,00 Euro. *miz*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

FCB/Wilkens

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

LOOK INTO THE FUTURE

Die neue Olympus C-50 Zoom Digitalkamera:

5 Millionen Pixel.
High End in schönster Form.

Die Zukunft hat schon begonnen.

www.olympus.de

Samsung will die Revolution im Wohnzimmer

Samsung wird den Vertrieb seiner Plasma-, LCD-TV- und Rückprojektionsgeräte neu ordnen und den inzwischen auf das Niveau eines A-Brands gewachsenen Produktbereich durch zielgerichtetes Marketing, entsprechende Sortimentspolitik und nachhaltige Maßnahmen zur Imagepflege neu im Markt positionieren.

Bekanntheitsgrad bei 90%

„Wir kreieren Märkte", und „Samsung wird 2003 die Revolution im Wohnzimmer initiieren", lauteten zwei der Kernaussagen von Thomas Ferrero, Corporate Marketing Direktor, und Olaf Lietzau, Managing Direktor, anläßlich einer Pressekonferenz der Samsung Electronics GmbH Deutschland am 9. November dieses Jahres. Im Rahmen dieser Zielsetzungen wird Samsung Deutschland den Vertrieb in den Bereichen „Plasma-, LCD-TV- und Rückprojektionsgeräte" völlig neu ordnen, um den in den letzten Jahren technologisch und designmäßig auf das Niveau eines allerersten A-Brands gewachsenen Bereich neu zu positionieren.

Wie Olaf Lietzau erläuterte, erfreut sich der Markenname „Samsung" in Deutschland eines hohen Bekanntheitsgrades.

Ungestützt kennen 50 Prozent der Befragten und gestützt 90 Prozent den Markennamen Samsung. Das Unternehmen orientiert sich mit dem eigenen Anspruch an dem Markenbekanntheitsgrad von Sony und bei der Pflege

Olaf Lietzau, Managing Direktor und Unternehmenssprecher, anläßlich einer Pressekonferenz der Samsung Electronics GmbH Deutschland am Freitag, dem 9. November 2002.

und dem weiteren Ausbau eines markentypischen Designs an anspruchsvollen Produktmarken wie z. B. B&O.

LCD-TVs sollen Röhrengeräte verdrängen

Im Bereich der LCD-TVs will Samsung 2003 die „Revolution im Wohnzimmer" initiieren. Der Schwerpunkt der geplanten Aktivitäten soll bei den LCD-TVs mit Bilddiagonalen von 29 und 40 Zoll liegen. Mit einem lückenlos abgestuften Angebot von zur Zeit acht LCD-TV Modellen, davon fünf Geräte im Breitformat 16:9, ist das Unternehmen für derartige Ziele hervorragend aufgestellt. Samsung verweist in diesem Zusammenhang stolz auf das z. Zt. größte im Markt erhältliche LCD-TV Gerät, einen 40-Zöller im 16:9 Format von Samsung. LCD-TVs dieser Größe werden bisher von keinem anderen Hersteller angeboten. Auch bei Plasma-Geräten sieht sich Samsung sehr gut positioniert, ebenso wie bei den Rückprojektions-TVs, mit drei neuen Rückprojektionsgeräten in den Größen 43", 50" und 61".

Thomas Ferrero, Corporate Marketing Direktor der Samsung Electronics GmbH Deutschland.

LCD-TV Modell	Bilddiagonale	Format	Auflösung	Helligkeit	Kontrast	Ton
LW-40A13W	40" / 102 cm	16:9	1280 x 768	500 cd/m²	600:1	Virtual Surround 20W
LW-29A13W	29" / 74 cm	16:9	1280 x 768	500 cd/m²	600:1	Virtual Surround 20W
LW-22A13W	22" / 56 cm	16:9	1280 x 720	400 cd/m²	450:1	Virtual Surround 20W
LW-17N13W	17" / 44 cm	16:9	1280 x 768	450 cd/m²	400:1	Virtual Surround 20W
LW-17E24C	17" / 43 cm	4:3	1280 x 1024	350 cd/m²	400:1	Virtual Surround 15W
LW-15N13W	15" / 38 cm	16:9	1280 x 768	450 cd/m²	400:1	Virtual Surround 20W
LW-15E23C	15" / 38 cm	4:3	1024 x 768	450 cd/m²	400:1	Virtual Surround 10W
LW-15S13C	15" / 38 cm	4:3	1024 x 768	450 cd/m²	400:1	Virtual Surround 10W

Mit einer Modellpalette von acht LCD-TV-Geräten zwischen 38 cm und 102 cm Bilddiagonale kann Samsung ein dicht gestuftes Line up von LCD-TV-Geräten anbieten. Davon haben 5 Geräte das Breitband-Seitenformat 16:9.

Neue Partner für exklusiven Vertrieb gesucht

Für das neue Vertriebskonzept im Produktbereich Plasma-, LCD-TV- und Rückprojektionsgeräte sucht Samsung Partner, die diese Produkte exklusiv im Rahmen einer selektiven Partnerschaft vertreiben wollen. Ein entsprechend qualifiziertes Verkaufsteam aus dezidierten Mitarbeitern wird für diese Verkaufsschiene und die aktive Betreuung der Exklusiv-Partner verantwortlich sein. Geboten wird, neben aktiver Unterstützung auf verschiedenen Ebenen, auch eine Margengarantie, die natürlich eine verantwortungsvolle, fachhandels- und serviceorientierte Struktur der Handelspartner zur Voraussetzung hat.

Samsung will 10 bis 20% vom Kuchen

Für das Jahr 2003 rechnen Samsungs Vertriebsspezialisten in Deutschland mit einem Marktvolumen von 300.000 bis 350.000 Flachbildschirmen im Consumerbereich. Von diesem Kuchen will sich Samsung ein großes Stück von mindestens 10% abschneiden, sieht aber auch einen Anteil von 20% als realistisch erreichbares Ziel an.

Neue Dimensionen durch 40 Zoll LCD-TVs

Der Größen-Weltrekord für Fernsehgeräte mit TFT/LCD-Bildschirm liegt zur Zeit bei einer Bild-Diagonale von 102 Zentimetern (40 Zoll). Mit berechtigtem Stolz weist Samsung darauf hin, als erster Hersteller weltweit die Serienfertigung für LCD-TVs dieser Größe aufgenommen zu haben. Denn bisher galten 30-Zoll-Geräte (76 Zentimeter Bildschirmdiagonale) in dieser Produktgruppe als maximale Obergrenze. Das neue 40 Zoll LCD-TV LW-40A13W stellt Bildinhalte mit mehr als doppelt so vielen Pixeln dar, wie ein 42 Zoll VGA Plasma-Bildschirm. Mit 980.000 Pixeln bietet der LCD-TV Samsung LW-40A13W mit weiter optimierter Wide Screen-XGA-Lösung bei einer Auflösung von 1280 x 768 ein atemberaubend scharfes Bild im Seitenverhältnis 16:9. Die komfortabel weiten Betrachtungswinkel liegen vertikal wie horizontal bei 170 Grad. Das sichert Zuschauern weitestgehende Freiheit bei der Wahl unterschiedlicher Betrachterpositionen. Die außergewöhnlich hohe Bildqualität wird durch 16,7 Millionen darstellbare Farbtöne, einen Helligkeitswert von 500 cd/m² und das hohe Kontrastverhältnis von 600:1 garantiert. Für komfortable Bedienungs-Optionen stehen zwei voneinander unabhängige Tuner, eine Bild-im-Bild-Funktion und ein Dolby Digital Decoder zur Verfügung. Die integrierte Mega Text-Funktion ist mit einem Speicher für 2.000 Seiten ausgerüstet. Für hohe Flexibilität beim Anschluß einer Vielzahl unterschiedlicher Programmquellen stehen zwei Scart-Anschlüsse, ein S-Video Eingang und ein PC-Anschluß zur Verfügung. Mit einem Leistungsbedarf von nur 180 Watt verbraucht das neue 40 Zoll TFT-LCD-Fernsehgerät nur halb so viel Energie, wie ein gleich großer Plasma-Fernseher benötigt.

Das neue 40 Zoll TFT-LCD-Fernsehgerät LW-40A13W besitzt mit 980.000 Pixeln doppelt so viele Bildpunkte wie ein gleich großes Plasma-Display. Optimierte Wide Screen-XGA-Auflösung mit 1280 x 768 Pixeln und 170° Betrachtungswinkel horizontal wie vertikal sorgen für ein brillantes und scharfes Bild im Seitenverhältnis 16:9.

Flat Panel LCD-TV mit nur 26 mm Tiefe

Mit der Mitte 2002 erfolgten Markteinführung seines Modells LW-15S13C liefert Samsung einen weiteren eindrucksvollen Beweis für sein hohes Innovations-Potential. Das LCD-TV-Gerät mit einer Bildschirmdiagonale von 38 cm überrascht und besticht durch seine ebenfalls weltrekordverdächtige, ultraflache Bauweise: Mit einer Gehäusetiefe von nur 26 mm scheint das Bild scheinbar schwerelos im Raum zu „schweben". Bei einer Auflösung von 1024 x 768 erreicht das Gerät einen Helligkeitswert von 450 cd/m² und mit 400:1 ein hervorragendes Kontrastverhältnis. Integriert wurde Virtual Dolby Surround und eine Videotext-Funktion mit einem vier Seiten fassenden Speicher. Ein Scart-Anschluß, S-Video Eingang und ein D-Sub Eingang für den Einsatz als PC-Monitor ermöglichen den Anschluß aller gängiger Programmquellen.

Samsung zeigt erstes 46 Zoll TFT-Display für TVs

Auf einer Industrieschau in Yokohama, Japan, präsentierte Samsung der Öffentlichkeit erstmalig ein TFT-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 46 Zoll. Es soll im nächsten Jahr als Bildschirm für High Definition TV-Geräte auf den Markt kommen. Das 16:9-Display mit einer Auflösung von nur 1280 x 720 Bildpunkten ist mit seiner technischen Grundkonzeption vorrangig für den Einsatz als LCD-TV und weniger als PC-Monitor konstruiert. Das gewaltige Display erreicht eine Helligkeit von bis zu 500 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 800:1. Mit der extrem kurzen Reaktionszeit von nur 12 Millisekunden ist der Bildschirm hervorragend für die Darstellung bewegter Bilder geeignet. Auf der Ausstellung „electronica" vom 12. bis 15. November in München hat Samsung das 46 Zoll Display zum ersten Mal in Deutschland gezeigt. Preisvorstellungen für den 46" LCD-TV wurden von Samsung noch nicht genannt.

evo

LCD-TV Display Samsung LW15N13W mit 38 cm Bilddiagonale, Wideformat Format 16:9, 1280 x 768 Pixel, 450 cd/m² Helligkeit, Kontrastverhältnis 400:1 und Virtual Surround mit 20 Watt Ausgangsleistung

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Digital Handycam
DCR-IP55

Wer ist hier eigentlich das Topmodel?

Vorhang auf für die DCR-IP55 Digital Handycam. Ein Camcorder, dessen Design überall Aufsehen erregt. Seine kompakten Abmessungen kombiniert mit dem außergewöhnlichen, klappbaren Griff machen ihn zu einem der stylischsten Camcorder. Das Carl Zeiss Objektiv und der 1-Mio.-Pixel-CCD gewährleisten hervorragende Bildqualität im Video- und Fotomodus. Und wenn Sie möchten, dass auch andere sehen, was das technologisch innovative Topmodel kann: Senden Sie doch einfach Ihre besten Fotos oder MPEG-Kurzfilme per E-Mail ohne zusätzlichen PC an Ihre Freunde, wo immer Sie auch gerade sind. Mit der kabellosen Bluetooth™ Technologie brauchen Sie dazu nur ein Bluetooth™ fähiges Handy. So einfach ist das mit der neuen DCR-IP55, diesem überaus fotogenen Camcorder.

Bluetooth™ Sony und Digital Handycam sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo. Die Marke Bluetooth ist Eigentum von Bluetooth SIG. Inc., USA.
www.sony.de/imaging

go create

SONY

Sichere Rendite mit Zubehör von Hama

Von den Käufern einer Digitalkamera sagt man, sie beträten das Geschäft nur einmal, um die Kamera zu kaufen, und danach nie wieder. Dramatisch steigende Verkaufszahlen bei gleichzeitig starkem Preisverfall treiben deshalb so manchem HighTech-Händler mit Blick in die Zukunft Sorgenfalten auf die Stirn. Doch dazu besteht kein Anlaß: Wie schon bei der analogen Fotografie heißt auch hier das Schlüsselwort zur Sicherung der notwendigen Marge „Zubehör". Und im Gegensatz zur analogen Fotografie sind im Digitalen die Möglichkeiten, den Kunden mit zusätzlichen Utensilien auszustatten, sogar noch größer, denn neben klassischen Accessoires wie Taschen oder Stativen kommen bei der digitalen Fotografie noch spezielle Zubehörartikel hinzu.

Sinnvolle Zusatzangebote rund um das digitale Bild, die dem Anwender das Hobby erleichtern und seinen Spaß an der Fotografie erhöhen, bieten dem Händler gleichzeitig die Chance, Kompetenz zu zeigen und damit aus einem Erst- (oder Einmal-)Kunden einen Stammkunden zu machen. Eine gute Adresse in Sachen Zubehör ist seit jeher Hama – auch im Digitalzeitalter.

Stets die ausreichende Menge Energie zu haben, ist eines der Hauptprobleme von Digitalkameras, denn Chip, Zoomobjektiv, der eingebaute Blitz und vor allem der Monitor brauchen jede Menge Strom. Gut beraten ist da, wer auf wiederaufladbare Akkus zurückgreift.

Um diese nach Gebrauch wieder schnell „auftanken" zu können, bietet Hama mit dem DeltaPro und dem Delta 2/4 zwei moderne Schnelladegeräte an. Das vollautomatische DeltaPro eignet sich für Nickel-Cadmium- (NiCd) und Nickel-Metallhydrid (NiMH) Akkus der Größen Miro, Mignon und 9-V-E-Block. Seine vier Schächte werden einzeln von einem Mikroprozessor überwacht. Dieser erkennt die unterschiedlichen Ladezustände der Energiezellen und füllt jeweils exakt die benötigte Menge nach. Eine prozessorgesteuerte Ladeabschaltung verhindert Schäden an den Akkus. Durch

ein auswechselbares Netzteil und ein Kabel für Zigarettenanzünderbuchsen im Auto ist DeltaPro sehr flexibel. Hama bietet das Ladegerät speziell für Digitalfotografen in einem Paket mit Ladegerät mit Basisstation, Netzgerät, Zigarettenanzünderkabel, Akkubox und Mignon-NiMH-Akkus an.

Modernste Ladetechnik steckt auch im Delta 2/4, das in zirka drei Stunden wahlweise zwei oder vier der mitgelieferten 1850-mAh-

Akkus auflädt. Dabei verhindert eine prozessorgesteuerte Automatik das Überladen. Defekte Akkus werden von dem Gerät sofort erkannt; die getaktete Erhaltungsladung und die automatische Timer-Sicherheitsabschaltung sorgen für zusätzliche Sicherheit. Auch beim Delta 2/4 gewährleisten ein wechselbares Netzgerät und ein 12-Volt-Anschlußkabel hohe Flexibilität, zum Beispiel bei Reisen ins Ausland.

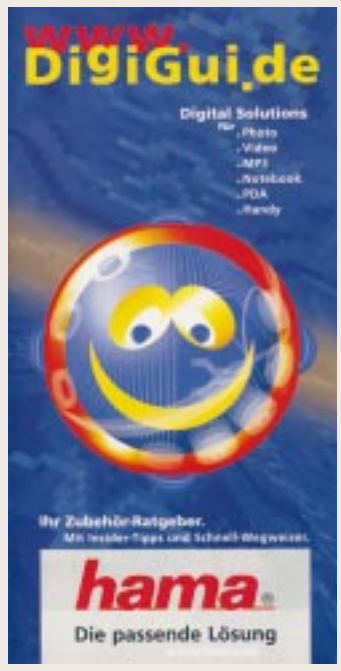
Ein weiteres Problem für Digitalfotografen und engagierte Bildbearbeiter sind die unterschiedlichen Speicherkarten, die in den verschiedenen Kameramodellen eingesetzt werden. Doch auch hier hält Hama mehrere Lösungen bereit. Zum Beispiel das universelle Lesegerät Multi Slot. Es liest und beschreibt alle gängigen Speicherkartenmodelle und erleichtert so den parallelen Einsatz verschiedener Wechselspeicher. Mit vier Steckplätzen für CompactFlash- (Typ I, Typ II, Microdrive) und SmartMedia-Karten, MemoryStick und Secure Digital bzw. MultiMediaCard sowie zwei Controllern läßt sich mit MultiSlot auch direkt von Karte zu Karte kopieren.

Im Zubehör-Sortiment von Hama finden sich viele hilfreiche Utensilien, die dem Anwender die Arbeit erleichtern und seinen Spaß am Hobby Fotografie erhöhen und dem Handel gleichzeitig die dringend benötigten Margen sichern.

Mit den Abmessungen 11 x 11 x 3 cm ist MultiSlot ein wenig größer als TravelDrive 6-in-1 (9,5 x 7 x 2 cm), ein weiteres Multi-Card-Lesegerät von Hama. Auch dieses ist in der Lage, Karten des Typs CompactFlash (Typ I, Typ II), SmartMedia, MemoryStick und SecureDigital bzw. MultiMediaCard zu lesen und zu beschreiben und unterstützt ebenfalls das Kopieren von Karte zu Karte.

Das zur photokina 2002 vorgestellte HubDrive von Hama liest nicht nur Speicherkarten, sondern ist auch gleichzeitig ein USB-Hub. Das Gerät ist mit drei Speicherkarten-Schächten für CompactFlash- (Typ I, Typ II) und SmartMedia-Karten sowie SecureDigital bzw. MultiMediaCard ausgestattet. Darüber hinaus bietet es zwei zusätzliche USB-Anschlüsse. Im Standby-Modus leuchtet der Unterboden des HubDrive orangefarben, während des Betriebs in Neon-Blau. Alle Lesegeräte lassen sich mit Windows- und Mac-Rechnern einsetzen.

Mit den Lesegeräten HubDrive, TravelDrive 6-in-1 und MultiSlot wird ab sofort eine kostenlose Software geliefert. Diese Photo Recovery-Software ermöglicht die Wiederherstellung defekter und/oder verlorener Daten. Die Einkaufspreise und die Verkaufspreisempfehlungen bleiben unverändert. *hepä*



Hama Digigui.de zeigt Anwendern alle Zubehör-Facetten

Mit dem Digigui.de, den es sowohl gedruckt als Broschüre als auch digital im Internet (www.digigui.de) gibt, ermöglicht Hama es den Kunden, in die Welt der digitalen Fotografie einzutauchen und anhand der exklusiven Zubehörprodukte diesen bunten Kosmos mit all seinen Facetten kennenzulernen. Der digigui.de führt Interessierte durch das gesamte Hama Digital Solutions-Sortiment und informiert sie beispielsweise über Filter, Objektive, Akkus, Speicherkarten, Stative und über die Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung. Vielfältige Insider-Tips helfen im Umgang mit dem dargestellten Zubehör gekonnt und unkompliziert. Als Anwendungsbeispiele gestaltete Bilddarstellungen zeigen zudem auf anschauliche Art Wirkungsweisen und Funktion der verschiedenen Zubehörartikel.

Hama erweitert Taschenprogramm um drei neue Serien

Auch analoges Zubehör bildet bei Hama nach wie vor ein wichtiges Standbein. Dazu zählen beispielsweise die beiden eigenen Taschenserien Auckland und Digital Soft sowie die Modellreihe Biskaya des Lizenzpartners Samsonite, die ab sofort das Hama Sortiment erweitern.

Die Modelle der Serie Biskaya sind aus strapazierfähigem und modischem Materialmix PU-Leder und Polyester gefertigt und bieten Platz für jede Ausrüstung. Details wie Schultergurt, Tragegriff, Gürtelschlaufe, Vorder- und Seitentaschen, die Netztaschen seitlich oder im Deckel, variable Innenteiler und Stellfüße gegen Schmutz und Nässe variieren je nach Modellgröße.

Speziell für digitale Kameras sind die fünf Modelle der Hama-Serie Digital Soft konzipiert. Neben dem sportlichen Outfit, das durch gummierte Zipper-Puller unterstrichen wird, soll vor allem ihr Innenleben überzeugen. Das extra-weiche Innenfutter aus Fleece-Material schützt speziell die hochempfindlichen LCD-Monitore vor Kratzern und anderen Beschädigungen. Gürtelschlaufe, Schultergurt und integrierte, kleine Netztasche für Speichermedien haben alle Modelle gemeinsam. Die beiden größeren bieten durch Vordertasche und Reißverschlußfach zusätzlichen Stauraum, variable Innenteiler machen das Hauptfach flexibler. Die Taschen sind in Schwarz, Schwarz/Rot oder Schwarz/Beige erhältlich.

Aus sieben Größenmodellen aus strapazierfähigem 840-D-Nylon-Material in den modischen Farbkombinationen Schwarz/Orange bzw. Schwarz/Silbergrau besteht die neue Taschenserie Auckland. Besonderen Wert haben die Monheimer nach eigenen Angaben auf das innovative Design der Taschen gelegt. So soll beispielsweise der asymmetrische Reißverschluß den Zugriff auf das Hauptfach vergrößern. Je nach Größe variieren die Ausstattungsmerkmale wie Nacken- bzw. Schultergurt, Gürtelschlaufe, Tragegriff, Vorder- und Seitentaschen und die variable Inneneinteilung.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neue Monitore und Navigations-Software von Alpine

Visuelle Highlights fürs Auto

Alpine Electronics hat seine Mobile-Multimedia-Palette weiter ausgebaut. Der Hersteller von Auto-HiFi- und -Navigationssystemen bietet fürs visuelle In-Car-Entertainment neue Produkt-Highlights an.

Neu im Programm sind der Overhead-Monitor TMX-R705 sowie die Bildschirme TME-M580 und TME-M760. Alle drei verfügen über ein 16:9-Breitbildformat und ein TFT-Activmatrix-Display, das sich durch eine brillante Bildwiedergabe auszeichnet. Der sieben Zoll große Overhead-Bildschirm des TMX-R705 verfügt über vielfältige Verstellfunktionen, so daß für jeden Anwender der Sichtwinkel individuell eingestellt werden kann. Mit Hilfe der Fernbedienung läßt sich der NTSC/PAL-kompatible Monitor sowohl aus- und einklappen als auch nach links oder rechts drehen. Zudem besitzt der mit einem AV-Ausgang und zwei AV-Eingängen ausgestattete TMX-R705 einen IR-Transmitter für kabellose Kopfhörer.

Auch die Modelle TME-M580 (5,8 Zoll) und TME-M760 (6,5 Zoll) eignen sich insbesondere für die optische Lotsenführung, aber auch für Entertainment im Fahrzeug an. Blaupunkt bietet hierfür Einbausets an, mit denen sich die Bildschirme hinten an den Kopfstützen anbringen bzw. darin integrieren lassen. Die Monitore sind mit einem Navigationseingang und integrierten Lautsprechern ausgestattet. Die UVP für den TMX-R705 beträgt 1.399,- Euro, für den TME-580 499,- Euro und für den TME-M760 699,- Euro.

Mit neuen visuellen Akzenten zeigt sich auch das für den Anschluß eines separaten Monitors konzipierte Navigationssystem NVE-N077PS von Alpine. Dank eines Software-Updates hat sich die Display-Gestaltung stark verändert. Das Breitbild-Format der neuen Bildschirme wird für eine Bildteilung genutzt, so daß auf zwei voneinander getrennten Anzeigenfeldern eine Vielzahl von Infos und Navigationshilfen angeboten wird. Der Anwender kann dabei aus verschiedenen Darstellungsmodi wie z. B. „Bedienungsmemü“, „Karte“ und „Autobahn“ jeweils zwei auswählen. Besonders hilfreich ist die neue grafische Präsentation von Autobahnanschlüssen. Die Straßen sind so plastisch gestaltet, daß ein kurzer Blick genügt.

Dank DVD-Technologie werden Routen in Sekundenschnelle ermittelt. Das gesamte bislang digital erfaßte Kartenmaterial von Europa ist auf einer Disk gespeichert,

Alpines neue Overhead-Monitore verfügen über ein 16:9-Breitbildformat und ein TFT-Activmatrix-Display, das sich durch eine brillante Farbwiedergabe auszeichnet.

die zudem die Adressen, z. T. inklusive Hausnummern und oft auch Telefonnummern, von rund 300.000 Points of Interest enthält. Darüber hinaus besitzt das Navigationsgerät NVE-N077PS eine Anschlußmöglichkeit für die aktive Stauumfahrung (TMC in Kombination mit spezieller Hard- und Software) und die Einbindung eines Nokia-Mobiltelefons über MobileHub. Mit MobileHub präsentiert Alpine eine Lösung zur Intergration eines Mobiltelefons in eine Mobile-Multimedia-Anlage. Grundlage hierfür ist das Freisprechsystem CXA-B200NK, das mit einer großen Zahl von Nokia-Geräten verbunden werden kann. *miz*

AQUOS
SHARP LCD-TV

Den weltweit größten verfügbaren LCD-Fernseher für 16:9 Wiedergabe finden Sie natürlich in der umfassenden Produktrange von Sharp! Unser neuestes Highlight heißt Aquos LC-30HV2E und bringt Ihren Umsätzen mit 76 cm Bildschirmdiagonale gleich doppelten Nutzen! Als TV-Gerät bietet er das ultimative Heimkino-Feeling in jedem Wohnzimmer. Und als Flachbild-Display macht er zusammen mit PC oder Notebook jede geschäftliche Präsentation zu einem Erlebnis der Extraklasse! Sie erreichen also mit dem Aquos LC-30HV2E von Sharp alle kaufkräftigen Zielgruppen und setzen Ihre Top-Kompetenz für die Zukunft des Fernsehens gleich richtig ins Bild! Jetzt anrufen: 040-2376-2844!

www.sharp.de

Am POS für Sie aktiv: Einzeldisplay im Life-Style-Design!

SHARP

MW-30LZ10: Monitor oder High Class TV im Home Cinema Format

MW-30LZ10 von LG Electronics: 76 cm (30 Zoll) LCD-Monitor im 16:9 Format, 1280 x 768 Pixel, Helligkeit 450 cd/m², Kontrastverhältnis 400:1.

LG Electronics bereichert sein Angebot um einen großformatigen LCD-Bildschirm im 16:9 Format mit einer sichtbaren Bilddiagonale von 76 cm (30 Zoll). Der imponierende Eindruck der großen, völlig planen Bildoberfläche wird zusätzlich durch die extrem geringe Gehäusetiefe des flachen Displays betont. Die Gehäusetiefe des MW-30LZ10 beträgt nur 10,3 cm. Das entspricht in etwa dem Abstand, mit dem man ein Kunstgemälde dieser Größe von der Wand abhängen würde, um die plastische Wirkung seiner Bildoberfläche zur Geltung zu bringen.

Obwohl die Entwickler den äußeren Display-Rahmen betont schlicht und funktional gehalten haben, vermittelt das Design des MW-30LZ10 aus jedem Blickwinkel den Eindruck wertvoller Gediegenheit und entspricht damit dem vorherrschenden Gestaltungs-Trend und Geschmack der potentiellen Käufer in dieser Geräteklasse. Voll geglückt ist der gestalterische Spagat des Entwicklerteams, dem Display im Ruhezustand eine ästhetische Ausstrahlung zu verleihen, mit der es sich harmonisch in jede anspruchsvolle Wohnumgebung einfügt, den äußeren Rahmen aber unaufdringlich in den Hintergrund treten zu lassen, sobald ein Bild auf dem Display erscheint. Die Auflösung der dargestellten Bildinhalte im Seitenverhältnis von 16:9 erfolgt durch 1280 x 768 Pixel. Der erreichbare Helligkeitswert beträgt 450 cd/m² und das Kontrastverhältnis 400:1. Durch den Einsatz modernster TFT-Elemente wird für unterschiedlichste Einsatzzwecke stets optimale Bildqualität erreicht. Die extrem schnellen Reaktionszeiten der TFT-Elemente bewirken die Darstellung dynamisch bewegter Bildinhalte ohne Unschärfe oder nachziehende Schleierbildung. Die weite Öffnung des optisch korrekten Betrachtungswinkels von horizontal wie vertikal 170 Grad verschafft dem Benutzer komfortable Freiheit bei der Wahl der eigenen Betrachter-Position und garantiert, daß auch Zuschauer auf unterschiedlichen Betrachter-Positionen in den Genuß der hohen Bildqualität kommen.

TFT-Monitor oder LCD-TV?

Die Frage, ist es ein Monitor, mit dem man auch Fernsehprogamme anschauen kann, oder ein Fernsehbildschirm, der sich auch als Computer-Monitor einsetzen läßt, stellt sich beim MW-30LZ10 nicht. Dieser Bildschirm wird in jeder Beziehung dem Leitbegriff „Medien-Konvergenz“ gerecht und verfügt über alle erforderlichen Eigenschaften, um Bildsignale jeder angeschlossenen Programmquelle in hervorragender Qualität darzustellen. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es sich um eine Powerpoint Präsentation, eine digitale Diashow oder einen DVD-Film handelt. Wird für den Begriff „LC-Display“ eine klassifizierende Bezeichnung für den MW-30LZ10 gesucht, dann wäre „Video-Monitor“ zutreffend. Das Anschluß-Terminal ist mit allen verbreiteten Eingangsschnittstellen ausgestattet und erweist sich beim Anschluß diverser Peripherie-Geräte als ausgesprochen flexibel: Neben je einem AV- und S-Video-Eingang besitzt der LG Video/PC-Monitor drei Komponenten-Eingänge mit Cinch-Buchsen, über die sowohl DVD-Player wie auch DTV-Signale eingespeist werden können. Für den Anschluß eines Computers steht sowohl ein konventioneller, analoger VGA-Eingang bereit, wie ein digitaler DVI-D-Eingang. Über letzteren können auch professionelle DVD-Player angeschlossen werden. Für eine zusätzliche, drahtgebundene Fernbedienung, neben der mitgelieferten Infrarot-Bedienung, steht ein RS-232C-Anschluß zur Verfügung. Zu den zahlreichen komfortablen Ausstattungsmerkmalen gehören: Digital Progressive Scan, die Picture-in-Picture-Funktion (PIP) sowie eine Double-Window-Darstellung, mit der sich zwei Bilder nebeneinander darstellen lassen, die vom Benutzer in unterschiedlichen Größen reguliert werden können. Für den autarken Betrieb ohne zusätzliche Home Cinema Anlage ist der LG-Monitor mit zwei qualitativ hochwertigen und elegant wirkenden Lautsprechern (10 Watt + 10 Watt) ausgestattet. Der UVP wird mit 5.999,- Euro angegeben. Das Gerät ist ab Januar 2003 verfügbar.

Der perfekte Home Cinema Partner: LGs DVD-Receiver DAT-100

LCD-Bildschirme von der Größe und Klasse des MW-30LZ10 werden erfahrungsgemäß von ihren Erwerbern meist auch als Bildausgabe-Gerät eines Home Cinema Systems genutzt. Erst die akustische Untermalung des Bildgeschehens durch den dreidimensionalen Dolby Surround Klang einer mehrkanaligen Home Cinema Anlage macht das Anschauen eines DVD-Films schließlich zum perfekten Kinoerlebnis. Der angemessene Zuspieler für einen Großbildschirm im Breitformat 16:9 ist der LG Electronics DVD-Receiver DAT-100 mit integriertem Dolby Pro Logic II Decoder. Sobald dieses Komplett-System für Home Cinema Programm mit TV-Empfang und Dolby Digital Lautsprecher-Set mit dem Bildschirm verbunden ist, verblaßt jede Erinnerung an Besuche in kommerziellen Kinotheatern. Der Komfort, einen packenden Kinofilm mit Raumklang-Erlebnis bequem in der zwanglosen und gepflegten Umgebung der eigenen Wohnräume genießen zu können, wird auch sehr gehobenen Ansprüchen gerecht und läßt nahezu jeden Videofilm zu einer Kinopremiere werden. Diese Tatsache machen erfolgreiche Verkäufer im Einzelhandel zum Kernpunkt ihrer Argumentation beim Kunden-Beratungsgespräch.

Features ohne Ende und volles Register

Lang ist die Liste mit der Aufzählung aller Einrichtungen und Eigenschaften des DAT-100: Der integrierte DVD-Player spielt die Formate DVD-Video, Audio-CD, selber beschriebene CD-R, CD-RW und MP3-CDs mit komprimierten Musiktiteln ab. Durch den Einsatz von Progressive Scan bei der DVD-Wiedergabe wird das Bild als flimmerfreies Vollbild dargestellt.
Die Tonsignal-Aufbereitung übernimmt der eingebaute Surround-Decoder für die Tonformate Dolby Pro Logic I und II, DTS, Dolby Digital. Räumliche Klangbilder generiert auch der Digital Sound Prozessor Modus. Die sechs leistungsstarken 5.1 Digital-Endstufen des DAT-100 überzeugen durch ihre quasi verlustfreie Signalverarbeitung. Die Mehrkanalverstärker können die im Lieferumfang des DAT-100 enthaltenen fünf Satelliten und den Subwoofer mit bis 5 x 50 Watt + 1 x 80 Watt ansteuern und verfügen über ausreichend hohe Leistungsreserven, um dramatische und sehr dynamische Klangbilder naturgetreu reproduzieren zu können. Der DAT-100 ist mit allen Einstellmöglichkeiten zur individuellen Klangbeeinflussung ausgestattet.

TV-Tuner inklusive

Das klare und durchdachte Konzept des oben beschriebenen LC-Displays, MW-30LZ10, schließt den zusätzlichen Einbau eines TV-Tuners in das Display-Gehäuse aus. In der heutigen Praxis werden integrierte TV-Tuner in vielen Fällen gar nicht mehr benutzt, weil sich die verfügbare Programmvielfalt meist nur über Settop-Boxen, Satelliten- oder Kabel-Receiver erschließen läßt. Zusammen mit dem DAT-100 wird der MW-30LZ10 jedoch auch zum Fernsehgerät, denn zusätzlich zu seinen sonstigen Fähigkeiten ist der DVD-Receiver optimal für den terristischen oder Kabel-TV-Empfang ausgerüstet. Für den Pal-Fernsehempfang stehen 100 Programm-Speicherplätze bereit. Außerdem steht dem Benutzer des DAT-100 DVD-Receivers TOP-Videotext zur Verfügung.

Der DVD-Receiver LG DAT-100 inklusive des 5.1 Boxen-Set soll ab Dezember 2002 zu einem UVP von 849,- Euro verfügbar sein. *evo*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

ERSTKLASSIGES DESIGN BRAUCHT AUCH STARKE TECHNIK

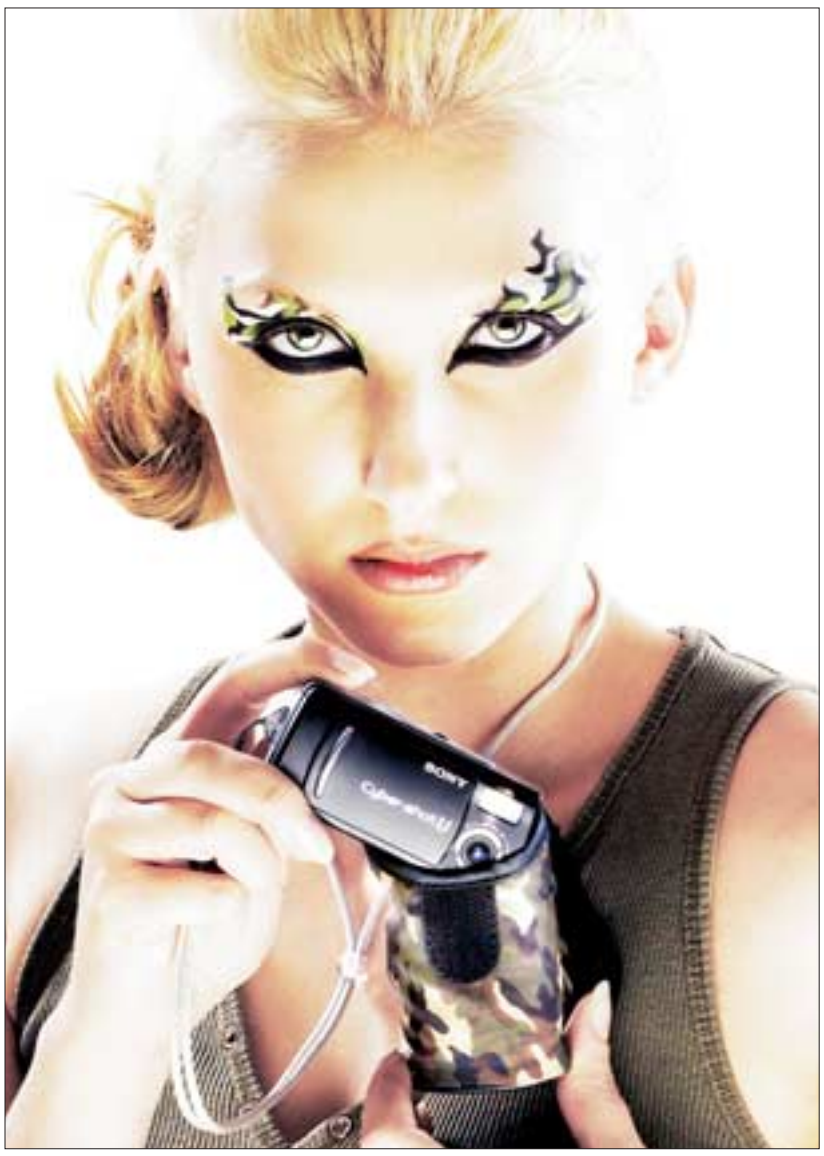
T [TAU]-TV. Der TX-32PH40 verbindet Ästhetik und High Tech. Ein innovatives, zukunftsweisendes Design und Bilder von nie gesehener Qualität. Weltweit ist er der erste Fernseher mit Progressive Scan, der Bilder sowohl in PAL- als auch in NTSC-Norm genauso wiedergibt, wie sie auf DVD gespeichert sind – in Vollbilddarstellung ohne Bewegungsunschärfen und Zeilenflimmern. Und dies in absolut natürlichen Farben. So kompromisslos kann Kinovergnügen zu Hause sein. Mehr Informationen im gut sortierten Fachhandel oder unter www.panasonic.de.

RTL WORLD
www.RTL.de

[tau]
FLAT DIGITAL

Panasonic

www.sony.de/pocketlife unterstützt U-Konzept



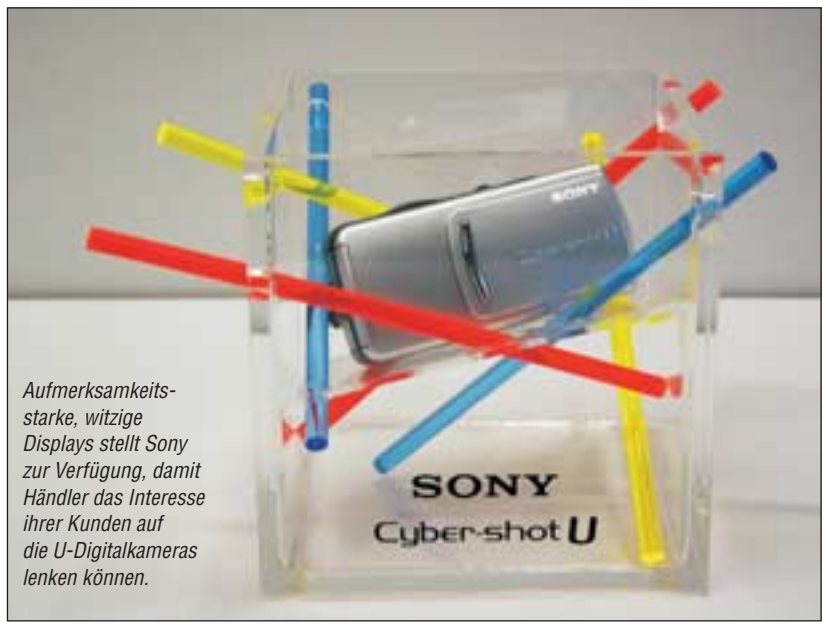
STARKER AUFTRITT

Im August hat Sony mit der Einführung der Cyber-shot DSC-U10 eine komplett neue Digitalkameraserie auf den Markt gebracht. Mit dem U-Konzept sollten vor allem jüngere Zielgruppen für die digitale Fotografie gewonnen werden. Zur photokina Ende September wurde das zweite Modell, die DSC-U20, mit einer Zwei-Megapixel-Auflösung vorgestellt. Bei den Händlern ist das neue Konzept so gut angekommen, daß die U-Kameras für das Weihnachtsgeschäft bereits ausverkauft sind. Den Abverkauf in den Geschäften unterstützt Sony mit einer Reihe von Werbemaßnahmen, unter anderem mit einem eigenen Internet-Auftritt für die Kameras mit Kultpotential.

Mit zahlreichen PoS-Aktionen und -Materialien sorgt Sony dafür, daß die U-Modelle auch im Fachhandel und bei den Endkunden zum Kultobjekt avancieren können. Letztgenannte Gruppe wird durch einen speziellen Internetauftritt direkt angesprochen. Unter www.sony.de/pocketlife ist ein eigener Web-Auftritt den Cyber-shot U-Kameras und vor allem deren Bildergebnissen gewidmet. Um den Lifestyle-Charakter der Kameras zu unterstreichen und Zielgruppen direkt anzusprechen, schickt Sony zwischen November 2002 und Januar 2003 spezielle Promotionteams, sogenannte „Pocketroops“, in sechs deutsche Metropolen. Die Teams werden am Abend die Szene-Gastronomie der Städte besuchen und den jugendlichen Besuchern Gelegenheit bieten, sich vor Ort von den Einsatzmöglichkeiten der Kameras zu überzeugen. Durch Poster, Karten und Broschüren wird Sony zusätzlich auf die Aktionen aufmerksam machen. Die Foto-Ergebnisse der nächtlichen Streifzüge durch die Szene-Lokale können anschließend nach Städten sortiert im Pocket Life-Internet-Auftritt bewundert werden. Darüber hinaus können Besucher der Seiten die Bilder nach fünf verschiedenen Kategorien (Aussehen, Outfit, Partystimmung, Spaßfaktor und Coolness) bewerten. Aus den Bewertungen wird dann jeweils eine Top-Ten zusammengestellt. Bilder, die den Anwendern besonders gut gefallen, können per E-Mail direkt an Freunde weiterverschickt werden. Natürlich finden sich auf den Internetseiten unter der Rubrik „Was ist Pocket Life“ auch ausführliche Produktinformationen zu den einzelnen Digitalkameras der U-Serie. Ein Tourplan gibt Aufschluß darüber, wann und in welcher Stadt mit dem Auftauchen der Pocketroops gerechnet werden darf. In der „Fotogalerie“ können die Bilder in nach Städten sortierten Ordnern durchstöbert werden. Das auf jugendliche Zielgruppen abgestimmte U-Konzept findet auch in den PoS-Materialien, die Sony dem Handel zur Verfügung stellt, seine Entsprechung. So wurden verschiedene aufmerksamkeitsstarke Displays konzipiert, die jeweils in einer Auflage von 750 Stück produziert und seit Ende Oktober dem Handel zur Verfügung gestellt werden. So kann die U-Kamera beispielsweise in einem Display präsentiert werden, das einem Cocktailglas, gefüllt mit Eis, gleicht. Ein anderes Display besteht aus einem Stück Rasen und einem Golfball samt Abschlagpin. Beim dritten Display wird die Kamera von Stäben in verschiedenen Farben in einem durchsichtigen Würfel gehalten.

Unter www.sony.de/pocketlife hat Sony ein Pocketroops-Tagebuch eingerichtet. Auf den im jugendlichen, frischen Stil eingerichteten Seiten können die Fotos, die die Promotionteams bei ihren Besuchen in Europas Szenelokalen mit den Digitalkameras der U-Serie aufnehmen, angeschaut, bewertet oder per E-Mail weiterverschickt werden.

Bereits das erste Modell der Cyber-shot-U-Serie, die DSC-U10, hatte mit einer Größe von lediglich 84,5 (B) x 39,8 (H) x 28,6 (T) mm das Potential, zur ständigen Partybegleitung junger, trendbewußter Anwender zu werden. Kleiner als ein Handy und mittels eines mitgelieferten Nackenriemens genauso lässig um den Hals zu tragen, bietet die Nummer eins der U-Serie dennoch Features, wie eine Startbereitschaft innerhalb von einer Sekunde oder spezielle Motivprogramme wie den Soft Shape- oder den Vivid Nature-Modus. Während das erste Modell mit einem 1,3 Megapixel Super HAD CCD ausgestattet ist und sich darum eher an Schnappschuß- und Webfans wendet, bietet die auf der photokina vorgestellte DSC-U20 eine höhere Auflösung von zwei Megapixeln. Die wahlweise mit einem blauen oder silberfarbenen Metallgehäuse ausgestattete Kamera sorgt durch verschiedene Motivprogramme automatisch für die richtigen Werte bei Portrait- und Naturaufnahmen. Ganz neu ist der Active Outdoor Mode für die Aufnahme von bewegten Motiven im Freien. Das lichtstarke Objektiv (F 2,8) mit einer Brennweite von 33 mm im Vergleich zum Kleinbildformat eignet sich beispielsweise für die Aufnahme von Portraits.



Aufmerksamkeitsstarke, witzige Displays stellt Sony zur Verfügung, damit Händler das Interesse ihrer Kunden auf die U-Digitalkameras lenken können.

Bereits auf der photokina konnte Christian Lücke, Sony Senior Product Manager für den Bereich Digital Imaging, den kompletten Ausverkauf sowohl der DSC-U10 als auch der DSC-U20 für das Weihnachtsgeschäft vermelden, was belegt, daß das Unternehmen mit dem jungen und innovativen Konzept genau den richtigen Nerv getroffen hat.

Limitierte Auflage in Schwarz

Speziell für die Monate Januar und Februar wird Sony noch einmal eine Sonderedition der DSC-U20 in der Farbe Schwarz mit einer Auflage von 5.000 Stück anbieten. Auch bei diesem Zwei-Megapixel-Modell wird Sonys Progressive Scan Technologie zum Einsatz kommen. Gegenüber herkömmlichen Interlaced Scan CCDs wird dabei das Foto als Vollbild und nicht in Halbbildern nach dem Zeilensprungverfahren aufgenommen, was zu Bildern mit einer höheren Kantenschärfe ohne sichtbare Bewegungsunschärfen führt. Wie mit allen U-Modellen können auch mit der DSC-U20 neben der Aufnahme von Fotos Videosequenzen in einer Länge von bis zu 15 Sekunden aufgezeichnet werden. Weitere Features wie ein automatischer Weißabgleich, automatische Belichtungssteuerung und Vorblitz mit Belichtungsmessung runden das Profil der flotten Szenekamera ab. Die DSC-U-20-Sonderedition in der klassischen Kamerafarbe Schwarz wird zusammen mit einer trendigen Kameratasche im Camouflage-Look ausgeliefert. Genauso einfach wie das Fotografieren mit den kleinen Szenen-Kameras ist auch die Übertragung der Bilder zum Computer. Mit Hilfe der Software Image Transfer ist das Überspielen der Bilder ganz einfach: Sofort nachdem die DSC-U20 über das USB-Kabel erkannt worden ist, öffnet sich das Übertragungsfenster. Die Fotos werden automatisch auf der Festplatte und auf dem Bildschirm gezeigt – bereit zur Nachbearbeitung oder zum E-Mail-Versand.

Die unverbindliche Preisempfehlung für das 90-Gramm-Leichtgewicht beträgt 380 Euro. *höl*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

LG Home Entertainment

»Dieser Angeber mit seinem Superheimkino.«

»Den Kerl habe ich so gut wie sicher.«

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

»Ich nehme sie einfach beide.«

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

kdh+p

Gutes Design kann überzeugen.

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

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

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

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

Lassen Sie sich überzeugen.

www.lge.de

LG
Digitally yours

PoS Aktuell

Mehr Online-Services für Cellway Partner

Cellway Fachhandels-Partner können ab sofort die Kundenbindung, das sogenannte „Upgrade“, online unter www.cellway.de abwickeln. Nach Anklicken des Buttons „Upgrade-Anfrage“ im Cellway-Aktivierungs-Bereich ermittelt der Cellway Fachhandels-Partner jetzt die entsprechende Kundenkategorie zur Kundenbindung online. Die von Cellway festgelegten Kategorien bestimmen die Höhe der Subventionierung bei Kunden-Vertragsverlängerungen. Der Fachhändler hat dabei die Wahl zwischen den Funktionen Einzel- oder Massenabfrage. Bei der Einzelabfrage gibt der Fachhändler Mobilfunkrufnummer sowie Geburtsdatum des Kunden ein. Automatisch erhält er dann die entsprechende Kategorie seines Kunden und kann anhand der aktuellen „Upgrade-Preisliste“ seinem Kunden ein individuelles Angebot erstellen. Das System druckt das erforderliche Formular für die Vertragsverlängerung aus, das er, nach Unterschrift des Kunden, an Cellway zur Bearbeitung faxt. Bei Verträgen, die noch nicht subventionsreif sind, zeigt das System den nächstmöglichen Zeitpunkt zur Vertragsverlängerung an. Mit der sogenannten Massenabfrage kann der Händler beliebig viele Mobilfunkrufnummern eingeben. Ähnlich wie bei der Einzelabfrage erhält er die Angabe der entsprechenden Kategorien zu den eingegebenen Rufnummern, beziehungsweise zu welchem Zeitpunkt eine Vertragsverlängerung möglich ist.

Arcor Starterbox vereint drei Einzelgeräte

Arcor will mit dem Kabelsalat beim Telefon- und Internetanschluß Schluß machen. In der neuen Arcor-Starterbox sind deshalb drei wichtige Einzelgeräte für den DSL-Anschluß integriert: der DSL-Splitter, das Netzabschlußgerät

und ein Terminal-Adapter für die weitere Nutzung von analogen Telefon-, Faxgeräten und Anrufbeantwortern. Arcor stellt allen neuen DSL-Kunden Starterbox und Modem während der Vertragslaufzeit leihweise zur Verfügung. Wer bis zum 31. Januar 2003 einen Arcor-ISDN- oder Arcor-DSL-Vertrag abschließt, spart außerdem die Bereitstellungspreise. Die Mindestlaufzeit beträgt zwölf Monate. Highspeed-Internetanschlüsse auf Basis der DSL-Technik bietet Arcor mit Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 1,5 Mbit/s und bis zu 768 Kbit/s an. Für beide DSL-Anschlußvarianten gibt es eine Flatrate ohne Zeit- und Volumenbegrenzung. Beim Wechsel zu Arcor-DSL und Arcor-ISDN übernimmt Arcor alle Formalitäten; der Kunde kann seine Rufnummern behalten.

E-Plus Sondertarif bei debitel Aktion

Derzeit gibt es bei debitel einen Aktionstarif im E-Plus-Netz, in dem Gespräche ins deutsche Festnetz rund um die Uhr drei Cent pro Minute kosten und Telefonate in alle inländischen Handy-Netze mit 29 Cent die Minute berechnet werden. Der Grundpreis beträgt 14,95 Euro im Monat. Die Aktion ist zunächst bis 31. Dezember befristet, der Tarif behält aber auch darüber hinaus seine Gültigkeit. Interessierte Neukunden haben derzeit nur in Berliner Shops die Möglichkeit, einen entsprechenden Vertrag abzuschließen; Bestandskunden, die in den neuen Tarif wechseln möchten, können dies über die debitel Hotline beantragen. Die Wechselgebühr beträgt 24,95 Euro.

Demuth & Dietl erweitert das Aktivierungstool odin

Bei Demuth & Dietl + Co ist Arcor ab sofort online freizuschalten. Mit der exklusiv für den Fachhandel neu geschaffenen Möglichkeit, jetzt auch alle Tarife des Festnetzanbieters Arcor direkt online freizuschalten, baut Demuth & Dietl + Co sein Angebot innerhalb der Online-Aktivierungsplattform odin (Online Dealer Information Service) weiter aus. Demuth & Dietl + Co ist mit diesem Service nach eigenen Angaben der erste Distributor, der es seinen Fachhändlern ermöglicht, alle Arcor ISDN-, DSL- oder Preselection-Aufträge im Internet direkt am PoS zu erfassen und den Auftrag online zur weiteren Bearbeitung an Arcor zu übermitteln. Der notwendige nachträgliche Versand von Originalunterlagen der online vorab gesendeten Daten entfällt aus rechtlichen Gründen weiterhin nicht, jedoch werden alle online übermittelten Aufträge sofort und unmittelbar von Arcor bearbeitet. Ein weiterer Vorteil für den Händler sind die nun stattfindende Echtzeitkontrolle und Statusverfolgung seiner gesamten Aufträge im Internet. Mit Arcor wird jetzt das gesamte Portfolio der Dienstefreischaltung von Mobilfunk bis Festnetz am Standort Passau abgewickelt. Dem Fachhandel steht hier, neben der eigentlichen Freischaltungskompetenz, unter Telefon 0851/93201-20 eine Fachhändlerhotline für alle Fragen zur Mobilfunk- und Festnetzaktivierung zur Verfügung.

Neubau der Vodafone Information Systems GmbH

In nur acht Monaten ist das neue Data Center der Vodafone Information Systems GmbH in Ratingen entstanden. Damit verfügt das Unternehmen über 10.000 Quadratmeter Fläche für hochwertige Rechenzentrumsdienste. Mit diesem Neubau besitzt die Vodafone Information Systems eigenen Angaben zufolge eines der größten Rechenzentren Deutschlands. Das Gebäude bietet auf drei Etagen Platz für mehrere hundert Rechner. Die Basisinfrastruktur belegt 5.000 Quadratmeter und wird von bis zu 20 Mitarbeitern rund um die Uhr betreut. Die Hardware steht in separaten Sicherheitszonen mit feuerfesten Wänden. Klimaanlage, Heizungs-, Sanitär-, Elektro-, Brandschutz- und Sicherheitstechnik sowie Netzwerkanbindung und Datenverkabelung sorgen für den störungsfreien Betrieb des Rechenzentrums. Für den hohen Sicherheitsstandard erhielt Vodafone Information Systems als erstes deutsches Unternehmen für die Entwicklung des Managementsystems „Security Monitor“ das IS17799/BS7799:2-Zertifikat des British Standards Institute.

Drillisch/Alphatel vermarktet UMTS

Drillisch/Alphatel, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Drillisch AG, wird mit der Vodafone D2 GmbH gemeinsam UMTS-Dienste und -Tarife vermarkten. Diese Zusammenarbeit bietet Drillisch/Alphatel die Möglichkeit, neuartige mobile Dienste der neuen Mobilfunkgeneration mit klarem Nutzen im Endverbrauchersegment anzubieten. Für das Geschäftskundensegment gilt es, mobile Anwendungen in Unternehmensprozesse zu integrieren. Im Rahmen der Zusammenarbeit wird Drillisch/Alphatel die partnerschaftliche Vermarktung der neuen Vodafone-Portale mit dem Ziel der Steigerung der durchschnittlichen Teilnehmerumsätze unterstützen. Die Orientierung an den tatsächlichen Konsumentenwünschen soll zu einer verstärkten Kundenbindung und damit auch zum langfristigen Geschäftserfolg beitragen. „Die Vermarktung von UMTS-Diensten wird nicht über die Technologie, sondern über innovative Produkte erfolgen. Deshalb wollen wir unseren Kunden maßgeschneiderte Dienste anbieten, die ihnen einen echten Mehrwert bieten und ihnen den Alltag erleichtern“, so Vlasios Choulidis, Vorstand Vertrieb der Drillisch AG. Darüber hinaus besteht Einigkeit darüber, daß Drillisch/Alphatel mit Vodafone D2 die Option des Enhanced-Service-Providers zur Vermarktung eigener Dienste prüft. Weitere Schritte sollen Anfang 2003 festgelegt werden.

Preisvorteil für T-DSL Neukunden

Die Deutsche Telekom bietet allen Kunden, die das Produkt T-DSL Business mit der Downloadgeschwindigkeit von bis zu 2,3 Mbit/s bis zum 31. Dezember erstmalig beantragen, einen einmaligen Preisvorteil von netto 34,98 Euro. „Von diesem Angebot profitieren insbesondere kleine und mittlere Geschäftskunden der Deutschen Telekom. Mit dem ‚Dreifachturbo‘ für den Internetzugang mit bis zu 2,3 Mbit/s im Downstream und bis zu 256 kbit/s im Upstream erhält diese Kundengruppe einen auch preislich attraktiven Einstieg in die breitbandige Internet-Kommunikation“, so Achim Berg, Mitglied des Bereichsvorstands T-Com. Außerdem besteht die Möglichkeit, auch mit mehreren Mitarbeitern in einem lokalen Netzwerk gleichzeitig mit bestmöglicher Geschwindigkeit im Web zu surfen und große Datenmengen oder E-Mail Dateianlagen sehr schnell herunterzuladen. Das Internet-Komplettangebot T-DSL Business bietet außerdem den Vorteil, ständig online sein zu können. Voraussetzungen für die Nutzung von T-DSL Business mit der Downloadgeschwindigkeit von bis zu 2,3 Mbit/s sind ein Geschäftskundentarif BusinessCall und ein T-ISDN Basisanschluß.

T-DSL Business mit der Downloadgeschwindigkeit von bis zu 2,3 Mbit/s wird zu einem monatlichen Grundpreis von 42,99 EUR (plus MWSt.) ohne Mindestvertragslaufzeit angeboten. Darin enthalten ist ein freies Datentransfervolumen von fünf Gigabyte. Jedes weitere Megabyte kostet 0,75 Cent (plus MWSt.). Das einmalige Bereitstellungsentgelt beträgt bei Selbstmontage 64,61 EUR (plus MWSt.).

Daneben gibt es seit Oktober auch T-DSL Business mit symmetrischen Bandbreiten auf Basis der SDSL-Technik zunächst in zehn deutschen Großstädten (Hamburg, Hannover, Berlin, Leipzig, Köln, Dortmund, Frankfurt/M, Stuttgart, München, Nürnberg). Die neuen symmetrischen Varianten stehen ab Anfang 2003 Zug um Zug an allen T-DSL Standorten zur Verfügung. Das Angebot richtet sich an alle mittelständischen Geschäftskunden, die auch einen schnellen Upload (Versand der Daten ins Internet) benötigen. Diese Variante ist bereits ab 89 Euro (plus MWSt.) erhältlich.

3.600 Besucher auf dem Agfeo Systems-Stand

Agfeo Telekommunikation, seit drei Jahren außerhalb des „Dealers only“-Bereichs mit einem eigenständigen Messestand auf der Systems vertreten, blickt eigenen Angaben zufolge auch in diesem Jahr auf eine sehr erfolgreiche Messe zurück. Über 3.600 Fachbesucher auf dem Agfeo-Messestand seien für eine im Vorfeld schon fast „totgesagte“ Messe ein mehr als akzeptables Besucherergebnis, hieß es in einer Pressemitteilung. Auch die hohe Qualität der Messegespräche lasse keinen Zweifel daran, daß die Systems auch weiterhin zu den festen Messeterminen des mittelständischen Telekommunikations-Unternehmens Agfeo gehöre.

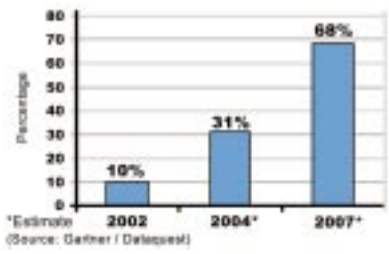
Täglich frische News: www.pos-mail.de

WLAN WLAN

WLAN Infos und News

Mobile Computer zunehmend mit WLAN

Mobile Computer wie Laptops und Notebooks werden immer öfter bereits ab Werk mit einer Wireless LAN Schnittstelle ausgerüstet. Die zunehmende Ausstattung von Hotels, Flughäfen, Verkehrsmit-



teln, Universitäten und anderen stark frequentierten öffentlichen Plätzen mit Public WLAN Spots hat zu einer verstärkten Nachfrage nach mobilen Rechnersystemen mit einer derartigen Schnittstelle geführt. Vor allem beruflich Reisende schätzen die Möglichkeit, sich unterwegs zu relativ niedrigen Verbindungskosten ins Internet einwählen zu können, E-Mails zu empfangen und zu versenden und mit dem Firmennetzwerk kommunizieren zu können. Nach einer aktuellen Studie und Prognose des Marktforschungsunternehmens Gartner/Dataquest wird der Verkauf von WLAN-kompatiblen mobilen Computern innerhalb weniger Jahre von 10 Prozent im Jahr 2002 auf 70 Prozent in 2007 ansteigen.

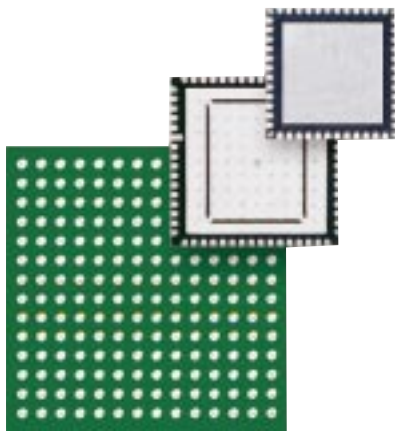
802.11a WLAN-Chips nur von Atheros

Das kalifornische Unternehmen Atheros ist bisher der weltweit einzige Anbieter von Chip-Sets für

den neuen, noch schnelleren WLAN-Standard nach 802.11a. Die Atheros Communications Inc. in Sunnyvale, CA, wurde im Mai 1998 durch führende Experten für Funktechnik und Signal Processing der Stanford University und der University of California at Berkeley zusammen mit Investoren aus der Industrie gegründet. Das Unternehmen sieht seine Aufgaben und Geschäftsfelder in der Entwicklung von Technologien zur einheitlichen Vernetzung von Komponenten und Devices für Computing, Communication, Audio und Video sowie der Herstellung spezieller, für WLAN-Produkte benötigter Chip-Sets. Atheros ist Pioneer der im 5 GHz Band arbeitenden 802.11a WLAN-Technologie. Atheros Chips sind in jedem verfügbaren 802.11a WLAN Produkt zu finden. Wie Wai Sing Lee, Industry Analyst für Information Technologies bei Frost & Sullivan, in einer Expertise betont, ist Atheros Communications durch die frühe Verfügbarkeit seines neuen Combo 802.11a/b/g Chip-Sets, der alle drei bekannten WLAN-Protokolle unterstützt, erneut in der Lage, im Alleingang die gesamte WLAN-Landschaft zu verändern.

Drei WLAN-Standards in einer Chip-Lösung

Die AR5001X Combo WLAN-Lösung von Atheros unterstützt zugleich den neuen, schnellen IEEE 802.11a Standard, den in Entwicklung befindlichen Standard 802.11g sowie das bisherige, stark verbreitete Protokoll nach 802.11b. Entwickler können mit dem Chip-Set AR5001X Wireless LAN Komponenten kreieren, die den Konsumenten gänzlich von der Diskussion um das Für und Wider einzelner Standards und den Grad ihrer Verbreitung befreien und ihm eine hohe Zukunftssicherheit seiner erworbenen Geräte garantieren. Komponenten mit AR5001X Combo ermöglichen die Nutzung des interferenzfreien 5GHz Bandes mit dem Standard 802.11a und sind trotzdem abwärtskompatibel zu den aktuell im Markt dominierenden Geräten nach Standard 802.11b. Die auf der CMOS Technologie basierenden Chips zeichnen sich durch geringen Leistungsbedarf und hohe Zuverlässigkeit aus. Das Set besteht aus drei hochintegrierten Chips mit geringem Raumbedarf: einem 5-GHz Radio-on-a-Chip, einem 2.4-GHz Radio-on-a-Chip, und einem Multiprotocol MAC/ Baseband Processor, der 02.11b und die Second-generation 802.11a Technologie beherrscht und ohne Performance-Verluste einen Full



line-speed support für Advanced Encryption Standard bietet. Die Highlights: Legacy support for TKIP and WEP (Sicherheitsverschlüsselung), Quality of Service support (QoS), 108-Mbps Turbo Mode, Dynamic Frequency Selection/Transmit Power Control (DFS/TPC) for international operation, Extended 802.11a tuning range: 4.900 – 5.850 GHz, Support for draft IEEE 802.11e, f, h, and i standards, Enhanced performance, transmission range and reliability, für 2.400 bis 2.500 GHz ein Advanced Wideband Receiver mit Best Path Sequencer für bessere Bereichs- und Multipfad-Resistenz als konventionelle equalizer-basierte Designs.

Multitalent: WAB501 von Netgear

Die Wireless Lan Einsteckkarte WAB501 im PC-Card-Format von Netgear unterstützt sowohl die Standards 802.11a und 11b wie auch die in Vorbereitung befindliche 11g-Variante. Die WAB501 kann sowohl im Ad-Hoc- wie auch im Infrastruktur-Modus betrieben werden, wobei das Speichern verschiedener Profile durch die beiliegende Management-Software

ermöglicht wird. Im Sicherheitsbereich arbeitet die Karte mit allen WEP-Varianten bis hin zur 152-Bit-Verschlüsselung. Die WAB501 ist in den USA schon zum Verkaufspreis von 180 US-Dollar zu haben, während deutsche, österreichische und schweizerische Interessenten noch bis Februar/März 2003 auf die Dualband-Karte warten müssen.

Die Netgear WAB501 unterstützt Wireless-Netzwerkverbindungen im 2,4 GHz- und 5 GHz-Band und ist weltweit das erste Gerät auf dem Markt, das Funknetzverbindungen nach dem 802.11b-Standard und dem in Deutschland erst kürzlich durch die RegTP freigegebenen 802.11a-Standard herstellen kann. Anwender können auf diese Weise den schnelleren a-Standard nutzen, ohne auf Verbindungen mit dem weit verbreiteten 802.11b-Standard verzichten zu müssen. Marco Peters, Marketing und Sales-Chef von Netgear für Deutschland, Österreich und die Schweiz, erläuterte: „Diese 'first-to-market'-Aktion unterstreicht einmal mehr die technologische Spitzenposition, die Netgear innehat. Ich gehe davon aus, daß die Wireless-Dualband-Geräte in Deutschland, Österreich und der Schweiz bis Februar/März erhältlich sein werden." Und Rich Redelfs, Präsident und CEO von Atheros Communications, führte aus: „Dualband-Produkte sind ein entscheidender Faktor, um die WLAN-Entwicklung einer größeren Menge von Nutzern zugänglich zu machen. Netgear hat diese Bedürfnisse des Marktes erkannt und stellt seine Führungsposition mit dieser Kombi-Lösung unter Beweis.

Dieses neue Hochgeschwindigkeits-Gerät, das auf einem Atheros Chipsatz basiert, wird sehr dazu beitragen, die Hemmschwelle abzubauen, bestehende 802.11b-Netzwerke zu kaufen, beziehungsweise auf die neuere, schnellere und sicherere 802.11a-Technologie aufzurüsten."

Access Point 6000 von 3Com

Neue Maßstäbe in Sachen einfacher Handhabung und sicherem Betrieb setzt 3Com mit dem neuen WLAN Access Point 6000, der bis zu 65 gleichzeitige Anwender unterstützen kann und Entfernungen von bis zu 100 m bei Datenübertragungsraten von bis zu 11 Mbit/s überbrückt. Innerhalb weniger Minuten lassen sich drahtlose Netzwerke errichten und installieren oder bestehende kabelbasierte Netzwerke erweitern. Dabei werden keine speziellen Fachkenntnisse vorausgesetzt und sind Bedenken unberechtigter Zugriffe unbegründet. In Kombination mit der drahtlosen LAN PC Card mit XJACK®-Antenne erhält man eine einfache und kostengünstige Netzwerklösung. Nach dem Anschluß benötigt die Einrichtung des Access Points nicht mehr als 60 Sekunden. Ein separates Netzteil wird nicht benötigt, denn die Stromversorgung des Access Points erfolgt über das Kategorie 5 Ethernet-Kabel.

Durch Clear Channel Select wird der bestmögliche freie Funkkanal vollautomatisch ausgewählt.

Durch Auto Network Connect bleibt der Benutzer selbst beim Roaming in IP Subnets immer verbunden. Hohe Sicherheit garantiert eine 40-Bit WEP-Verschlüsselung und die Option Dynamic Security Link über einen anwenderspezifischen128-Bit Verschlüsselungscode, der bei jeder Netzwerksitzung gewechselt wird, sowie die optionale Anwender-Authentifizierung. Die Wi-Fi Zertifizierung des Access Points 6000 garantiert Kompatibilität zu Produkten von Drittherstellern.

Wi-Fi Alliance startet 802.11a Tests

Seit Ende November hat die Wi-Fi Alliance mit den Testreihen zur Prüfung der Interoperabilität und zur Zertifizierung von neuen 5 GHz IEEE 802.11a-basierten Wireless LAN Komponenten begonnen.

Die Nonprofit-Organisation zur Förderung und Standardisierung der Wireless LAN-Technologie nimmt seit Oktober in ihrem Prüflabor in San Jose, Californien, auf dem Atheros 802.11a Chipset basierende Komponenten für Performance-Untersuchungen an. Wie die Wi-Fi Alliance mitteilt, werden die ersten Testreihen mit vier Access Points und fünf WLAN-Karten von sieben verschiedenen Herstellern durchgeführt. *evo*

PoS Aktuell

Plantronics im zweiten Quartal erfolgreich

Der Headset-Hersteller Plantronics Inc. hat im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2002 (01.07.02 bis 30.09.02) einen Umsatz von 82,4 Millionen US-Dollar erzielt. Im Referenzquartal des Vorjahres waren es 75,3 Millionen US-Dollar. Der Nettogewinn lag bei 11,5 Millionen US-Dollar (Vorjahr 6,8 Millionen US-Dollar). Pro Aktie konnte ein Gewinn von 24 US-Cents (Vorjahr 14 US-Cents) erwirtschaftet werden. Der Gewinn von 24 US-Cents pro Aktie beinhaltet die Auswirkung einer Ausschüttung von Steuerrücklagen in Höhe von 1,7 Millionen US-Dollar. Ohne die Ausschüttung betrüge der Gewinn pro Aktie 21 US-Cents und wäre damit 50 Prozent höher als im zweiten Quartal des Vorjahres. Grund hierfür war ein verbesserter Bruttogewinn bei einer Umsatzsteigerung von 9,4 Prozent.

Händler verteilen gute Noten an Sony Ericsson

Das 2001 gegründete Mobilfunkunternehmen Sony Ericsson Mobile Communications (SEMC) hat bei der diesjährigen Leserwahl der Fachzeitschrift Telecom Handel den zweiten Platz belegt. Bei der Wahl zum Handy-Hersteller des Jahres 2002 nahmen über 450 Fachhändler teil. Sie wählten Sony Ericsson in allen 15 unterschiedlichen Kategorien auf die vorderen Plätze. In keiner Sparte lautete das Ergebnis schlechter als Rang fünf. Mit zweiten Plätzen wurden besonders die Garantieleistung, geringe Fehleranfälligkeit, Service, Innovation und Marketingunterstützung des Mobilfunkherstellers gewertet. Das Bild auf der Siegertreppe komplettiert Siemens mit Rang eins und Samsung auf dem dritten Platz.

T-Mobile macht TOM auch mobil nutzbar

TOM, der Online Messenger von T-Mobile, steht jetzt auch für mobile Geräte wie beispielsweise PDAs oder den T-Mobile MDA für den direkten Austausch von Textnachrichten mit einer großen Instant Messaging Community bereit. T-Mobile erweitert damit den im August 2001 eingeführten Messaging Dienst von T-Online um die mobile Welt. Wesentlicher Bestandteil von TOM ist die sogenannte „Freundesliste“, eine vom Nutzer anzulegende Liste mit bevorzugten Gesprächspartnern, mit denen Textnachrichten ausgetauscht werden können. Anhand dieser Liste kann der Kunde sofort erkennen, welcher seiner Freunde gerade online und erreichbar ist. Freunde oder Bekannte, die man in die Freundesliste aufnehmen möchte, müssen in diese eingeladen werden und die Einladung akzeptieren. Die Nutzer von TOM bewegen sich anonym unter einem Pseudonym, dem sogenannten „Nickname“, innerhalb der Community. TOM ist im T-Mobile Web-Portal t-zones unter der Rubrik „E-Mail & mehr“ hinterlegt. Dort oder unter http://newsletter.t-mobile.de/re/t-mobil?msd=40074370&usd=63062764&lsd=0 kann sich der Kunde für den neuen Dienst anmelden. Die Anmeldung beinhaltet automatisch auch die Freischaltung für den PC TOM von T-Online. Wer bereits diesen Dienst nutzt, kann sich unter http://newsletter.t-mobile.de/re/t-mobil?msd=40074370&usd=63062764&lsd=1 für die mobilen Clients freischalten und ist dann unter seinem existierenden „Nickname“ auch mobil erreichbar.

Nokia bittet wieder zur Night of the Proms

Die Veranstaltungsreihe „The Nokia Night of the Proms“ geht erneut auf Deutschlandtournee. Unter dem bewährten Motto „Klassik trifft Pop“ wird das Konzertereignis insgesamt 15mal in zehn deutschen Städten veranstaltet. Bereits zum siebten Mal ist Nokia Titelsponsor dieser Veranstaltung. Die Namen der internationalen Stars für die anstehende Konzertreihe versprechen mitreißende Abende mit emotionsgeladener Musik. Dazu zählen die Simple Minds, die unter anderem mit ihrem Welthit „Don't you forget about me“ Musikgeschichte geschrieben haben, und die legendären Pointer Sisters. Für die rockigen Töne sorgen Cutting Crew mit „(I just) Died in your arms“ und Foreigner mit „I want to know what love is“ und „Say you will“. Ebenso vertreten ist die deutsche Kultband Alphaville, die in den 80er Jahren mit „Big in Japan“ sämtliche Hitlisten eroberte. Den Bogen zur Klassik schlägt unter anderen der Geigenvirtuose David Garrett, der auf seiner Stradivari nicht nur Klassikfans begeistern wird. Orchestral unterstützt werden die Künstler von John Miles und seiner Electric-Band sowie dem Sinfonieorchester Il Novecento unter der Leitung von Robert Groslot. Nicht zuletzt sollen der brillante Sound und eine beeindruckende Light-Show das Rendezvous von Klassik und Pop zum unvergeßlichen Fest der Sinne machen. Termine und Orte: 04.12.: Frankfurt Festhalle; 05.12.: Stuttgart, Hans Martin Schleyerhalle; 06.–08.12.: München, Olympiahalle; 10.12.: Bremen, Stadthalle; 15.12.: Oberhausen, König-Pilsener Arena; 16.12.: Hannover, Preussag Arena; 17.12.: Erfurt, Messehalle; 18.–19.12.: Dortmund, Westfalenhalle; 20.–21.12.: Köln, Köln Arena; 22.12: Hamburg, Colour Line Arena

PoS Neuheiten

Sharp-Faxgerät UX-S10 verschickt auch SMS

Mit dem UX-S10 hat Sharp sein erstes Faxgerät mit einer integrierten SMS Sende- und -Empfangseinheit ins Programm genommen. Für das fehlerfreie Eingeben und Lesen der Nachrichten steht ein großes zweizeiliges und wahlweise zweifarbiges, beleuchtetes Display zur Verfügung. Eine große Cursortaste macht den Zugriff und das Lesen der eingegangenen SMS-Nachrichten einfach. Das UX-S10 verschickt auch SMS an schnurlose DECT-Telefone, die den Dienst „SMS im Festnetz“ unterstützen. Wird dieser Dienst nicht unterstützt, bekommt der Empfänger die Nachricht vorgelesen. Weiterhin kann das Faxgerät mit einem bereits vorhandenen schnurlosen DECT-Telefon kombiniert werden. Mit Hilfe der sogenannten DECT-Management-Funktion erkennt das Gerät automatisch am DECT-Telefon angenommene Faxübertragungen. Das UX-S10 kann darüber hinaus auf dem integrierten digitalen Anrufbeantworter bis zu 19 Minuten Sprache aufzeichnen. Das Gerät erlaubt außerdem, in gewohnter Sprachqualität und mit gewohntem Komfort zu telefonieren. Dafür stehen eine Rufnummernerkennung (Clip) und ein 60er-Rufnummernspeicher zur Verfügung. Das UX-S10 ist außerdem mit einer Mehrfachkopie-Funktion, einer zentralen Menüsteuerung für intuitive Bedienerführung und einem kompakten Gehäuse im Silberlook ausgestattet. Ein 14,4 Kbps-Modem mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von sechs Sekunden pro Seite, ein Speicher zum Fax-Rundsenden, 64 Graustufen, zehn Seiten Vorlageneinzug, 50 Blatt Papiervorrat und eine ECM-Fehlerkorrektur runden die Ausstattung des neuen Sharp-Faxgerätes ab.

AVM stellt kleinen ISDN Access Point vor

Mit BlueFritz! AP-ISDN hat AVM sein Sortiment um den weltweit kleinsten ISDN Access Point mit Bluetooth-Technologie erweitert. Nicht größer als ein Schokoriegel und 47 Gramm schwer, wird der AP-ISDN einfach an den ISDN-Anschluß gesteckt. Weder eine separate Befestigung noch ein externes Netzteil sind notwendig. Ohne weitere Einstellungen können bis zu sieben PCs oder andere Bluetooth-Geräte kabellos auf den gesamten ISDN-Komfort zugreifen. Mittels einer standardisierten und sicheren Funkverbindung überträgt der transparentblaue BlueFritz! AP-ISDN die Daten zwischen dem ISDN-Anschluß und dem Klienten. Die standardmäßig aktivierte 128-Bit-Verschlüsselung und ein bis 1600mal pro Sekunde stattfindender Frequenzwechsel auf 79 Funk-Kanälen bieten dabei höchste Abhörsicherheit beim Datenaustausch. Die Daten werden im Freifeld 100 Meter kabellos übertragen. Wie bei anderen Funktechniken reduziert sich diese Entfernung in Gebäuden je nach Wandbeschaffenheit. Das werkseitig voreingestellte Bluetooth-Kennwort des ISDN Access Points – das der Anwender jederzeit ändern kann – garantiert, daß nur dazu berechtigte Bluetooth-Geräte auf das ISDN zugreifen können. Zusätzlich begrenzen einstellbare Gerätelisten den Zugang. BlueFritz! AP-ISDN unterstützt vom Start weg das PAN-Profil und kann so auch in einem kabellosen Netzwerk eingesetzt werden. Der neue Access Point BlueFritz! AP-ISDN ist ab sofort erhältlich. Als BlueFritz! ISDN-Set bietet AVM den AP-ISDN zusammen mit einem Klienten BlueFritz! USB an.

Neue Fritz!X USB startet PC mit Remote Wake Up

AVM hat die neue ISDN-Anlage mit integriertem ISDN-Controller FRITZ!X USB in der Version 3.0 vorgestellt. Die Kombianlage unterstützt das stromsparende ACPI-System und bietet erstmals in dieser Geräteklasse eine vollständige Remote Wake Up-Funktion. Auch lassen sich nun unerwünschte Verbindungen, beispielsweise zu kostspieligen Service-Rufnummern, zuverlässig unterbinden. Zusätzlichen Telefoniekomfort bieten neue Leistungsmerkmale wie die interne Dreier-Konferenz oder die Übermittlung der Gesprächsgebühren an die angeschlossenen Telefone. Die ISDN-Kombianlage steht dem Handel ab Anfang 2003 zur Verfügung.

Nokias erstes Fashion-Telefon mit Kamera

Nokia hat das neueste Modell aus der erfolgreichen Kategorie der Fashion-Telefone vorgestellt: Das Nokia 7250 ist das erste Mobiltelefon dieser Reihe mit integrierter Kamera. Für das elegant gestaltete Mobiltelefon wird eine trendige Auswahl an wechselbaren Xpress-on Farb-Covern angeboten. Neben der großen Funktionsvielfalt verfügt das Nokia 7250 über ein Display mit 4.096 Farben und 128 x 128 Pixeln, MMS und ein eingebautes UKW-Radio. Zudem ist die Nokia Lautsprecherstation als Zubehör erhältlich. Das Nokia 7250 ist ein Triband-Mobiltelefon, das Sprachtelefonie und schnelle Datenübertragungen über HSCSD- und GPRS-Netze weltweit

unterstützt. Das Design des Nokia 7250 ist eine Mischung aus Innovation und Provokation. Die Tastatur hebt sich durch breite grafische Streifen hervor, und die auffällig gestalteten Xpress-on Farb-Cover sollen das Nokia 7250 zum echten Blickfang machen. Die Vier-Wege-Navigation und das hochauflösende Farbdisplay sorgen für eine einfache und schnelle Bedienbarkeit. Das neue Nokia 7250 Mobiltelefon wiegt 92 Gramm, erreicht eine Sprechzeit von bis zu fünf Stunden und eine Stand-by-Zeit von bis zu 300 Stunden. Die integrierte Kamera nimmt Bilder in CIF-Auflösung auf. Zur weiteren Ausstattung des Gerätes zählen MMS, E-Mail, Java, WAP 1.2.1 Browser und eine elektronische Brieftaschenfunktion für bequeme und zuverlässige Online-Transaktionen. Mit der SyncML-Unterstützung lassen sich persönliche Daten aus Kalender, Adreßbuch oder Aufgabenlisten zwischen Server und Mobiltelefon „over the air“ synchronisieren. Ebenfalls neu ist die Nokia Lautsprecherstation: ein Zubehörprodukt für das Nokia 7250 Mobiltelefon, über dessen hochwertige Stereo-Lautsprecher das im Nokia 7250 integrierte Radio wiedergegeben werden kann.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Neues Marketingkonzept für Duttenhofer Kunden

Das Sortiment mit über 20.000 Artikeln, die hohe Warenverfügbarkeit, der 24-Stunden-Lieferservice und die prompte Auftragsabwicklung gehören seit langem zu den Stärken des Duttenhofer Großhandels (DGH) in Würzburg. Jetzt hat das Unternehmen sein Angebot mit einem neuen Konzept ausgebaut: DGH Plus bietet Fotohändlern die Möglichkeit, von einer Reihe unterschiedlicher, individualisierbarer Marketinginstrumente zu profitieren.

„Bislang haben wir mit unseren Aktivitäten vor allem den Weg der Ware von uns zum Handel optimiert“, sagte Duttenhofer Geschäftsführer Marcel Tully im Rahmen einer Fachpressekonferenz. „Mit DGH Plus wollen wir uns ab sofort auch verstärkt um den Weg der Ware vom Händler zum Endkunden kümmern.“

Ansprechen will Duttenhofer mit dem neuen Konzept sowohl „freie“ als auch kooperierte Händler, die individuelle Marketingmaßnahmen durchführen wollen. „Für einzelne Fotohändler sind aufeinander abgestimmte Dekorationen oft nicht bezahlbar“, so Tully. „DGH Plus bietet daher mehrmals jährlich mit Herstellerunterstützung Schaufensterdekorationen zu bestimmten jahreszeitlichen oder aktuellen Themen an.“ Darüber hinaus gebe es neutrale Schaufensteraufkleber, wie den „Preis&Wert“-Aufkleber oder selbstklebende Filmstreifen mit unterschiedlichen Texten, etwa „Klasse Farbbilder“.

DGH Plus solle dem Handelspartner die Möglichkeit geben, zu akzeptablen Kosten eine einheitliche Linie in sein Marketing zu bekommen. „Mit unseren Werbemitteln sieht sein Außenauftritt aufgeräumter aus, und beim Kunden wird damit ein höherer Wiedererkennungswert erzielt“, meinte Walter Dürr, Vertriebsleiter DGH International.

Stellten auf einer Pressekonferenz in Würzburg das neue DGH Plus-Konzept vor (v. l.): Walter Dürr, Vertriebsleiter DGH International, Marcel Tully, Geschäftsführer Duttenhofer, und Christian Lunz, Verkaufsleiter DGH International.

Im Rahmen des Konzepts bietet Duttenhofer zwei unterschiedliche Strategien an. Zum einen sind dies Standardwerbemittel. Dazu gehören einerseits Plakate oder Straßenstopper, die aktionsunabhängig für „Paßbilder vom Fachmann“ oder „Posterformate von Ihren schönsten Motiven“ werben, andererseits Aktionsplakate, bei denen Duttenhofer Produkt und Preis vorgibt. Darüber hinaus bieten die Würzburger aber auch individualisierte Werbemittel an, die nach Absprache speziell für den Händler gefertigt werden.

Für die grafische Gestaltung greift Duttenhofer auf eine eigene, ständig aktualisierte (Bild-)Datenbank zurück. Dadurch stehen immer die neuesten Informationen und Produktbilder bereit, und der finanzielle Aufwand für die Produktion hält sich in Grenzen: Für ein Standardposter berechnet Duttenhofer beispielsweise 20 Euro, für ein individualisiertes Poster muß der Händler 25 Euro bezahlen.

Um einen einheitlichen Auftritt sicherzustellen, sind die dominierenden Farben der Werbemittel Orange und Blau. Gefällt diese Farbvariante nicht oder paßt sie nicht in die bestehende Ladengestaltung, so stehen als Alternativen die Farbkombinationen Rot und Blau sowie Weiß und Rot bereit.

„In welchem Rahmen sich der Händler an unseren Aktionen beteiligt und inwieweit er unsere Werbemittel einsetzt, bleibt ihm überlassen“, betonte Dürr. „Die Beteiligung an DGH Plus ist kostenlos, kein Händler wird gezwungen, unsere Angebote in Anspruch zu nehmen.“ Allerdings stehe hinter DGH Plus ein partnerschaftliches Konzept, deshalb erwarte Duttenhofer, daß der Händler nicht nur von den preiswerten Werbemitteln profitiere, sondern auch einen Teil seiner Ware vom Duttenhofer Großhandel beziehe.

Neben den analogen Werbemitteln bietet DGH Plus mit dem Online-Beratungsmodul produktberater.de auch ein digitales Marketinginstrument. Das Online-Angebot greift ebenfalls auf die Duttenhofer-eigene Datenbank zurück und ermöglicht dem Händler, seinen Kunden am Point of Sale umfassend mit Informationen zu einzelnen Produkten oder ganzen Produktgruppen zu versorgen. Neben technischen Infos für sämtliche Produkte im Duttenhofer-Sortiment erhält der Händler auch verschlüsselte Informationen zu Preisen, Margen, Lieferzeiten etc. „Damit bietet produktberater.de jedem Händler die Möglichkeit, sein Produktportfolio ohne Lagerrisiko auf über 20.000 Artikel auszubauen“, stellte Christian Lunz, Verkaufsleiter DGH International, fest.

Umfassende Suchfunktionen, ein Merkzettel, die Möglichkeit, individuelle Angebote auszudrucken sowie eine Zubehörsuchmaschine, die zu einzelnen Produkten passendes Zubehör darstellt, sollen die Kompetenz des Händlers erhöhen und die Kaufentscheidung des Kunden positiv beeinflussen.

Herbert Päge

weeks.de

DIGITALE KAMERATECHNIK

[Ra|ke|te], die – schußbereites technisches Gerät, das in rasendem Tempo anspruchsvollste Aufgaben erfüllen kann.*

VPC-MZ3 EX

SANYO multimedia

VPC-AZ1 EX
4 Mio Pixel, 2,8fach optischer Zoom, Videoclips bis zu 5 Min. Länge, IBM Microdrive kompatibel

* VPC-MZ3 EX
2 Mio Pixel, 3fach optischer Zoom, Videoclips bis zu 12 Min. Länge in VGA Qualität, IBM Microdrive kompatibel

VPC-R1 EX
1,3 Mio Pixel, 4fach digitaler Zoom, Videoclips bis zu 30 Sekunden Länge, 2 MB Festspeicher oder Compact Flash

SANYO FISHER Vertriebs GmbH
Stahlgruberring 4
81829 München

Telefon +49 (0)89 / 451 16 0
Telefax +49 (0)89 / 451 16 101

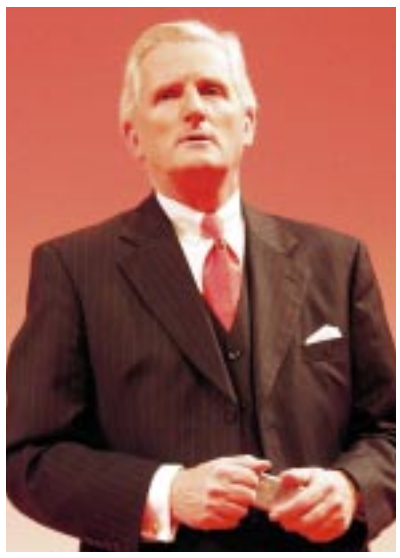
www.sanyo.de
info@sanyo.de

Vodafone live! öffnet Türen in neue Handywelt

Unterwegs Schnappschüsse machen, speichern oder per MMS verschicken – kein Problem für die neuen Vodafone live! Handys.

Mit Vodafone live! hat die Düsseldorfer Vodafone D2 GmbH ein neues Angebot vorgestellt, das mit umfangreichen multimedialen Eigenschaften einen Vorgeschmack auf das bevorstehende UMTS-Zeitalter bietet. Zunächst drei Vodafone live!-Handys, darunter ein vollkommen neues Produkt von Sanyo (siehe Kasten unten), ermöglichen nicht nur das mobile Telefonieren, sondern auch das Fotografieren, Verschicken und Speichern von Digitalbildern, das Herunterladen und Spielen von Games auf Java-Basis, den Zugriff auf vielfältige Nachrichten- und Entertainmentdienste sowie die Individualisierung durch polyphone Klingeltöne und eigene Bilder – und das alles mit bis zu 65.536 Farben und, abhängig von Gerät und Standort, mit Hochgeschwindigkeit über GPRS oder HSCSD.

Jürgen von Kuczkowski, Vorsitzender der Geschäftsführung von Vodafone D2, ließ auf der Pressekonferenz zur Vorstellung des neuen Produktes keinen Zweifel an seiner Begeisterung für Vodafone live! „Sie dürfen sicher sein", so von Kuczkowski, „daß dieses Produkt die mobile Kommunikation revolutionieren wird." Denn Vodafone live! mache wahr, was die UMTS-Visionen versprechen. Das Produkt integriere die ganze bunte, interaktive Multimedia-Welt in einem einzigen Handy und mache sie damit überall und jederzeit verfügbar. Nüchterner betrachtet sei Vodafone live! die einzigartige Kombination aus einem Foto-Handy, in dem alle State-of-the-Art-Technologien der mobilen Kommunikation verschmelzen, plus einem extrem benutzerfreundlichen Online-Portal mit umfassenden Inhalten. „Vodafone live! ist spannend, spontan, bunt, mit Bildern, Logos, Grafiken, Sound in CD-Qualität und Spielen mit dem Spaßfaktor einer Spielkonsole, oder kurz: einfach begeisternd", sagte von Kuczkowski. „Menschen wollen Gefühle miteinander teilen – und genau dafür ist Vodafone live! gemacht."


Jürgen von Kuczkowski, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vodafone D2 GmbH

Das Produkt zeichne sich darüber hinaus dadurch aus, daß mit ihm zum ersten Mal in der Geschichte des Mobilfunks ein wirklich globales Produkt auf den Markt käme, das intern mit dem gebündelten Know-how eines Weltkonzerns entwickelt wurde und auch weltweit zum Einsatz kommen soll. Nach dem Start in verschiedenen Ländern Europas soll Vodafone live! Anfang 2003 auch in Australien und Neuseeland eingeführt werden und dann einer potentiellen Nutzergruppe von über 100 Millionen Kunden zur Verfügung stehen.

Wachstum für das Unternehmen verspricht sich von Kuczkowski von einer stattlichen Zahl von Neukunden, für die Vodafone live! schlicht und einfach ein attraktives Produkt sei. Viel wichtiger sei aber, daß die Kunden mit Vodafone live! öfter und länger zum Handy greifen werden. „Vodafone live! ist der Schlüssel zur Eroberung jener zusätzlichen Umsatzpotentiale, die im Segment der Datenübertragung schlummern", so von Kuczkowski. „Deshalb stellt das Produkt einen strategisch neuen Ansatz dar, den wir in Zukunft konsequent verfolgen wollen. "

Aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten, die Vodafone live! biete, und dem stetig steigenden Bedarf an Multimediadiensten für das Handy sei die Gruppe möglicher Kunden, die durch das Produkt angesprochen werden können, nach den Ausführungen von Dr. Michael Paetsch, Geschäftsführer Marketing bei der Vodafone D2 GmbH, breit gefächert. So werde etwa der sozial aktive und Spaß-orientierte, 18–21jährige Youngster, der sein Handy mit Klingeltönen tunen und mit seinen Freunden bei Handy-Spielen um den Highscore wetteifern wolle, ebenso angesprochen wie Young Professionals, die Bildnachrichten verschicken und mit ihren Freunden im mobilen Cyberspace chatten wollen, oder Business Life Manager, die das Handy zur Organisation ihrer beruflichen Aktivitäten und zur spontanen Kommunikation nutzen und dabei auf Zuverlässigkeit und ein hohes Maß an Informationsqualität angewiesen seien.

Dr. Michael Paetsch, Geschäftsführer Marketing der Vodafone D2 GmbH

Eines der wichtigsten Kennzeichen von Vodafone live! sei die Foto-Funktion, stellte Paetsch fest. So könne nicht nur überall spontan fotografiert werden, das digitale Bild könne auch direkt vor Ort per MMS verschickt oder in dem vollkommen neuen virtuellen Fotoalbum, das Vodafone seinen Kunden ab sofort zur Verfügung stellt, gespeichert und von unterwegs abgerufen werden.

Ebenfalls von großer Bedeutung seien die Spielfunktionen. „Ich bin sicher, daß wir mit Vodafone live! an den Erfolg von Load-a-Game anknüpfen werden", so Paetsch. „Seit dem Start dieser Plattform wurden über eine Million Spiele auf Vodafone Handys heruntergeladen."

Weitere Argumente für das Verkaufsgespräch am Point of Sale stellen laut Paetsch die ausgesprochen einfache und intuitive Benutzerführung über kleine farbige Bildsymbole, die einzigartige Sammlung von Logos und Klingeltönen und die ausgesprochene Breite der nutzbaren Infodienste dar. *hepä*

Sharp liefert exklusives Mobiltelefon

Vodafone live! startet mit Foto-Handys von Sharp, Panasonic und Nokia

Mit der Einführung von Vodafone live! ist auch das Sharp Handy GX10 neu auf den Markt gekommen. Es besitzt eine integrierte Digitalkamera mit der Auflösung 288 x 352 Pixel, Zweifach-Zoomobjektiv und Selbstauslöser sowie ein 120 x 160 Pixel großes Farbdisplay mit 65.536 Farben. Das exklusiv für Vodafone gebaute Dual-Band-Gerät unterstützt dank Java-Software den Download von Spielen (Vodafone Load-a-Game), MMS, GPRS (4+2)-, WAP- und Internetanwendungen sowie polyphone Klingeltöne. Über eine Infrarotschnittstelle kann kabellos mit PDA, Notebook oder PC kommuniziert werden. Eine Download-Area im Menüpunkt „Mein Telefon" ermöglicht den schnellen Zugriff auf persönlich gespeicherte Inhalte (Spiele, Bilder, Klingeltöne), und der Zugriff auf die Vodafone live!-Angebote erfolgt per Soft-Key-Taste. Für die einfache Handhabung sorgt eine zentrale M-Taste, die für das Aktivieren der Kamera, die Aufnahme des Bildes sowie das Schreiben und Verschicken einer MMS zuständig ist. Ein zweites Display an der Außenseite informiert den Besitzer auch im geschlossenen Zustand über Netzqualität, Batterieladezustand, Datum und Uhrzeit sowie eingehende Anrufe. Das Sharp GX10 hat die Abmessungen 94 x 27 x 49 mm und wiegt 107 Gramm.

Ebenfalls als Vodafone live! Handys sind die bereits früher eingeführten Modelle Panasonic GD87 und Nokia 7650 zu haben, die ebenso wie das Sharp GX10 durch das Vodafone Logo gekennzeichnet werden. Beide Geräte sind mit einer integrierten Digitalkamera ausgestattet, besitzen ein Farbdisplay (Panasonic: 65.536 Farben; Nokia: 4.096 Farben), unterstützen GSM- und GPRS (Nokia auch HSCSD) sowie polyphone Klingeltöne und sind mit einem E-Mail Client ausgestattet.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Neuheiten

LG Electronics nimmt DSL-Modem ins Programm

LG Electronics hat das DSL-Modem LAM 200 U neu ins Produktprogramm aufgenommen. Das einfach über eine USB-Schnittstelle mit einem Rechner zu verbindende Gerät benötigt keine eigene Stromversorgung, da es die zu seinem Betrieb benötigte Energie über den USB-Anschluß des angeschlossenen Rechners bezieht. Das Modem unterstützt

Boris Hafner, LG Electronics, Vertriebsleiter Netzwerkprodukte

leistungsfähiges Routing, transparentes Bridging und PPP/ATM unter allen wichtigen WAN-Protokollen wie PPP over Ethernet (PPPoE) und PPP over ATM (PPPoA). Über seine integrierte Ethernet-Schnittstelle läßt sich das Modem auch an ein Internet-Gateway oder einen DSL-Router anschließen. Auf zukünftige neue Verbindungsprotokolle und Dienste kann die Firmware des LAM 200 U auf einfache Weise aktualisiert werden. Die mitgelieferte Software ermöglicht die Überwachung und Protokollierung aller Verbindungen. Unterstützt wird der neue UR-2 Standard. Unverbindliche Preisempfehlung: 109 Euro.

Sony „Micro Vault“: USB Speicher-Medium

Unter dem Produktnamen „Micro Vault“ bietet Sony ab sofort transportable steckbare Flash-Speicher Medien für die USB-Schnittstelle an. Die Micro Vaults sind

in den Speichergrößen 128 Mbyte, 64 Mbyte und 16 Mbyte erhältlich und haben in etwa die Größe eines Textmarkers. Die schlanken, kompakten USB Micro Vaults sind leicht und bequem zu handhaben und bieten eine zuverlässige Methode, um größere Mengen an Daten mit sich zu führen und diese auf nahezu jedem anderen Rechner darstellen und speichern zu können. Geschäftlich reisende Notebookbesitzer werden am Micro Vault zu schätzen wissen, daß sie damit auch dann Daten zwischen dem mitgeführten Notebook und dem Rechner eines Kunden austauschen können, wenn gerade kein LAN oder WLAN-Zugang verfügbar ist. Ein 128 Mbyte Micro Vault im Taschenformat bietet die gleiche Speicherkapazität wie 90 konventionelle Disketten. Für die erforderliche Sicherheit sensitiver Daten sorgt die neue „Security Zone“ Software von Sony, mit der sich auf jedem Micro Vault durch Paßwort geschützte Daten-Bereiche einrichten lassen.

GoBack 3 jetzt auch in netzwerkfähiger Version

Roxio GoBack 3, die nach Aussage des Herstellers bestverkaufte Systemwiederherstellungs-Software, ist nun auch in einer netzwerkfähigen Version lieferbar und kann aus der Ferne (remote control) administriert werden. Die Digital Media Company Roxio, Inc. kündigt die GoBack 3 Enterprise Edition an. GoBack 3 ist eine Systemwiederherstellungs-Software, mit deren Hilfe PC-Nutzer ihr Windows Betriebssystem nach Systemabstürzen, Virus-

befall, Datenverlusten und Anwenderfehlern wieder lauffähig herstellen können. GoBack 3 speichert auf einem separierten Teil der Festplatte zeitlich zugeordnet alle Veränderungen des Systems. Mit den Funktionen von GoBack 3 läßt sich bei Bedarf der ursprüngliche Zustand des Systems zu einem definierten, zurückliegenden Zeitpunkt wiederherstellen.

„Best of Two Worlds“: Harter Kern mit edler Gestalt

Mobil

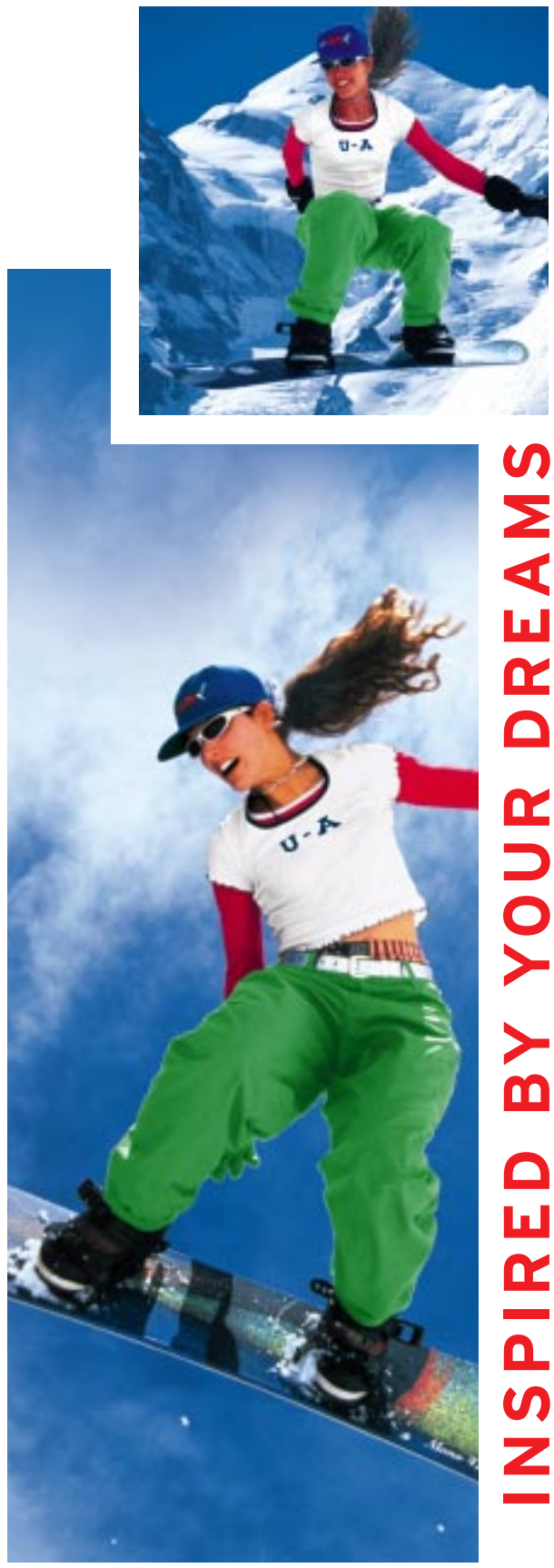
Mit dem CF-R1 betritt Panasonic das Marktsegment für Consumer-Notebooks mit einem vollkommen neuen Konzept: Das elegante Design des CF-R1 verbindet sich harmonisch mit dem Funktionsumfang und den technischen Eigenschaften eines leistungsfähigen Notebooks und der robusten Widerstandsfähigkeit der bekannten Panasonic „Toughbook“-Modelle, die selbst bei hohen mechanischen und thermischen Beanspruchungen stabil und zuverlässig arbeiten. Das mit einem 10,4 Zoll großen Display in XGA-Auflösung von 1.024 x 768 Pixeln und brillanter Bilddarstellung ausgestattete Subnotebook arbeitet mit einem 800 MHz getakteten Intel Mobile Pentium III UVL-Prozessor, unterstützt von 256 Megabyte Arbeitsspeicher und einer 20 Gigabyte Festplatte. Durch den Einsatz der Ultra Low

Voltage CPU und energiesparender Displaytechnologie, verbunden mit einer sparsamen 3,3 Volt-Festplatte und neu entwickelten Li-Ion Batterien wird eine Akku-Laufzeit von bis zu sechs Stunden erreicht. Das Gerät ist 23,5 mm flach, wiegt 990 Gramm und hat das Format DIN A5. Für die hohe Widerstandsfähigkeit des CF-R1 sorgen unter anderem der konvexe, stoßabsorbierende Aufbau des Displaygehäuses und die freischwingende Aufhängung des LCDs mit Spezialdämpfung und stabilen Kantenrahmen. Das bekannte „Semi Ruggedized“-Konzept wird durch die stoßgedämpft gelagerte Harddisk mit flexibler Leiterplatte flankiert. Um den Betrieb des CF-R1 im Flugzeug zu ermöglichen, wurde auf ein CD-ROM Laufwerk mit Lasereinheit verzichtet. Zur weiteren Ausstattung gehören zwei USB-Schnittstellen, Ethernet-LAN, 56 Kbps-Modem, PC-Card und SD-Card-Steckplatz.

Premiere ab sofort auch mit CI-Modul empfangbar

TV

Premiere ist ab sofort auch über Common Interface (CI) Receiver zu empfangen: Der Abonnentensender hat ein eigenes CI-Modul, das die Premiere Programme entschlüsselt. Hergestellt wird das Modul von SCM Microsystems. Gleichzeitig wird Premiere auch erste CI-Receiver zertifizieren. Zunächst bringen Kathrein und Nokia entsprechende Satelliten-Geräte mit Gütesiegel „Geeignet für Premiere“. Die Kombination aus CI-Receiver und Modul ergänzt die Palette Premiere geeigneter Digitalreceiver mit fest eingebauter Entschlüsselungstechnologie. Premiere stellt das CI-Modul seinen Zuschauern für die Vertragslaufzeit kostenlos zur Verfügung. Es verbleibt jedoch im Eigentum des Senders und ist ausschließlich zusammen mit einem Abonnement erhältlich.



FinePix F401

Super CCD mit 2,1 Mio. Pixeln (effektiv) |
Kompaktes Metallgehäuse |
3fach-optischer-Zoom |
Lichtempfindlichkeit bis 1600 ISO |
Weitere Infos unter www.finepix.de

FUJIFILM

www.finepix.de

Siemens Neuheiten sollen Marktanteile in den USA gewinnen

Mit vier neuen Mobiltelefonen verstärkt Siemens Information and Communication Mobile (Siemens mobile) sein Engagement auf dem US-amerikanischen Markt. Die Palette der in den USA zur Verfügung stehenden Siemens Handys reicht jetzt von den sprachzentrierten A56 und M46 über die auf Entertainment ausgerichteten C56 und CT56 bis zum S56 mit Farbdisplay, Multi Media Messaging (MMS)-Funktionalität und auf-

Das Siemens C56 (links) und das Pocket PC-Handy Siemens SX56 (unten) sind zwei der Neuheiten, die Siemens für die USA produziert.

steckbarer Kamera. Außerdem stellte Siemens mit dem SX56 ein neues Pocket PC-Handy für den US-Markt vor, das über den US-Mobilfunknetzbetreiber AT&T Wireless angeboten wird. Die Kombination aus Mobiltelefon, PDA und Pocket PC basiert auf dem GSM-Standard und unterstützt drahtlose High-Speed-Datenübertragung. Das Gerät funktioniert in allen GSM/GPRS-Netzen Asiens, Europas und Amerikas und ist mit jedem Windows-basierten PC synchronisierbar. Das SX56 Pocket PC-Handy ist in einer Enterprise-Version und als SoHo-Ausführung (Small Office/Home Office) für Privatanwender zu haben. Mit den Produkten will Siemens weitere Anteile am schnell wachsenden nordamerikanischen GSM-Mobilfunkmarkt gewinnen und sich eine Spitzenposition im nordamerikanischen Mobilfunkmarkt sichern. Siemens mobile plant, in den nächsten sechs Monaten weitere vier neue US-spezifische GSM-Produkte auf den Markt zu bringen.

Siemens' neues S55 fotografiert mit Blitz

Siemens hat mit dem S55 das Flaggschiff seiner Handypalette vorgestellt. Das Gerät für alle Fälle vereint die neuesten Features zum Multimedia-Produkt für die unterschiedlichsten Zielgruppen. Herausragende Ausstattungsmerkmale sind MMS (Multi Media Messaging), Bluetooth- und Java-Technologie sowie eine abnehmbare Kamera, die sogar ein integriertes Blitzlicht besitzt.

Überall und jederzeit fotografieren zu können, wird zukünftig eine der wichtigsten Zusatzfunktionen eines Mobiltelefons sein. Mit dem Siemens S55 ist erstmals ein Mobiltelefon auf den Markt gekommen, das dank eines in die aufsteckbare Kamera integrierten Blitzgerätes die Fotografie in Räumen deutlich vereinfacht.

„Das S55 paßt sich mit seiner Ausstattung nahtlos an die Kommunikationsbedürfnisse des modernen mobilen Menschen an", stellte Hans-Joachim Winzeck, Siemens Marketing Manager Mobil Phones Germany, im Rahmen einer Präsentation der neuen Produkte in München fest. „Dank seiner Triband-Technologie ist es weltweit in den gängigen Netzen zu Hause. Somit ist das S55 das ideale Handy für alle Lebenslagen an (fast) allen Orten der Erde." Der mobile Allrounder schaffe mit einem erweiterten Organizer, flexiblem Speicher, Farbdisplay und Java-Technologie Harmonie im Spannungsfeld zwischen Beruf und Freizeit. Winzeck: „Das handliche, leichte und elegante S55 ist der perfekte Begleiter für vielbeschäftigte Menschen mit einem ausgeprägten Stilbewußtsein."

Das neue Siemens S55 hat die Abmessungen 101 x 42 x 18 mm. Es besitzt eine integrierte Antenne und wiegt 85 g. Das Gerät unterstützt GSM 900/1800/1900 sowie GPRS (Multislot Klasse 10) und ist mit Java Wireless Technologie ausgestattet. Zu seinen Hauptmerkmalen zählt das innovative Design, in dessen Mittelpunkt das exklusive und komfortable neue Tastaturkonzept, die hochwertige Oberfläche und das 101 x 80 Pixel große Farbdisplay stehen. Mit ihm macht nicht nur das Schreiben, Verschicken und Empfangen von MMS Spaß, es unterstützt durch ein farbiges Menü auch die Bedienung.

Zum S55 liefert Siemens die aufsteckbare Quick-Pic Kamera. Sie ist, als erste Handy-Kamera,mit

Hans-Joachim Winzeck, Siemens Marketing Manager Mobil Phones Germany

einem integrierten Blitzgerät ausgestattet und erleichtert so das Fotografieren unter schlechten Lichtbedingungen und in Innenräumen. Die mit der Kamera geschossenen Bilder können im Gerät gespeichert oder per MMS verschickt werden.

Benutzer, die Wert auf die persönliche Gestaltung ihres Handys legen, können dies beim Siemens S55 ohne großen Aufwand realisieren. So stehen neben den im Gerät integrierten weitere anwenderspezifische Animationen, Calling Images, Gruppensymbole, polyphone, bis zu 16-stimmige Klingeltöne, Bildschirmschoner und Logos zum Herunterladen bereit.

Die Synchronisation mit anderen Geräten erfolgt via PC Sync mit Microsoft Outlook und Lotus Notes sowie via SyncML. Dazu stehen eine Bluetooth- und eine Infrarotschnittstelle zur Verfügung.

Weitere Kennzeichen des neuen Siemens Handys sind die Möglichkeit zum Freisprechen, Sprachwahl/Sprachsteuerung, der erweiterte Organizer und das Personal Information Management (PIM), die flexible Speicherverwaltung, mit der der integrierte Speicherplatz den individuellen Bedürfnissen des Benutzers entsprechend frei mit Bildern, Tönen, Notizen, Adressen etc. belegt werden kann, Sprachnotizen und die PIN-geschützte Notizfunktion. Außerdem stehen verschiedene Spiele bereit, von denen einige Java nutzen und das Spielerlebnis mit Vibrationsfunktion verbessern.

Siemens gibt für das S55 eine Gesprächszeit von bis zu sechs Stunden und eine Standby-Zeit bis zu 300 Stunden an. Das Gerät steht dem Handel ab sofort in den Farbvarianten Arctic Blue und Sterling Silver zur Verfügung.

Zum neuen S55 bietet Siemens auch Zubehör wie das Bluetooth Headset und eine aufsteckbare Kamera mit integriertem Blitzgerät an.

Siemens führt sein erstes UMTS-Handy in den Markt ein

Siemens hat sein erstes UMTS-fähiges Handy vorgestellt. Mit dem U10 gehört das Unternehmen zu den wenigen Herstellern, die mit einem serienreifen Modell der nächsten Handy-Generation noch in diesem Jahr in den Markt gehen. Das Gerät wurde in Zusammenarbeit mit Motorola entwickelt. Es hat die Abmessungen 154 x 53 x 29 mm und ist mit einem großen Farbdisplay (176 x 220 Pixel, 4.096 Farben) sowie einer übersichtlichen Tastatur ausgestattet. Das U10 ist für kommende UMTS-Netze ebenso wie für die bestehenden gängigen GSM/GPRS-Netze geeignet. Das handliche und leicht zu bedienende Gerät soll neue Maßstäbe in Sachen multimedialer Telekommunikation setzen. Die eingebaute Kamera mit 180 Grad Rotationswinkel ermöglicht ebenso die Aufnahme von

Videoclips mit Ton wie auch den Einsatz als klassische Digitalkamera. Videos, Bilder und Tonaufnahmen lassen sich via MMS (Multi Media Messaging) schnell und bequem versenden oder auch per E-Mail direkt auf einen PC oder ein Notebook schicken. Das Multimedia-Spektrum des U10 unterstützt unter anderem Videostreaming mit MPEG-4-Dateien und Audiofunktionen für MP3 und AAC (Advanced Audio Coding). Der interne Speicher läßt sich mit MultiMediaCards ausbauen. Über den High-Speed-Internetzugang lassen sich Informationen und Daten sowie Applikationen auf Basis der Java-Wireless-Technologie aus dem Netz laden. Zum Datenaustausch mit Notebooks und anderen geeigneten Geräten stehen Bluetooth-, USB- und Infrarot-Schnittstellen zur Verfügung. Die Gesprächszeit beträgt bis zu 90 Minuten, die Standby-Zeit bis zu 100 Stunden.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Neuheiten

InFocus X1: Projektor für Vielfach-Anwender

Mit dem DLP-Projektor X1 erweitert die InFocus Corporation ab sofort ihr Angebot um ein Gerät für das an Bedeutung gewinnende Marktsegment der sogenannten Vielfach-Anwender. Der Begriff „Vielfach-Anwender“ definiert berufliche Nutzer von Projektoren, die in ihrem beruflichen Tätigkeitsbereich verfügbare Projektoren auch privat nutzen. Vielfach-Anwender finden sich vor allem in den Bereichen kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Small Office Home Office (SOHO) sowie in den Einrichtungen der Aus- und Weiterbildung. Nach eigener Aussage hat InFocus den Projektor X1 speziell für dieses Marktsegment konzipiert und entwickelt, um damit seine Kundenbasis zu verbreitern. Der X1 ist das erste Gerät, das InFocus zusammen mit dem japanischen Unternehmen Funai Electric entwickelte. Funai Electric zählt zu den führenden internationalen Herstellern von Consumer Electronics. Laut einer aktuellen IDC-Studie würden 35 Prozent aller professionellen Nutzer von Projektoren gerne ihr beruflich eingesetztes Gerät auch für Home Entertainment-Anwendungen nutzen, wenn es sich aufgrund seiner technischen Eigenschaften für die Vorführung von Video- und DVD-Filmen eignet. Mit seiner herausragenden Videoqualität und Handlichkeit stellt der X1 einen Referenzprojektor für Mehrfach-Anwendungen dar. Bei seiner Gestaltung wurden die Ergebnisse einer einjährigen InFocus-Studie über die Ausstattungswünsche der Kunden berücksichtigt. Der InFocus X1 kombiniert die DCDi Technologie von Faroudja mit dem 0,55 DMD Chip von Texas Instruments. Zusammen mit der 1.000 Lumen starken Lampe, der SVGA-Auflösung, dem Kontrastverhältnis von 2000:1, der qualitativ hochwertigen Bilddarstellung und dem geringen Gewicht von 3,1 kg läßt sich der X1 nach Dienstschluß problemlos in andere Räumlichkeiten transportieren und dort als Heimkinoprojektor benutzen. Der Projektor InFocus X1 ist in Deutschland ab sofort zu einem UVP von 2.086 EUR verfügbar. Das Gerät wird mit einer Zweijahres-Standardgarantie ausgeliefert.

Samsung mit ultraflachem Röhrenmonitor

Laut Pressemitteilung präsentiert Samsung den flachsten Bildschirm der Welt. Eine neue Kathodenstrahlröhre mit 100 Grad Ablenkungswinkel ermöglichte dem Hersteller, einen gerade mal 413,5 Millimeter großen Bildschirm zu konstruieren. Zudem ist der Computerbildschirm SyncMaster 957 FS mit der Funktion „Highlight Zone“ ausgestattet. Damit läßt sich die Helligkeit in einem frei wählbaren Bildschirmfenster um bis zu 100 Prozent erhöhen. Dadurch werden insbesondere Videos und Spiele in einer besseren Bildqualität wiedergegeben. Die mitgelieferte Software Natural Color läßt Farben naturgetreu erscheinen und unterstützt die Abstimmung zwischen Bildschirmdarstellung und gedruckten Farben. Das Monitormodell SyncMaster 957 FS bietet eine 1280 x 1024 Bildpunkte empfohlene Auflösung bei 95 Hz bzw. 1.920 x 1.440 maximale Auflösung bei 64 Hz. Die mitgelieferte Software MouScreen erlaubt zahlreiche Bildschirmeinstellungen mit der Maus, ohne den Bildschirm zu berühren. *Schini*

Dritte Generation der Blaupunkt Skyline-Familie

Mit neuem Styling und technischen Innovationen präsentiert sich die dritte Generation der Blaupunkt Autoradio-Serie Skyline. Die Topgeräte der Skyline-Familie sind die Autoradios San Francisco CD72 und Bremen CD72. Technisches Highlight der Ausstattungsmerkmale und zugleich ein wesentlicher Innovationsvorsprung beim Radioempfang ist der neu entwickelte TwinCeiver, der nach Aussagen des Unternehmens kleinste Doppeltuner der Welt. Zudem verfügen die Geräte auch über erweiterte digitale Equalizer-Techniken. So lassen sich mit dem neuen Equalizer DSA+ (Digital Sound Adjustment) störende Frequenzspitzen ausgleichen und individuelle Einstellungen auch manuell nachregeln. Die automatische Fahrgeräuschmaskierung DNC (Dynamic Noise Covering) paßt automatisch Lautstärke und Klang an die aktuelle Geräuschkulisse an. Das Modell Bremen CD72 ist mit dem Verkehrsfunkspeicher TIM (Traffic Memo) ausgestattet. TIM speichert bis zu vier Verkehrsfunkdurchsagen und hält diese auf Knopfdruck zum Abruf bereit. Das Modell San Francisco ist mit einem Tuner ausgestattet, der eine Endstufe mit Schaltnetzteil und 4 x 65 Watt (max. Power) besitzt. Alle Skyline-Geräte sind durch ein abnehmbares Bedienteil geschützt. Zudem ermöglicht ein neues KeyCard-Konzept eine erweiterte Diebstahlschutzvariante.

Hochauflösende Digitalkamera mit 1 GB-Speicher von Casio

Mit der Vorstellung der Digitalkamera QV-5700 bleibt Casio der bereits bewährten Linie treu, megapixelstarke Digitalkameras mit ebenso starken Speicherkarten anzubieten. Die neue Kamera verfügt über eine 5,36 Megapixel-Auflösung (total), der mitgelieferte Microdrive hat eine Speicherkapazität von einem GB zu bieten. Mit effektiven fünf Megapixeln ermöglicht der QV-5700 Bilder in einer maximalen Auflösung von 2.560 x 1.920 Pixeln. Je nach Anwendungszweck stehen weitere Auflösungsstufen zur Verfügung. Die Kamera ist mit einem lichtstarken dreifach optischen Canon-Zoom-Objektiv ausgestattet, das bei Lichtstärken zwischen F=2.0 und 2.5 eine Brennweite von 34 mm bis 102 mm (im Vergleich zum Kleinbildformat) bietet. Die Belichtungszeit kann durch den CCD-Verschluß und den mechanischen Verschluß zwischen 60 Sekunden und 1/1.000 Sekunde variiert werden. Zusätzlich steht ein Bulb-Verschluß zur Verfügung (maximal 60 Sekunden).

Für die richtige Schärfe der Aufnahmen sorgen neben einem Mehrfeldautofokus, der bei Dunkelheit oder schlechten Lichtverhältnissen sogar mittels eines Hilfslichtes für Schärfe sorgt, insgesamt neun verschiedene Autofokusfelder, aus denen der Fotograf wählen kann. Ein digitaler „Soft-Fokus“ ermöglicht stimmungsvolle Portraitaufnahmen. Um sich den jeweils bei der Aufnahme vorliegenden Umgebungsbedingungen anpassen zu können, ermöglicht das neue Topmodell die vorwählbare Lichtempfindlichkeit in einer der fünf ISO-Stufen 50, 100, 200, 400 und 800. Verschiedene Automatikfunktionen (z. B. Panorama, Movie, Makro, Einzelbild, Serienbild) sorgen für eine einfache Bedienung der Kamera. Darüber hinaus verfügt auch dieses Casio-Modell über die Bestshot-Funktion, deren Programmautomatiken auf Knopfdruck abgerufen werden können. Automatisch werden dann für das gewählte Motiv alle Einstellungen (Blende, Verschlußzeit, Brennweite etc.) für die jeweilige Auswahl optimiert. Für die Belichtungsmessung stehen die drei Optionen Multibelichtung, Spot-Belichtung und die Zentrumswertbestimmung zur Verfügung. Über die automatische AEB-Funktion können darüber hinaus automatische Belichtungsreihen gesteuert werden. Optional ist zu der Kamera auch ein Filteradapter (LU-35A) erhältlich, der den modularen Ausbau des Kamerasystems mit Filtern oder Konvertern ermöglicht. Die neue Casio-Digitalkamera hat die Maße 11,8 x 7,45 x 6,45 cm und bringt rund 355 Gramm auf die Waage. Sie ist seit Oktober lieferbar und hat inklusive 1 GB-Speicher von Microdrive einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 999 Euro.

Metz
TV. VIDEO. AUDIO. MECABLITZ

sehen
hören
erleben

Ein starkes Team – Metz und seine Handelspartner. Metz ist nicht nur seit vielen Jahren Fachhandelspartner Nr. 1, sondern nun auch ausgezeichnet als Topmarke 2002*. Und das hat gute Gründe. Denn Metz Kundenvorteile bei Service und Qualität sind auch Ihr Nutzen: z.B. Zukunftssicherheit durch einfachste Nachrüstbarkeit. Bedienfreundlich durch intuitive Menüführung und individuell durch viele Ausstattungs- und Designvarianten. Mehr Informationen von Metz-Werke, Abt. CEPOS, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.

www.metz.de

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

Metz. Immer erster Klasse.

Sagem baut auf nationale Vertriebsorganisation

Die zentrale Steuerung des Vertriebes durch die Unternehmenszentrale in Paris und ein im Bereich Mobiltelefone durch Qualitätsprobleme angekratzes Image waren die Hauptprobleme, die das Ansehen des französischen Herstellers Sagem beim deutschen Tk-Fachhandel in jüngster Vergangenheit nicht gerade gefördert haben. Nach der Gründung einer deutschen Vertriebsorganisation in Eschborn, der Sagem Communication Germany GmbH, sehen die Verantwortlichen die Zukunft des Unternehmens jetzt allerdings rosiger: Neben dem Ausbau der ohnehin starken Position im Telefaxbereich für Consumer und SoHos sollen auch bei professionellen DECT- und Mobiltelefonen deutlich Marktanteile hinzugewonnen werden.

Neben dem umfangreichen Produktportfolio, das der französische Vollsortimenter bietet, gibt es ein weiteres wichtiges Argument, mit dem man beim Handel auftritt: Nach der Übernahme des Philips-Faxbereiches durch die Sagem Muttergesellschaft im April wechselte ein rund 30köpfiges Team um Managing Director Michael Schnurbusch von Philips zu Sagem. „Dazu gehören Mitarbeiter im Innen- und Außendienst“, erläuterte Schnurbusch auf einer Pressekonferenz in Sulzbach im Taunus. „Der Handel kann so auf eine kontinuierliche Zusammenarbeit bauen und von dem deutlich größeren Sortiment profitieren.“ Denn neben den Sagem Produkten stehen auch die bekannten Philips Faxgeräte weiterhin zur Verfügung. Da es nur minimale Überschneidungen bei der Produktpalette der beiden Unternehmen gibt, kann der Handel somit auf ein deutlich größeres Angebot zurückgreifen. An dieser Zwei-Marken-Strategie soll sich laut Schnurbusch in den kommenden Jahren auch nichts ändern.

Michael Schnurbusch, Managing Director der Sagem Communications Deutschland GmbH

Daran, daß der Verkauf der Produkte an den Endkunden über den Fachhandel erfolgen soll, ließ Schnurbusch keinen Zweifel. Und daran, daß dieser Weg nicht zu einer Einbahnstraße wird, hat man in den vergangenen Monaten hart gearbeitet (und arbeitet man immer noch). So kann sich der Tk-Handel bei der Zusammenarbeit mit Sagem nicht nur auf die Produkte verlassen, sondern auch auf vielfältige Unterstützungsmaßnahmen.

Dazu zählen beispielsweise die Betreuung durch ein kompetentes Team von Außendienstlern ebenso wie PoS-Materialien und Schulungen oder Hotlines, an denen produktbezogene Fragen beantwortet werden. „Ideen zur Optimierung der Zusammenarbeit gibt es viele“, so Schnurbusch. „Und in den wenigen Monaten seit der Gründung der Sagem Communication Germany GmbH haben wir viele Visionen zur Realität werden lassen.“ Stillstand gebe es jedoch nicht, deshalb arbeite die inzwischen weiter gewachsene Mannschaft in Eschborn weiterhin mit Hochdruck an der Entwicklung und Umsetzung neuer Konzepte für die Zusammenarbeit.

Zusammenarbeit mit dem Tk-Fachhandel

Auch bei den Produkten hat Sagem derzeit einiges an Neuem zu bieten. So etwa im Bereich der Mobiltelefone, wo jetzt unter anderem das Sagem MY X-3 das Sortiment verstärkt. Während polyphone Klingeltöne bei Handy-Freunden aktuell in aller Munde sind, macht das X-3 die klanglich wesentlich differenzierteren Sounddateien im Wave-Format erstmals auch weniger kaufkräftigen Kunden zugänglich. Seine „HiFi“-Klingeltöne können nicht nur Tiergeräusche, sondern auch aktuelle Musikhits und menschliche Stimmen realistisch imitieren – eine Fähigkeit, über die polyphone Sounddateien nicht verfügen. Zur Ausstattung gehören austauschbare Ober- und Unterschalen, animierte Bildschirmschoner, Spiele und downloadfähige Symbole zum Individualisieren des Gerätes. Weiterhin verfügt das GMS-/GPRS-Handy MY X-3 über EMS-Technologie der Version 5, eine Infrarotschnittstelle (nur MY X-3d) und eine grafische WAP-Benutzeroberfläche (WAP-Version 1.2.1). Das MY X-3 ist in der Version MY X-3d auch mit eingebautem Daten/Fax-Modem erhältlich. Bei diesem Modell gehört ein PC-Datenkabel zum Lieferumfang.

Im Bereich der DECT-Schnurlostelefone bietet Sagem unter anderem das neue Einstiegsmodell WP 1130 mit digitalem Sound für verzerrungs- und rauschfreie Sprachqualität. Das Benutzer-Navigationsmenü ermöglicht einen einfachen Zugang zu den Bedienungsfunktionen, mit einem leicht zu folgenden und informativen zweizeiligen LC-Display. Mit einem Telefonbuch mit bis zu 40 Einträgen, gespeichert in alphabetischer Reihenfolge, Anzeige der Gesprächsdauer, Anzeige und Wahlwiederholung der drei zuletzt gewählten Rufnummern am Mobilteil, fünf verschiedenen Klingeltönen und Stummschaltung bietet das schnurlose WP 1103 viele Merkmale für eine komfortable und optimale Kommunikation. Das

Gerät läßt sich leicht anschließen und liegt gut in der Hand. Durch die integrierte Clipfunktion erscheint die Nummer des Anrufers auf dem Display, der Ladezustand des Akkus läßt sich jederzeit überprüfen. Durch die Rufnummern-Sperre können ausgehende Anrufe gesperrt werden, um beispielsweise kostenintensive Vorwahlnummern wie 0190 oder Auslandsnummern unzugänglich zu machen. Bis zu fünf Mobilteile können an der Basisstation angemeldet werden. Interne Gespräche können selbst dann geführt werden, wenn ein anderer Benutzer ein Externgespräch führt. Externe Anrufe können außerdem an ein weiteres Mobilteil weitergeleitet werden. Zudem ist das Gerät multibasis-

fähig, d. h. es lassen sich bis zu vier Basisstationen anmelden.

Auch bei den Faxgeräten gibt es ein neues Einstiegsmodell, und zwar das Fax 3316. Bei diesem Gerät handelt es sich um ein kompaktes Laser-Phonefax mit Normalpapier-Kopierer. Anspruchsvoll ausgestattet mit der professionellen Papierführung, Modemgeschwindigkeit von 14.000 bps, einem Seitenspeicher von bis zu 120 Seiten und einer Papiervorratscassette von bis zu 125 Seiten, ermöglicht das Laser-Faxgerät effiziente und produktive Arbeit. Darüber hinaus verfügt es über einen automatischen Dokumenteneinzug, mit dem bis zu 15 Seiten versandt werden können. Dank der Gruppenwahl-Funktion lassen sich Faxe an mehrere Empfänger versenden. Das Gerät kann sowohl Einzeleinträge als auch Empfängergruppen verwalten. *Herbert Päge*

UMTS-Aktivitäten

Seit Anfang des Jahres entwickelt Sagem gemeinsam mit Fujitsu Limited Technologien für Mobiltelefone der 3. Generation. Das zwischen den beiden Unternehmen geschlossene Abkommen ermöglicht, das Know-how zu verbinden, um die Technologien zu entwickeln, die im Mittelpunkt der Konzeption von Dual-Mode-Smart-Phones stehen. Die Kooperation bezieht sich insbesondere auf die Technologien, die für die Entwicklung einer neuen Dual-Mode-Kommunikationsplattform sowie einer Anwendungsplattform für die Ausführung von Multimedia-Funktionen erforderlich sind. Fujitsu übernimmt die Entwicklung der Anwendungsplattform in Japan, während Sagem seine Tätigkeiten in Frankreich auf die Konzeption einer Kommunikationsplattform konzentriert. Die Partner legen außerdem mit der Forschung verbundene Mittel einschließlich Personalressourcen zusammen. Die Kooperation soll es den beiden Gesellschaften ermöglichen, schneller und effizienter Ergebnisse zu erzielen. Sagem und Fujitsu planen die Einführung der für die Geräte der 3. Generation bestimmten neuen Technologien für das zweite Quartal 2003.

Der Sagem Konzern

Als Aktiengesellschaft mit Vorstand und Aufsichtsrat beschäftigt das in Frankreich beheimatete Unternehmen Sagem derzeit rund 11.600 Arbeitnehmer, davon mehr als die Hälfte (etwa 6.350) Ingenieure, Führungskräfte und Techniker. Im Jahr 2001 erwirtschaftete Sagem in den drei Bereichen Automobil (bis 1.10.), Verteidigung und Telekommunikation einen konsolidierten Umsatz von 3.037,7 Mio. Euro. Mit rund 1,7 Milliarden Euro entfiel der Hauptanteil des Umsatzes auf Telekommunikationsprodukte. Diese 1,7 Milliarden Euro entstanden durch Umsätze in den einzelnen Bereichen Terminals und Internet (688,6 Mio. Euro), Mobiltelefone (473,5 Mio. Euro), Netzwerke und Optik (282,8 Mio. Euro) sowie Kabel (258,6 Mio. Euro).

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-Aktuell

„Innovative PC Award“ für Panasonic CF-R1

Der diesjährige „Innovative PC Award“ des Intel Developer Forums in der Kategorie Mobile/Subnotebook wurde dem Panasonic Toughbook CF-R1 zuerkannt. Die von der Jury für die Prämierung genannten Kriterien des Panasonic CF-R1 waren das ansprechende und klare Design, die einfache Handhabung und die Implementierung neuester Technologien. Mit lobenden Worten würdigte Louis Burns, Vizepräsident und Co-General Manager der Intel Desktop Platforms Group, das CF-R1 als „ultrakompaktes System mit kraftvollem, stylischem Design“.
Bei der Konstruktion haben sich Panasonics Ingenieure vor allem an den Wünschen und Bedürfnissen professioneller Benutzer orientiert. Das Ziel war es, ein Gerät zu schaffen, das alle gegebenen technischen Möglichkeiten ausschöpft, um den Idealvorstellungen dieser speziellen Zielgruppe gerecht zu werden.

Manfred Meier verläßt EP-Geschäftsführung

Manfred Meier, Geschäftsführer der Electronic Partner-Gruppe (Bild unten), ist Ende Oktober auf eigenen Wunsch

in den Ruhestand getreten. Meier blickt auf 37 erfolgreiche Jahre an vorderster Unternehmensposition zurück. Als Geschäftsführer war er für alle Warenbereiche der Electronic Partner Gruppe verantwortlich. Meier bleibt der Electronic Partner Gruppe weiterhin als Beirat verbunden.
Die Verantwortung für alle Warenbereiche trägt künftig EP Geschäftsführer Karl Trautmann.

Fujitsu DynaWo 2300 Archivsystem zertifiziert

Nach der erfolgten Zertifizierung des DynaWO 2300 Archivsystems bietet Fujitsu/GDA eine der ersten vom Bundesministerium für Finanzen anerkannten GDPdU- und GoBS-konformen Archivierungslösungen an. Aufgrund der seit Januar gültigen Abgabenordnung in Verbindung mit den GDPdU (Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen) und GoBS (Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme) für Betriebsprüfungen sind jetzt nahezu alle steuerpflichtigen Unternehmen zur digitalen Vorhaltung ihrer steuerrelevanten Daten verpflichtet. Wie Steuerexperten erläutern, ist absehbar, das die neuerdings mit Laptop IDEA-Prüfsoftware ausgestatteten Betriebsprüfer der Finanzbehörden die Datenträgerüberlassung präferieren werden.
Das von Fujitsu entwickelte DynaWO 2300 Archivsystem erfüllt sämtliche Anforderungen des Bundesfinanzministeriums nach revisionssicherer Archivierung.

Premiere kauft Filmpaket von Warner Bros.

Premiere hat ein umfangreiches Film-Paket bei US-Studio Warner erworben. Einen entsprechenden Vertrag haben der Abo-Sender und Warner Bros. jetzt unterzeichnet. Damit sichert sich Premiere unter anderem das Recht an der deutschen TV-Erstausstrahlung von „Harry Potter und der Stein der Weisen“. Das Paket beinhaltet außerdem Kino-Erfolge wie „Der kleine Eisbär“, „Training Day“ und „Password: Swordfish“ sowie die Pay-per-View-Rechte an „Herr der Ringe – Die Gefährten“ und „Rush Hour 2“.

Humax verschärft Sicherheitsmaßnahmen

Die Humax Digital GmbH tritt Manipulationen von Boxensoftware ab sofort noch entschiedener entgegen. Dazu stellt der Hersteller ein neues Strategiepapier vor, daß auf konsequente Verfolgung von Softwarepiraterie abzielt. Humax stellt darin klar heraus, daß ausschließlich den gesetzlichen Bestimmungen entsprechende Anwendungen den dauerhaften Erfolg eines Boxenherstellers im digitalen Markt sicherstellen können. Deshalb ergreift das Unternehmen rechtliche Maßnahmen gegen Softwaremanipulationen und wird jede Initiative, die sich gegen den Mißbrauch der digitalen Technologie richtet, unterstützen. Bereits heute hat Humax zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, die Softwaremanipulation nahezu ausschließen. Die Humax Boxen verfügen über die Technologie, mittels Softwareupdate ein neues Verschlüsselungssystem zu integrieren. Darüber hinaus werden in Hackerkreisen beliebte Decoder wie die IRCI 5400Z mit physikalischen Maßnahmen vor unbefugtem Zugriff Dritter geschützt.
Künftig will Humax in aller Konsequenz die Abschaffung illegaler Webseiten betreiben, die zur Verbreitung von Softwaremanipulation beitragen können.

Carl Zeiss Jena und Loewe vereinbaren Kooperation

Carl Zeiss Jena und Loewe haben eine Kooperationsvereinbarung mit dem Ziel abgeschlossen, im kommenden Jahr eine neue Generation digitaler Fernsehgeräte auf den Markt zu bringen, sogenannte DLP (Digital Light Processing)-Rückprojektions-Fernseher von Loewe. Ein Kernelement der neuen Loewe Rückprojektions-TVs ist ein digital arbeitendes, optisches System (Optical Engine), das von Carl Zeiss in Jena entwickelt und produziert wird. Zur Bilderzeugung dient dabei keine klassische Kathodenstrahlröhre, sondern ein vom US-Chiphersteller Texas Instruments entwickelter optomechanischer Mikrochip (DMD-Digital Mirror Device). Zweites Kernelement der neuen Fernsehgeräte ist die Loewe Elektronik auf der Basis der digitalen Signalverarbeitungs-Technologie. Loewe stützt sich hier auf seine umfangreichen Erfahrungen als Hersteller von digitalen Fernsehgeräten mit 100-Hz-Technologie.

1.500 Philips Hotel-TVs für Kreuzfahrtschiff

Philips liefert mehr als 1.500 Hotel-TV-Geräte für das jüngste Kreuzfahrtschiff von Norwegian Cruise Line (NCL), das derzeit auf der Meyer-Werft in Papenburg vor der Vollendung steht. Die „Norwegian Dawn“ soll in diesen Tagen in Betrieb genommen werden und ab Mai 2003 ab New York Kreuzfahrten über Florida und die Bahamas fahren. Dank der Breite des Philips Hotel-TV-Produktprogramms konnte der Wunsch des Auftraggebers nach unterschiedlicher TV-Ausstattung je nach Kabinenklasse erfüllt werden, ohne auf einheitlichen und einfach zu handhabenden Bedienungskomfort zu verzichten. Bei der Anzahl der zu installierenden Geräte ist auch der exklusive Philips „Smart Loader“ von Vorteil. In zwölf Sekunden pro Gerät können alle Fernseher einheitlich programmiert werden. So können die Geräte in kürzester Zeit eingebaut werden.

Philips erhält Auszeichnung für Breitbildfernseher

Für das langjährige Engagement in der Breitbildtechnologie wurde die Philips GmbH mit einem „Emmy“ ausgezeichnet. Das Unternehmen erhielt diesen Preis für die Entwicklung und Vermarktung des Flatscreen im 16:9-Format. Die Emmy-Preise werden von der US-amerikanischen Fernsehakademie NATAS (National Academy of Television Arts & Sciences) vergeben, die sich für die Weiterentwicklung von Wissenschaft und Kunst auf dem Gebiet des Fernsehens einsetzt. Den Preis nahm J. Blanford, Präsident und CEO von Philips Consumer Elektronics Nordamerika am 3. Oktober in New York entgegen. „Dieser Preis ist eine großartige Anerkennung für die kontinuierliche Weiterentwicklung dieser Fernsehertechnologie durch unser Unternehmen. Die Erforschung und Entwicklung solch innovativer Technologien und Produkte, die sich vor allem an den Bedürfnissen der Menschen orientieren, steht für Philips an erster Stelle“, so Lawrence J. Blanford.

PoS Neuheiten

Neuartiges Eingabegerät heißt RocketMouse

Mit einem neuartigen Gerät, das über den Zeigefinger der rechten oder linken Hand geschoben wird, zielt das Unternehmen „RocketMouse“ auf eine Marktlücke und stellt ein sehr interessantes Eingabegerät vor: die „RocketMouse“. Immer wieder liest und hört man vom zukünftigen interaktiven Fernsehen, von Mehrwertdiensten parallel zum TV-Programm, vom TV-eShopping und dem E-Mail-Office vom Sessel im Wohnzimmer aus. Für die Positionierung des Cursors auf dem Bildschirm und den Klick auf die Schaltflächen soll man sich einer der recht unhandlichen drahtlosen Tastaturen mit einem Scrollball bedienen. Das zweihändige Hantieren mit dem „Surfboard“ dürfte wahrscheinlich der Entspannung abträglich sein und dürfte nur wenige Liebhaber finden. Falls die „RocketMouse“ hält, was der optische Eindruck verspricht, steht ihr wahrscheinlich eine große Zukunft bevor.

Toshiba Satellite 5100-603: High End mit WLAN

Mobil

„Maximale Freiheit für den multimedialen Anwender“ will Toshiba dem Benutzer eines Satellite 5100-603 garantieren. Mit dem neuen Modell erweitert Toshiba sein Notebook Line up mit einem weiteren High-End-Gerät für den SOHO-Bereich und das Consumer-Segment. Ein 1.9 GHz Mobile Intel Pentium 4 Prozessor, ein

nVIDIA GeForce4 Grafikchip mit 64 MB DDR Video RAM und eine 60 GB fassende S.M.A.R.T. Festplatte sichern dem Satellite 5100-603 seine hohe Rechenleistung und Speicherkapazität. Ein Paket umfangreicher Funktionalität, wie z. B. Ethernet LAN, integrierte Bluetooth Schnittstelle sowie die Wireless LAN-Erweiterungsoption (Wi-Fi-ready) sorgen für flexible Kommunikationsmöglichkeiten. Das integrierte CD-RW/DVD-ROM-Laufwerk und multimediale Applikationen, wie zum Beispiel eine Power-Point Präsentation, können mit der im Lieferumfang enthaltenen Infrarot-Fernbedienung bequem aus der Ferne bedient werden. Die Software-Ausstattung besteht aus Windows XP Home Edition inklusive einem umfangreichen Softwarepaket: Works-Suite 2002, Drag'n Drop CD und Motion DV Studio. Eine SD Card und ein SmartMedia-Einschub ermöglichen die Bereitstellung zusätzlicher Speicherkapazität und das Überspielen von Dateien von einem MP3-Player auf das Notebook. Für multimediale Anwendungen jeglicher Art stehen drei USB-Ports, ein internes 56k-Modem für die Daten- und Faxkommunikation im Festnetz sowie ein High-Speed-i.Link-Anschluß bereit. Der Satellite 5100-603 ist zu einem UVP von 3.699 Euro verfügbar.

Panasonic-Camcorder für Fotos mit drei Megapixeln

Laut einer Pressemitteilung von Panasonic (Stand August 2002) stellt das Unternehmen mit dem 3-CCD-Camcorder NV-MX500EG den ersten Camcorder der Welt vor, der Fotos mit einer Auflösung von drei Megapixeln aufnehmen kann. Fotos mit einer Auflösung von 2.048 x 1.496 Bildpunkten, das Leica Dicomar-Objektiv mit zehnfachem optischen Zoom, der große 3,5 Zoll-LCD-Monitor und der optische Bildstabilisator ermöglichen Aufnahmen in hoher Qualität. Die SD Memory Card dient nicht nur der Speicherung von Fotos, sondern erlaubt auch die Aufzeichnung von MPEG4-Videos und den Einsatz des Camcorders als Diktiergerät. Mit optionalem Zubehör ist das Spitzenmodell Bluetooth-fähig. Die drei 1/6-Zoll-Chips mit jeweils 800.000 Bildpunkten garantieren eine hohe Bildschärfe bei Videoaufnahmen. Dank einer hohen Lichtempfindlichkeit gelingen schon ab 15 Lux gute Aufnahmen. Der Camcorder bietet durch Automatik-Funktionen für bequemes Filmen, Digital-Funktionen für kreative Gestaltungen und wichtige manuelle Einstellmöglichkeiten einen hohen Komfort. So können beispielsweise neben einer Vollautomatik die Einstellungen Sport, Portrait, Low Light und Surf & Snow gewählt werden. Die vier Voreinstellungen Auto, In, Out und Set sorgen für einen optimalen Weißabgleich. Der Fokus kann automatisch, aber auch manuell eingestellt werden. Für abwechslungsreiche Aufnahmen bietet der NV-MX500EG dreizehn digitale Bildeffekte, darunter Gain-up, Trancer, Wipe, Mirror und Mosaik. Videos werden auf Mini-DV-Bändern aufgezeichnet. Das Modell verfügt über digitale und analoge Ein- und Ausgänge, einen USB-, einen 5polEdit- sowie über einen digitalen Standbildausgang. Im Lieferumfang enthalten sind ein AC-Adapter, ein AV- sowie ein PC-Kabel, eine 16 MB SD Card, Infrarot-Fernbedienung und ein langlebiger 1400 mAH Li-Ion Akku. Unverbindliche Preisempfehlung: 2.299 Euro.

Samsung bringt extrem kurze CRT-Bildröhre

Mit einer neuentwickelten, besonders ausgefeilten Röhrentechnik ist es Samsung gelungen, die Bautiefe von CRT-Monitoren weiter zu reduzieren. Obwohl die CRT-Technologie allgemein als ausgereift gilt, werden immer wieder technische Neuentwicklungen vorgestellt, mit denen der Gebrauchswert oder die Bildqualität von CRT-Bildschirmen weiter gesteigert werden können. So ist es nun Samsung gelungen, eine 19 Zoll Bildröhre für CRT-Monitore bis zur Marktreife zu entwickeln, die wesentlich kürzer als die zur Zeit gängigen Bildröhren ist. Der Elektronenstrahl wird bei der neuen Technologie in einem Winkel von bis zu 100 Grad abgelenkt, während Ablenkwinkel von 90 Grad bei Computermonitoren bisher das Maximum darstellten. Mit den neuartigen Bildröhren können jetzt CRT-Monitore mit extrem geringer Bautiefe hergestellt werden. Samsungs erster, mit einer „DynaFlat Short Length“-Röhre bestückter 19 Zoll Monitor hat eine Bautiefe von nur 414 Millimetern. Das entspricht in etwa der Bautiefe eines konventionellen 17 Zoll CRT-Monitors. Der neue SyncMaster 957 FS mit DynaFlat Short Length soll zu etwa 430,- Euro in den Fachhandel kommen. Der Bildpunktabstand (Dotpitch) beträgt nach Angaben von Samsung nur 0,20 Millimeter. Umfangreiche elektronische Korrektureinrichtungen zur Optimierung und Anpassung der Bildparameter tragen dafür Sorge, daß trotz der Vergrößerung des Ablenkwinkels bei der Bildschirmgeometrie und den Konvergenzwerten hervorragende Ergebnisse erzielt werden.

Neue LCD-Projektoren von Toshiba

Der Toshiba Geschäftsbereich Professional Visual Products erweitert mit den beiden Daten- und Videoprojektoren T400 und T401 die neue T-Serie. Die beiden Modelle sind in der Performance Klasse angesiedelt und für den professionellen Einsatz konzipiert. Dank einer Lichtleistung von 1.600 ANSI Lumen liefern die beiden auf der LCD-Technologie basierenden Geräte auch bei schwierigen Lichtverhältnissen gestochen scharfe Bilder. Beide Modelle verfügen über eine XGA-Auflösung und ein Kontrastverhältnis von 400:1. Extras wie der Eco-Modus oder die Fernbedienung mit integriertem Laserpointer sowie eine klar gegliederte Menüführung sorgen für eine unkomplizierte Bedienführung. Die beiden neuen Toshiba-Projektoren sind mit allen gängigen PC-Systemen kompatibel und umfassen unter anderem zwei RGB-, einen Video- und einen S-Video-Anschluß, zwei Audio-Eingänge sowie einen Monitor-Ausgang. Der vorhandene Komponenten-Eingang ermöglicht z. B. durch den Anschluß eines DVD-Players exzellente Videobilder. Beide Projek-

toren beherrschen die Wiedergabe von HDTV- oder DTV-Signal, PAL, SECAM und NTSC. Um klare Bildränder unabhängig vom Standort des Projektors zu gewährleisten, verfügen der T400 und T401 über eine automatische und digitale Trapezentzerrung (+/- 15 Grad). Durch die in das Modell T401 integrierte Projektionskamera (810.000 Pixel) lassen sich Skizzen, Folien und kleinere Gegenstände in jede Präsentation einbauen. Außerdem hat die Projektionskamera die Funktion Overlay und Weißabgleich.

Philips entwickelt Mini-DVD mit 1 GB

Unter dem Namen „Small Form Factor Optical Storage“ (SFFO) entwickelt Philips eine Optical Disc mit einem Durchmesser von nur drei Zentimetern, auf der sich bis zu 1 GByte Daten speichern lassen. Bei der SFFO handelt es sich um eine Mini-DVD auf Basis der neuartigen Blue-Ray-Disc Technologie, die zukünftig den derzeitigen DVD-Standard zu höheren Speicherdichten hin erweitern soll. Die größere Datendichte wird durch die Verwendung von blauen Laserdioden erreicht. Blaues Laserlicht hat mit 405 nm (Nanometer) eine wesentlich kürzere Wellenlänge gegenüber dem roten Licht der zur Zeit bei DVD- und CD-Writern eingesetzten Laserdioden, die Laserlicht mit einer Wellenlänge von 650 nm erzeugen. Die Trägerschicht der SFFO wird nur eine Dicke von 0,1 mm haben und soll aufgrund ihrer optischen Eigenschaften gegenüber Erschütterungen von Geräten im mobilen Einsatz relativ unempfindlich sein. Die Marktreife von ersten Lesegeräten, die ungefähr die Größe einer Kreditkarte haben werden, erwartet Philips in zirka zwei Jahren. Die Produktion von beschriebenen SFFO-Datenträgern soll pro Stück nur wenige Cent kosten. Als Einsatzmöglichkeiten bieten sich unter anderem Mobil-Telefone, PDAs und portable Musik-Player an.

Iomega: Externer CD-RW Brenner mit USB 2.0

Der neue externe CD-R/RW Brenner von Iomega überzeugt vor allem durch sein ungewöhnlich stromlinienförmiges Design und die erreichbare hohe Schreib- und Lesegeschwindigkeit. Mit dem CD-RW 48x 24x 48x USB 2.0-Laufwerk erweitert Iomega sein Angebot um ein externes Modell mit höherer Brenngeschwindigkeit als alle bisherigen optischen Laufwerke des Herstellers. „Leistung, Stil und leichte Bedienbarkeit dieses Gerätes stellen einmal mehr den Führungsanspruch von Iomega im Bereich externer CD-RW-Laufwerke unter Beweis“, unterstreicht Ulrike Tegtmeier, Vice President und Managing Director, Iomega International S.A., die Vorzüge des neuen Laufwerks, das zusammen mit der Iomega Brennsoftware HotBurn und HotBurn Pro ausgeliefert wird. Das bereits mit der noch schnelleren USB 2.0 Schnittstelle ausgestattete Iomega CD-RW 48x 24x 48x USB 2.0-Laufwerk zählt mit zur ersten Wahl der aktuell verfügbaren Lösungen zum Speichern und für den Austausch von Musik, Fotos oder anderen digitalen Inhalten. Das Iomega CD-RW 48x 24x 48x ist kompatibel zu Microsoft Windows 98SE/2000/Me/XP und Mac OS 8.6/ 9.0.4/ 9.1 auf dem Power Macintosh G4 oder G3 (nur blaue oder weiße G3) oder iMac mit eingebauter USB 1.1-Verbindung. Die Software HotBurn für Mac unterstützt lediglich USB 1.1.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Handy-Neuheiten von Nokia

Nokia 5100 ergänzt das Sortiment der Active-Telefone

Nokia hat das Sortiment seiner Active-Telefone mit dem Modell 5100 ergänzt. Das neue Mobiltelefon soll den aktuellen Trends hinsichtlich Funktion und Lifestyle Rechnung tragen und kombiniert Trend-Design, Tragbarkeit und Strapazierfähigkeit. Als Triband-Handy garantiert es weltweite Erreichbarkeit. Das Nokia 5100 verfügt über ein Farbdisplay, ist MMS-fähig und unterstützt Java-Technik. Das Trend-Design spricht besonders Menschen mit einem sportlich-aktiven Lebensstil an. Die innovative Konstruktion, die verwendeten Materialien und die austauschbaren Xpress-on Shells für Ober- und Unterseite schützen das Nokia 5100 gegen Spritzwasser, Staub und Stöße. Durch die gummierte Oberfläche und die ergonomische Form liegt das Mobiltelefon sicher in der Hand. Die bequeme Tastatur und die Vier-Wege-Navigation führen den Nutzer einfach und schnell durch das Menü. Mit der integrierten Taschenlampe, dem Thermometer, der Countdown-Funktion, der Stoppuhr und dem Kalorienzähler bietet das Telefon besondere Features für Outdoor-Fans und sportlich-aktive Nutzer. Die automatische Lautstärke-Regelung paßt das Telefon der Umgebungslautstärke an, und ein Lautstärkemesser zeigt den jeweiligen Geräuschpegel der Umgebung an. Zu den weiteren Funktionen des Nokia 5100 Mobiltelefons gehören ein Stereo-UKW-Radio sowie ein integrierter Lautsprecher, der als Freisprecheinrichtung und zum freien Radiohören genutzt werden kann. Mit herunterladbaren Java-Anwendungen, polyphonen (mehrstimmigen) Klingeltönen und farbigen Display-Hintergrundbildern oder Fotos läßt sich das Nokia 5100 nach eigenen Vorstellungen gestalten. Mittels GPRS werden hohe Datenübertragungsraten gewährleistet. Das Nokia 5100 unterstützt außerdem WAP 1.2.1. und ist mit dem neuen Nokia Kamera-Headset kompatibel. Das Handy wiegt 104 Gramm, erreicht eine Sprechzeit von maximal fünf Stunden und eine maximale Stand-by-Zeit von 300 Stunden. Es wird voraussichtlich im Verlauf des ersten Quartals 2003 erhältlich sein.

Nokia 8910i bringt Farbe in die Oberklasse

Das neue 8910i ist Nokias erstes Mobiltelefon mit Farbdisplay im Segment der Premium-Telefone. Das Gerät knüpft nahtlos an die erfolgreichen Design-Auftritte seiner Vorgängermodelle an und verbindet außergewöhnliche

Materialien, zum Beispiel das Titan-Gehäuse, mit Eleganz und großer Funktionsvielfalt. Es verfügt über MMS, Java, Bluetooth-Technik, HSCSD und GPRS. Die mattschwarze Titan-Hülle des Nokia 8910i sorgt dafür, daß das Mobiltelefon leicht und gleichzeitig stabil ist. Durch leichtes Drücken der seitlichen Tasten legt der automatische Öffnungsmechanismus Tastatur und Funktionstasten frei. Die MMS-Funktion wird unterstützt durch WAP 1.2.1 über GPRS. Das Nokia 8910i Mobiltelefon wiegt 112 Gramm, erreicht eine Sprechzeit von bis zu vier Stunden und dreißig Minuten sowie eine Stand-by-Zeit von bis zu 300 Stunden. Das Nokia 8910i wird voraussichtlich im Verlauf des ersten Quartals 2003 erhältlich sein.

Nokia kombiniert Digitalkamera und Headset

Nokia hat das Kamera-Headset HS-1C vorgestellt. Das kleine und leichtgewichtige Gerät kombiniert eine VGA-Digitalkamera mit den Standard-Freisprechfunktionen eines Headsets, inklusive der Rufannahme-/Rufbeendigungstaste. Ein optischer Sucher erleichtert den Anwendern die Motivauswahl. Nach der Aufnahme wird das Bild automatisch zum Mobiltelefon übertragen. Eine LED-Anzeige weist auf den Betriebsmodus der Kamera hin. Vor dem Fotografieren läßt sich über einen Schalter einstellen, ob das Bild in einer hohen oder einer niedrigen Auflösung übertragen werden soll. Im Anschluß können die Fotos auf dem Display des Mobiltelefons angeschaut und unter dem Menüpunkt „Galerie“ gespeichert, gelöscht oder von hier aus versendet werden. Das Nokia Kamera-Headset wird vom Mobiltelefon über die Pop-Port-Schnittstelle mit Spannung versorgt. Diese Schnittstelle wurde für erweiterte Funktionen und Zubehör von Nokia Mobiltelefonen konzipiert wie zum Beispiel der Stromversorgung oder einer schnellen Datenübertragung. Das Nokia Kamera-Headset ist voraussichtlich noch in diesem Jahr erhältlich.

Das Nokia 6100 ist das bislang kleinste Modell der Nokia Mobiltelefone

In der Kategorie Classic präsentiert Nokia mit dem 6100 das neueste Modell. Das schlanke, stromlinienförmige Mobiltelefon verfügt über ein hochauflösendes Farbdisplay, unterstützt MMS und Java-Technik. Als Triband-Handy kann man mit dem Gerät weltweit telefonieren. Das Nokia 6100 besitzt eine ergonomische Tastatur und ein hochauflösendes Farbdisplay. Über die Pop-Port-Schnittstelle läßt sich ebenfalls das Nokia Kamera-Headset anschließen. Das Nokia 6100 unterstützt das auf der Java 2 Micro Edition (J2METM) basierende MIDP 1.0. Zu den bereits installierten Java-Anwendungen gehören ein Umrechner (für Währungen, Temperaturangaben, Gewichte und andere Maßeinheiten), eine Weltzeituhr sowie Java-Spiele. Diese Applikationen können vom Benutzer durch andere Anwendungen ersetzt werden. Darüber hinaus verfügt das Nokia 6100 über eine elektronische Brieftasche, die mobile Online-Transaktionen über WAP ermöglicht. Mit dem WIM-Sicherheitsmodul lassen sich Transaktionen mit einer digitalen Signatur versehen. Zudem unterstützt es die Wireless Public Key Infrastructure (WPKI)2. Mehrstimmige (polyphone) Klingeltöne sowie die integrierten Lautsprecher bieten Besitzern des Nokia 6100 ein verbessertes Sound-Erlebnis. Über WAP können Java-Anwendungen, mehrstimmige Klingeltöne und Bilder aus dem Club Nokia Angebot heruntergeladen werden. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, in der Club Nokia Photo Zone elektronische Fotoalben einzurichten. Hier können Fotos gespeichert und als Multimedia-Mitteilung von der Internetseite aus versendet werden. Das Nokia 6100 Mobiltelefon hat ein Volumen von 60 ccm, wiegt 76 Gramm und erreicht eine Sprechzeit von bis zu sechs Stunden sowie eine Stand-by-Zeit von bis zu 320 Stunden. Nokia will das 6100 voraussichtlich noch vor Jahresende 2002 auf den Markt bringen.

Nokia 6800 bietet eine zusätzliche, vollständig ausklappbare Tastatur

Nokia hat mit dem 6800 das erste Messaging-Mobiltelefon in einem vollkommen neuen Design vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei die einfach zu bedienende, vollständige Tastatur und das hochwertige Farbdisplay. Das Dualband-Gerät ist MMS-fähig und verfügt über ein Stereo-UKW-Radio. Beim Nokia 6800 kann der Anwender wählen, ob er Texte mit geschlossener Abdeckung auf den Handytasten schreibt oder nach Öffnen der Abdeckung die darunter verborgene vollständige Tastatur für die Texteingabe benutzt. Beim Öffnen ändert die Darstellung auf dem Display automatisch ihre Ausrichtung, indem sie sich der horizontalen Anordnung der Tastatur anpaßt. Bei der Texteingabe kann beliebig zwischen geschlossener Abdeckung und offener Tastatur hin und hergeschaltet werden. Zu den zahlreichen Funktionen und Anwendungen des Nokia 6800 gehört Java zum Herunterladen individueller Anwendungen über den WAP 1.2.1 Browser oder vom PC aus über die Nokia PC Suite. Darüber hinaus verfügt das Nokia 6800 über einen E-Mail-Client (Unterstützung der Protokolle POP3, IMAP4 und SMTP), der für eine schnelle Übertragung von E-Mails über HSCSD- und GPRS-Netze sorgt. Unter dem Menüpunkt Notizen lassen sich Anmerkungen von jeweils bis zu 3.000 Zeichen eingeben. SyncML ermöglicht die Fernsynchronisierung persönlicher Daten über das Internet oder ein Intranet. Weiterhin verfügt das Nokia 6800 über eine elektronische Brieftasche, mit der der Anwender Online-Transaktionen über WAP durchführen kann. Mit dem WIM-Sicherheitsmodul lassen sich Transaktionen mit einer digitalen Signatur versehen. Zudem unterstützt es die Wireless Public Key Infrastructure (WPKI)2. Mehrstimmige (polyphone) Klingeltöne und die integrierte Freisprecheinrichtung runden die Ausstattung ab. Das Nokia 6800 ist über seine Pop-Port-Schnittstelle mit dem ebenfalls neuen Nokia Kamera-Headset kompatibel. Das Nokia 6800 Mobiltelefon wiegt 122 g, erreicht eine maximale Sprechzeit von sieben Stunden und eine maximale Stand-by-Zeit von fünfzehn Tagen. Es wird voraussichtlich im Verlauf des ersten Quartals 2003 erhältlich sein.

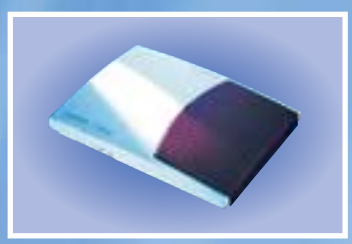
Große Leserbefragung und Gewinnaktion 2002

Liebe Leserinnen und Leser, auch in diesem Jahr bietet PoS-MAIL Ihnen die Möglichkeit, an unserer Umfrageaktion teilzunehmen und einen der wertvollen Preise, gesponsert von namhaften Herstellern, zu gewinnen. Mit ein paar Minuten Zeit und ein bißchen Glück gehört einer der attraktiven Preise bald Ihnen. Um Sie auch 2003 mit spannenden und informativen PoS-MAIL-Ausgaben auf dem laufenden zu halten, zählen wir auf Ihre Meinung. Füllen Sie doch einfach den Fragebogen auf der nachfolgenden Seite aus und senden Sie ihn als Fax oder per Post an die Redaktion zurück.

Viel Glück, fröhliche Weihnachten und ein erfolgreiches 2003 wünscht Ihnen Ihre PoS-MAIL Redaktion!

AVM BlueFRITZ!

Das Startpaket BlueFRITZ! von AVM ermöglicht bis zu sieben PCs und/oder Notebooks dank Bluetooth-Technologie schnelles, einfaches und kabelloses Surfen im Internet per ISDN.



Agfeo AS1xISDN-Anlage

Brandneues, variables Komfort-ISDN-Tk-System. Neben zahlreichen Standardfunktionen erweitern Fernbedien- und Fernwartbarkeit sowie zusätzliche Softwarepakete die Möglichkeiten.

Arcor DSL für 6 Monate

Der DSL-Anschluß bietet High-Speed-Internet mit bis zu 1500 kBit/s und einen ISDN-Anschluß. Modem und Starterbox mit Splitter, NTBA und Terminal-Adapter gibt es leihweise.

Brother Drucker HL-1230

Vielfach ausgezeichneter Windows-Drucker, unter anderem mit 12 PPM, Papiercassette für 250 Blatt, 2 MB Speicher, interaktiver On-Screen-Hilfe sowie Konzept- und Wasserzeichen-Druck.

Casio Exilim EX-M2

Der „Digital-Winzling" für jeden Augenblick. Mit einer Auflösung von 2-Megapixeln und in einem edlen Design gehalten ist die EX-M2 zusätzlich mit einem integrierten MP3-Player ausgestattet.

Cullmann variocom VC3

Neue Universal-Freisprechanlage ohne Spiralkabel. Extrem einfacher Einbau, direkte Anbindung ans Autoradio. Hot-Plug -Technologie ermöglicht sekundenschnellen Handy-Wechsel.

Daewoo DTB-21U76

Der Daewoo DTB-21U76 zeichnet sich durch ein edles Design, eine 21" Realy Flat Bildröhre und zahlreiche Features wie ATSS-Sendersuchlauf, Kindersicherung aus.

Dangaard Nokia 5510

Das Nokia 5510 kommt von Dangaard Telecom. Ausstattungs-Highlights: Originelle Tastatur für schnelles SMS-Schreiben, interner 64 MB Speicher für bis zu zwei Stunden Musikwiedergabe.

debitel Prepaid Pakete

Jeweils ein PrePaid-Paket der Netzbetreiber T-Mobile, Vodafone und E-Plus gibt es von debitel. Neben einem aktuellen Handy enthält jedes der Pakete ein Startguthaben von 15 Euro.

Elmeg Telefon DECT T50

Schnurlostelefon für elmeg Tk-Anlagen. Mobilteil mit Display von 2 x 16 Zeichen plus Symbolleiste speichert 47 Telefonnummern mit Namen und die letzten 20 eingegangenen Anrufe.

Fujifilm Finepix F401

Elegante, besonders schlanke Digitalkamera mit einer Auflösung von 1,5 Megapixeln, ausgestattet mit einem Super CCD der dritten Generation für höchste Bildqualität.

Funkwerk Dabendorf Audio 2000

Bei dieser universellen Freisprechanlage lassen sich auf einfachste Weise spezifische Handyhalter über ein Wendelkabel mit der universellen Elektronikbox verbinden.

Grundig Tharus LCD-TV

Einzigartig im Design, innovativ in Technik und Funktionalität: Grundigs Tharus 38 empfängt alle Video- und Audiosignale auch per Übertragungsmodul statt per Kabel.

Hitachi HTDK-160

Für das heimische Kinoerlebnis sorgt Hitachis DVD-Receiver. Ausgestattet ist das Gerät unter anderem mit fünf Sound Surround Lautsprechern und einem Subwoofer, der es in sich hat.

JVC DVD-Player XV-N5

Der XV-N5 von JVC beeindruckt durch die Kombination hochwertiger Technik, vielseitiger Ausstattung und extravagantem Design. Eine weitere Besonderheit ist seine umfassende Kompatibilität.

„Mitmachen lohnt sich!"

KraftComPowerNet-Modul

Das PowerNet von KraftCom bietet als ideale Lösung für zu Hause oder kleine Büros die Möglichkeit, einen DSL-Anschluß und ein Netzwerk überall über eine Steckdose verfügbar zu machen.

LG DA-3520

Der DVD-Receiver DA-3520 bietet Heimkinovergnügen vom Feinsten. Er ist mit zahlreichen innovativen Features ausgestattet. Darüber hinaus ist ein 6-er Lautsprecherset im Lieferumfang enthalten.

LG Flatron 885LE

Der 18,1" TFT-Bildschirm verfügt über eine optische Auflösung von 1200 x 1024 Pixeln. Mit einer Helligkeit von 200 cd/qm und einem Kontrast von 300:1 liefert er brillante Bilder.

Loewe Xelos M137 VT

Ein ideales Zweitfernsehgerät im unvergleichlichen Loewe-Design. Der Loewe Xelos M137 VT zeichnet sich insbesondere durch seine Kompaktheit und unkomplizierte Bedienführung aus.

Nokia Handy 6610

Das Triband-Handy Nokia 6610 verkörpert die perfekte Balance von Eleganz und Leistung. Es bietet u. a. ein hochauflösendes Farbdisplay, 4-Wege-Steuerung, Java-Technik und MMS.

Ihre Antwort zählt!

Ihre Meinung zählt!

Photo+Medienforum Kiel

Besuch des Seminars „Digitale Fotografie“, veranstaltet vom Photo+Medienforum Kiel. Je nach Vorkenntnis mit dem Schwerpunkt auf Aufnahme oder Weiterverarbeitung, Scannen etc.

Plantronics Audio 60

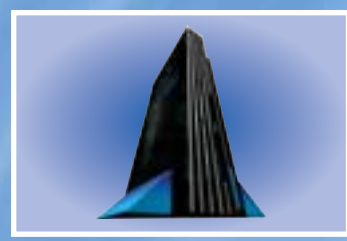
Superleichtes Stereo-Headset in komfortablem Design für den Einsatz am PC. Ausgezeichneter Stereoklang, ideal geeignet für Online-Chat, Spracherkennung und Musikwiedergabe.

Siemens Gigaset 4110

Das neue Festnetztelefon Siemens Gigaset 4110 isdn Comfort verbindet die Vorteile von ISDN mit der Flexibilität eines schnurlosen Telefonsystems – und das für bis zu sechs Mobilteile.

Sendo Handy J530

Blaue Beleuchtung, acht Allein- plus zwei SMS-Spiele, Sprachwahl, Voice Memo, E-Mail-Client und die verchromte Frontplatte sind nur einige der Merkmale dieses eleganten Handys.



Sony Playstation 2

Der Spiel-Konsolen Klassiker ist eine offene, erweiterbare Plattform, die das komplette Spektrum an multimedialer Unterhaltung abdecken kann. Auch DVDs und Audio-CDs sind auf ihr abspielbar.

Sharp Aquos 13”-LCD-TV

Die LCD-Fernseher der neuen E-Serie von Sharp sind eine Augenweide. Sie überzeugen nicht nur durch avantgardistisches Design, sondern liefern auch Bildqualität auf höchstem Niveau.

Sony SCD-XE670

Der Super Audio CD-Player SCD-XE670 ist das ideale Abspielgerät für alle Musikfreunde, die ihre CD-Sammlung um die neuen hochauflösenden Tonträger bereichern wollen.

Sony Monitor SDM-X202

Mit der außerordentlichen Helligkeit des leuchtintensiven Displays von 250 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 450:1 verzaubert der SDM-X202 den Anwender mit kristallklaren und scharfen Bildern.

THB Comfort Basic

Freisprechanlage, die die ab sofort geltenden neuen gesetzlichen Bestimmungen erfüllt und deshalb ohne Spiralkabel auskommt. Universell einsetzbar für verschiedene Handymodelle.

T-DSL Modem

Das Teledat 300 LAN Modem ermöglicht den Highspeed-Internetzugang über T-DSL. Angeschlossen werden können einzelne PCs oder Macs (mit zusätzlichem Router) sowie Netzwerke.

T-Mobile Xtra Pac

Mobil telefonieren ohne monatlichen Grundpreis und ohne Vertragsbindung. Das Paket enthält ein Startguthaben von 15 Euro für das T-Mobile-Netz und ein Mobiltelefon Siemens MT50.

Canon Ixus V3 & CP-100

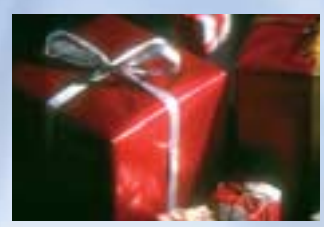
Rundherum Spaß mit digitalen Bildern: Edles Design und zahlreiche Features zeichnen die neue Canon Ixus V3 aus. Dazu gibt es im Bundle den pfiffigen Direktdrucker CP-100 zu gewinnen.

Fujitsu DynaMO 2300USB

Das magnetisch optische Speichermedium eignet sich für alle Speichervorgänge großer Datenmengen, bei denen das Medium austauschbar oder archivierbar sein soll.

Teilnahmebedingungen: Mitmachen kann jede Person ab 18 Jahren, außer C.A.T.-Verlag-Mitarbeiter und deren Angehörige. Beantworten Sie bitte die unten stehenden Fragen. Durch Ihre Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, daß die eingegangenen Antworten anonym und von der Adresse des Einsenders getrennt aufbewahrt und ausgewertet werden. Die Gewinner werden unter allen vollständig ausgefüllten Einsendungen ausgelost. **Einsendeschluß** ist der **31. 12. 2002** (Datum des Poststempels bzw. Fax-Bestätigung). Die Einsendung kann per Post an: **C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen** oder per Fax unter der Fax-Nr.: **0 21 02 / 20 27 90** erfolgen.
Die Gewinner werden in der Februar-Ausgabe 2003 bekanntgegeben.

LESERBEFRAGUNG



Allgemeine Fragen

Zu welcher Handelsform zählt Ihr Unternehmen? ❑ Einzelhandel ❑ Filialbetrieb (Kette) ❑ Kooperations-Händler ❑ Distributor

Im Vergleich zum Jahr 2001 beurteilen Sie die Branchensituation im Jahr 2002 als: ❑ besser ❑ schlechter ❑ gleich

Welche Fachzeitschriften lesen Sie außer PoS-MAIL? ❑ CE Markt ❑ CE&Trade ❑ High-Tech Handel ❑ Media Seller ❑ Telecom Handel ❑ Sonstige

Welche Themenbereiche interessieren Sie?

	Interessiert mich	Interessiert mich nicht
Audio/HiFi/MP3	❑	❑
Branchen-News	❑	❑
Computer/Peripherie	❑	❑
Digitalfotografie/Camcorder	❑	❑
DVD	❑	❑
E-Commerce/Internet	❑	❑
Games	❑	❑
Heimkino/Projektoren	❑	❑
Mobile Computing/PDA	❑	❑
Personelles	❑	❑
Software	❑	❑
Telekommunikation	❑	❑
TV/Video	❑	❑

In welcher Branche sind Sie tätig?

❑ Telekommunikation ❑ Games
❑ UE ❑ Foto
❑ IT ❑ Andere

Name / Vorname:.....

Firma:.....

Straße:.....

Postleitzahl:.....Ort:.....

E-Mail Adresse:.....

Schnell ausfüllen und absenden!

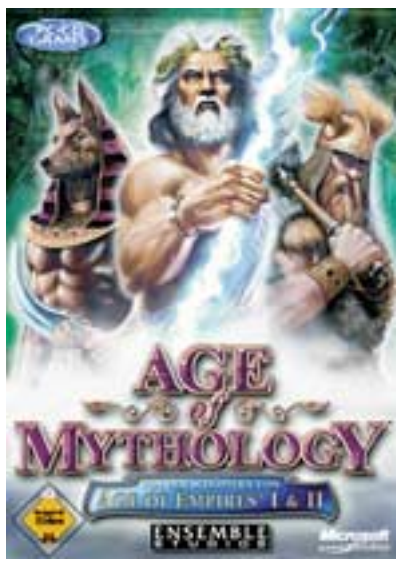
Fax: **0 21 02 / 20 27 90**

Rund um die GAMES

- Age of Mythology
- Pro Evolution Soccer 2
- TAZ Wanted Infogrames
- TimeSplitters 2

AGE of MYTHOLOGY

Für PC



Age of Mythology entführt den Spieler in ein Zeitalter, in dem furchtlose Helden mit schrecklichen Kreaturen kämpfen und mächtige Götter sich in die Geschicke der Sterblichen einmischen. Der neue Hit von Ensemble Studios (Age of Empires) erweckt die Welt der Griechen, Ägypter und Wikinger zu neuem Leben. Die Aufgabe des Spielers ist es, eine antike Zivilisation zu Ruhm und Ehre zu führen. Hierzu ist es notwendig, wirtschaftliche Probleme meistern und auf dem Schlachtfeld Siege zu erringen.

Age of Mythology enthält viele Gameplay-Elemente, die Age of Empires so erfolgreich gemacht haben. Neben Weltwundern, umfangreichen Technologiebäumen und Völkerboni bietet das Spiel aber auch eine Vielzahl von Neuerungen für noch mehr Spielspaß. Darunter befinden sich ein neues Kampfsystem und noch schlauere Einheiten. Das Highlight sind aber die mythologischen Kreaturen, die den Armeen zum Sieg verhelfen, und magische Relikte wie Hades Helm der Unsichtbarkeit. Diese Neuerungen verschaffen einem unschätzbare Vorteile. Weiter stehen dem Spieler die mächtigen Götter hilfreich zur Seite. Der Gott Ra legt gegnerische Städte mit einem Meteoritenschauer in Schutt und Asche, Thor begräbt die Feinde unter dichtem Schnee, und Poseidon bringt mit einem Jahrhundertsturm die gegnerische Flotte zum Sinken.

Die revolutionäre 3D-Engine zaubert wunderschöne Landschaften, aufsehenerregende Gebäude, detaillierte Einheiten, spektakuläre Spezialeffekte und atemberaubende Animationen auf den Bildschirm. Zahllose Spielmodi und Schwierigkeitsgrade fordern sowohl Einsteiger als auch Strategie-Experten. Aufwendige Zwischensequenzen runden die packende Kampagne ab. Die intuitive Oberfläche macht den Einstieg leicht.

Es stehen 13 Spielvarianten, neun unterschiedliche Völker und fünf Startkonditionen zur Auswahl. Zusätzlich sorgt der Multiplayer-Modus für lang anhaltenden Spielspaß und strategischen Tiefgang.

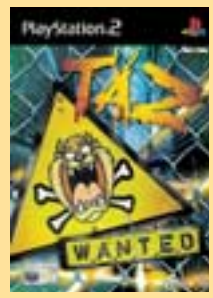
System Windows® 98, Windows ME, Windows® 2000 oder Windows XP, PC mit Pentium II 450 MHz oder höher, 128 MB Speicher, 3D-Grafikkarte mit 16 MB Video-RAM, 4-fach CD-ROM Laufwerk und Festplatte mit mindestens 1 GB freier Festplattenspeicher.

Optional Modem mit 56 Kbit/s oder höher für Online-Spiele;
€ 49,- / ab 12 Jahren

Pamela Liebhard, Produktmanagerin Microsoft, inmitten der Promotiongirls.

TAZ Wanted Infogrames

TAZ ist aus seinem Käfig im Zoo ausgebrochen und befindet sich auf der Flucht. Yosemite Sam macht sich sofort auf die Jagd und hängt in der ganzen Stadt Steckbriefe des Geflohenen auf. Als TAZ muß der Spieler versuchen, alle Steckbriefe zu vernichten. Das ist aber noch nicht alles. Auf der Suche nach den Plakatierungen muß er sich verschiedenen Abenteuern und Herausforderungen stellen. Da bleibt nicht viel Zeit zum Überlegen, schnelles Handeln ist gefragt. Das Spiel besticht neben dem Looney Tunes Humor und dem coolen Soundtrack auch durch die detailreiche Grafik. Insgesamt gilt es, zwölf abwechslungsreiche Level und Bonuslevel in vier unterschiedlichen Welten zu bestehen. Die Looney Tunes sind in Deutschland bei jung und alt sehr beliebt. Laut einer Umfrage ist der tasmanische Teufel der beliebteste Charakter der Looney Tunes. Die Cartoons laufen immer noch wöchentlich im deutschen Fernsehen, und auch das Merchandising dieser Comic-Helden findet nach wie vor reißenden Absatz. Das Spiel eignet sich hervorragend für jung und alt. TAZ wanted ist verfügbar für Playstation 2, xbox und Gamecube.



PRO EVOLUTION SOCCER 2,

der langerwartete Fußballknüller

Der Spieler schlüpft in Pro Evolution Soccer 2, wie sollte es auch anders sein, in die Rolle einer Fußballmannschaft, eines Trainers und sogar eines Managers. Die bereits sehnsüchtig erwartete Fortsetzung des schon sehr erfolgreichen ersten Teils ist systemübergreifend einer der besten Fußballsimulatoren. Er übertrifft mit brillanter Graphik, phantastischem Gameplay und natürlich mordsmäßigem Spielspaß den schon guten Vorgänger. Die Spieler werden realistisch und lebensnah dargestellt, auch die Stadien sind originalgetreu nachgebaut. Die Bewegungen der Fußball-Weltstars verlaufen flüssig, und das Verhalten des Balles ist physikalisch korrekt. Das Hauptmenü läßt dem Spieler die Wahl, zwischen den Optionen Einzelspieler, Liga, Pokal oder dem Trainingsmodus auszuwählen. Im Einzelspieler-Modus kann entweder gegen einen Mitspieler oder mit diesem zusammen gegen die Playstation gespielt werden, und zwar auch in den Liga- und Pokalspielen. Natürlich kann man auch alleine gegen den Computer antreten. Unter dem Menüpunkt Pokal besteht die Auswahl zwischen verschiedenen Turnieren, z.B. dem Europa-Pokal, dem Internationalen Pokal und dem Afrika-Pokal. In einer Liga mitzuspielen und dabei zwischen Nationalmannschaften oder Vereinsmannschaften auszuwählen, ist auch möglich. In der Master-Liga lassen sich sogar Transfers durchführen. Die Steuerung ist simpel und nach wenigen Spielminuten leicht zu erlernen. Dennoch macht natürlich Übung den Meister: Im Trainingsmodus können verschiedene Eckballmethoden, Freistoßvarianten und das Dribbling einstudiert werden. Wem die zahlreichen internationalen Stars nicht gut genug sind, der kann mit dem Spieler-Editor seinen individuellen Wunschspieler konfigurieren. Vor jedem Spiel werden Taktik und Aufstellung nach Wunsch geändert.

Die Ergüsse des Kommentators wirken leider in manchen Spielsituationen recht fehl am Platze, aber zum Glück wird dies von dem phantastischen Spielgeschehen überdeckt.

TIMESPLITTERS 2

Ego-Shooter für PlayStation 2, Xbox und GameCube

Das Überleben der Menschheit hängt an einem seidenen Faden. Die heimtückischen TimeSplitters reisen mit Hilfe eines Dimensions-Tors durch die Zeiten, um die Menschheit zu versklaven. Auf einer entlegenen Raumstation, in der sich das Dimensions-Tor befindet, kämpfen zwei Space Marines verzweifelt gegen die TimeSplitters. Doch die beiden haben kaum noch Munition und stehen einer Übermacht von Feinden gegenüber. In dieser hoffnungslosen Lage entdecken die beiden Space Marines in einer Kammer endlich den Mechanismus, der den TimeSplitters die Reise durch die Zeiten ermöglicht. Eilig verbarrikadieren sie die Tür, um die geheimnisvolle Kammer zu untersuchen. Kurz bevor sich die Tür schließt, stehlen zwei TimeSplitters einige Kristalle des Mechanismus und fliehen vor den Augen der Space Marines durch das Tor. Doch die beiden Marines brauchen genau diese Kristalle, um das Dimensions-Tor für alle Zeiten zu schließen und die Menschheit vor der Versklavung zu bewahren. Während ein Space Marine das Dimensions-Tor bewacht, springt der Kamerad in das pulsierende Energiefeld des Tores, um die fliehenden TimeSplitters aufzuhalten. Die Jagd nach den verlorenen Kristallen führt ihn durch verschiedene Epochen der Menschheitsgeschichte. Es gibt nur eine Möglichkeit, die TimeSplitters endgültig zu besiegen: Er muß die Kristalle um jeden Preis finden.

Der Spieler schlüpft in die Rolle des Verfolgers und reist durch die Zeit. Er kämpft dabei als Kopfgeldjäger, Söldner, Revolverheld, Polizist oder Weltraumsoldat in den unterschiedlichen Epochen gegen die wachsende Macht der TimeSplitters. TimeSplitters 2 bietet dem Spieler einen packenden Einzelspieler- und Kooperativ-Modus mit einer komplexen Hintergrundgeschichte und spannenden Missionen. Die im Vergleich zum ersten Teil größeren und verbesserten Umgebungen und die spektakulären Spezialeffekte sind ein weiteres Highlight von TimeSplitters 2.

Lanz

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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

www.fotolabor.de ● 0228-623177

TDC
Technical Documentation • Communication

Technische Informationen zielgerecht vermittelt!

Beratung, Konzeption, Layout und Druckservice:
- Betriebsanleitungen
- Multimediale Trainingsunterlagen
- Broschüren
- Technische Datenblätter
- Lehrtafeln
- Präsentationen
- Fachartikel

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

Fon: +49 (0) 178.47 28 585

Anzeigenschluß für die Ausgabe 1/2003 ist der 3. Dezember

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

Product-Manager (m/w)

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

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

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

Kennziffer 208

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektronik und Bürokommunikation. Zum nächstmöglichen Zeitpunkt wird ein qualifizierter Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Controller (m/w)

Ihre Aufgaben
- Eigenverantwortliche Durchführung von Projekten
- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und konzernweiten Projekten
- Schwachstellen-/Ursachenanalyse, Sonderauswertungen sowie Erarbeitung von Verbesserungsvorschlägen
- Anwendung und Weiterentwicklung der vorhandenen Controlling-Instrumentarien
- Konzeption und Koordinierung der Budget- und Forecast-Prozesse
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäftsbereiche
- Verantwortliche Mitwirkung bei periodischen Abschlußarbeiten

Ihr Profil:
- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Controlling/Rechnungswesen
- Ca. 3jährige Berufserfahrung im Bereich Controlling, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Verhandlungssichere Englischkenntnisse, von Vorteil sind Kenntnisse von Oracle 11i und Oracle Financial Analyser
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil
- Alter ca. 28 bis 40 Jahre

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

Kennziffer 213

International operierender IT-Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr sucht für die Sparte PC-Peripherie den

Manager Vertrieb Europa (m/w)

Ihre Aufgaben
- Budgetverantwortung für Umsatz, Profit, Kosten, etc.
- Vertriebsleitung für die Regionen Süd-, Ost- und Zentraleuropa
- Erreichen der geplanten Umsatzvorgaben sowie Umsetzung und Kontrolle der festgelegten Vertriebsstrategien
- Fachliche und disziplinarische Personalverantwortung
- Repräsentanz bei Großkunden, Distributoren und bedeutenden Systemhäusern/Messen
- Marktbeobachtung bezüglich Preisentwicklung, Wettbewerb, Produktanforderungen etc.

Ihr Profil:
- Studium der Wirtschafts- oder Ingenieurswissenschaften oder langjährige Berufserfahrung
- Mehrjährige internationale Aktivitäten im IT-Sektor, z.B. Hardware PC/PC-Peripherie mit entsprechenden Markt- und Produktkenntnissen
- Kommunikationsstärke, Engagement und Belastbarkeit
- Sehr gute Englisch- und MS-Office-Kenntnisse
- interkulturelle Kompetenz und Führungserfahrung
- Erfolgsorientierter, pragmatischer Arbeitsstil

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

Kennziffer 215

Für einen internationalen Konzern aus dem High-Tech-Bereich im Großraum Düsseldorf suchen wir für den Produktbereich Präsentationstechnik den

Sales Representative (m/w)

Ihre Aufgaben
- Hauptansprechpartner der Distributoren und VAR's mit Schwerpunkt BRD und spezifizierten Accounts im europäischen Ausland
- Einführung neuer Produkte
- Sicherstellung der notwendigen Informationen und Promotion-Tools
- Mitwirkung bei der Planung und Kontrolle von Marketing-programmen
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung

Ihr Profil:
- Mind. 2jährige Vertriebserfahrung im PC-Umfeld oder abgeschlossenes Studium (z.B. Absolventen)
- Technisches Verständnis
- Kommunikativer, selbständiger und kundenorientierter Arbeitsstil
- Versierter Umgang mit MS-Office-Programmen
- gute englische Sprachkenntnisse

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

Kennziffer 216

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

GePeMa

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH
Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf
Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468
E-Mail: info@bestjob.de – Internet: http://www.bestjob.de

Product-Marketing-Consultant mit langjähriger Erfahrung im klassischen UE- und IT-Bereich übernimmt Projektaufgaben in folgenden Bereichen:
- Einführung von Neuprodukten (Product Launch)
- Sales- und Produkt-Training
- Technische Kataloggestaltung
- Erstellung von Produktinformationen
- Durchführung von Labortests (Musterprüfung)

Bernhard Suffner Industrial Consultant
Consumer Electronics
Tel. 089 6883652
E-Mail Bernhard.Suffner@t-online.de

IMPRESSUM

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

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

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

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:
Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge:
Michael Lanzerath
Georg Reime

Anzeigen:
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 3 v. 1. Januar 2002

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

Vertrieb:
Silke Gräßel

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

Druck:
Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.

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

Erscheinungsweise:
PoS-MAIL erscheint monatlich.
Der Abonnementspreis beträgt
60,– € jährlich
(Ausland: 80,– €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

NO(?)SENSE

Verletzen Kerzen im Fenster Patente?

In der Adventszeit werden auch dieses Jahr wieder in die Fenster gestellte Kerzen die Straßen mit einem Hauch heimeliger Weihnachtsstimmung verschönern. Wenn private Bürger auf diese Weise ihre Vorfreude auf das Weihnachtsfest ausdrücken, dürfte das in Deutschland straffrei und ohne Folgen bleiben. Mit gebotener Vorsicht sollten jedoch Gewerbetreibende und Selbständige im Computer-Handel an die Verwirklichung weihnachtlicher Illuminationen herangehen. Wie schnell man mit effektvoller Beleuchtung in einen Rechtsstreit verwickelt werden kann, zeigt folgendes Beispiel: Im April des Jahres 2002 hat das US-Unternehmen Antec Inc. (http://www.antec-inc.com) in Taiwan unter der Registrierungsnummer 0911-2048103 und Nr. 02231665.5 China ein Patent über farbige und weiße Illuminationen von Ventilatoren und Gehäuselüftern beantragt. Seit bei jugendlichen Power-Usern von Computern das Modding-Fieber ausgebrochen ist, liegen Beleuchtungen des Gehäuseinneren, der CPU und des Ventilators am CPU-Kühler voll im Trend. Beim Case „Modding" eines Computers wird ein Fenster in die Seitenwand über dem Mainboard geschnitten und eine Plexiglasscheibe eingesetzt, durch die man die geheimnisvoll blau oder pink schimmernden, sich drehenden Ventilator-Rotorblätter bewundern kann. Pfiffige Händler bieten schon seit einiger Zeit Modding-Artikel an. Denn in vielen Fällen übertrifft der Rohgewinn beim Modding-Zubehör die Handelsspanne für den verkauften Computer. Antec Inc. klagt jetzt gegen Unternehmen, die ebenfalls mit LEDs illuminierte Ventilatoren produzieren oder verkaufen. Deshalb Vorsicht! Ein effektvoller Schein der Weihnachtskerzen könnte auf den Gehäuselüfter fallen. Wer sicher sein möchte, beauftragt einen Rechtsanwalt mit einer Patentrecherche für Deutschland und die Länder der europäischen Gemeinschaft.

CONSEQUENCE • HH

Sie entscheiden, wo die Grenzen sind. Die neuen Digital Cameras von CASIO.

Mit unseren Bundles zum erstaunlichen Preis-Leistungs-Verhältnis sind Verkaufsargumente ohne Grenzen schon inklusive: Denn als Nachfolgerin der erfolgreichen QV-4000 kommt jetzt die 5 Mio. Pixel-Kamera QV-5700 im attraktiven Bundle mit der 1 GB IBM™-Microdrive. Und unsere neuen Design-Compact-Kameras QV-R4 und QV-R3 haben auch gleich eine 128 MB MMC-Karte mit im Paket. So ist einfach mehr für Sie und Ihre Kunden drin.

Inklusive
1 GB
IBM Microdrive

Inklusive
128 MB
Speicherkarte

NEU: QV-5700

- 5 Millionen Pixel
- Inkl. IBM Microdrive Mini-Festplatte 1 GB
- Inkl. leistungsstarken NiMH-Akkus und Ladegerät
- 3fach-optischer Zoom
- BESTSHOT-Funktion
- CompactFlash™Card Slot Typ I/Typ II

NEU: QV-R4/QV-R3

- 4 Millionen Pixel /QV-R3: 3 Mio.
- Auslöseverzögerung 0,01 Sek. (nach Focussierung)
- Inkl. 128 MB-Speicherkarte
- Inkl. Lithium-Ionen-Akku und Ladegerät
- 3fach-optischer Zoom
- BESTSHOT-Funktion
- SD/MMC-Card Slot

Auszeichnungen QV-R3:

digital evolution by
CASIO.
www.casio-europe.com

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt • Österreich: Stadlbauer Service GmbH, Magazinstraße 4, A-5027 Salzburg
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: 0041 (0)91 683 20 91, Fax: 0041 (0)91 683 34 44, E-Mail: info@hotline-int.ch, web: www.hotline-int.ch