

INHALT

kabelkonfiguration.com ermöglicht Online-Navigation im Kabelsalat ...S. 7
Viag Interkom Partner verbuchten Umsatzplus dank Mobile Business Programm ...S. 8
Viag Interkom stärkt individuelles Marketing ...S. 9
Quam eröffnete 15 Geschäfte in 1a-Lagen ...S. 11
Siemens Mobile Phones will Beratungskompetenz des Handels weiter stärken ...S. 12
Siemens hat hervorragende Aussichten durch Öffnung des DSL-Marktes ...S. 13
Mit Oki neue Kunden für den Farbdruck generieren ...S. 14
Sonys Aibo-Familie hat Zuwachs bekommen ...S. 16
Sharp TFT-Monitore bieten sichere Investitionen für die Zukunft ...S. 18
Insignien der Moderne: Handhelds und Notebooks ...S. 20
Große Bilder an der Wand, Teil II: Der Wettlauf um das beste Projektionssystem ...S. 22
Die flache Lifestyle-Generation: LCD-TVs von LG Electronics ...S. 24
Verbesserter Fotodruck mit „Vivid-Photo“ von Canon ...S. 26
Neue Bildstandards mit Sonys High-Brightness-Display ...S. 27
Neue Software ...S. 28
PoS-MAIL-Aktion 12/2001: Mit Gewinn ins neue Jahr ...S. 32
Games ...S. 30
Tk-Nachrichten ...S. 10
Tk-Neuheiten ...S. 11
Neuheiten ...S. 16, 17, 23, 27
Aktuelles ...S. 6
Kleinanzeigen ...S. 34
No(?)sense ...S. 35
Impressum ...S. 35

Multimedia zieht ins Auto ein

Entertainment auf vier Rädern

Modernste Technik gehört heute zu den Ausstattungsmerkmalen aller neuen Pkw. Bevor sie dem Endkunden zur Verfügung steht, wird sie gründlich auf ihre Zuverlässigkeit hin getestet – so wie hier die Karten von Teletlas.

Es war einmal eine Zeit, da freuten sich die Menschen, wenn sie per Automobil von A nach B fahren konnten, trockenen Fußes, flexibler als mit der Eisenbahn und allemal bequemer als in der Pferdekutsche. Lang, lang ist's her, und vieles hat sich seitdem geändert. Dies gilt vor allem bei der Ausstattung der motorisierten Untersätze, die den Ruf haben, des Deutschen liebstes Kind zu sein. Und die Zeiten ändern sich rasend schnell. War es Ende der 80er Jahre noch ein Statussymbol, mobil zu telefonieren, ruft ein Handy an Bord heute oftmals nur noch ein müdes Gähnen hervor. Wer etwas auf sich hält, läßt sich in diesen Tagen per Navigations- oder Telematiksystem

Dabei müßte vor dem Milliarden-Euro-Markt noch das Wort „Viele“ ergänzt werden. So prognostiziert beispielsweise das Marktforschungsunternehmen Frost & Sullivan einen Anstieg des Umsatzes für Telematikgeräte in Europa von 1,03 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 8,5 Mrd. Euro im Jahr 2007. Und dies allein für die Hardware, für die Software, also Programme und Dienste, werden die Wachstumsraten nach Ansicht der

Marktforscher noch steiler nach oben gehen. Dabei werden mit sinkenden Preisen die Einstiegschwellen für immer mehr Endverbraucher niedriger. Was heute noch als Luxus gilt und in den Augen vieler Menschen der Oberklasse vorbehalten ist, wird vermutlich in der nächsten oder übernächsten Autogeneration schon zum Standard auch in der Mittelklasse gehören, um schließlich auch im unteren Preissegment

den Weg weisen und sich durch mobile Multimediageräte unterhalten. Mobile Entertainment, wie es in Neudeutsch heißt, hat seinen Siegeszug in die Autos angetreten. CD und DVD, Soundprozessor und LCD-Monitor, MP3-Klänge und Filme in perfekter 5.1-Kanal-Tontechnik unterhalten Fahrer und Beifahrer, definieren den Begriff Auto-HiFi vollkommen neu. Hand in Hand mit dem Run auf zusätzliche Komfortmerkmale geht, wie in allen High-Tech-Bereichen, ein rasanter Preisverfall – der die Geräte für immer neue Zielgruppen interessant macht und dem Handel die Chance gibt, an einem entstehenden Milliarden-Euro-Markt zu partizipieren

einanzuziehen. Dem Handel öffnet sich eine große Chance, indem er sich auf die „Nachrüster“ konzentriert, also diejenigen, die ihr Fahrzeug nicht schon bei der Herstellung in der Automobilfabrik mit allen erdenklichen Ausstattungsmerkmalen versehen lassen. Denn einen Vorteil kann der freie Handel seinen Kunden bieten: Durch die verschiedenen langen Produktzyklen bei Autos und High-Tech-Geräten wird er stets die

aktuelleren Geräte anbieten können – schließlich sind Autohersteller schon viele Jahre vor der Auslieferung des ersten Modells eines neuen Typs gezwungen, sich für bestimmte Geräte für den Einbau zu entscheiden. Grob unterteilt hält die Industrie derzeit drei unterschiedliche Produktbereiche zur Nachrüstung von Pkw's für den Handel bereit. Bereich eins: Geräte für die Kommunikation per Telefon, Telefax oder Daten.

Viag Interkom kündigt „spannende Dinge“ an

Viag Interkom zeigte sich im Gespräch mit der PoS-MAIL-Redaktion mit dem Geschäftsverlauf des vergangenen Jahres im Business- und Consumerbereich zufrieden. ... S. 8



Mit Oki neue Kunden generieren

Farbdrucker nähern sich Preisen von 2.000 Euro. Damit werden sie für vollkommen neue Zielgruppen interessant und eröffnen dem Handel neue Umsatzperspektiven. ... S. 14



Handhelds und Notebooks

Während die Leistungsfähigkeit portabler Rechner steigt, schrumpfen deren Maße. Die Geräte sind auf dem Weg, zum Statussymbol des Infozeitalters zu werden. ... S. 20



Große Bilder an der Wand, Teil II

Im zweiten Teil unserer Darstellung des augenblicklichen Marktes für Beamer widmen wir uns dem Wettlauf der Hersteller um das beste Projektionssystem. ... S. 22



PoS-MAIL sagt „Danke“!

Die Resonanz auf unsere Leserbefragung in der Dezember-Ausgabe des vergangenen Jahres hat unsere Erwartungen weit übertroffen: sowohl in qualitativer als auch quantitativer Hinsicht. Neben der hohen Zahl der



Einsendungen war für uns besonders erfreulich, daß Sie, unsere Leser und Leserinnen, das Konzept von PoS-MAIL eindrucksvoll bestätigt haben. Der Themen-Mix aus Consumer Electronics, Informationstechnologie, Telekommunikation, Foto und Infotainment stieß auf nahezu ungeteilte Zustimmung. Dabei wurde besonders vom Fachhandel der genannten Segmente die Möglichkeit begrüßt, mit PoS-MAIL über die Grenzen der traditionellen Bereiche hinaus blicken zu können und über die Konvergenz der Technologien informiert zu werden. Fast alle Fachhändler gaben darum als Interessengebiete nicht nur den eigenen Branchenschwerpunkt, sondern ebenso benachbarte Bereiche an.

Die technologische Entwicklung und die ersten Produktankündigungen vor der CeBIT bestätigen, daß die Konvergenz der Technologien sich in Zukunft noch dynamischer entwickeln wird. Die Herausforderung, Sie darüber auch in Zukunft aktuell und kompetent auf dem laufenden zu halten, nehmen wir gerne an.

Daß es auch einige kritische Anmerkungen gab, wollen wir nicht verschweigen. Auch darüber haben wir uns gefreut: Nobody is perfect, wie man auf neudeutsch zu sagen pflegt, und Ihre sachliche Kritik gibt uns Gelegenheit, Ihre Anforderungen noch besser zu erkennen und darauf einzugehen.

Wir laden Sie herzlich ein, uns weiterhin Ihre Meinung zu PoS-MAIL wissen zu lassen – nicht nur, wenn wir eine Leserbefragung durchführen, sondern immer dann, wenn Sie es für richtig halten. Viele Einsender bekommen als besonderes Dankeschön in den nächsten Tagen einen attraktiven Gewinn zugestellt. Wir danken an dieser Stelle ebenfalls den Herstellern, die das möglich gemacht haben.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Bereich zwei: Telematiksysteme, die, wie das Kunstwort aus Telekommunikation und Informatik schon sagt, die Welt des Mobilfunks (in Form eines Handys) mit der Software-Routenführung (über einen PDA oder ein Notebook) zusammenführen. Bereich drei: Navigationsgeräte, in der Branche liebevoll „Navis“ genannt, die satellitengesteuert auf digitalisiertes Kartenmaterial (das in der Regel von Navtec oder Teletlas stammt) zurückgreifen und den Fahrer mindestens mit Hilfe einer männlichen oder weiblichen Computerstimme und einer LED-Anzeige durch das Straßennetz leiten.

Breites Produktspektrum

Bei den Navis zeigt sich derzeit ein breites Produktspektrum. Von einfachen Geräten, die in den DIN-Radio-Schacht passen und als eheste dazu in der Lage sind, zum Massenartikel zu werden, bis zu Systemen mit (automatisch herausfahrendem) hochauflösendem Farbmonitor. Weitere Unterschiede zeigen sich in der Ausstattung. So gibt es Navigationsgeräte mit Onboard- (greifen ausschließlich auf die Daten zurück, die auf der notwendigen CD oder DVD vorhanden sind) oder Offboard-Features (sind in der Lage, aktuelle Daten von einer Datenzentrale zu verarbeiten und informieren so beispielsweise über Staus). Auch lassen sich Geräte unterscheiden,

Mobile PocketJet Faxgeräte von Pentax

PocketJet 200 (Auflösung 200 dpi) und PocketJet II (Auflösung 300 dpi) heißen zwei mobile Thermodirektdrucker von Pentax, die das Faxen ins und aus dem Auto ermöglichen. Zum Lieferumfang gehören Akku (mit dem die Faxgeräte



auch unabhängig vom Pkw betrieben werden können), Autoladekabel und weiteres Zubehör. Optional ist auch eine Infrarot-Schnittstelle zu haben, die den Datenaustausch beispielsweise mit einem Organizer ermöglicht.

die den Standort des Fahrzeugs bzw. die Route zwei- oder dreidimensional anzeigen. Bei letztgenannter Variante sieht der Fahrer sein Auto entweder aus der Sicht eines Hubschraubers oder sich selbst innerhalb dreidimensional ausgeprägter Straßenzüge. Bleibt schließlich Bereich vier: Geräte für das auditive, visuelle oder audiovisuelle Entertainment

der Pkw-Besatzung. Auch hier stehen dem Handel die unterschiedlichsten Produktvarianten zur Verfügung, vom schlichten „Autoradio“ bis zur hochentwickelten HiFi- oder TV-Anlage; Geräte, die neben dem Empfang des Radioprogramms auch das Abspielen von CDs, DVDs und/oder MP3-Files ermöglichen.

Der Grund dafür, daß wir oben von einer groben Einteilung in die Produktbereiche gesprochen haben, liegt im Schlagwort Konvergenz. Denn auch beim Autozubehör gibt es keine klar definierten Grenzen mehr, auch hier wachsen verschiedene Welten zusammen. Wir greifen auf dieser und den folgenden Seiten beispielhaft für alle Produkte einige der Geräte heraus, die von den Herstellern in den vergangenen Monaten vorgestellt worden sind und heute dazu dienen, Umsatz und Marge zu erzielen. Wie immer kann eine solche Übersicht keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben – sie soll lediglich einen Anstoß darstellen, sich mit der Vielfalt des Marktes und den sich daraus ergebenden Verdienstmöglichkeiten zu beschäftigen.

Alpine Electronics

Alpine Electronics präsentierte auf der Funkausstellung 2001 in Berlin eine breite Palette von Mobile-Multimedia-Produkten: Herausragende Innovationen waren das DVD-Radionavigationssystem

Tele Atlas bringt neue CD Deutschland 2002 DX auf den Markt

Anfang des Jahres hat Tele Atlas die neue CD Deutschland 2002 DX für TravelPilot DX-Systeme auf den Markt gebracht. Sie enthält digitale Pläne aller deutschen Städte und Gemeinden. Rund 900 Städte sind inzwischen bis auf die Hausnummerenebene erfaßt (200 mehr als auf der Vorjahres-CD). Auch die Zahl der Sonderziele ist erneut erheblich gestiegen. Sie liegt nun bei 181.000. Darunter befinden sich fast 15.000 Hoteladressen, 6.100 Restaurants und knapp 6.000 Sehenswürdigkeiten. Die Verkaufspreisempfehlung für Deutschland 2002 DX lautet 139 Euro. Wer die zweiteilige Vorgängerversion Deutschland 2001/2002 DX besitzt, kann Gutschein und Deckblatt des Booklets der 2001/2002 DX CD dem Tele Atlas Navigation Service Center, Postfach 73, 31175 Harsum, zusenden und erhält dafür kostenlos eine 2002 DX CD-ROM.

Auch Nutzer von TravelPilot-Systemen der ersten Generation können das vollständig digitalisierte Straßennetz benutzen. Denn jetzt sind alle Stadt- und Ortspläne Deutschlands in Form von drei CDs für das System der ersten TravelPilot-Generation verfügbar. Es gibt eine Nord- und eine Süd-CD mit dem jeweiligen Haupt-, Verbindungs- und Detailstraßennetz. Zusätzlich erhält der Navigationsnutzer eine CD mit den wichtigsten Haupt- und Verbindungsstraßen für ganz Deutschland. Außerdem neu im Tele Atlas-Sortiment ist die Tele Atlas Michelin Special Edition Spanien/Portugal 2001/2002 DX. Touristen und Geschäftsreisende können hier unter 5.600 Restaurants, Hotels und Sehenswürdigkeiten auswählen. Die CD-ROM soll 169 Euro

kosten. Alpenfreunde kommen ab sofort mit der neuen Merian scout Alpen 2002 für TravelPilot DX-Systeme und Systeme der ersten Generation ans Ziel. 22.500 touristische und gastronomische Ziele, 110.000 Sonderziele und Hausnummernbereiche für mehr als 50 Städte navigieren den Autofahrer durch Österreich und die Schweiz. Alle Verbindungsstraßen in Norditalien, Süddeutschland und Südostfrankreich sind ebenfalls ent-



Für den Handel hält Tele Atlas neben den CDs selbst auch unterschiedliche PoS-Materialien bereit.

halten. Preisempfehlung: 169 Euro.



Seit Dezember ist darüber hinaus für VDO Dayton die Schweiz 2002 CD für 109 Euro verfügbar. Alle Straßen der Schweiz und Liechtensteins sind auf dieser CD erfaßt. TMC-Codes (TMC = Traffic Message Channel), die auch erstmalig auf der VDO Schweiz-CD enthalten sind, ermöglichen dem Reisenden, Staus und Verkehrsbehinderungen zu umgehen.



Mit Distefora Software per Notebook navigieren

Mit überarbeiteter Software und aktualisierter Deutschlandkarte bietet die Distefora Navigation GmbH, Hamburg, ihren Car Navigator 2002 an. Fest auf dem Beifahrersitz verankert weist die vollwertige Notebook-Navigation dem Fahrer den Weg. Optik und Menüführung sind bei der aktuellen Version wesentlich bedienerfreundlicher geworden. Zu den Standards gehören farbige Karten und Pfeilsichten, Sprachausgabe und sekundschnelle Neuberechnung beim Verlassen der Route. Der Car Navigator 2002 arbeitet auf Notebooks mit den Betriebssystemen Windows 95/98, 2000, ME und NT4. Das Produktpaket umfaßt neben der Software-CD auch den GPS-Empfänger. Das Datenmaterial basiert auf den Straßenkarten Deutschland 2001/2002 von Tele Atlas. Unverbindliche Preisempfehlung: 410 Euro.

INA-N033R, das DVD-Navigationssystem NVE-N077PS (DVD Car Navi) mit optimierter Software, verändertem Bildschirmdesign und Nokia Link, vier mit Baß-Engine-Klangverarbeitungs-



DVD-Radionavigationssystem INA-N033R von Alpine



funktionen ausgestattete Mobile-Multimedia-Stations, über deren Klappmonitor angeschlossene Video-, TV-, Navigations- und Hifi-Komponenten sich zentral steuern lassen, der Overhead-Monitor TMX-R680A mit SmartView-Schwenkmechanismus und der Sechsfach-DVD-Wechsler DHA-S680P. Als gelungene Kombination von exzellenter Car-Audio- und Navigationstechnologie, komprimiert auf das 1-DIN-Radioschachtformat, hat Alpine das 1-Blockgerät INA-N033R im Programm. Dank DVD und RISC-Prozessor bietet „INA“ hohe Geschwindigkeit der Routenberechnung und -neuberechnung sowie die stets präzise akustische und visuelle Lotsenführung. Das bislang digital erfaßte Kartenmaterial von Europa, mit rund 100.000 Städten und 300.000 Points of Interest, hat durch den Einsatz der DVD-Technologie auf einer einzigen Disk Platz.

Weitere Kennzeichen INAs sind die übersichtliche Pfeilrichtungs-

darstellung (mit 3D-Ansicht von Autobahnkreuzen) und der automatische Kreuzungszoom bei Abbiegungen (mit einem metergenauen Countdown). Hierfür hat Alpine ein neuartiges OEL-Display entwickelt, das selbst komplexe Kreuzungen sehr scharf wiedergibt.

Außerdem kann INA an einen Tuner für den Traffic-Message-Channel angeschlossen werden. Und schließlich ist sie ein Top-Receiver, der, ausgestattet mit drei Vorverstärkerausgängen und diversen Baß-Engine-Funktionen für die Klangverarbeitung, als Kommandozentrale für eine hochwertige Car-Hifi-Anlage eingesetzt werden und selbst die Audioausgabe eines DVD-Players oder einer Spielekonsole steuern kann.

Kenwood

Kenwoods Car-Entertainment-System mit 16:9-Monitoren, DVD-Spieler, 5.1-Decodern und DVD-Navigation ist eines der Geräte, über das der Begriff Auto-Hifi neu definiert wird. Die zentrale Steuereinheit KVT-920DVD bietet einen 16,5 cm großen 16:9-Monitor, der beim Einschalten der Zündung automatisch motorisch ausfährt und dessen Bildfläche gleichzeitig als Tastatur zur Steuerung aller Funktionen dient. Zudem enthält sie einen DVD-Spieler zur Wiedergabe von DVD-Spielfilmen, Audio-CDs, CD-Rs und CD-RWs. Ebenfalls im Lieferumfang enthalten sind ein Hochleistungstuner für UKW, MW und LW, vier je 45 Watt starke Endstufen, ein TV-Tuner mit Vierkanal-Diversity, ein Equalizer, programmierbare Hoch- und Tiefpaßfilter,

Audio- und Video-Ein/Ausgänge zum Anschluß weiterer Komponenten und eine Infrarot-Fernbedienung.

Mit Zusatzkomponenten läßt sich das Leistungsspektrum des Kenwood Car Entertainment-Systems noch erweitern. So bietet das Unternehmen den separaten Farbmonitor LZ-701W, von dem sich bis zu drei über die A/V-Umschalteneinheit KVA-S300 mit unterschiedlichen Videosignalen ansteuern lassen. Während der Beifahrer das aktuelle TV-Programm schaut und der Fahrer die Navigationsanweisungen abliest, können die Fondpassagiere sich mit einem Videospiel unterhalten oder einen DVD-Film sehen – idealerweise mit Unterstützung des digitalen Soundprozessors KDS-P900, der neben den vielfältigsten Filter- und Equalizer-Einstellungen zur Ansteuerung der verwendeten Lautsprecher auch über integrierte Dolby Digital-, DTS- und Dolby Pro Logic-Decoder für mobile Autokino-Vorführungen verfügt. Ein aktiver Centerlautsprecher sorgt für den Sound von vorn. Letztes Ausstattungsdetail des Systems ist der Navigationsrechner KNA-DV2200 mit integriertem DVD-Laufwerk.

Blaupunkt

Blaupunkt bietet drei verschiedene Geräte an, die Musik aus dem Internet im Auto wiedergeben können. Dazu gehört das MP3-Autoradio Los Angeles, ein CD-Tuner mit MP3-Player, erweiterten digitalen Equalizer-Techniken und kräftigen Endstufen. Darüber hinaus läßt sich mit dem Compact

Drive MP3 das weltweit erste autogerechte Abspielgerät für MP3-Musikstücke wie ein herkömmlicher CD-Changer an zahlreiche Blaupunkt-Autoradios anschließen, und dies mit minimalem Einbauaufwand. Und schließlich kommt eine weitere autarke



Blaupunkt Los Angeles MP 71

Lösung von Velocity, der jungen Soundmarke von Blaupunkt. Sie ist ein digitaler Signalprozessor mit integrierten Wiedergabetechniken von MP3-Musikfiles. Der Prozessor ist universell mit jedem Autoradio kombinierbar. Das Autoradio Los Angeles MP71 verfügt über ein CD-Laufwerk, das auch die aus der PC-Welt bekannten einmal beschreibbaren CD-R abspielen kann. Zudem bietet das neue MP3-Autoradio mit dem von



Das Blaupunkt wide vision System bietet unter anderem einen motorisch ausschwenkbaren Monitor.

Blaupunkt entwickelten DigiCeiver eine in zahlreichen Tests nachgewiesene hohe Empfangsqualität,

die komfortablen Funktionen des Radio-Daten-Systems RDS im UKW-Bereich und zusätzlich den Empfang von Mittel- und Langwelle.

Mit dem System wide vision bietet Blaupunkt jetzt auch einen motorisch ausschwenkbaren Flip-Monitor. Er verfügt über ein 6,5 Zoll-Display im Format 16:9 und einen integrierten Fernsehempfänger. Zudem ermöglicht er die Verbindung zum Navigationsrechner des TravelPilot DX-N und optional auch den Anschluß eines Hörfunktuners oder eines CD-Wechslers.

JVC

JVC hat Ende des Jahres 2001 seinen ersten Navigations-/CD-Receiver KD-NX1R vorgestellt, der vollständig in einem DIN-Gehäuse untergebracht ist. Das elegante Design mit Metallfront aus gebürstetem Aluminium ergänzt die vielseitigen technischen Ausstattungsmerkmale. Der KD-NX1R ist mit einem 32-bit RISC-Prozessor und 8-MB-Speicher ausgestattet, so daß auch beim Abweichen von der vorgeschlagenen Strecke eine neue Route berechnet wird, ohne daß der Fahrer den Musikgenuß von CD oder Radio unterbrechen muß. Dank des großen Dot-Matrix-Displays, fortschrittlicher Streckenführungs-Optionen und der Steuerung über ein Soft-Key-Menü ist eine sichere und schnelle Zielführung gewährleistet.

Das Navigationssystem wird mit GPS-Antenne und einer CD-ROM ausgeliefert, die 18 europäische Länder beinhaltet. Ist das Fahrtziel eingegeben, kann die Navigations-

DVD-Navigationssystem CN-DV1800EN von Panasonic

Mit dem neuen DVD-Navigationssystem CN-DV1800 EN von Panasonic lassen sich Ziele in nahezu ganz Europa jetzt besonders komfortabel finden, denn die Landkarten aller westeuropäischen Länder sind inklusive aller Daten in sechs Sprachen auf einer einzigen DVD gespeichert. In Kombination mit dem integrierten GPS-Empfänger, einem Kreiselsensor sowie einem Geschwindigkeitssensor gewährleistet das System überall eine exakte Positionsbestimmung. Angezeigt werden die Karten mit den Wegweisungen auf einem innovativen 5,8-Zoll-LCD-Monitor (CY-VMR5800N), den Panasonic im Set mit dem Navigationssystem anbietet. Kartennavigation in zwölf Maßstäben, 3 D-Pfeildarstellungen und Kreuzungszoom sorgen für den kompletten Streckenüberblick unterwegs. Vor jeder Fahrt kann der Fahrer Startposition, Zwischenstops und Zielpunkte dank übersichtlicher Such- und Informationsfunktionen suchen und eingeben. Das System gibt auf Wunsch Routenvorschläge, aus denen der Fahrer die für ihn optimale Strecke auswählt. Die Panasonic Anlage ist für TMC (Traffic Message Channel) vorbereitet. Während der Fahrt las-

sen sich alle Richtungswechsel, Straßennamen und Entfernungen der ausgewählten Route auf einer Manöverliste darstellen. Die Gesamtdistanz und die verbleibende Fahrtdauer erscheinen am unteren Bildschirmrand. Alle Eingaben werden durch Ansagen bestätigt. Herzstück des Navigationssystems ist ein leistungsstarker 32-Bit-RISC-Prozessor. Der GPS-Empfänger kann bis zu acht Satellitensignale empfangen. Die Bedienung des Navigationssystems erfolgt mit einer Joystick-Fernbedienung.

Der im Set mitgelieferte LCD-Monitor CY-VMR5800N stellt die Daten aus dem Navigationssystem mit einer Auflösung von 280.800 Pixel auf dem 5,8-Zoll Bildschirm im Seitenverhältnis 16:9 dar. Für die Darstellung sind die Display-Betriebsarten Normal, Full, Zoom und Just wählbar. Ein automatischer Dimmer paßt die Helligkeit des Bildes den externen Lichtverhältnissen an. Ein schwenkbarer Ständer sowie eine Fernbedienung sind optional erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlung für das Set mit DVD-Navigationssystem und LCD-Monitor inklusive der West-Europa DVD-Karte: ca. 2.305 Euro.



Pioneer Multimedia für vielfältigen Einsatz im Auto

Pioneer hat im vergangenen Jahr eine neue Dimension der audiovisuellen Unterhaltung ins Auto gebracht. Die seit August 2001 erhältlichen Multimedia-Komponenten ermöglichen vielfältigen Einsatz: Vom reinen Navigationssystem bis zur State-of-the-Art Kombination mit Dolby Digital und Heckmonitoren lassen sich viele Zusammenstellungen realisieren. Diese Flexibilität wird erreicht durch eine Auswahl zwischen fünf verschiedenen LC-Displays, drei AV-Mastern, drei DVD-Spielern, fünf multimediafähigen CD-Tunern, TV-Empfänger und DVD-Navigation. All diese Geräte sind dank ihrer zukunftsicheren Datenbussysteme kombinierbar. Auch das neue Digitalradio (DAB) zählt zu den verfügbaren Optionen. Highlight im Programm ist



der AVX-P7300 DVD (Bild oben), eine Kombination aus DVD-Spieler und 7"-Display, das motorgetrieben aus dem DIN-Schacht fährt. Steht nur ein Einbauschacht zur Verfügung, kann das Gerät mit einem AV-Master kombiniert werden, der – versteckt im Kofferraum oder unter den Sitzen – gleichzeitig als Systemzentrale, RDS-Empfänger und Verstärker fungiert und seine Steuerbefehle von einer Fernbedienung über den AVX-P7300DVD erhält. Besitzt das Fahrzeug zwei DIN-Schächte, ist auch ein Anschluß an eines der multimediafähigen Pioneer-Autoradios möglich.

CD-ROM entnommen und eine Musik-CD eingelegt werden. Sämtliche erforderlichen Daten werden im Systemspeicher abgelegt.

Bei der Eingabe des Fahrtziels stehen mehrere Alternativen zur Verfügung, und mit TMC-Hilfe werden Staus, Straßensperren etc. berücksichtigt. Die Fahrtzieleingabe erfolgt über einen großen Drehknopf mittels Alphabet und Ziffern. Es lassen sich bis zu 50 Zielangaben speichern – auch die letzten 50 Ziele werden vorübergehend gespeichert. Komplettiert wird die Anlage durch einen hochwertigen CD-Player (mit Wechslersteuerung) sowie einen leistungsfähigen RDS-Tuner. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 870 Euro.

Grundig

Auch Grundig kam im Sommer 2001 mit Neuigkeiten in Sachen

intelligenter Fahrzeugnavigation zur Funkausstellung nach Berlin: Die nächste Generation des Grundig GPS 3 (Global Positioning System) ermöglicht in Kombination mit dem Receiver TMC 1 (Traffic Message Channel) eine dynamische Routenführung.

Über RDS (Radio Data Signal) werden laufend digital kodierte Daten zum aktuellen Verkehrsgeschehen übertragen und garantieren somit eine nervenschonende und sichere Fahrt. Das Navigationssystem verarbeitet hierbei Informationen über Staus, Umleitungen oder sonstige Verkehrsbehinderungen, gleicht sie mit der ursprünglich berechneten Route ab und empfiehlt gegebenenfalls Alternativen. Eine Frauenstimme und leicht verständliche Symbolgrafiken mit Richtungsanzeigern und Entfernungsangaben sorgen für eine schnelle und komfortable Orientierung. Die einfache, klar strukturierte

und verständliche Bedienoberfläche gewährleistet darüber hinaus die bequeme Steuerung des Systems. Alle Funktionen lassen sich problemlos über eine beleuchtete Fernbedienung auswählen. Eine Besonderheit des Grundig GPS 3 mit TMC 1 Receiver ist das sogenannte Crossing Enlargement: Kreuzungen, Kreisverkehre oder Abzweigungen werden spätestens 80 Meter vor Erreichen vergrößert auf dem monochromen Monitor dargestellt. Das Grundig GPS 3 mit TMC 1 inklusive der CD-ROM D3 soll für ungefähr 1.500 Euro verkauft werden.

Funkwerk Dabendorf

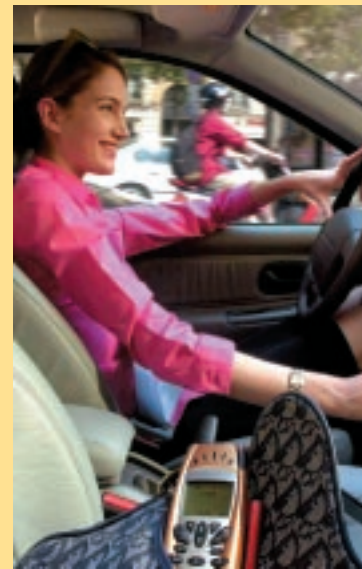
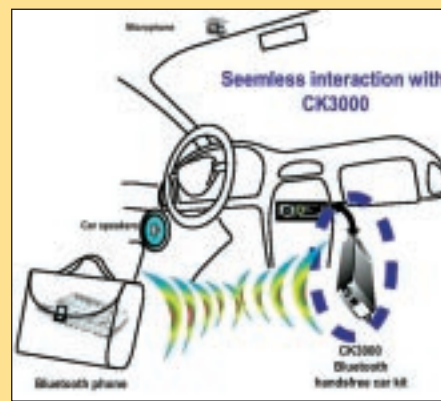
Als Erweiterung zur universellen Freisprechanlage Audio 2000 hat das Funkwerk Dabendorf die Audio 2000 plus vorgestellt, eine universelle Freisprechanlage, die das Auto durch einen zusätzlichen Datenanschluß zum mobilen Büro macht. Neben dem Telefonieren ermöglicht die Anlage auch das Versenden oder Empfangen von Faxen und E-Mails. Das Konzept der Audio 2000 plus basiert auf der universellen Freisprechanlage Audio 2000, die für mittlerweile 35 verschiedene Handtypen lieferbar ist. Neben der Umrüstung auf



neue Telefone wird durch das einfache Stecksystem der Halter auch eine Nutzung der Freisprechanlage bei mehreren Fahrern möglich. Nicht nur das Familienfahrzeug, sondern auch Firmenautos und Flotten lassen sich mit der Audio 2000 plus problemlos ausstatten. Ein neuer Halter läßt sich

Vivanco Freisprechanlage arbeitet mit Bluetooth

Vivanco bringt mit der Multitalk Voice Unit CK 3000 eine neue Generation von Freisprechanlagen auf den Markt. Die Anlage ist sprachgesteuert und verfügte nach Angaben des Herstellers als erste Freisprechanlage über Bluetooth-Technologie. Telefon und Freisprecheinrichtung kommunizieren kabellos und ohne Steckverbindung über



eine Distanz bis zu zehn Metern. So kann das Handy zum Telefonieren in der Sakko- oder Aktentasche bleiben. Sämtliche Bedienschritte wie Anwahl, Annahme und Beendigung von Gesprächen erfolgen durch verbale Anweisungen. Die Übertragung der Gespräche erfolgt in hervorragender Sprachqualität über die Frontlautsprecher des Autoradios. Um ein Gespräch zu einem Teilnehmer aufzubauen, dessen Daten im Telefonbuch gespeichert sind, reicht es, den gewünschten Teilnehmer zu benennen, die Verbindung wird dann von der Multitalk Voice Unit CK 3000 automatisch hergestellt.

problemlos und mit wenigen Handgriffen anschließen. Neben dem externen Außenantennenanschluß, der eine gute Empfangs- und Sendequalität im Fahrzeug ermöglicht, sorgt der integrierte DSP (Digital Signal Prozessor) für Echo- und Geräuschunterdrückung. Die automatische Radiostummschaltung, die Aufschaltung des Gesprächs auf die Radiolautsprecher sowie die Unterstützung aller Kfz-Parameter des Mobiltelefons ermöglichen bequemes und vor allem sicheres Telefonieren.

Mit dem Dualband Compenser MC 3000 ist beim Funkwerk Dabendorf außerdem ein Zusatzgerät im Programm, das beste Sende- und Empfangsqualität für Mobiltelefone im Fahrzeug gewährleistet.

Der MC 3000 kompensiert die auf dem Weg vom Handy zur Außenantenne entstehenden Dämpfungsverluste und ermöglicht so eine optimale Sende- und Empfangsqualität im Fahrzeug. Neben der Dualbandfähigkeit unterstützt der MC 3000 auch den Betrieb des Mobiltelefons mit aktuellen und zukünftigen Technologien wie GPRS und HSCSD. Ein schneller Datenaustausch ist somit problemlos möglich. Durch eine farbliche Kennzeichnung der



im Lieferumfang enthaltenen Anschlußleitungen wird der Einbau erheblich erleichtert. Ein spezieller Verpolungsschutz schützt den Compenser auch bei Vertauschen der Anschlußleitungen vor Zerstörung. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 152 Euro.

THB Bury GmbH

Eines der interessantesten Produkte zum Freisprechen bietet die THB Bury GmbH mit ihrer THB-Voice Dial Anlage. Sie gewährleistet größte Sicherheit und ein hohes Maß an Komfort beim Telefonieren während der Fahrt, denn nach Aktivierung des Systems genügt eine einfache Ansage der gewünschten Zielrufnummer, und die Voice Dial stellt die Verbindung automatisch

CD-Tuner von VDO Dayton sorgen für optimalen Digitalsound im Fahrzeug

VDO Dayton sorgte Ende 2001 mit zwei neuen CD-Tunern (CD 4502, CD 4802) und einer Cassetten-Tuner-Kombination (CR 4402), die in Verbindung mit dem DAB-Receiver MD 4000 Radioempfang in CD-Qualität ermöglichen, einmal mehr für optimalen Klang im Auto. Nicht nur die Rundfunksignale werden digitalisiert übermittelt, auch die Geräte selbst verarbeiten die Daten komplett digital weiter. Die Technologie des Digital Audio Broadcasting erlaubt eine Reihe intelligenter Zusatzfunktionen, die mit den drei neuen Tuner Kombinationen von VDO Dayton erschlossen werden. Weil das digitale Netz in Europa allerdings noch in den Kinderschuhen steckt und in manchen Regionen noch einige Lücken hat,

sorgt VDO Dayton für eine intelligente Verknüpfung zwischen alter und neuer Radiowelt: So sucht der Tuner in Verbindung mit dem DAB-Receiver MD 4000 automatisch das stärkste Signal und schaltet beim Verlassen des DAB-Bereichs selbständig und verlustfrei auf das entsprechende FM-Programm um, so daß lästige Empfangsunterbrechungen der Vergan-



genheit angehören. Dabei nutzt der DAB-Tuner alle Komfortfeatures der VDO Dayton-Geräte und listet zum Beispiel die erreichbaren DAB-Programme alphabetisch auf. Doch die neue Technologie ermöglicht auch einen erhöhten Informationsfluß. Denn mit dem Radioprogramm übertragen die Sender sogenannte Programm Associated Data (PAD), die ähnlich wie der Videotext beim Fernseher eine Reihe von Hintergrund- und Zusatzinformationen wie etwa Namen und Interpreten des aktuellen Musiktitels oder künftig je nach Station auch Kurznachrichten, Börsenkurse oder Wetterberichte bieten. Angezeigt werden diese PAD-Texte mit bis zu

128 Zeichen auf dem attraktiv gestalteten 3D-Effect-VFD-Display. Die insgesamt drei aufwendig gestalteten Tuner sind wie ein PC mit Signal- und Rechner-Prozessoren aufgebaut. VDO Dayton setzt dabei auf eine durchgehend digitale Verarbeitungskette von der CD, dem MP3 File, dem digitalen CD- oder MP3-Wechsler und dem DAB-Receiver bis zum Ausgang des Vorverstärkerausgangs. So werden Nebengeräusche und Störfrequenzen analoger Pfade von vornherein vermieden. Außerdem bieten die neuen Geräte intelligente Equalizer, durchdachte Sound-Prozessoren, die zukunftsweisende Mosfet-Technologie und – bei einer maximalen Ausgangsleistung von 4 x 55 Watt – reichlich Power.

STURM AUF DIE KASSE.

„Jetzt kommt's gewaltig: die Sega-Edition für PlayStation®2.“



HEADHUNTER FEATURES

- Perfekte Kombination aus 3rd-Person- und Motorrad-Action
- Hollywoodreife Action als Kopfgeldjäger
- Sound-Design von Dome Gibbs (James Bond)
- Orchesterlicher Soundtrack von einem 67-köpfigen Ensemble
- Abwechslungsreicher Action-Rätsel-Mix



REZ FEATURES

- Interaktiver Trance-Techno-Shooter
- Einer der most wanted Sega-Titel
- Viele abwechslungsreiche Levels
- Einzigartiger Soundtrack
- Extreme Spieltiefe



ECCO FEATURES

- Tolles Action-Adventure in den Tiefen der Ozeane
- Seit 1992 eines der beliebtesten Sega-Spiele
- Atemberaubende Kamerafahrten
- Umfangreiche Aufgabenstellungen
- 34 verschiedene 3-D-Unterwasserwelten
- 100 verschiedene Delfin-Kunststücke
- Eine gelungene, neu überarbeitete Dreamcast-Version

SEGA®

SUPPORT

- Kinospots in allen wichtigen Städten
- Massive Printoffensive in General & Special Interest Titeln
- Gewinnspiele
- Webseite
- Groß angelegte PR-Aktionen
- Aufmerksamkeitsstarke POS-Werbemittel
- Detailliertes Consumer Leaflet

ORDERN SIE JETZT BEI: SONY COMPUTER ENTERTAINMENT DEUTSCHLAND, TELEFAX: 0 61 02/43 34 33



REVOLUTION NOW.

PlayStation.2
THE THIRD PLACE

PlayStation-Powerline: 01 90/578 578 (0,62 €/Min.) www.DE.playstation.com www.ThirdPlace.de



™ and PlayStation are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. is a trademark Sony Corporation. Ecco the Dolphin © Sega Corporation, 2001. Published by Sega Corporation. Created by Appaloosa. Headhunter © Sega Corporation, 2001. Developed by Amuze AB. Published by Sega Corporation. Rez © USA/SEGA, 2001. Published by Sega Corporation. – Distributed by Sony Computer Entertainment Europe. All Rights Reserved.

her – dies geschieht unabhängig von der Person des Sprechers. Die THB-Voice Dial arbeitet mit einer vollkommen neuartigen, dynamischen Fahrtgeräuschunterdrückung in DSP-Technologie (digital) und sorgt dadurch nach Herstellerangaben für eine bislang nicht erreichte Qualität in der modernen Sprachübertragung. Zu den weiteren Ausstattungsdetails der Anlage gehören das personen-gebundene Telefonbuch für bis zu 50 Einträge, die automatische Stummschaltung des Autoradios und das intelligente und temperaturüberwachte Laden des Mobiltelefon-Akkus auch bei ausgeschalteter Zündung.



Hama

Hama hat in den vergangenen Wochen wieder Zubehör für einige der derzeit besonders populären Handy-Modelle ins Sortiment aufgenommen. Dazu gehören auch Freisprecheinrichtungen, die zum Beispiel für die Mobiltelefone 8310 und 5510 von Nokia sowie das Siemens C45 lieferbar sind.

Nokia

Das kabellose Nokia Car Kit für das Nokia 6310 ermöglicht es jedem Autofahrer, mit beiden Händen am Steuer zu telefonieren – ohne Verbindungskabel oder Halterung am Armaturenbrett. Diese Kfz-Freisprecheinrichtung setzt für den Gebrauch des Mobiltelefons neue Akzente: Die vom Benutzer installierbare Fernbedienung ermöglicht Anrufmanagement, Lautstärkeregelung, Stummschaltung des Autoradios sowie automatische Zündungssteuerung. Sobald das Bluetooth-fähige Mobiltelefon mit der Kfz-Freisprecheinrichtung verbunden ist, kann das Mobiltelefon in der Akten- oder Handtasche gelassen werden.

Das kabellose Nokia Headset vereinfacht das Telefonieren mit dem Nokia 6310. Es zeichnet sich durch ergonomisches Design, hohe Sprach- und Klangqualität sowie geringe Größe aus.

Sprachwahl, Lautstärke, Annehmen und Beenden von Anrufen sind direkt über das Headset möglich.

POS Aktuell

Neuer Pressesprecher bei Panasonic/Technics



Peter Weber hat am 1. Januar 2002 bei der im Aufbau befindlichen Europazentrale des Matsushita-Konzerns (Panasonic/Technics) in Wiesbaden die neue Position des Managers Presse & Public Relations übernommen. Weber arbeitete seit 1994 als freier Kommunikationsberater und Journalist. Seit 1999 ist er Generalsekretär des internationalen Elektronik-Journalisten-Verbandes UIPRE (Union International de la Presse Electronique).

Home Cinema weiter im Trend

In 98 Prozent aller deutschen Haushalte steht ein Fernsehgerät, in zwölf Prozent davon ein Breitbild-TV-Gerät und in elf Prozent ein TV-Gerät mit Dolby Surround Anlage. Rund fünf Millionen Haushalte verfügen über eine Anlage, die man als „Home-Cinema“ bezeichnen könnte. Im laufenden Jahr soll diese Zahl auf über sechs Millionen ansteigen. Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) rechnet damit, daß der anhaltende Trend zum Home Cinema dem Markt neue, positive Impulse vermitteln wird. Insgesamt gaben die Bundesbürger für alles rund ums

Fernsehen im Jahr 2001 etwa 10,5 Mrd. DM aus. Das waren gut drei Prozent mehr als im Jahre 2000. Nicht eingerechnet sind die Ausgaben für unbespielte Videokassetten und die „peripheren“ Kosten, wie beispielsweise für Videospiele und -konsolen sowie für den Verleih und Verkauf von bespielten Videokassetten und DVDs. Wird auch diese Summe noch hinzuge-rechnet, so dürften sich laut gfu die Gesamtausgaben der Bundesbürger auf rund 14 Mrd. DM belaufen haben. Nach Ansicht der gfu ist der Trend in Richtung Home Cinema auf den Erfolg der DVD zurückzuführen. Sie hat dem Markt mit ihrem Speichervolumen und ihren vielfältigen Möglichkeiten der Bild- und Tonaufzeichnung neuen zusätzlichen Schwung vermittelt. Weitere Impulse werden auch von der Einführung des digitalen Fernsehens, durch neue Dienste und Programme sowie Internet-Anbindung erwartet.

Loewe Opta Inc. nimmt Arbeit auf

Zum Jahresbeginn hat die hundertprozentige Tochtergesellschaft der Loewe AG in den USA, die Loewe Opta Inc, Plymouth/Massachusetts, ihre Arbeit aufgenommen. Loewe erwartet von der Neugründung in Amerika die weitere Steigerung des Umsatzes und der Markenbekanntheit im Bereich Consumer Electronics. Auf der bedeutendsten amerikanischen Fachmesse „Consumer Electronics Show“ (CES), die vom 8.1 bis 11.1.2002 in Las Vegas stattfand, präsentierte die Loewe Opta Inc. u.a. bereits die Premiumlinie Systems.

Veränderung im Vorstand von PixelNet und Photo Porst

Matthias Sawatzky ist aus dem Vorstand der Photo Porst AG ausgeschieden, um sich vollständig auf den Vorstandsvorsitz der Porst Muttergesellschaft PixelNet AG zu konzentrieren. Sein Nachfolger bei

Umstrukturierungen beim Matsushita Konzern

Im Zuge von Umstrukturierungsmaßnahmen hat die Panasonic Deutschland GmbH mit Wirkung vom 1. Januar 2002 eine neue Geschäftsleitung erhalten. Joachim Reinhart hat zusätzlich zu seiner Funktion als Chief Operating Officer bei der europäischen Zentrale Matsushita Electric Europe (HQ) Ltd. auch die Aufgaben des Chief Executive Officers der Panasonic Deutschland GmbH übernommen. Takeo Endo ist seit dem 1. Februar 2002 Chief Operating Officer. Als neuer Director Sales and Marketing ist Hans Wienands Leiter des Bereiches Consumer Electronics. Des weiteren ist Werner Graf als General Manager Leiter von Corporate Planning, Ralf Hansen ist General Manager Leiter Marketing Consumer Electronics. Für Business Systems nimmt Hiroshi Akai die leitende Position des Director Sales and Marketing ein. Dietrich Nedede, bisheriger Geschäftsführer von Panasonic Deutschland, wechselte als Direktor zur Matsushita Electric Europe Marketing Group nach Wiesbaden, um dort neue Vertriebs- und Marketingaufgaben auf europäischer Ebene aufzunehmen. Die Panasonic Marketing Europe hat ihren Sitz von Hamburg nach Wiesbaden verlegt und steuert als neue, international besetzte Zentrale die Kommunikation zwischen Fabriken, Sales Companies und Kunden. Zu Beginn des neuen Geschäftsjahres im April 2002 werden 60 bis 80 Mitarbeiter unter der Leitung von Joachim Reinhart dort ihre Arbeit aufnehmen.

Porst wird Patrick Palombo, der gleichzeitig in den Vorstand der PixelNet AG eintritt. Neu im Vorstand der PixelNet AG ist zudem Arno Waschkau (51), der die Funktion des Chief Financial Officers übernimmt. In dieser Position löst er Dr. Gerhard Köhler ab, der das Unternehmen verläßt. Arno Waschkau wird gleichzeitig Finanzvorstand bei der Photo Porst AG.

Patrick Palombo ist bereits seit September dieses Jahres als Vorstandsmitglied der Photo Porst AG für Marketing und Unternehmensentwicklung zuständig. Vor seinem Eintritt in den PixelNet Konzern hielt der vielsprachige Franzose Führungspositionen bei der WWL Internet AG und der Quelle AG. Der Vorstand der PixelNet AG besteht jetzt neben dem Vorsitzenden Matthias Sawatzky aus Dr. Walter Kroha (COO), Patrick Palombo (Marketing und internationales Geschäft), Arno Waschkau (CFO) und Georg Kellberger (CTO).

Pierre Cohade führt Kodak Europa

Pierre Cohade hat die Führung der Region Europa, Afrika und Mittlerer Osten (EAMER) der Eastman Kodak Company übernommen. Er wird diese Funktion, die die Position des Geschäftsleitungsvorsitzenden der Eastman Kodak SA, Genf, beinhaltet, zusätzlich zu seiner bisherigen Aufgabe als Leiter des Bereichs Consumer Imaging in der Region EAMER wahrnehmen. Als Chef der Eastman Kodak SA löst er Alain Joffrin ab, der nach 36 Jahren Tätigkeit für Eastman Kodak in den Ruhestand tritt. In seiner neuen Funktion berichtet Cohade direkt an Martin M. Coyne II, den Leiter der neugeschaffenen

Photography Group der Eastman Kodak Company. Claudio D'Amico wird zusätzlich zu seiner bisherigen Position als Regional Business General Manager von Kodak Professional in Genf das operative Geschäft von Kodak in der Region EAMER leiten und in dieser Funktion an Cohade berichten.

Xerox senkt Preise für Phaser-Netzwerkdrucker

Xerox Office Printing Business (OPB) hat zum 14. Januar 2002 die Preise für seine Phaser-Netzwerkdrucker gesenkt. Die Preissenkung umfaßt die Modellreihen Phaser 750, Phaser 1235 und Phaser 2135 mit Nachlässen zwischen 14 und 22 Prozent. „Mit der Senkung der Preise zu Jahresbeginn werden wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und damit unsere Stellung im Office-Markt behaupten. Wir setzen unseren Focus dabei auf kleine und mittelständische Unternehmen“, so Torsten Keemes, General Manager der Xerox Office Printing GmbH in Deutschland.

Microsoft Triforium 2002

Vom 5. bis 7. Februar 2002 findet in Berlin der erste integrierte Microsoft Kunden- und Partnerkongreß statt. Die bisher getrennt stattfindenden Kongresse werden jetzt zu einem Event mit rund 3.000 erwarteten Teilnehmern verbunden. Den Kongreß-Teilnehmern bietet sich vor allem die Möglichkeit, im persönlichen Dialog mit Kunden, Partnern und 200 Microsoft Mitarbeitern vor Ort Kontakte zu knüpfen. Weitere Infos: microsoft.com/germany/Triforium.

LG Plasmabildschirm gewinnt iF Design Award 2002

Aus dem diesjährigen Wettbewerb um den international begehrten iF Design Award geht LG Electronics mit seinem 60-Zoll-Plasmabildschirm MZ-60PZ10 als einer der Gewinner in der Disziplin Produktdesign – Kategorie Kommunikation/Unterhaltung hervor. Mit der Entwicklung des 60-Zöllers setzte LG seinerzeit sowohl Maßstäbe hinsichtlich der Monitorgröße als auch der Designerkompetenz. Um die alljährliche iF-Auszeichnung bewarben sich in diesem Jahr 1.080 Teilnehmer mit 1.900 Produkten aus insgesamt 35 Ländern. Der iF Design Award hat sich im Laufe seines 48jährigen Bestehens zu einem der weltweit wichtigsten Design-Preise entwickelt. Die offizielle Preisverleihung sowie die Bekanntgabe der Sonderauszeichnungen – iF Gold und iF Silber Award – werden zum Auftakt der CeBIT 2002 am 13. März in Hannover stattfinden.

Online Navigation im

Kabelsalat



Der als Hersteller von Verbindungskabeln für UE-Komponenten allgemein bekannten Firma Oehlbach Kabel GmbH ist es gelungen, eine interaktive E-Business-Applikation ins Internet zu stellen, die gleichzeitig drei Benutzergruppen finanziellen Nutzen und Zeitgewinn bringt.

Die Website www.kabelkonfigurator.com findet für nahezu jede denkbare Gerätekombination der Unterhaltungselektronik das geeignete Kabel in der gewünschten Qualitätsklasse und führt Kunden, Handel und nicht zuletzt die Firma Oehlbach zu allseits zufriedenstellenden Geschäften zusammen. Der Besuch bei www.kabelkonfigurator.com ist außerdem für jeden lohnend, der

Vorteile von drei Qualitätsklassen informieren lassen kann, in denen die benötigten Kabel jeweils angeboten werden. Mit einem „Go!“ gelangt der Besucher zu einer Konfigurationsseite mit Abbildungen der unterschiedlichen Geräte aus dem Bereich UE. Hier können durch die Markierung von Checkboxes Paarungen von miteinander zu verbindenden Geräten bestimmt werden. Nach einem Klick auf „OK“ wird eine Optionsliste der Verbindungsoptionen erstellt, aus der wiederum gewählt werden kann. Bei mehreren möglichen Signalwegen werden die Optionen in der Reihenfolge ihrer technischen Qualität sortiert. Außerdem wählbar sind Standardlängen und Qualitätsklassen. Getroffene Auswahlen sind an jeder Stelle des Dialogs korrigierbar. Alle Aus-



Schluß mit dem Kabelsalat: Der Kunde entscheidet, welche Geräte er miteinander verbinden möchte – der Kabelkonfigurator.com schlägt vollautomatisch mehrere Lösungsvarianten vor.

an einem anschaulichen Beispiel für funktionierenden E-Commerce interessiert ist. Der Kabelkonfigurator im Internet arbeitet 24 Stunden, und vor allem arbeitet die Website www.kabelkonfigurator.com in allen Fällen sachkundig und ohne Gehalt. Die Problematik der richtigen Verbindungskabel oder Adapter und deren Verfügbarkeit in dem Moment, in dem ein Kunde danach fragt, ist jedem Verantwortlichen im UE-Handel



Der Kabelkonfigurator zeigt auf dem Bildschirm, welche Produkte sich der Kunde zusammengestellt hat. Außerdem besteht die Möglichkeit, Testberichte über die Einzelkomponenten zu lesen.

wahlschritte sind anhand einer Art Baukastensystem leicht und intuitiv zu bedienen. Ist die endgültige Auswahl getroffen, werden Bestellnummer und Verkaufspreis genannt, die man ausdrucken lassen kann. Nach Eingabe des Wohnorts oder der Postleitzahl wird auch gleich eine Adreßliste aller in der Umgebung verfügbaren Händler mit gedruckt.

Händler-Eintrag im Kabelkonfigurator nicht vergessen

Oehlbach betreibt auf www.kabelkonfigurator.com keinen Webshop mit Online-Verkauf an den Endkunden, sondern bezieht den einschlägigen Fachhandel als Partner in den Geschäftsvorgang mit ein. Der Handel ist gut beraten, wenn er diese Fachhandels-treue in seinem eigenen Interesse honoriert, indem er mit seinem Eintrag das zur Zeit noch etwas lückenhafte Händlernetz auf www.kabelkonfigurator.com dichter knüpfen hilft. *evo*



Erst wenn alle Kundenwünsche berücksichtigt sind, landet die Produktauswahl auf einer Bestell-Liste. Diese kann vom Kunden ausgedruckt und zum Händler mitgenommen werden.

Welche Buchse paßt zu welchem Stecker? Bei der Auswahl der Kabel- und Steckverbindungen werden die vorhandenen Schnittstellen individuell berücksichtigt.



bestens vertraut. Mit den für die Funktion der erworbenen Geräte unerläßlichen Verbindungskabeln lassen sich oft weit interessantere Margen erzielen, als beim Verkauf der Geräte. Die große Typenvielfalt der möglichen Kabelkombinationen verursacht jedoch bei der Lagerhaltung sehr leicht eine zu hohe Kapitalbindung. Noch schwieriger ist es für den Handel, jederzeit die erforderliche fachkundige Beratung für die Auswahl der Kabel sicherzustellen. Der Kabelkonfigurator der Firma Oehlbach beseitigt diese Geschäftshindernisse auf perfekte Art und Weise. Auf der Anlaufseite von www.kabelkonfigurator.com gelangt der Besucher nach der Sprachauswahl zwischen Englisch und Deutsch zu einer Seite, auf der er sich über die Unterschiede und

AUDIO 2000

Universelle Freisprechanlage

Schneller Handy-Wechsel
DSP-Technologie
Exzellente Sprachqualität

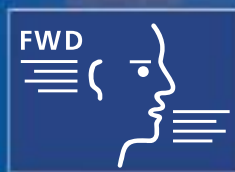


»OSKAR für den Mittelstand« 2001

Ein Unternehmen der Funkwerk AG

Funkwerk Dabendorf GmbH

Wir sichern Ihre mobile Kommunikation



www.funkwerkdabendorf.de
Telefon 03377 / 31 62 85



Kerstin Lindermann, Leiterin Business Communications in der Business Customer Unit von Viag Interkom: „Unsere Partner können sich im Jahr 2002 auf sehr spannende Dinge freuen.“

„Im vergangenen Jahr haben wir unsere Aktivitäten für das Geschäft mit Businesskunden intensiviert, und vor allem das Mobile Business Programm, das wir in der ersten Hälfte des vorigen Jahres eingeführt haben, hat deutlich zum Erfolg unserer Vertriebspartner beigetragen.“ Kerstin Lindermann, Leiterin Business Communications in der Business Customer Unit von Viag Interkom, blickte in einem Gespräch mit PoS-MAIL zufrieden auf das Jahr 2001 zurück – und stellte gleichzeitig für 2002 „sehr spannende Dinge“ in Aussicht.

Erfolgreich bei Geschäftskunden

O2 xda vereint Handy und Pocket PC

mmO2, die Muttergesellschaft von Viag Interkom, hat mit dem O2 xda das erste Produkt einer neuen Generation mobiler Endgeräte und das erste Produkt, das unter dem Markennamen O2 produziert wird, vorgestellt. Viag Interkom wird das Gerät, eine Kombination aus Pocket PC und Handy, in den nächsten Wochen in den deutschen Markt einführen. Mit dem O2 xda können Viag Interkom Kunden sowohl telefonieren als auch online gehen. Per GPRS sind schnelle „Always On“-Verbindungen zu Internet- und WAP-Angeboten möglich. O2 xda arbeitet mit dem Microsoft Betriebssystem Pocket PC 2002. Dadurch ist es möglich, auch unterwegs Texte und Tabellen zu bearbeiten oder E-Mails zu versenden und zu empfangen. O2 xda wiegt 186,5 Gramm und besitzt ein 240 x 320 Pixel großes, berührungsempfindliches Farbdisplay, das sich zur Darstellung von Videos und Bildern eignet. O2 xda wird den Zugang zu Services wie E-Mail, Web, WAP, SMS und Telefonie ermöglichen. Dabei erlaubt GPRS eine Datenrate von bis zu 53,6 kbit/s, was annähernd ISDN-Geschwindigkeit entspricht. Zum Start von O2 xda richtet das Münchner Mobilfunkunternehmen ein Internet-Portal ein, das für den Zugang per PDA optimiert ist. Dort



können Kunden beispielsweise Finanzinformationen abrufen oder über den M-Kompass auf ihren Aufenthaltsort abgestimmte Informationen abfragen. Kontaktadressen, Kalender und E-Mail kann der Kunde mit seinem Arbeitsplatzrechner synchronisieren. Darüber hinaus kann er Telefonnummern direkt aus den „Kontakten“ anwählen. Schon heute besteht die Möglichkeit, sich unter www.genion.de registrieren zu lassen, um weitergehende Informationen über den O2 xda sowie einen Hinweis rechtzeitig zum Verkaufsstart zu erhalten. Weiterhin bietet der O2 xda den Windows Media Player und MP3. Für den O2 xda wurde eigens eine Batterie entwickelt, die bis zu 3,5 Stunden Gesprächszeit oder bis zu 15 Stunden Pocket PC-Nutzung beziehungsweise bis zu 150 Stunden Standby ermöglicht.

Neben der Entwicklung neuer und der weiteren Fokussierung auf Voiceprodukte werden diese spannenden Dinge vor allem im Bereich der mobilen Datenübertragung geschehen. So wird Viag Interkom beispielsweise in den kommenden Wochen mit dem O2 xda das erste Produkt unter dem Markennamen O2 auf den Markt bringen, das die vielfältigen Möglichkeiten mobiler Telefonie und mobiler Datenübertragung per GPRS mit den Funktionalitäten eines Pocket-PC vereint (siehe Kasten unten links).

Als zweites neues Produkt zur Datenübertragung soll später der Blackberry eingeführt werden. „Im Gegensatz zum O2 xda, der gleichermaßen Privat- und Geschäftskunden anspricht, wendet sich der Blackberry ganz klar an die Zielgruppe der Business-Anwender“, betonte Lindermann. Das Gerät, ebenfalls ein Handheld-PC mit großem Display und zusätzlich mit einem kompletten Keyboard ausgerüstet, soll insbesondere die

E-Mail-Kommunikation mit dem eigenen Unternehmens-E-Mail-Server und den anderen Mitarbeitern eines Unternehmens gewährleisten. Zu den dazu erforderlichen Ausstattungsmerkmalen gehören ein ausgesprochen hoher Sicherheitsstandard, der auch das gefahrlose Übertragen sensibler Daten erlaubt, sowie die Zustellung von E-Mails und SMS (Push-Service), die dem Benutzer die lästige Einwahl ins Mobilfunknetz ersparen und ihn stets auf dem laufenden halten soll (Always-on-Communication).

Im Zusammenhang mit den neuen Mobile Data-Angeboten arbeitet Viag Interkom weiter an der Verbesserung und Schaffung neuer Dienste. Dabei werden vor allem die Location-Based-Services, die dem Interessenten jeweils auf seinen gegenwärtigen Standort bezogene Informationen liefern, im Vordergrund stehen.

Der Mittelstand steht im Mittelpunkt

Alle neuen Produkte, die in diesem Jahr angeboten werden, sind die konsequente Weiterführung des Mobile Business Programms, das Viag Interkom im vergangenen Jahr eingeführt hatte. „Dieses Programm stellt für unsere Vertriebspartner das Werkzeug zur

Viag Interkom Partner verbuchen Umsatzplus dank Mobile Business Programm

Bearbeitung des Geschäftskundensegments dar“, erläuterte Lindermann. „Dabei stellen wir mittelständische Unternehmen gezielt in den Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten.“ Das Mobile Business Programm setzte auf das bereits zuvor bewährte indirekte Vertriebsmodell auf. Dabei legte Viag Interkom den

Verhandlungsgespräche mit dem Kunden durchführen. Dieser wird speziell auf den Ebenen Vertrieb und Beratung von Viag Interkom geschult. Die Auslieferung der Verträge und der Geräte sowie die Abrechnung erfolgen dann nicht wie bisher über den Vertriebspartner, sondern direkt über Viag Interkom. Lindermann: „So entstehen für den Vertriebspartner folgende Vorteile: Für die Vertriebsleistung erhält er eine attraktive und fest definierte Marge, Vorfinanzierung und Hardwarerisiko entfallen. Dadurch verbessert sich die Liquidität unseres Vertriebspartners.“

Das Programm beinhaltet darüber hinaus noch weitere Vorteile. Im Bereich Vertrieb setzt Viag Interkom auf eine noch engere Zusammenarbeit und unterstützt den Vertriebspartner durch einen Partnermanager. Für Marketingaktivitäten stellt der Telekommunikationsanbieter kundenorientierte Werbemittel zur Verfügung und unterstützt aktiv bei der Neukundenakquisition. Marketing und Aktivitätenplanung werden gemeinsam abgestimmt. Im Sektor Training bietet Viag Interkom seinen Vertriebspartnern Schulungen zu den Themen Produkte/Lösungen und strategisches Verkaufen im Geschäftskundenumfeld.

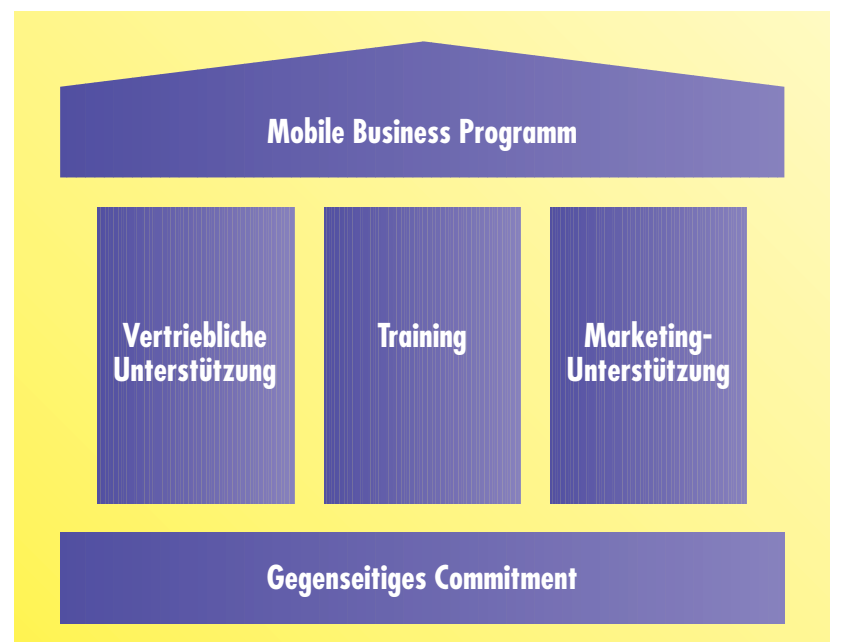
Erfolg mit Aktionen im Geschäftskundensegment

„Zu unserem Erfolg im Geschäftskundensegment haben auch verschiedene Aktionen beigetragen, mit denen wir Mitte Oktober gestartet sind“, berichtete Lindermann. Dazu zählten eine Preispromotion für die Tarifooption Office, eine Preissenkung und Promotion für die Tarifooption Group sowie die Forcierung des Verkauf an Ge-



Der Blackberry soll Business-Anwendern die E-Mail-Kommunikation erleichtern.

Schwerpunkt auf ein neues Vertriebsmodell für ausgesuchte Vertriebspartner und umfangreiche Services in den Bereichen Training, Marketing und Vertrieb. Im Rahmen des „Mobile Business Programms“ bietet das Münchner Unternehmen seit Juni 2001 Vertriebspartnern unter anderem ein neues Vertriebsmodell in Form von exklusiven Vertriebsmitarbeitern an. „Wir legen besonderen Wert auf eine längerfristig orientierte, strategische Zusammenarbeit“, betonte Lindermann. Ein Mitarbeiter des Partners soll allein für die Vermittlung von Kommissionsware verantwortlich sein und



Das Mobile Business Programm von Viag Interkom setzt auf Qualität für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

schäftskunden über die Shops. Kunden, die bei Vertragsabschluß die Tarifooption Office wählen, können ihre sogenannte Office-Nummer anstelle der bisherigen 15 Pfennig pro Minute für drei Pfennig anrufen. Die Office-Nummer kann eine Festnetznummer oder eine Kopfnummer sein (Viag Interkom würde man beispielsweise über die Kopfnummer 089/2442-xxxx erreichen). Diese Preispromotion läuft bis zum 31. März. Bei der Tarifooption Group senkte der Netzbetreiber komplett seinen Preis. Mobile Gespräche der Kunden innerhalb eines Rahmenvertrages untereinander kosten statt der bisherigen 19 Pfennig nur noch 15 Pfennig pro Minute. Zudem gilt bis zum 31. März der Preis von 15 Pfennig für alle Gespräche



Eine Broschüre informiert über das Mobile Business Programm von Viag Interkom.

im Viag Interkom Netz, das heißt auch über die Rahmenvertrags-Teilnehmer hinaus.

SoHos sollen gezielt angesprochen werden

„Besondere Aufmerksamkeit schenken wir im Mobile Business Programm mit einem erweiterten Vertriebskonzept Selbständigen und Unternehmen von einem bis neun Mitarbeitern“, sagte Lindermann. „Unser Ziel ist es, über die Viag Interkom Shops und Partnershops diese SoHos (Small Office Home Office) gezielt anzusprechen und auf deren besondere Bedürfnisse einzugehen, um den Abverkauf zu steigern und Vertrauen zu gewinnen.“ Das Shop-Personal wurde speziell auf die Produkte für diese Zielgruppe und diese Aktion geschult.

Eine umfassende Kampagne stellt die Kommunikation der Aktion an das gesamte Geschäftskunden-segment sicher. Unter der Marke Genion mit gezieltem Business-Auftritt integriert die Kampagne alle Medien. Von der direkten Kundenansprache via Telemarketing und Direct Mailing über Anzeigen in regionalen und überregionalen Tageszeitungen bis zum PoS-Auftritt in den Geschäften, die ein wesentlicher Bestandteil sind.

Viag Interkom stärkt individuelles Marketing

Auch Marc K. Mikulcik, Leiter Channel Marketing CFU Customer Consumer bei Viag Interkom, hatte im Gespräch mit PoS-MAIL Positives für das vergangene Jahr zu berichten. Erfreulich waren für ihn vor allem, daß Viag Interkom mit dem Produkt Genion Duo erneut seine Technologieführerschaft habe unterstreichen können, der weitere Ausbau der PrePaid Marke Loop zum Kult sowie die Intensivierung der Beziehungen im indirekten Vertrieb.

Verantwortlich für die erfreuliche Geschäftsentwicklung im Consumerbereich, vor allem das Weihnachtsgeschäft brachte dem Unternehmen viele neue Kunden, machte Mikulcik ebenfalls ein im Jahr 2001 neu aufgelegtes Partnerprogramm, mit dem eine stärkere Segmentierung erfolgte und das die Ansprüche der Kunden stärker in den Focus stellte. „Wir haben im Rahmen dieses Partnerschaftsprogramms die Kommunikation mit unseren Partnern deut-



Marc K. Mikulcik, Leiter Channel Marketing CFU Customer Consumer bei Viag Interkom: „Unsere Partner können sich auf eine weitere Verbesserung und Verfeinerung der Marketingkonzepte freuen.“

lich intensiviert“, sagte Mikulcik. „Dabei haben wir zwei Ziele verfolgt. Erstens wurden unsere Marketingpläne mit denen unserer Partner koordiniert, so daß der Auftritt gegenüber dem Endverbraucher wesentlich mehr Power bekam. Zweitens haben wir Aktivitäten



Mit ungewöhnlichen Trainings, hier eine Genion Produktschulung in Bremen, wurden die Teilnehmer zu Viag Interkom Experten ausgebildet.

entwickelt, die das individuelle Marketing unserer Partner gestärkt haben.“

Dazu zählten beispielsweise regionale Verkaufsaktionen und Promotions, bei denen die spezifischen Wünsche und Bedürfnisse der einzelnen Partner wesentlich stärker berücksichtigt wurden als zuvor. Aufgewertet wurden im Rahmen des neuen Konzeptes die Viag Interkom Partner Shops, sogenannte VIPs. Sie genießen jetzt nahezu dieselben Rechte wie die Viag Interkom eigenen Shops.

Enger Dialog mit den Vertriebspartnern

Entwickelt wurde das neue Partnerprogramm im engen Dialog mit den Vertriebspartnern. Mikulcik: „Wir haben unsere Shops, Agenturen und Händler von Anfang an in die Konzeptionsphase einbezogen und ständig das Feedback von Handelsseite zur Verbesserung des Programms genutzt.“ Die Einrichtung einer dezidierten Hotline, bei der jeder Händler einen persönlichen Ansprechpartner hat, sowie die Verbesserung von PoS-Materialien und Customer Service sind einige der Ergebnisse, die aus dieser Zusammenarbeit entstanden. Weitere Verbesserungen wurden bei Trainings, auf denen die Teilnehmern zu Viag Interkom Experten geschult wurden, sowie bei der Unterstützung durch Newsletter, Giva-aways und Werbung in den unterschiedlichsten Medien erzielt.

„Mit der Umwandlung des Namens von Viag Interkom in O2 können sich unsere Handels-

partner auf eine weitere Verbesserung und Verfeinerung der angestammten Konzepte freuen“, kündigte Mikulcik an. „Wir werden dem Endkunden mit unseren Aktivitäten die multimediale Welt näherbringen und ihm zeigen, wie er sein Leben mit Hilfe von O2 leichter gestalten kann.“ Mit der

Genion Business

- Tarifmodelle für Geschäftskunden
- Individuelle Beratung und Service
- Kommunikation der Zukunft

Beratung hier im Shop!

Für 3 Pf/Min.* die eigene Firma auf Trab halten.

VIAG Interkom

Verschiedene neue Produkte und Tarifooptionen sowie attraktive Verkaufunterstützung erleichterten Viag Interkom Partnern im Jahr 2001 den Verkauf.

Namensänderung wird sich der gesamte Auftritt ändern, und speziell in den Viag Interkom Shops und VIPs soll O2 eine Erlebniswelt schaffen, in der sich der Verbraucher wohlfühlt. „Durch O2 wächst unsere Bedeutung auch auf internationaler Ebene“, führte Mikulcik aus. „Ich bin sicher, daß wir durch diese Internationalisierung gestärkt auf dem Markt auftreten werden.“

Als Beispiele für Produkte, deren Verkauf den Partnern im abgelaufenen Jahr besonders leicht gefallen sei, nannte Mikulcik Genion Home, Genion Duo und Loop. „Durch die Einzigartigkeit der beiden Genion Produkte und durch intensive Werbung, vor allem für Genion Duo, haben wir eine hohe Aufmerksamkeit beim Verbraucher erzielt, aus der der Handel neue Kunden gewonnen hat“, so Mikulcik. Zudem habe Viag Interkom durch die technologische Leistung, die hinter den beiden Produkten stehe, einen großen Imagegewinn erzielt.

Prepaidmarke Loop hat sich zum Kult entwickelt

Freude bereitete dem Münchner Mobilfunkanbieter im Jahr 2001 das Produkt Loop. „Als einzigem der deutschen Mobilfunkanbieter ist es Viag Interkom mit Loop nicht nur gelungen, eine Prepaidmarke

im Markt zu etablieren, sondern auch einen regelrechten Kult zu schaffen“, meinte Mikulcik. Als besondere Highlights hätten sich dabei die Loop-Homepage, die Happy Hour und Easy Money herauskristallisiert. Mikulcik: „Loop stellt eine farbenprächtige, flippig-spaßige Lebenswelt dar, mit der sich junge Handybesitzer leicht identifizieren können.“

Herbert Päge

Neue O2 Welt kommt zur CeBIT

POS Aktuell

Animierte Grafiken für das Handy-Display

„Bilder lernen Laufen“ – das zeigt die SoneraZed GmbH auf ihren Webseiten www.zed.de und www.zedlogo.de in Zusammenarbeit mit der net mobile AG. Die animierten Bilder werden als Kombination aus SMS-push und WAP-pull Dienst realisiert. Dabei fordert der Endkunde den Bildschirmschoner per SMS oder durch Anruf bei einem Sprachserver an. Er bekommt dann ein Einmal-WAP-Bookmark per SMS auf sein Handy geschickt. Wird dieser Bookmark angeklickt, wird eine WAP-Verbindung zum Server aufgebaut, über die die Screensaver-Datei dann auf das Handy übertragen und dort gespeichert wird. Bewegte Bildschirmschoner, die bei diesem Angebot aus bis zu 13 Grafiken in Folge bestehen können, werden nach Ansicht des Anbieters bald die reinen Standbilder als personalisiertes Logo auf dem Handydisplay verdrängt haben.

Vobis Microcomputer AG vermarktet DSL von QSC

Die QSC AG hat mit der Vobis Microcomputer AG eine Vertriebspartnerschaft geschlossen. Ab sofort vermarktet Vobis Q-DSL-Produkte in den Vobis Filialen und auch online auf www.vobis.de. In den Vobis-Filialen der 46 QSC-Städte werden Q-DSL home Internetzugänge eingerichtet, die allen Interessierten zum Highspeed-DSL Surfen zur Verfügung stehen. Die Q-DSL Vermarktung durch Vobis ist nach eigenen Angaben ein wichtiger Schritt für QSC auf dem Weg, ein flächendeckendes Vertriebsnetz in Kundennähe aufzubauen. Die Q-DSL Produkt-Palette bei Vobis umfaßt zwei Q-DSL-Angebote, die am Breit-

Neuer Marketingchef bei AVM in Berlin

Stephan Meyer-Brehm ist neuer Leiter Marketing Communication bei der Berliner AVM Computersysteme Vertriebs GmbH, dem Hersteller der Fritz!Card. Der 39jährige Diplom-Kommunikationswirt kommt von Xerox Deutschland, Neuss. Dort war er



in gleicher Funktion tätig. Weitere Stationen seiner bisherigen Marketing-Laufbahn waren die Unternehmen DeTeWe und E-Plus. Zuvor war er in Agenturen wie Leo Burnett, Chicago, und DMB&B, Hamburg, tätig. Ab sofort ist Meyer-Brehm für den nationalen und internationalen Werbeauftritt von AVM verantwortlich.

band-Bedarf verschiedener User-Gruppen ausgerichtet sind: Q-DSL home bietet den Breitband Internetzugang für private Internetnutzer, während Q-DSL office ein attraktives und leistungsstarkes Breitband Produkt für den individuellen Bedarf von Geschäftskunden ist.

D2 Vodafone erprobt das Bezahlen per Handy

D2 Vodafone hat einen Versuch zum mobilen Bezahlen per Handy gestartet. Dazu können Testkunden im Netz von D2 Vodafone zunächst Kreditkarten- und Lastschriftzahlungen im Internet si-

cher und komfortabel über das Handy abwickeln. Mit dem kommerziellen Start des Dienstes im Laufe dieses Jahres wird auch die Abrechnung von Kleinbeträgen über die D2-Rechnung möglich sein. Dann werden D2-Kunden via WAP/Internet und in vielen Geschäften per Handy zahlen können. Im Rahmen des Tests sind zwei Internet-Shops angebunden: der D2-Online-Shop, der neben D2-Kartenverträgen vor allem Handys und Zubehör anbietet, und als erster externer Partner der Ticketverkauf der CTS Eventim AG (www.eventim.de). Mit seinem Rundums-Ticket-Service im Internet bietet das Unternehmen Eintrittskarten für Konzert-, Theater- und Sportveranstaltungen im gesamten Bundesgebiet. In dem jetzt gestarteten Test werden vor allem die reibungslose Nutzung und die Sicherheit des Datentransfers getestet. Neben WAP und Internet sollen D2-Vodafone Kunden zu einem späteren Zeitpunkt mit ihrem Handy auch an Automaten und in Geschäften bezahlen können.

Neuer GPRS-Tarif für E-Plus Vertragskunden

Ab sofort bietet der Düsseldorfer Mobilfunkanbieter E-Plus einen einheitlichen GPRS-Preis für alle neuen Kunden mit einem Laufzeitvertrag an. Dies gilt sowohl für Privat- als auch Geschäftskunden. Der neue Tarif sieht weder einen einmaligen Anschlußpreis noch eine monatliche Grundgebühr sowie die exakte Abrechnung auf 1-Kilobyte-Basis vor. Übersicht über die persönliche Nutzung gibt die transparente monatliche Mobilfunkrechnung. Zeit spielt auch beim neuen E-Plus GPRS-Tarif keine Rolle. Ist der Kunde über GPRS einmal verbunden, bleibt er im E-Plus Netz „always online“. Er zahlt nur die tatsächlich übertragene Datenmenge anstatt der Zeit, in der er einen Dienst nutzt.

Panasonic Händler gründen Verbund

Um einen effizienten Service auch bundesweit anbieten zu können, haben sich zunächst 15 ausgewählte ISDN-Tk-Systemhändler zum Panasonic Pro-Händler-Verbund zusammengeschlossen. Die Gemeinschaft soll beispielsweise einem süddeutschen Händler ermöglichen, einen Kunden dank der Kooperation mit einem ortsansässigen Partner auch bei der Eröffnung einer Filiale in Hamburg zu unterstützen. Der Aufbau des Verbundes wurde durch Panasonic initiiert. Das Unternehmen wählte dazu 15 unabhängige Händler nach geografischer Lage und Umsatzgröße aus. Im Rahmen eines Workshops einigten sich die Teilnehmer auf einheitliche Regelungen für die bundesweiten Aktivitäten im Bereich Service, Wartung und Installation von ISDN-Tk-Anlagen sowie auf feste Pauschalen für die Abrechnung untereinander. Auch die Geschäftsbedingungen bezüglich des Kundenschutzes wurden geregelt. Durch die Gründung des Panasonic Pro-Händler-Verbundes können die beteiligten Fachhandelspartner bundesweit Projekte realisieren und schon in der Angebotsphase auf den Zusammenschluß und die gesicherte Kompetenz der Panasonic Systempartner hinweisen.

Elmeg als Partner in internationalem Projekt

Auf Einladung der Fachhochschule Dortmund, der es als Initiatorin gelungen war, das Projekt „TCP-Expert“ bei der EU einzuwerben, hat im neu gegründeten IT-Zentrum Dortmund die Startkonferenz zu diesem innovativen Qualifizierungsprojekt stattgefunden. Es wird mit 19 Partnern aus sechs europäischen Ländern durchgeführt. Hintergrund des europaweiten Projektes, in das der ISDN-Anlagenbauer Elmeg als Partnerunternehmen maßgeblich involviert ist, ist das atemberaubende Tempo, mit dem sich die Kommunikationstechnologien gerade in den letzten Jahren weiterentwickelt haben. Forciert wird diese Entwicklung vor allem von innovativen Firmen und Hochschulen. Kleine und mittlere Unternehmen jedoch haben in diesem immer komplexer werdenden Bereich zunehmend Schwierigkeiten, den Anschluß zu halten. Gerade aber in den technischen Berufen der kleineren und mittleren Unternehmen (KMUs) besteht ein immenser Weiterbildungsbedarf. Um diesbezüglich ein adäquates Qualifizierungspaket zusammenzustellen, haben sich führende Entwickler und Anbieter von Telekommunikationsanlagen, in diesem Falle Elmeg, mit spezialisierten Hochschulen und Weiterbildungsorganisationen des Handwerks aus ganz Europa in diesem gemeinsamen Projekt zusammengefunden.

QSC und DTAG schließen „Line-Sharing“ Vertrag

Die Kölner QSC AG hat mit der Deutschen Telekom AG den ersten „Line-Sharing“ Vertrag abgeschlossen und damit einen weiteren Schritt zu mehr Wettbewerb im DSL-Markt getan. Auf Grundlage des abgeschlossenen Vertrages muß QSC nun nicht mehr eine neue sogenannte Teilnehmeranschlußleitung (TAL) zum Kunden bei der Telekom bestellen, sondern

kann die vorhandene Leitung mit der Telekom gemeinsam nutzen. So kann der Kunde zukünftig über seine bestehende Telefonleitung die DSL-Angebote von QSC nutzen. Dies vereinfacht den Anschluß von Kunden für QSC erheblich und soll auch die Kosten senken.

AVM schult Handel in Sachen DSL

Auf vollen Touren läuft die Roadshow „Ready for DSL“, mit der die Berliner AVM Computersysteme Vertriebs GmbH DSL-Kompetenz im Fachhandel aufbauen will. Im Mittelpunkt der insgesamt 16 Veranstaltungen stehen technologische Grundlagen, praxisgerechte Lösungen und erfolgreiche Vertriebsstrategien für das kommende DSL-Geschäft. Für einen erfolgreichen Start in diesem neuen Marktsegment vermittelt AVM umfassende DSL-Kompetenz. Experten von AVM und der Deutschen Telekom geben technische Detailinformationen ebenso wie Einzelheiten zur lukrativen Anschlußvermarktung. Mit diesem Wissen ausgestattet, sollen die Fachhändler für Kundenfragen rund um DSL bestens gerüstet sein. Initiator der DSL-Solutions Tour ist Ulrich Müller-Albring, Mitglied der AVM-Geschäftsleitung und Gesamtvertriebsleiter. Folgende Termine stehen nach Erscheinen dieser Ausgabe noch an: 23.1., Düsseldorf/Neuss (Dorint Hotel am Rosengarten); 24.1., Bonn/Bad Godesberg (Grünewig La Redoute); 25.1., Koblenz/Lahnstein (Dorint Hotel Rhein Lahn); 29.1., Stuttgart (Hotel Inter-Continental); 30.1., Freiburg (Dorint Hotel am Konzerthaus Freiburg); 31.1., München (Hotel Bauer); 1.2., Nürnberg (Maritim Hotel Nürnberg); 5.2., Kassel (Schloßhotel Wilhelmshöhe); 6.2., Dresden (Dorint Hotel Dresden); 7.2., Magdeburg (Maritim Hotel Magdeburg); 8.2. Hannover (Dorint Hotel Hannover).

Viag Interkom Auslandsauskunft jetzt auch über DTAG-Festnetz erreichbar

Ab sofort ist die Auslandsauskunft 11882 von Viag Interkom auch aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG erreichbar. Über die Rufnummer 11882 können Anrufer Telefon-, Telefax- oder Adreßauskünfte für das Ausland erfragen. Aus dem deutschen Festnetz betragen der einmalige Grundpreis 0,81 Euro und der Minutenpreis 1,02 Euro.

Aus dem Mobilfunknetz von Viag Interkom zahlt der Kunde ebenfalls den Grundpreis von 0,81 Euro und zusätzlich 1,84 Euro pro Minute bei einer Abrechnung im Zehn-Sekunden-Takt. Auf Wunsch übermittelt die Auskunft die abgefragten Informationen auch per SMS. Dieser Service ist noch bis zum 31. März

kostenlos. Vertragskunden von Viag Interkom können die 11882 bereits seit Oktober 2001 nutzen.

Mit dem Jahreswechsel hat sich auch bei Viag Interkoms Prepaid-Marke Loop etwas geändert: Beim Service Loop EasyMoney erhalten Kunden jetzt für jede volle Minute eines eingehenden Anrufs zwei Cent (statt bisher drei Pfennige). Zudem überträgt der Netzbetreiber das Guthaben schon bei 50 Cent auf das Loop-Konto, nicht wie bisher erst bei einer DM.

Das Startguthaben der Loop-Pakete verändert sich ebenfalls. In allen neuen Paketen, wie zum Beispiel beim Nokia 5510 oder beim Siemens C45, beträgt das Startguthaben 15 Euro. Das bisherige Startguthaben von 25 DM

(12,87 Euro) in den älteren Modellen bleibt unverändert. Den Preis für SIM-Unlock – falls der Kunde vor Ablauf der 24 Monate sein Loop-Handy für Karten anderer Netzbetreiber freischalten lassen möchte – senkt Viag Interkom auf 99 Euro (bisher 195 DM).

Bei den Loop Aufladekarten für das Prepaid-Konto gibt es ebenfalls eine Veränderung. Die sogenannten Loop-up-Karten sind jetzt in den Größen 10 Euro, 20 Euro und 30 Euro zu haben. Die alten DM-Karten im Wert von 25 DM (12,78 Euro), 50 DM (25,56 Euro) und 100 DM (51,13 Euro) bleiben parallel bis auf weiteres im Markt und sind bis zum aufgedruckten Datum gültig.

Quam eröffnete 15 Geschäfte in 1a-Lagen



Bild links: Intensive Beratung in entspannter Atmosphäre wird in den Quam-Shops groß geschrieben. Bilder rechts: Als Christbaumschmuck dienen unter anderem Hinweise auf die verschiedenen Angebote des Unternehmens; auch das Startpaket für Datendienste war zwischen den Zweigen zu finden. Foto unten: Offene Raumaufteilung, Plakate mit sympathischen Gesichtern und unaufdringliche Helligkeit bestimmen das Innere des Münchner Quam-Geschäftes am Marienplatz. Fotos: hepä



240 Quadratmeter groß, hell, freundlich, offen und edel, so präsentierte sich der Quam-Shop in München bei einem vorweihnachtlichen Besuch der PoS-MAIL Redaktion. Untergebracht im Erdgeschoß des weithin bekannten Kaufhauses Beck am Marienplatz ist das Geschäft in der bayerischen Landeshauptstadt eines von bundesweit 15 Flagship-Stores, die der Mobilfunk-Newcomer zum Marktstart im November eröffnete.

„Der Kunde soll sich bei uns wohlfühlen“

„Der Kunde soll sich bei uns wohlfühlen“, nannte Ladenleiter Stephan Backer den Kernpunkt der Quam-Philosophie. „Der Besuch



Ein Sofa und ein Kaffeeautomat tragen ihren Teil zum Wohlfühlerlebnis bei.

in unserem Geschäft soll nicht nur dem Kaufen dienen, er soll zum Erlebnis werden.“ Deshalb bietet

Quam den Gästen zum einen verschiedene Möglichkeiten, Mobilfunk in der Praxis zu erleben und die einzelnen Geräte in die Hand zu nehmen, um zum Beispiel die Handhabung selbst ausprobieren oder Zubehörprodukte testen zu können. Im Angebot sind derzeit Handys der Marktführer Nokia und Siemens. Hinzu kommt der Organizer Jornada 525 aus dem Hause Hewlett-Packard, der als Eröffnungsange-

bot in einem interessanten Paket angeboten wurde (siehe Kasten unten).

Zum anderen wird Kunden und potentiellen Kunden das Wohlfühlerlebnis durch die offene Bauweise, sympathische Bildmotive an den Wänden, warme Materialien und vor allem ein Sofa sowie einen Kaffeeautomaten vermittelt, der bei Bedarf kostenlos warme



Bild links: Sämtliche Mobiltelefone und Zubehörprodukte, die Quam anbietet, können in aller Ruhe ausprobiert werden. Bild unten: Eins von insgesamt neun Mitgliedern im Verkaufsteam des Münchner Quam-Shops.



Getränke liefert. Backer: „Quam-Kunden sollen sich in aller Ruhe und ohne jeglichen Druck mit unseren Angeboten auseinandersetzen können. Dabei ist uns derjenige, der mit den Geräten ‚spielt‘ und sich bei einer Tasse Kaffee mit den Möglichkeiten auseinandersetzt, die Quam ihm bietet, allemal lieber als derjenige, der hektisch in den Laden kommt, Prospekte und Flyer zusammenrafft und dann wieder verschwindet – auch wenn in beiden Fällen keine Kaufentscheidung fällt.“

Durchschnittlich rund 150 dieser „angenehmen“ Kunden haben im Weihnachtsgeschäft die Chance genutzt, in München mit dem neuen Mobilfunkanbieter persönlichen Kontakt aufzunehmen, schätzte Backer. Dank der kompetenten Beratung von Backer und seinen acht Mitarbeitern haben sich viele davon ent-

Datenbundle aus Nokia 6210 und HP Jornada 525 als Eröffnungsangebot



Zum Marktstart Ende November hatte Quam mit dem Tarif Quam star extra auch ein spezielles Paket für die Nutzer von Datendiensten geschnürt. Es beinhaltet neben der Grundgebühr von 16,95 Euro pro Monat zwei vorkonfigurierte Geräte zum Preis von 149 Euro, und zwar das Handy Nokia 6210 und den Organizer HP Jornada 525. Darüber hinaus konnten Kunden aus den drei Tarifoptionen my move, my line und my time wählen, die sich jeweils durch die Preise für Gespräche ins Festnetz und in die Mobilfunknetze unterscheiden. Ohne zusätzlichen Aufpreis ist in allen drei Tarifen die Nutzung der modernen Datendienste möglich, die bei GPRS nach übertragener Datenmenge, bei WAP und HSCSC nach Dauer der Übertragung abgerechnet wird.

Neuheiten

AVM vereinfacht mit der Fritz!Card DSL die T-DSL-Nutzung



Ab sofort ist die Fritz!Card DSL der Berliner AVM GmbH erhältlich. Die interne Karte verbindet den PC direkt mit dem ADSL-Anschluß und bietet gleichzeitig einen ISDN-Zugang. Für 149 Euro ersetzt Fritz!Card DSL die bisher erforderliche Kombination aus externem ADSL-Modem (NTBBA), Netzteil und Ethernet-Karte. Zum Lieferumfang gehören auch die Fritz! ISDN-Software und die Programme FRITZ!web DSL sowie ADSL Watch. Die FRITZ!Card DSL kann am Einzel-PC oder im PC-Netzwerk eingesetzt werden.

Sie verbindet den PC direkt mit dem von der Telekom gelieferten ADSL-Splitter. Eine separate Stromversorgung entfällt. Nach der automatischen Erkennung durch den PC richtet die mitgelieferte Installationssoftware alle erforderlichen Komponenten ein. Für den täglichen ADSL-Einsatz liefert AVM mit Fritz!web DSL und ADSL Watch zwei ein-



fach zu bedienende Programme zur Interneteinwahl und zur Verbindungskontrolle. So ausgerüstet kann das schnelle Surfen über ADSL ohne Vorkenntnisse starten. ISDN-Dienste wie PC-Fax, Dateitransfer und Remote Access können mit der zum Lieferumfang gehörenden Fritz!-Software eingesetzt werden. In einem kleinen Netzwerk können mit der neuen FRITZ!Card DSL mehrere Anwender gleichzeitig im Internet surfen.

Die Fritz!Card DSL erfüllt alle Anforderungen der neuen Schnittstellenspezifikation U-R2, die von der Deutschen Telekom AG als „T-DSL-Modem-Standard“ eingeführt wurde. Das Prüfinstitut Cetecom ICT Services verlieh der Fritz!Card DSL als erstem DSL-Endgerät das Gütesiegel „Certificate of Compliance“ für die T-DSL-Kompatibilität. Das AVM-Gerät erhielt zusätzlich eine ausgezeichnete Beurteilung durch die T-DSL-Kunden bei einem Feldtest der Deutschen Telekom.

Für die Fritz!Card DSL bietet AVM einen umfassenden Kundenservice an. Auf die Hardware erhalten Kunden fünf Jahre Garantie, der Support per Mail und Telefon ist kostenfrei.

Herbert Päge

„Die Kaufentscheidung

Trotz eines im Vergleich zum Jahr 2000 insgesamt stark rückläufigen Marktes hat sich Siemens mit seinen Mobiltelefonen im gerade abgelaufenen Jahr gut behauptet. „Mit durchschnittlich 30 Prozent Marktanteil liegen wir nach wie vor mit weitem Abstand auf Platz zwei“, berichtete Katrin Braun, Vertriebsleitung Deutschland, Siemens Mobile Phones, in einem Gespräch mit PoS-MAIL. In diesem Jahr will Siemens diese Position weiter ausbauen. Begleiter auf dem Weg zum Ziel soll vor allem der Fachhandel sein, dem das Münchner Unternehmen in diesem Jahr nicht nur neue Produkte mit attraktiven Ausstattungsmerkmalen liefern wird, sondern auch mit zielgruppenorientierten Kampagnen deutlich stärken will.

„Vollkommen zufrieden sind wir mit der Entwicklung im Jahr 2001 trotz unserer starken Position nicht, da wir es nicht geschafft haben, die Schwächeperiode des Marktführers auszunutzen und die Position eins, die wir vorübergehend innehatten, dauerhaft zu verteidigen“, so Braun. Vor allem in der jüngeren Zielgruppe habe sich der finnische Wettbewerber als starke Marke mit hohem Imagefaktor etabliert. „Wir sind aber zuversichtlich, gerade in diesem Segment Boden gutmachen zu können“, meinte die Siemens Vertriebsleiterin.

Die Gründe für diesen Optimismus liegen zum einen in einer intensiven Marketingkampagne, die Siemens im zweiten Halbjahr 2001 startete. Mit auffälligen Anzeigen in Medien für die jungen Zielgruppen, etwa „Bravo“, und, zusammen mit Partnern, entsprechenden Werbeaufträgen im Fernsehen, wurde ein deutlicher Imagegewinn erzielt. Im Mittelpunkt stand hier das Siemens C45, das unter anderem austauschbare Gehäuseschalen für die Vorder- und Rückseite, SMS-Gruppenfunktion, EMS (Enhanced Message Service), das beliebte Spiel BattleMail Kung Fu sowie zahlreiche Möglichkeiten zur Individualisierung bietet, etwa durch Klingeltöne, Displaybilder oder Bildschirmschoner. „Wir haben mit diesen starken Werbeaktivitäten erreicht, daß man sich auch mit einem Siemens Handy in seinem Freundeskreis sehen lassen kann und als ‚in‘ gilt“, faßte Katrin Braun das Ergebnis zusammen.

Zum anderen gelang es Siemens, den Trend zur Personalisierung in seinen Geräten aufzugreifen. Braun: „Wir haben festgestellt, daß Features wie hohe Gesprächs- und Standby-Zeiten, einfache Handhabung und kompakte Bauweise

inzwischen vom Kunden als selbstverständlich vorausgesetzt werden.“ Dagegen hätten Kennzeichen wie schickes Design und die Möglichkeiten zur Individualisierung des Gerätes, zum Beispiel durch austauschbare Gehäuseschalen oder herunterladbare Klingeltöne, an Bedeutung gewonnen. Siemens' Antwort auf diesen Trend



Katrin Braun, Vertriebsleitung Deutschland, Siemens Mobile Phones.

Einsteigersegment mit Gerätepreisen bis zu 150 bzw. 200 Euro, das einmal nahezu 70 Prozent ausmachte, hat stark verloren“, erklärte Braun. „Derzeit stammt nur noch etwa jedes zweite verkaufte Siemens Handy aus diesem Seg-

ment.“ Gewonnen habe dagegen das Preissegment von 200 bis 300 Euro. Braun: „Zum Jahresende 2001 hatte dieses Segment einen Anteil von ungefähr zwölf Prozent, 2002 werden wir diese Zahl sicherlich verdoppeln.“ Mit zu dem wachsenden Interesse an teureren und besser ausgestatteten Geräten trug nach Brauns Meinung bei, daß es gelungen sei, potentielle Kunden nicht mehr mit technischen Details anzusprechen, sondern ihnen ganz konkrete Lösungen für ihre Probleme aufzeigen zu können und sie vom Nutzen bestimmter Ausstattungsmerkmale zu überzeugen. Wichtig sei es, die Nutzenargumentation dem Kunden nahezubringen. Es gehe darum, den Kunden nicht mit technischen Begriffen zu verwirren, sondern ihm zu zeigen, welchen Vorteil er durch die Inanspruchnahme eines Angebotes habe.

GPRS-Anwendungen

Neue GPRS-Anwendungen, die derzeit von den Netzbetreibern

entwickelt und spätestens zur CeBIT vorgestellt werden, werden dem Mobilfunkmarkt ab Mitte des Jahres wieder neue Impulse geben, vermutete die Siemens Vertriebsleiterin. Von großer Bedeutung könnten dabei Technologien wie K-Java und infusio werden. Weitere Impulse werden sich durch telekommunikationsfähige Produkte wie das Siemens SX45 ergeben. „Hier treten wir in einem derzeit noch relativ kleinen Markt an, in dem sowohl PDAs mit als auch ohne Mobilfunkmodul zu finden sind. Aber wir gehen davon aus, daß wir mit der Einführung der GPRS-fähigen Variante des SX45 im Februar

Features für den Nutzer

einen deutlichen Anstieg der Verkaufszahlen verzeichnen werden“, gab sich Katrin Braun zuversichtlich. Klare Zielgruppe für diese Produkte sind Business-Anwender, die vor allem von der „always online“-Fähigkeit profitieren wollen, um stets mit den aktuellsten Informationen versorgt zu werden – gleichgültig, ob es sich dabei beispielsweise um E-Mails, Kurznachrichten oder Daten aus dem persönlichen Kalender handelt.

Um den Handel an der Entwicklung von GPRS teilhaben zu lassen, wird Siemens auch zukünftig Geräte anbieten, die entsprechend der speziellen Angebote der Netzbetreiber voreingestellt sind, bzw. die sich mit Hilfe der jedem GPRS-Gerät beiliegenden CD bei Bedarf vom Benutzer ohne großen Aufwand konfigurieren lassen. Um dabei Nutzungsmöglichkeiten anbieten zu können, die im Markt auch tatsächlich gefragt werden, arbeitet Siemens nach wie vor eng mit den Entwicklern der Netzbetreiber zusammen und stützt sich auch auf eigene Marktunter-

suchungen. „Wir sind keine Propheten, gehen aber davon aus, daß Siemens' Handys weiterhin exakt die Features bieten, die der Nutzer wünscht“, betonte Braun.

Siemens Mobile Phones will Beratungskompetenz des Handels weiter stärken



Siemens C45

zeigte sich beispielsweise in Geräten wie dem bereits erwähnten C45. Obendrein habe man mit dem SL45i das erste Java-Handy auf den Markt gebracht, das dem Benutzer die Möglichkeit biete, einzelne Funktionen nach seinen ganz individuellen Vorstellungen zu personalisieren.

Trend zu teuren Geräten

Weiterhin aufbauen will Siemens auf einen weiteren Trend, nämlich den hin zu teureren Geräten. „Das

ment.“ Gewonnen habe dagegen das Preissegment von 200 bis 300 Euro. Braun: „Zum Jahresende 2001 hatte dieses Segment einen Anteil von ungefähr zwölf Prozent, 2002 werden wir diese Zahl sicherlich verdoppeln.“

Mit zu dem wachsenden Interesse an teureren und besser ausgestatteten Geräten trug nach Brauns Meinung bei, daß es gelungen sei, potentielle Kunden nicht mehr mit technischen Details anzusprechen, sondern ihnen ganz konkrete Lösungen für ihre Probleme aufzeigen zu können und sie vom Nutzen bestimmter Ausstattungsmerkmale zu überzeugen. Wichtig sei es, die Nutzenargumentation dem Kunden nahezubringen. Es gehe darum, den Kunden nicht mit technischen Begriffen zu verwirren, sondern ihm zu zeigen, welchen Vorteil er durch die Inanspruchnahme eines Angebotes habe.

Spiele werden wichtiger

Die zukünftige Bedeutung von Spielen für den Handyverkauf und die Nutzung der Mobilfunknetze sei ohnehin nicht zu unterschät-

entwickelt und spätestens zur CeBIT vorgestellt werden, werden dem Mobilfunkmarkt ab Mitte des Jahres wieder neue Impulse geben, vermutete die Siemens Vertriebsleiterin. Von großer Bedeutung könnten dabei Technologien wie K-Java und infusio werden. Weitere Impulse werden sich durch telekommunikationsfähige Produk-



Siemens SL45i

te wie das Siemens SX45 ergeben. „Hier treten wir in einem derzeit noch relativ kleinen Markt an, in dem sowohl PDAs mit als auch ohne Mobilfunkmodul zu finden sind. Aber wir gehen davon aus, daß wir mit der Einführung der GPRS-fähigen Variante des SX45 im Februar

Den Handel stärken

Mit der zunehmenden Ausstattung werden auch Siemens Mobiltelefone immer erklärungsbedürftiger. Für die Münchner Grund genug, in Zukunft wieder verstärkt auf den Fachhandel zur Vermarktung der eigenen Produkte zu bauen. Braun: „Wir werden in diesem Jahr mit speziellen Trainings und Promotions die Beratungskompetenz des Handels stärken, denn wir sind uns darüber im klaren, daß der Point of Sale für den Erfolg der Branche entscheidend ist.“ Gleichzeitig sollen Werbung, Marketing- und Verkaufsförderungsaktivitäten für den und am Point of Sale ausgebaut werden. Braun: „Der größte Teil der Kaufentscheidungen fällt nach wie vor am Point of Sale. Wir werden durch eine starke Präsenz in den Medien, und hier vor allem in PoS-Medien, dafür sorgen, daß die Marke Sie-

fällt am Point of Sale“

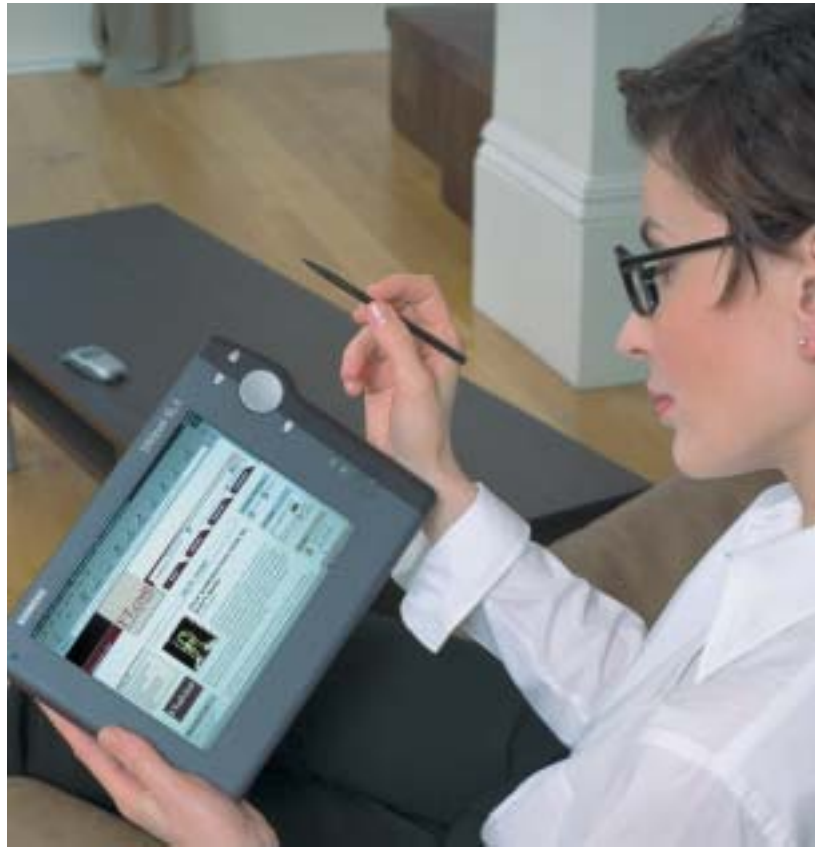
mens im Verkaufsgespräch sowohl beim Verkäufer als auch beim Kunden präsent ist.“

Neues Servicekonzept

Gleichzeitig wird die Handelsunterstützung verstärkt. So steht Handelspartnern seit geraumer Zeit ein paßwortgeschütztes Extranet zur Verfügung, und auch das Servicekonzept wird umgestellt und stärker auf die Bedürfnisse und Wünsche des Handels zugeschnitten. „In der Vergangenheit haben wir Serviceleistungen meistens erbracht, ohne den Handel einzubeziehen“, erläuterte Katrin Braun. „Das wird sich ändern, weil bei unseren Handelspartnern ein großer Wunsch besteht, in die Serviceaktivitäten integriert zu werden. Diesem Wunsch werden wir nachkommen.“

Unser jetziger Marktanteil liegt mit 57 Prozent knapp über dem Wert von vor zwei Jahren.“ Besonders erfolgreich seien die Monate Oktober und November 2000 gewesen, in denen Siemens dank des Geschäftsjahresendes im September seinen Ruf als zuverlässiger Partner des Handels erneut habe bestätigen können.

Als besonders positiv stellte Schönebeck die Überführung der 3G- zur 4G-Technologie dar. „Wir haben mit der Auslieferung der Produkte erst begonnen, als wir tatsächlich in großem Umfang lieferfähig waren“, berichtete Schönebeck „und konnten dann von Anfang an unsere Handelspartner in der gesamten Breite bedienen.“ Zudem seien die einzelnen Modelle der 4000er-Serie im Zeitraum Mai bis Oktober sehr vernünftig



wert sei für alle, die vom DSL-Geschäft partizipieren wollten, die bislang meistens strenge Trennung zwischen IT- und Tk-Abteilungen aufzuheben. Schönebeck: „Bei DSL kann der Kunde sowohl von der Computerseite als auch von der Telefonseite her kommen. Für ihn macht es keinen Sinn, die Netzwerkkarte in einer anderen Abteilung zu suchen als das DSL-Modem. Gefragt sind jetzt Lösungsansätze, die allen Kunden gleichermaßen gerecht werden.“ Siemens nehme seine Verantwortung auch beim Thema DSL ernst. „Wir sehen uns in der Pflicht, dem Handel das Wissen zu liefern, das er für ein erfolgreiches Geschäft braucht“, betonte Schönebeck. Deshalb wird es auch für DSL wieder spezielle Schulungen und Informationsmaterialien geben, die den Handel in die Lage versetzen sollen, seinen Kunden den Umgang mit der neuen Hochgeschwindigkeits-Datenübertragung so bequem wie möglich zu machen. Auch von der Produktseite her hat Siemens mit dem Gigaset 4800 ein attraktives Produkt zu bieten. Im Juli vorgestellt,

Hervorragende Aussichten durch die Öffnung des DSL-Marktes

Zufriedenstellendes Wachstum, eine Fülle innovativer Geräte, darunter einige innerhalb einer komplett neuen Technologiegeneration, und die Auszeichnung für die besten Produkte in allen Kategorien durch die Leser der führenden Tk-Publikumszeitschrift sind einige der Highlights des Siemens Geschäftsbereichs Information and Communication mobile Devices im abgelaufenen Geschäftsjahr 2000/2001. Das Erreichte kombiniert mit den hervorragenden Perspektiven durch die Öffnung des DSL-Marktes und dem erneuten Bekenntnis zum Fachhandel machen den deutschen High-Tech-Produzenten auch im Jahr 2002 zu einem attraktiven Partner des Handels.

„Aufgrund der weltweiten Probleme bei der Beschaffung von Bauteilen und Chips wurde unser Wachstum im vorigen Geschäftsjahr gebremst“, meinte Herbert Schönebeck, Leiter Vertrieb Deutschland, Siemens (Information and Communication mobile Devices) Cordless Products, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Lieferungsschwierigkeiten unserer Partner führten dazu, daß unser Marktanteil im Geschäftsjahr 1999/2000 um rund fünf Prozent zurückging. Diesen Rückgang haben wir inzwischen wieder umdrehen können.



Herbert Schönebeck, Leiter Vertrieb Deutschland im Siemens Geschäftsbereich Information and Communication mobile Devices.

dosierte eingeführt worden. Diese gerechte Behandlung aller Partner und die clevere Strategie hätten dazu beigetragen, daß das Ansehen des Unternehmens beim Handel weiter gestiegen sei. „Im Bewußtsein, daß 80 bis 85 Prozent aller Kaufentscheidungen am Point of Sale getroffen werden, haben wir dem Handel im Rahmen der Produkteinführungen massive Verkaufunterstützung geboten“, stellte Schönebeck fest. Parallel dazu wurde ein breitangelegtes Schulungsprogramm für die 4000er-Serie gestartet. Hier ging es zum einen

um neue technische Möglichkeiten, über die die 4000er-Serie verfügt. Einen wichtigen Teil nahm dabei unter anderem das Thema SMS im Festnetz ein. So wurden zum Beispiel Fragen geklärt, wie der Dienst funktioniert und wie der Endverbraucher diesen einrichtet. Zum anderen lieferten die Trainer den Teilnehmern auch in gewohnter Weise Argumente zum Nutzen der verschiedenen Produktfeatures. Auch weitere Marketingaktivitäten konzentrierten sich auf den PoS. „Wir beteiligen uns in hohem Maße an Koope-

rationsmaßnahmen und unterstützen den Auftritt des Handels“, beschrieb Schönebeck das Engagement. „So sind unsere Produkte zum Beispiel in Flyern und Katalogen zu finden. Dort

legen wir großen Wert darauf, im Rahmen des zur Verfügung stehenden Raumes die jeweiligen Produktvorteile zu kommunizieren.“

Für das laufende Jahr erwartet Schönebeck eine wachsen-

de Bedeutung des Themas Datenübertragung über Festnetz/DECT-Telefone. Mit DSL betrete man ein interessantes Feld, auf dem sicherlich gute Geschäfte zu machen seien. „DSL wird zweifellos nicht so laufen wie die DECT-Telefonie, daran besteht kein Zweifel“, so Schönebeck. „Aber da derzeit noch niemand sagen kann, wie DSL sich entwickeln wird, bietet sich dem Handel eine riesige Chance, den Markt von Beginn an selbst mitzubestimmen.“ Empfehlens-



Im Juli vorgestellt, hat sich das Gigaset 4800 schnell zu einem Verkaufsschlager entwickelt.

hat sich das Gerät schnell zu einem Verkaufsschlager entwickelt. Schönebeck: „Wir erwarten, daß die Verkaufszahlen in den kommenden Wochen in die Höhe schnellen.“

Datenübertragung auf ganz andere Art ermöglicht Siemens mit dem Webpad/Simpad. Auch die Aktivitäten für dieses Produkt sollen im Laufe des Jahres intensiviert werden. „Es gibt einen klaren Bedarf für diese Plattformen, die nicht wie ein PC funktionieren und sich durch eine außerordentliche Stabilität auszeichnen“, sagte Schönebeck. Siemens habe dazu verschiedene Szenarien untersucht, in denen sich die Nutzung eines solchen Pads anbiete. Um dieses Marktsegment anzugehen, will Siemens mit speziellen Value Added Resellern zusammenarbeiten, deren Kunden entsprechende Lösungen benötigen. Herbert Päge



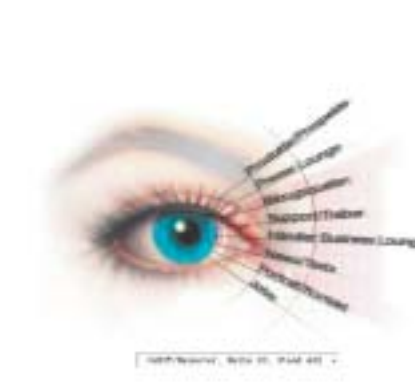
Besonders positiv verlief im vergangenen Jahr die Einführung der Gigaset-Telefone der 4000er-Serie, die Siemens in großem Umfang an alle Handelskanäle ausliefern konnte.

„Farbdrucker nähern sich im Moment dem Preisbereich von 2.000 Euro. Damit werden die Geräte für eine ganze Reihe neuer Anwender interessant. Oki will den Handel auf das Geschäft mit Farbdruckern vorbereiten und ihn dabei unterstützen, neue Kunden zu generieren.“ Knut Haake, Director Marketing bei der Oki Systems (Deutschland) GmbH, sah im Gespräch mit PoS-MAIL umsatzträchtige Zeiten auf den japanischen Hersteller und seine Handelspartner zukommen.

„Farbe ist eine Möglichkeit, den eigenen Geschäftserfolg deutlich zu erhöhen. Deshalb ist das Thema Farbe auch für Unternehmen wichtig, die bislang der Meinung waren, der Schwarzweißdruck reiche für ihre Zwecke aus“, stellte Haake fest. So zeigten beispielsweise verschiedene Untersuchungen, daß Rechnungen mit Zusatzfarbe um 30 Prozent schneller bezahlt werden (Oki 2001), daß Farbe die Verständlichkeit einer Information um bis zu 27 Prozent verbessert (Loyola Universität), daß bei farbigen Mailings die Response-Quote deutlich steigt (Oki) oder daß farbige Präsentationen die Entscheidungsfindung um bis zu 70 Prozent verbessern (Case & Co. Management Consultants). Gute Argumente also, die mit den gleichzeitig zurückgehenden Preisen neue Möglichkeiten der Kundenansprache eröffnen und neue Wege aufzeigen, um zusätzlichen Umsatz zu erzielen. Für Haake steht dabei außer Frage, daß Oki ein hervorragender Partner beim Erklimmen neuer Erfolgsgipfel ist.

„Interesse an Farbdruck steigt“

Denn der japanische Hersteller bietet dem Handel Unterstützung auf zweierlei Weise an: zum einen durch attraktive Geräte wie die Modelle der C7000- und C9000-Serie (siehe Kasten rechts). „Es steht außer Frage, daß unsere Drucker nicht nur keinen Vergleich zum Wettbewerb scheuen müssen, sondern auch in vielen Disziplinen



Mit Oki neue Kunden generieren

Technologie-Vorreiter sind“, sagte Haake. „Zum Beispiel mit der Rekordgeschwindigkeit von 21 DIN A4 Seiten in der Auflösung 1.200 x 1.200 dpi, um nur ein Beispiel zu nennen.“ Doch Geräte seien nur die eine Seite der Medaille, die andere heiße Support. „Und auch hier leistet Oki Vorbildliches im Sinne einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit“, so Haake. Oki richte seine Bemühungen dabei vor allem auf die Erschließung



Viefältige Unterstützung erfährt der autorisierte Handelspartner auch über die paßwortgeschützten Business Seiten der Oki Homepage.

neuer Zielgruppen und die Vermittlung neuer Kundenkontakte. Dies geschehe mit einer Vielzahl von Aktionen, von denen die aktuelle „Buy & Try“-Aktion nur eine sei. Im Rahmen dieser Aktivität hatte der Handel die Möglichkeit, seinen Kunden vier Wochen lang einen Farbseitendrucker der C7000- oder C9000-Serie zum

Händler zu und gab die Kontaktdaten, sogenannte Leads, per Internet an die Handelspartner weiter. Haake: „Bei dieser Aktion zeigte sich die Stärke des Internets, denn früher hat die Auswertung der Leads oft tagelang gedauert, jetzt ist eine Kontaktaufnahme für den Händler schon in wenigen Stunden möglich.“ Oki nutzt das Internet jedoch nicht nur für solche Aktionen, sondern auch zur weiteren Unterstützung des Handels. So finden sich neben allgemein zugäng-

Testen zur Verfügung zu stellen. War der Kunde nach dieser Zeit nicht von der Leistungsfähigkeit der Maschine überzeugt, konnte er das Gerät gegen eine Gebühr von 150 Euro wieder an den Händler zurückgeben. „Viele Geräte sind



Knut Haake, Director Marketing bei der Oki Systems (Deutschland) GmbH.

bei den Testern geblieben“, berichtete Haake. Allein diese Tatsache sei schon als Erfolg zu verbuchen. Ebenso wichtig sei aber auch die Tatsache, daß dem Handel über die „Buy & Try“-Aktion viele Tausend Adressen potentieller Kunden zugeführt werden konnten, die sich, aufmerksam geworden durch Werbung, bei der Oki Hotline als Interessenten gemeldet hatten. Denn Oki ordnete diese Interessenten dem nächst erreichbaren

lichen Informationen zum Unternehmen und seinen Produkten in einem paßwortgeschützten Bereich auch zahlreiche Tools, die dem Handel sein tägliches Geschäft erleichtern. So sind dort etwa Leasing- und Vertragskonditionen, Ansprechpartner, eine Übersicht über Marketingangebote, Bedienungsanleitungen, Techniktips oder Neuigkeiten abzurufen.

Als ganz neues Instrument der Partnerunterstützung stellte Haake das Telemarketingangebot von Oki vor. Dabei rufen channelerfahrene Mitarbeiter die Kunden des Partners an und stellen gezielt Fragen, die zuvor mit dem Händler abgesprochen wurden. Auf diese Weise können zum Beispiel die Promotions des Händlers vorangetrieben oder eine Potentialanalyse durchgeführt werden. Zum Zeitpunkt des Gesprächs bestand dieses Angebot rund sechs Wochen. „In diesem Zeitraum haben viele Händler von der Möglichkeit Gebrauch gemacht und erfolgreiche Telemarketingaktionen durchgeführt“, berichtete Haake.

Ebenfalls neu ist das Angebot an den Handel, bei Open House-Veranstaltungen oder Messen auf Stellwände, Geräte, Marketingtools wie Broschüren und Datenblätter sowie auf Promotoren zurückgreifen zu können, die von Oki bereitgestellt werden.

Maßnahmen, die sich bereits bewährt haben und deshalb weiterhin gepflegt werden, runden das Supportangebot Okis ab. Dazu gehören Verkaufs- und Techniktrainings sowie Incentives für die verschiedenen Oki Produkte und Produktbereiche. Herbert Päge

C7000 und C9000 kombinieren Brillanz mit Schnelligkeit

Die digitalen LED-Farbseiten-drucker der C9000-Serie ermöglichen schnellen, kostengünstigen und flexiblen Farbdruck für professionelle Anwendungen. Ihre herausragenden Ausstattungsmerkmale sind Vierfarbdruck mit bis zu 21 DIN A4-Seiten pro Minute, bis zu 1.200 x 1.200 dpi, Druckformate bis DIN A3 Überformat, flexible Papierverarbeitung für bis zu 2.850 Blatt.



Mit der Generation der Farbseiten-drucker der C7000-Serie verfügt Oki über ein Drucker-sortiment, das schnellen Farbdruck mit brillanter Druckqualität und exzellentem Preis-/Leistungsverhältnis kombiniert. Der TÜV Rheinland zeichnete die C7000-Serie aufgrund ihrer Umwelt- und Bedienerfreundlichkeit als weltweit ersten Farbdrucker mit dem TÜV Eco-Kreis 2000 aus. Die wichtigsten Kennzeichen dieser Geräte sind: Vierfarbdruck mit bis zu zwölf DIN A4-Seiten bzw. 20 Monochrom-DIN A4-Seiten pro Minute, bis zu 600 x 1.200 dpi Auflösung



und multifunktionale Papierverarbeitung für bis zu 1.700 Blatt. Um die hohe Druckgeschwindigkeit verwirklichen zu können, setzt Oki für beide Geräteserien die Single Pass Colour Technology ein. Dabei werden die Farben mit vier Druckwerken in einem Durchgang auf das Papier gebracht.

Zahlen belegen Okis Aufwärtstrend im Markt

Das international tätige Marktforschungsinstitut IDC hat Ende 2001 Zahlen für die ersten drei Quartale des Jahres 2001 zum Farbseiten-drucker-Absatz in Deutschland präsentiert. Diese Zahlen unterstreichen die positive Marktentwicklung der Oki Serien C7000 und C9000. Mit beiden startete das Unternehmen zur CeBIT im vergangenen Jahr. Von Beginn an erzielten sowohl die A4- als auch die A3-Geräte hohe Zuwachsraten. Damit festigten sie die Stellung Okis im Markt. Die IDC Studie erfaßt insgesamt vier Segmente: Drucksysteme in der Leistungsklasse von eins bis fünf Seiten bzw. ab sechs Seiten pro Minute, die jeweils zwischen den Formaten DIN A4 und DIN A3 unterschieden werden. Im Produktsegment der A3-Farbseiten-drucker waren im Untersuchungszeitraum zehn Anbieter ver-

treten. Oki konnte dabei seine Marktanteile von 1,6 Prozent im ersten Quartal auf durchschnittlich 6,6 Prozent bis zum Ende des dritten Quartals ausbauen. Schwerpunkte in diesem Bereich sind die Drucker mit einer Geschwindigkeit ab sechs Seiten pro Minute. Nur sieben Prozent der verkauften Drucker sind langsamer. Sie spielen deshalb bei den Gesamtzahlen eine unbedeutende Rolle. Erfolgreicher konnte sich Oki im Berichtszeitraum im Segment der DIN A4-Drucker mit einer Leistung von sechs oder mehr Seiten pro Minute positionieren: Hier belegte das Unternehmen der IDC-Analyse zufolge mit einem Marktanteil von 31,8 Prozent Platz zwei hinter Marktführer Xerox (33,9 Prozent). Bezogen auf alle in der Studie erfaßten Farbseiten-drucker konnte Oki mit einem Marktanteil von vier Prozent aufwarten.

endstation
sehnsucht

projektor

Ed. Liesegang
Volmerswerther Straße 21
D - 40221 Düsseldorf

Tel. 02 11/3901 -1
Fax 02 11/3901 -227
www.projektoren.de





Sonys AIBO-Familie hat Zuwachs bekommen

Der neue „Hightech-Fiffi“

Der futuristische Roboter ist mit insgesamt 21 Leuchtdioden (LED) an Kopf, Gesicht und Visier sowie einer versenkbaren Kopfleuchte ausgestattet. Damit kann er Emotionen wie Freude, Trauer, Ärger und Furcht ausdrücken. Verschiedene Reaktionsstufen des AIBO und eine umfassende Interaktion mit dem Besitzer ermöglichen zahlreiche verstärkte Berührungssensoren an Kopf, Gesicht und Schwanz. 16 Motoren sorgen für den weichen Bewegungsablauf des „Techni-Bruders“. Bei Verwendung der optional erhältlichen Software „AIBO Explorer“, die auf dem Datenträger Memory Stick gespeichert ist, befindet sich AIBO bereits im ausgereiften Stadium und stellt

sich mit seinen Fähigkeiten stolz zur Schau. Dank dieser Software agiert AIBO als vollständig ausgereifter Roboter, der autonome Entscheidungen hinsichtlich seiner Handlungen und seines Verhaltens trifft. Als weitere Zusatzsoftware, ebenfalls in Form eines Memory Sticks, bietet Sony „AIBO Life 2“. Mit dieser erhält der „Hightech-Fiffi“ einen eigenen Willen und entwickelt im Laufe der Zeit seine eigene Persönlichkeit. Diese hängt allerdings auch davon ab, wie intensiv sich der Besitzer mit dem neuen Familienmitglied auseinandersetzt. Die Interaktion verläuft über die sogenannten Berührungssensoren. Die LEDs signalisieren den Gefühlszustand des Roboters. Bei übergroßer Freude wird der Modus „AIBO Boost Mode“ aktiviert. Mit energischen

Er ähnelt einem Roboter-Hund, kann laufen, hat ein Sprachverständnis mit einem Vokabular von 75 Wörtern, verfügt über Foto-Optionen im JPEG-Format und über einen Überwachungsmodus auf Basis eines Bewegungsmelders. Sony Entertainment Robot Europe (SERE) hat für Technik-Freaks nun den AIBO-ERS-220 als drittes Familienmitglied der AIBO-Serie auf den Markt gebracht.

Bewegungen und dem Scheinwerfer, der am Kopf gehoben wird, signalisiert der Roboter-Hund seine Emotionen. Sony bietet außerdem mit einem neuen Software-Paket für den PC verbesserte Steuermöglichkeiten für den AIBO. Über eine drahtlose LAN-Verbindung kann der Besitzer seinen AIBO über eine Entfernung bis zu hundert Metern durch seine Umgebung lenken. Er kann Einfluß auf die Geschwindigkeit und die Richtung des Ganges sowie die Funktion der Kopfleuchten nehmen. Darüber hinaus kann der AIBO-Besitzer steuern, ob der Unterhaltungsroboter Standard-Bewegun-

gen ausführt oder jene, die er im Programm Master Studio 1.1 kreiert hat. Zudem bietet die Software noch eine besondere Funktion: Über laufende Videoaufnahmen hat Herrchen am PC die Möglichkeit zu verfolgen, was sein AIBO gerade sieht. Möglich wird dies durch den Software-Treiber für ein neues grafisches Anwender-Interface. Doch hiermit sind die Möglichkeiten noch nicht ausgeschöpft. Mittels weiterer neuer Funktionen kann der Anwender



Sony Entertainment Robot Europe (SERE) hat für Technik-Freaks nun die dritte Generation der AIBO-Familie auf den Markt gebracht. Der Roboter kann laufen, hat ein Sprachverständnis mit einem Vokabular von 75 Wörtern und verfügt über Foto-Optionen im JPEG-Format.

seinem Roboter vom PC aus Audio Nachrichten senden und die akustischen Eindrücke des AIBOs mitverfolgen. Der AIBO-ERS-220 ist unter www.eu.aibo.com zu einem Preis von 1.800 Euro erhältlich. Die Software wird über den Fachhandel vertrieben. *miz*

Neuheiten

Teac präsentiert neue Kopierstationen

Teac bietet nun zwei neue Slimline Copy Stations an, die schnell Kleinserien von CD-ROMs duplizieren können. Die kleinste Kopierstation von Teac, die Pico-1, verfügt über ein



Slimline ATAPI/IDE CD-ROM Laufwerk des Typs CD-224E, das Daten in 24-facher Geschwindigkeit ausliest, und ein ATAPI/IDE CD-RW Laufwerk vom Typ CD-W28. Der Writer bietet mit jeweils acht-facher Geschwindigkeit im Write- und Rewrite-Modus eine solide

Performance. Das Modell Pico-4 ist im Vergleich zu der Pico-1 zusätzlich noch mit drei weiteren CD-Writeern ausgestattet. Die Kopierstation verfügt somit über ein CD-ROM Laufwerk des Typs CD-224E und insgesamt vier CD-W28E Laufwerke. Die beiden Slimline Copy Stations sind ab sofort lieferbar.

Universelles Lesegerät „MultiSlot“



Das Zubehörprogramm Hamas wurde um das brandneue Lesegerät „MultiSlot“ ergänzt, das alle gängigen Speicherkartenmodelle liest und beschreibt. Durch diese Multifunktionalität erleichtert „MultiSlot“ den parallelen Einsatz verschiedener Wechselspeicher in Beruf und Freizeit. Mit vier Steckplätzen für Compact Flash (Typ I, II und Microdrive), SmartMedia, MemoryStick und SecureDigital beziehungsweise MultiMedia Card können Daten mit dem Produkt auch direkt von Karte zu Karte kopiert werden. Für jeden Steckplatz wird vom Betriebssystem am Computer ein eigenes Laufwerk angezeigt. Der Anschluß des Kartenlesers erfolgt über die USB-Schnittstelle. Das rund ein Meter lange Verbin-

Canon präsentiert zwei neue Hi8-Camcorder



Die neuen kompakten Hi8-Modelle V65Hi und V60Hi zeichnen sich durch Bildqualität und Funktionalität aus. Beide verfügen über ein 22faches Canon-Zoomobjektiv. Dieses ermöglicht Nahaufnahmen ab 1 cm Abstand mit einem Brennweitenbereich von 3,6 mm bis 79,2 mm bei einer Anfangslichtstärke von 1:1.6. Der Zoombereich läßt sich digital auf eine 800fache Zoomleistung erhöhen. Die Aufnahmen lassen sich bequem über den drehbaren 2,5 Zoll CCD-Schirm betrachten. Der Hochleistungs-Lithium-Ion-Akku bietet eine verlängerte Aufnahme- bzw. Wiedergabezeit. Die ultrakompakten Hi8-Camcorder bieten eine Fülle weiterer interessanter Ausstattungsdetails für gute Ergebnisse bei einer vereinfachten Handhabung: Sechs Belichtungsprogramme, eine erweiterte Anzahl von Digitaleffekten, verbesserte FlexiZone, Time Base Corrector (TBC) und vieles mehr stehen zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es zwei programmierbare Tasten, auf die zwei von acht Funktionen gespeichert werden können. Diese sind somit immer „griffbereit“. Der V60Hi ist mit einem 320.000 Pixel CCD-Aufnahmechip ausgestattet, beim V65Hi kommt ein Chip mit 470.000 Pixeln zum Einsatz. Zusätzlich verfügt der V65Hi über einen elektronischen Bildstabilisator für die weitgehende Neutralisierung von möglichen Verwacklungunschärfen. Eine Stehbildfunktion eignet sich hervorragend zur Aufnahme von Schnappschüssen. Die neuen Hi8-Camcorder sind ab März 2002 lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen für den V60Hi 499 Euro und für den V65Hi 599 Euro. *Chrissie*



dungskabel kann bei Bedarf durch eine längere USB-Leitung mit A-B-Steckern ersetzt werden.

Der „MultiSlot“ unterstützt die Betriebssysteme Windows 98, 98 SE, ME, 2000, XP sowie MacOS ab Version 8.6. Während in einem



handelsüblichen Kartenleser lediglich ein einziger Controller den Datenverkehr zwischen Speichermedium und Computer regelt, setzt MultiSlot dafür zwei ein. Dadurch wird das direkte Kopieren zwischen den Karten möglich und gleichzeitig die Betriebsstabilität erhöht.

Das kompakte Lesegerät mißt etwa 11 x 11 x 3 Zentimeter und wurde mit einem edlen, silberfarbenen Gehäuse ausgestattet. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 80 Euro.

PoS Neuheiten

LG-Brenner GCE-8320B: 700 MB CD-R in 2 1/2 Minuten



LG Electronics dreht als einer der ersten Hersteller im neuen Jahr die „Brennerschraube“ auf 32-fache Brenngeschwindigkeit für eine CD-R. In nur zweieinhalb Minuten beschreibt das neue CD-RW Recorder-Laufwerk GCE-8320B von LG-Electronics eine 700



MB CD-R. Das entspricht einer Datenübertragungsrate von 4.800 KB pro Sekunde. Eine CD-RW beschreibt der GCE-8320B mit zehnfacher Geschwindigkeit (1.500 KB/Sek.). Vierzigfache Geschwindigkeit wird beim Lesen einer CD-ROM erreicht. Um bei diesen hohen Brenngeschwindigkeiten einen kontinuierlichen Datenstrom zu gewährleisten und einen Abbruch des Brennvorgangs auszuschließen, ist der Recorder mit 8 MB Zwischenspeicher und der Buffer Underrun Proof Technologie „SuperLink“ ausgestattet. Unterstützt werden: Lesen: CD-ROM Mode 1, CD-ROM XA, CD-Audio, Mixed Mode, Photo-CD (Single- und Multi-Session), CD-I FMV, Video-CD, CD-Plus, CD-Extra, CD-R, CD-RW und CD-Text. Schreiben: CD-ROM Mode 1, CD-ROM XA, CD-Audio, Mixed Mode, CD-I, CD-I FMV, Video-CD, CD-Plus, CD-Extra und CD-Text in den Modi: Disk at once, Session at once, Track at once, Variable packet write, Fixed packet write und Multisession. Das IDE-Laufwerk wird mit der CD-Brennsoftware Roxio Easy CD Creator 5.1 und Direct CD 5.10., einem CD-RW-Rohling, einem 40-poligen Flachbandkabel, einem Audiokabel, Schrauben, Treiberdiskette und Benutzerhandbuch ausgeliefert. Der UVP des LG-Laufwerks GCE-8320B beträgt 204 Euro.

Kostenlos: Komprimiertes Wissen über Netzwerke



Mit einer Sonderausgabe für den Fachhandel bietet der unter anderem durch seine diversen Netzwerk-Produkte bekannte Hersteller Elsa Interessierten die Gelegenheit, sich anhand eines übersichtlich und einfach gehaltenen Buchs umfassend über die wichtigsten Netzwerke und Netzwerktechnik zu informieren. Das mit Unterstützung durch Elsa von Thorsten Horn verfaßte und im dpunkt.verlag erschienene Buch „Home Networking“ hat sich zur Aufgabe gemacht, die Planung, Installation und Benutzung von Datenkommunikationsnetzwerken zu ermöglichen und zu erleichtern. Außer den allgemeinen Kenntnissen über die Bedienung eines Rechnerbetriebssystems (meist Windows) werden keine Vor-

kenntnisse vorausgesetzt. Behandelt werden alle verbreiteten Netzwerkformen, die Komponenten und deren Verbindung untereinander und die Installation von Netzwerken in Betriebssystemen. Erklärt und beschrieben werden auch Wireless LANs, Bluetooth, DSL, ISDN, Router, Anwendungen wie E-Mail, Internetseiten und Maßnahmen zur Datensicherheit. Das Buch eignet sich sowohl für die Vermittlung fundierter Gesamtkenntnisse, wie auch als Nachschlagewerk in einzelnen Kapiteln und dem gut gestuften Fach-Glossar. Es kann kostenlos angefordert werden bei Peter Eggers, PR-Referent Elsa Aachen, Tel.: 0241 606-1143

One for All mit neuer Universalfernbedienung



Mit der Signature Line präsentiert One for All vier neue Universalfernbedienungen. Das Top-Modell URC-7040 steuert Fernsehgerät, Videorecorder, DVD-Player und Set-Top-Box. Die URC-7010 bedient ein Fernsehgerät, die URC-7020 Fernseher und Videorecorder und die URC-7030 zusätzlich einen DVD-Player. Die Fernbedienungen sind für alle Marken und Modelle programmiert.



Die neue Signature Line ist ab sofort für den Handel lieferbar. Die UVP beträgt zwischen 24,95 und 39,95 Euro.

Was man unbedingt einpacken muss für die PMA 2002 in Orlando:

Visitenkarten
Terminplaner
Handy
Sonnenbrille

Was man ruhig zurücklassen kann: die Konkurrenz

Die PMA 2002 in Orlando, Florida, bietet Ihnen mehr als je zuvor die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Foto/Imaging Branche zu informieren und dadurch einen Vorsprung auf die Konkurrenz zu bekommen. Auf dieser Messe werden alle führenden Hersteller vertreten sein, und neben 150 Fortbildungsveranstaltungen werden zur Kontaktpflege zahlreiche gesellschaftliche Veranstaltungen von Empfängen bis Golf stattfinden. Dazu gibt es verbilligte Tickets für Disney World. Kommen Sie nach Orlando – und die Konkurrenz wird von Ihnen nur noch eine Staubwolke sehen...

If you're in imaging...you're at PMA

Für weitere Informationen besuchen Sie die deutsche Seite der PMA Homepage unter www.pmai.org, oder wenden Sie sich an das PMA Büro für Europa in München, Fax (089) 273 0291, e-mail pmaeurope@pmai.org.

Günstige, flexible Reiseangebote:

ICT Reisen, 72004 Tübingen (Herr Werner Hofmann), Telefon 07071-93030, Fax 07071-37061 und von travel24 GmbH, 80809 München (Herr Günther Koch), Telefon 089-25007 1010, Fax 089-25007 4601, www.pma-messe.de



February 24-27, 2002

Orange County

Convention Center

Orlando, Florida USA

Zukunftssichere Investitionen:

Sharp TFT-Monitore

Der Markt für Computer-Monitore befindet sich in einem vielschichtigen Wandlungsprozeß. Neben der durch höhere Qualität, größere Bildschirme und sinkende Preise bestimmten Entwicklung auf dem CRT-Sektor zeichnet sich im Office-Bereich ein Wechsel zu den ergonomischen, energiesparenden TFT-Bildschirmen ab.

Laut einer Studie von DisplaySearch verdreifacht sich der jährliche Absatz von LCD-Monitoren von weltweit 14 Mio. im Jahr 2001 mit jährlich 37% Zuwachsrate auf 42 Mio. in 2005. Sharp unterstützt die Entwicklung als weltweit führender Hersteller von LCD-Panelen nun auch durch ein eigenes, lückenloses Angebot von TFT-Monitoren mit zukunftsweisenden Technologien.

fern. Mit „Black-TFT“, „SuperV“ und der neuen LCD-Panel-Technologie „ASV“ erzielt Sharp wegweisende Verbesserungen der Wiedergabequalität. Die neue Entspiegelungstechnologie „Black-TFT“ reduziert Bildschirmreflexionen auf einen zu vernachlässigenden Rest von 1,5 Prozent. Dieser Wert entspricht höchsten Qualitätskriterien der ISO-Norm und erzielt eine um 66% geringere Reflexion als konventionelle Entspiegelungstechnologien. Bei der Wahl des Aufstellungsortes eines Sharp LCD braucht man auf den Einfallswinkel von Fremdlicht nicht mehr zu achten. Das Bild bleibt auch bei direkter Sonneneinstrahlung klar erkennbar. Ungewöhnlich weite Betrachtungswinkel, gleichmäßig hohe Leuchtdichte, ausgewogene Helligkeitsverteilung und optimale Farb- und Bildkontraste garantiert die Sharp „SuperV-Technologie“.



Carsten Grashorn, Manager European PC-Monitor Sales & Marketing Center bei Sharp Electronics.

LL-T1610W: 16-Zöller mit Black-TFT, SuperV und SXGA-Auflösung

Hohe Auflösung, analoger und digitaler Videoeingang, Black-TFT und SuperV, minimale Bildschirmreflexion und ein integrierter USB-Hub kennzeichnen die hervorragenden Eigenschaften des LL-T1610W. Durch Vergrößerung der effektiven Pixeloberfläche erhöht SuperV die Helligkeit des Monitors auf 230 cd/cm² und den Kontrast auf 300:1. Trotz höherer Auflösung nimmt der 16-Zöller nur wenig mehr Stellplatz als das 15" Modell ein. Der UVP des LL-T1610W beträgt 929 Euro.

Sharp TFT-Monitore ISO 13406-2 zertifiziert

LCD-Monitore zeichnen sich durch geringen Platzbedarf, niedrigen Energieverbrauch und Störstrahlungsfreiheit aus und sind zum Maßstab für komfortable und gesunde Arbeitsbedingungen am Bildschirm geworden.

170 Grad Betrachtungswinkel, halbe Reaktionszeiten

Mit dem neuen 15 Zoll-Modell LL-T1512W geht Sharp den Weg konsequenter Verbesserung

wiedergegeben. Die Colour Management Technologie nach ICC-Profil, mit der die Modelle LL-T1610W, LL-T1811W und LL-T2000A ausgestattet sind, wird professionellen Ansprüchen gerecht und gewährleistet, daß Farbmischungen für (CMYK) Vierfarbdruck realistisch in RGB auf dem Monitor dargestellt werden. Das neue 15 Zoll Modell LL-T1512W zeichnet sich zusätzlich durch sRGB-Kompatibilität aus. Mit besonders hoher Auflösung glänzt der 16-Zöller LL-T1611W. Der größere Bildschirm bietet SXGA-Auflösung (1280 x 1024 Pixel) und ist fast so platzsparend und preiswert wie das 15 Zoll Modell.

eine Lebensdauer von 50.000 statt marktüblicher 30.000 Stunden. „Internationale Unternehmen brauchen einen Anbieter, der mit einer umfassenden Range an hochwertigen TFT-Monitoren jeden Anspruch erfüllt“, sagt Carsten Grashorn, Manager European PC-Monitor Sales & Marketing Center bei Sharp Electronics. „Nachdem Sharp bislang vorwiegend renommierte Monitor-Anbieter mit seiner LCD-Technologie unterstützte, haben wir nun mit eigenen TFT-Monitoren einen neuen Qualitätsanspruch etabliert. Als einer der weltweit größten LCD-Panel-Hersteller mit einem Weltmarktanteil von 20 Prozent im Jahr 2000 sehen wir auch in Zukunft deutliche Zuwächse im Monitor-Geschäft. Sharp ist als führender Markenhersteller und Monitorvollsortimenter ein attraktiver und zuverlässiger Lieferant und Hersteller für den anspruchsvollen professionellen Firmenkunden“.

LL-T1811W: 18-Zoll Black-TFT-Monitor mit DVI

Der nach ISO 13406-2 zertifizierte LL-T1811W erfüllt dank integrierter DVI-Schnittstelle, Black-TFT-Technologie und komfortabler Displaygröße auch höchste Erwartungen. Der Wegfall der zweifachen digitalen Signalumwandlung bewirkt eine nahezu verlustfreie Bild-darstellung. Sharps Black-TFT und SuperView erhöhen die Brillanz durch extrem hohe Kontrast- und Helligkeitswerte. Der geringe Stromverbrauch des Vorgängermodells wurde beim LL-T1811W um weitere zwanzig Prozent auf 44 Watt gesenkt. Der LL-T1811W arbeitet mit SXGA-Auflösung (1280 x 1024 Pixel) und der UVP beträgt 1799 Euro.

LCD-Monitore finanzieren sich durch niedrige Kosten

Analysen der Total Cost of Ownership zeigen auf, daß die Betriebskosten für TFT-Monitore wesentlich geringer als bei CRT-Modellen sind. Geringer Platzbedarf, längere Lebensdauer und niedriger Stromverbrauch amortisieren den höheren Kaufpreis von LCD-Bildschirmen innerhalb von vier bis fünf Jahren. Durch Super-V sind Sharp-Modelle besonders sparsam und langlebig. Die Backlights erreichen

Neues TFT-Spitzenmodell: LL-T1512W SuperV

Glasklare Bildqualität und hohe Detailschärfe auch bei schnell bewegten Bildinhalten zeichnen den 15" TFT-Monitor LL-T1512W aus. Mit Advanced SuperV-Technologie (ASV) setzt Sharp neue Maßstäbe bei LCD-Bildschirmen für Multimedia- und Video-Anwendungen und garantiert eine gleichmäßig hohe Leuchtdichte, ausgewogene Helligkeitsverteilung, optimale Farb- und Bildkontraste und Betrachtungswinkel von 170 Grad. Beachtlich ist das Kontrastverhältnis von 350:1. Der Stromverbrauch liegt bei nur 29 Watt. Der LL-T1512W verfügt über eine zusätzliche DVI-Schnittstelle für digitale Bildsignale. Sharps Spitzenmodell erfüllt die höchsten Qualitätskriterien der ISO-Norm. Der UVP beträgt 775 Euro.

LL-T2000A: 19,6 Zoll-Monitor-Flaggschiff von Sharp

Mit dem LL-T2000A setzt Sharp neue Maßstäbe. Der nach ISO 13406-2 zertifizierte Monitor verfügt über UXGA-Auflösung von 1600 x 1200 bei 50 cm Bildhöhe. Nicht nur die hohe Bildschärfe überzeugt, sondern auch das mittels Kantenglättungs-Funktion realisierte natürliche Bild bei hohem Kontrastverhältnis von 300:1 und einer Bildhelligkeit von 200 cd/m². Der Energieverbrauch beträgt nur 48 Watt. Der High-End-Monitor verfügt über einen USB-Hub und kann über zwei analoge Signaleingänge von zwei Computern angesteuert werden. Der UVP beträgt 3999 Euro.

Das Prinzip der neuen Entspiegelungstechnologie

Einfallendes Licht

Reflex A

Reflex B

Anti-Reflexionsbeschichtung 14%

Schutzbeschichtung

Polarisationsbeschichtung

Flüssigkristalle (LC)

Werringerung der Reflexion von 5 auf 1,5%

Durch den Einsatz der Black TFT-Technologie verringert Sharp die Reflexion von LCD-PC-Monitoren um 70%. Erreicht wird dies durch eine Phasenverschiebung des Reflexes B um eine halbe Wellenlänge (2 x 1/4 Lambda). Somit wird das reflektierte Licht durch destruktive Interferenz nahezu ausgelöscht.

SHARP-Infografik 2001

noch weiter: Die Sharp-Technologie Advanced SuperV (ASV) erweitert den Betrachtungswinkel vertikal und horizontal auf 170 Grad. Durch eine fast halbierte Reaktionszeit der Flüssigkristalle von 25 statt bisher 45 Millisekunden werden bewegte Bilder nahezu ohne Wisch-Effekt

Größere Helligkeit und höherer Kontrast durch den Einsatz von SuperView.

Durch ein neues LCD-Design vergrößert Sharp die effektive Pixeloberfläche. Daraus resultiert eine bessere Lichtdurchlässigkeit (höhere Apertur) der Flüssigkristallschicht.

SuperV LCD Pixel

Herkömmliches LCD Pixel

Elektrode

Apertur

Leiterbahn

- größere Helligkeit
- höherer Kontrast
- bessere Farbverläufe
- geringerer Stromverbrauch

SHARP-Infografik 2001



Wir verändern den Blick auf das Fernsehen

Wie ein Traum an der Wand, geboren aus der Erfahrung eines der größten Elektronik Konzerne – die neuen SAMSUNG LCD TVs. Hier sind Klarheit und Stil verbunden mit der hochauflösenden Bildqualität der LCD-Technologie, dazu ein voller Sound, digital kompatible Anschlüsse, ein ultraflaches Gehäuse, kaum Gewicht, flexible Platzierung und die Möglichkeit zur Wandmontage. SAMSUNG LCD TVs vereinen all diese positiven Eigenschaften – für Bilder von faszinierender Brillanz und Natürlichkeit.

SAMSUNG LCD TV



SAMSUNG LW-24R15W
Auflösung 1.920 x 1.200,
Virtual Dolby, 2x5 Watt,
PC-Anschlüsse,
61cm Bilddiagonale, 16:9



SAMSUNG LW17E24C
Auflösung 1.280 x 1.024,
Virtual Dolby, 2x5 Watt,
PC-Anschlüsse,
43cm Bilddiagonale, 4:3

SAMSUNG

ELECTRONICS

Insignien der Moderne: Handhelds und Notebooks



Fast im gleichen Umfang wie die Leistungsfähigkeit portabler Rechner gesteigert wird, lassen die Entwickler die Abmessungen der vielseitig talentierten Begleiter weiter schrumpfen. Eindeutlich sind auch die Veredelungen des Designs bei den Spitzenmodellen einiger Hersteller. Portablen Rechnern und PDAs wächst offensichtlich die Rolle eines Statusymbols der erfolgreichen Einbindung ins Informationszeitalter zu – eine Entwicklung, die der Handel begrüßen dürfte, weil sie sich positiv auf die Marge und den Wunsch nach Bestandserneuerung auswirkt.

Aufsehenerregend: Sony Clié

Beachtung und bewundernde Blicke sind dem neuen PalmPowered Sony Clié Handheld N770C sicher. Dafür sorgen das elegant gestaltete Aluminium-Gehäuse und sein hochauflösender TFT-Farbbildschirm, der gespeicherte Fotos, komprimierte Kurzvideos, Spiele oder grafische Oberflächen von Applikationen in bestechender Schärfe mit 320 x 320 Pixeln und 65.536 Farben abbildet. Der Clié Handheld N770C ist mit dem höchstaufauflösenden auf dem Handheld-Markt verfügbaren Farbbildschirm ausgestattet. Weil dem Blick des Benutzers mehr Informationen zur gleichen Zeit zugänglich sind, verringert sich die Notwendigkeit zum häufigen Scrollen des Bildschirminhalts. Die Vordergrundbeleuchtung des reflektiven Farbdisplays sorgt für ein kontrastreiches Bild ohne Abschattungen beim Wechsel des Umgebungslichts innerhalb geschlossener Räume oder im Freien.

Informations- und Unterhaltungs-Center

Das Konzept des neuen Clié Handheld N770C ermöglicht dem Benutzer, seine persönliche Informations-Umgebung an jedem beliebigen Ort zur Verfügung zu halten und bei Bedarf an wichtige Termine und Vorhaben erinnert zu werden. Eine bequeme und bedienerfreundliche Verwaltung der gespeicherten Adressen, Termine, Telefonnummern, Notizen, Digitalfotos und Filme garantiert der JogDial Navigator. Integrierter Bestandteil des Clié sind seine reichhaltige Auswahl von Anwendungen, neueste Sony-Software, Palm OS 4.1 sowie ein breites Software-Angebot von Drittanbietern. Für die musikalische Unterhaltung mit einem MP3- und ATRAC3 Audio-Player werden die erforderlichen Funktionen bereitgestellt. Beim Arbeiten auf dem Clié Handheld kann man sich durch die eigene Lieblingsmusik begleiten lassen. 8 MB umfaßt der interne Hauptspeicher. Durch Memory Stick Wechseldatenträger sind die Speichermöglichkeiten des Clié für Anwendungen, Bilder, Musik und Daten unbegrenzt erweiterbar. Der voll geladene Lithium-Polymer-Akku reicht für 15 Tage Betrieb bei einem durchschnittlichen Gebrauch von 30 Minuten pro Tag oder elf Stunden Musikwiedergabe bei ausgeschaltetem Display. Die Synchronisierung der Datenbestände mit einem PC erfolgt über die im Lieferumfang enthaltene USB-

Anschlußstation. Mit dem optionalen GSM-Adapterset (PEGAGS500) kann der Clié über ein Sony CMD-J5 Handy mit 9,6 Kbps E-Mails empfangen und versenden oder Webseiten aufrufen. Die Abmessungen betragen 118,5 x 71 x 16,8 mm (H/B/T) bei einem Gewicht von 160 Gramm. UVP: 613 Euro.

Sharp Zaurus: Personal Mobile Tool SL-5000G

Mit dem aus rechtlichen Gründen des Markenschutzes in Deutschland unter der Modellbezeichnung „Personal Mobile Tool SL-5000“ vertriebenen Personal Digital Assistent „Zaurus“ bereichert Sharp seine Angebotspalette um ein Gerät, welches mit seinem weit gefächerten Leistungsspektrum dem Wireless Business-Management neue Dimensionen erschließt. Erste Exemplare des unter dem offenen Betriebssystem Linux laufenden PDAs wurden bereits an Entwickler ausgeliefert. Ab März soll der SL-5000G in Deutschland auf dem Markt verfügbar sein. Für den Datenabgleich mit Windows-Rechnern sorgt neben einer Dockingstation die im Lieferumfang enthaltene PC-Synchronisationssoftware, die Datenbestände in Microsoft Outlook synchronisiert. Über das Internet abgewickelte Kommunikationsdienste, wie E-Mail, FTP und der Abruf von Webseiten, sind ohnehin plattformunabhängig. Das Personal Mobile Tool SL-5000G ist mit einem reichhaltigen Software-Paket ausgestattet. Zum Lieferumfang gehören eine Personal-Information-Management-Software mit Termin- und Adreßverwaltung, To-

Vielfalt durch Open Source

Auf dem Taurus SL-5000G soll Lineos EmbedisPlus und die Qtopia-Umgebung des Linux-Spezialisten Trolltech laufen. Mit der Cross-Compiler-Funktion von Kdevelop, einer integrierten Entwicklungsumgebung für Linux/Unix Anwendungsprogramme, lassen sich Applikationen für Qt-basierte grafische Benutzer-



Sharp Muramasa PC-UM10

Nach dem berühmten japanischen Schwertschmied Muramasa

benannt, ist dem flachsten und leichtesten Notebook der Welt die Annäherung an das Perfekte so gelungen wie den Schwertern des Meisters. Chassis und Gehäuse des PC-UM10 werden wie ein Stück aus einer hochfesten und leichten Magnesium-Legierung hergestellt. Die Tastatur sinkt beim Schließen des Notebooks nach unten und hebt sich beim Öffnen mit einem Tastenhub von 3 mm.

Die titanfarbene schimmernde Oberfläche des Geräts besteht aus einer speziellen Aluminiumbeschichtung. Der eingelassene 12,1 Sharp Black TFT-Bildschirm in XGA-Auflösung ist mit Sharps patentierter Lambda 1/4 Entspiegelung veredelt und reduziert Reflektionen auf 1,5%. Im Leistungszentrum des Muramasa arbeitet ein Ultra Low Voltage Intel Pentium III CPU 600 MHz mit 256 KB L2 Cache und einem 128 MB SDRAM Arbeitsspeicher in Speed-step Technologie. Durch seinen geringen



Energieverbrauch schafft der Muramasa PC-UM10 mit der Ladung seines Lithium-Ionen Akkus drei Stunden Dauerbetrieb (9 Std. mit optionalem Langzeit Akku). Für Anwendungen und Daten steht eine 20 GB Festplatte bereit.

Als Kommunikationszentrale glänzt das Muramasa mit 100 BaseTX/10BaseT Fast-Ethernet/Ethernet, PC Card Typ II, PCMCIA 2.1 Card Slot, 56 Kbit/s Faxmodem oder optionalem Head Set-Mobiltelefon mit Card-Phone im PC-Karten-Steckplatz sowie High Speed Circuit Switched Data Protokoll mit 43.000 bps.

Als Zubehör verfügbar: Externes CD-ROM-Laufwerk, externes FDD und Portbar. Vorinstalliert: Windows 2000. Abmessungen: 282 x 232 x 16,6 mm, Gewicht: 1,31 kg mit Akku. UVP: 2.555 Euro.

Muramasa PC-UM-20 zur CeBIT 2002

„Das Muramasa kann man zu Recht als den Porsche unter den Notebooks bezeichnen“, erklärte Glyn Ross Walker, Product Manager Sharp TFT + PC Notebook, in einem Informationsgespräch gegenüber PoS-MAIL, und fügte ergänzend hinzu: „Das bezieht sich nicht so sehr auf das aus ultraleichtem Magnesium gefertigte Chassis, sondern vor allem auf die einem Porsche vergleichbare Präzision und Performance bei der Leistungsabgabe eines Muramasa Notebooks. Schon zur CeBIT



„Das Muramasa kann man zu Recht als den Porsche unter den Notebooks bezeichnen“, erklärte Glyn Ross Walker, Product Manager Sharp TFT + PC Notebook.

2002 wird Sharp mit dem PC-UM-20 ein weiteres Muramasa mit höherer Taktfrequenz der CPU, erweitertem Hauptspeicher und größerer Festplatte vorstellen. Im April 2002 soll dann Muramasa PC-UM-30 mit einer 1 GHz Ultra Low Voltage Pentium III CPU folgen. Beide neuen Modelle werden ebenfalls mit dem 12,1 Sharp Black TFT-Bildschirm in XGA-Auflösung bestückt werden.“

PC-AR50: Modulares Notebook von Sharp

Mit der Markteinführung des Sharp PC-AR50 mit seinem eleganten und filigran wirkenden Gehäuse bekommt der Begriff „Desktop PC“ einen völlig neuen Inhalt, denn der neue PC-AR50 ist zugleich ein leichtgewichtiges, modulares Notebook wie auch leistungsfähiger Desktop-Rechner mit einem 850 MHz Mobile Pentium III Prozessor mit 256 KB L2-Cache mit „Speed Step Technology“, 128 MB Hauptspeicher und 20 GB großer Festplatte. Der spezielle „hot-swap-Schacht“, in den sich je nach Bedarf mit wenigen Hand-

griffen das serienmäßige CD-RW-Laufwerk oder ein optional erhältliches Disketten- oder DVD-Laufwerkeinsetzen läßt, erweitert die universellen Einsatzmöglichkeiten des PC-AR50 Notebooks. Die integrierte Firewire-Schnittstelle nach IEEE 1394 und die vorinstallierte DVD-Software ermöglichen die zügige Überspielung von Video-Material, das z.B. unterwegs mit einem Camcorder erstellt wurde, und dessen nachfolgende individuelle Bearbeitung mit einem Videoschnittprogramm.

Über die mitgelieferte Dockingstation oder das integrierte 56 Kbps Modem können umfangreiche Daten schnell auf andere Rechner überspielt oder über das 100BaseTX/10-

BaseT Ethernet LAN-Interface des PC-AR50 in ein Firmen-Intranet übertragen werden. Das 14,1 Zoll (36 Zentimeter) große SXGA-Display mit Sharp Black-TFT überzeugt durch seine scharfen und kristallklaren Bilder. Vorinstalliert sind Windows ME, Internet Explorer 5.5, Adaptec Easy CD Creator, MGI Photosuite III und diverse Software-Tools.

Die Abmessungen des PC-AR50 betragen 309 x 252 x 33,3 mm (B/T/H) bei einem Gewicht von 2,6 kg mit CD-RW. Die Betriebszeit mit Standard-Akku beträgt 2,8 Stunden und 4,8 Stunden mit Langzeit-Akku.

Das PC-AR50 ist zu einem UVP von 2.556 Euro verfügbar. evo



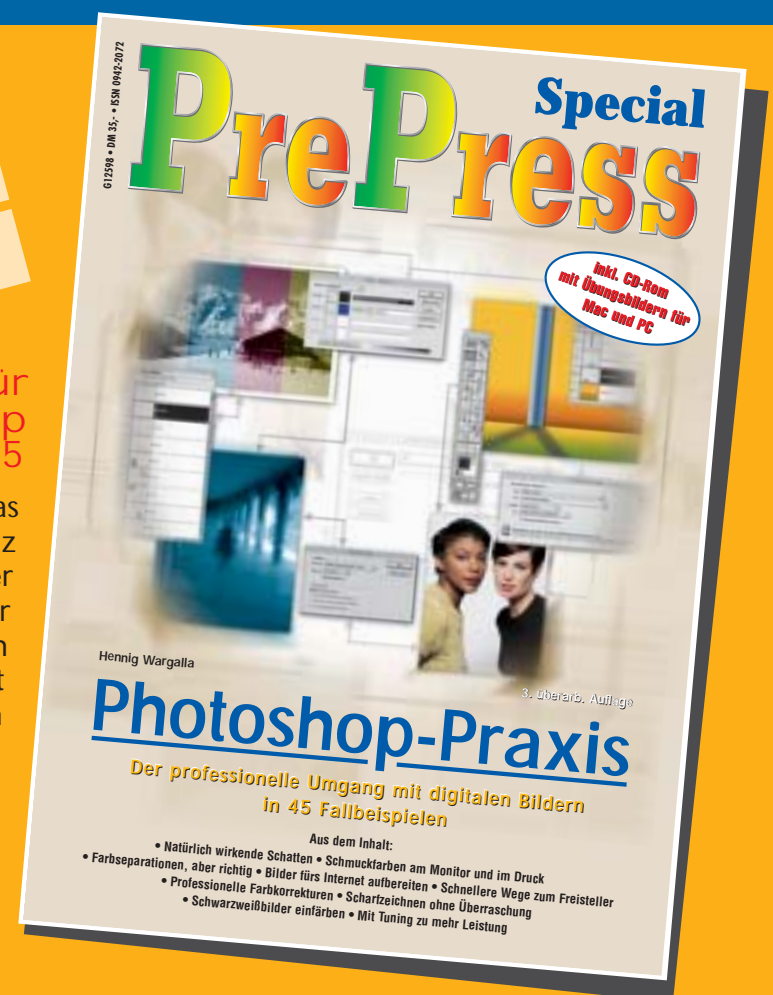
Der neue Sharp PC-AR50 ist zugleich ein leichtgewichtiges, modulares Notebook wie auch leistungsfähiger Desktop-Rechner mit einem 850 MHz Mobile Pentium III Prozessor.

NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

Inkl. CD-ROM mit Übungsbildern für Mac + PC

Für Photoshop 4.0, 5.0 + 5.5

Bücher zum Thema Photoshop gibt es viele, aber das neue PrePress-Special „Photoshop-Praxis“ ist ganz anders: Auf jeweils einer Doppelseite wird der Lösungsweg für ein praktisches Problem aus der grafischen Produktion dargestellt, und zwar in Form einer Schritt-für-Schritt-Anleitung, die mit einer Vielzahl von Bildern illustriert ist. Statt von vorn bis hinten zu lesen, findet man schon allein durch flüchtiges Blättern die Themen, die einem weiterhelfen, und kann das Beschriebene unmittelbar nachvollziehen. Einsteigern ist das Werk allerdings nur bedingt zu empfehlen, da Grundkenntnisse im Umgang mit Photoshop sowie dem Macintosh- oder Windows-Betriebssystem vorausgesetzt werden.



Das Special enthält 45 ausgewählte Beiträge der Rubrik „Photoshop-Praxis“, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.

Alles in einem Heft!

Ja, ich/wir bestelle(n)

Exemplar(e)

des **PrePress-Specials Photoshop-Praxis**
inkl. CD-ROM zum Preis von € 17,90

Unterschrift

An: **C.A.T.-Verlag Blömer GmbH**
Vertrieb Neue Medien
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

GROSSE BILDER AN DER

Der Wettlauf um das beste Projektionssystem

Wie in Teil I unseres Reports „Große Bilder an der Wand“ im Januar-Heft ausgeführt, werden digitale Projektoren in den kommenden Jahren vor allem im Heimkinobereich die Schwelle zum Massenmarkt erobern. Aus diesem Grund können sich unter den zur Zeit konkurrierenden digitalen Projektionssystemen auf Dauer nur Lösungen behaupten, die die für Home-Cinema-Projektoren maßgeblichen Kriterien zufriedenstellend und zu wettbewerbsfähigen Herstellungskosten erfüllen.

An erster Stelle der für Heimkino-Projektoren wichtigen Eigenschaften stehen hoher Kontrast, ein gesättigter Schwarzwert, geringes Betriebsgeräusch und ein Helligkeitswert von 800 ANSI Lumen oder höher. Mitte des vergangenen Jahres schien sich im Wettstreit der Projektionssysteme die Waagschale zugunsten der DLP-Technologie zu neigen. Texas Instruments konnte im November mit Stolz darauf verweisen, innerhalb der vergangenen acht Monate 250.000 DLP-Systeme ausgeliefert zu haben. Insgesamt wurden bereits mehr als eine Million der DLP-Halbleiterchips mit jeweils 1.3 Millionen kippbaren Lichtspiegeln (SXGA) in Projektoren eingebaut. Die DLP-Technologie zeichnet sich durch hohen Kontrast aus, garantiert eine starke Schwarzsättigung und erlaubt wegen der geringen Eigenerwärmung des Bild-Arrays (Bild-Chip) die Verwendung geräuscharmer Ventilatoren. Außerdem verfügen DLP-Projektoren über ein äußerst günstiges Lumen/Kilo-Verhältnis und begünstigen damit die Konstruktion und Herstellung leichter und lichtstarker Projektionssysteme mit geringen Abmessungen. Mit hoher Wahrscheinlichkeit dürfte sich die DLP-Technologie in den nächsten Jahren zu Lasten der LCD-Systeme weiter durchsetzen. Doch weitere, ebenfalls auf einem

reflektiven System basierende Mitbewerber sind in Form von „Liquid Cristal on Silicon“ und JVCs „D-ILA Technologie“ schon auf dem Vormarsch, weil sie systembedingt selbst gegenüber DLP auf eine Reihe zusätzlicher Vorteile verweisen können.

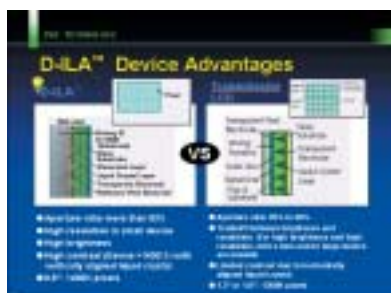
JVC setzt auf D-ILA

Bei der Entwicklung der D-ILA Projektionssysteme (D-ILA = Direct-drive Image Light Amplifier) kann JVC auf das Wissen und die Erfahrungen des inzwischen voll in JVC aufgegangenen Unternehmens Hughes-JVC aufbauen. Bei dem US Raumfahrt-Unternehmen Hughes entstand die Image Light Amplification-Technik. In einem Joint-venture mit Hughes entwickelte JVC die ILA-Technologie zu einem Projektionssystem und stellte auf dieser Basis bereits in den 90-er Jahren die weltweit lichtstärksten und schärfsten Projektoren her, die Lichtstärken bis zu 12.000 Ansi-Lumen bei Auflösungen von 1.600 x 1.200 erreichten und von denen noch heute rund 1.000 installierte Systeme in Betrieb sind. Mit der ILA-Technologie wurde damals ein reflektives Projektions-System realisiert, bei dem spiegelnde Halbleiterelemente, die in einer komplizierten Anordnung über eine rückseitig angebrachte Bildröhre und Fotozellen gesteuert werden, das Licht für die einzelnen Bildpunkte reflektieren,

deren Farbtönungen ein nachgeschalteter Beamsplitter kontrolliert. Einem japanischen Team unter der Führung von Keiichiro Doi gelang es 1998, die Bildröhre durch eine wesentlich einfachere digitale Schaltung zu ersetzen, und aus diesem Grund wurde das „D“ in der Bezeichnung „D-ILA“ hinzugefügt.

D-ILA: Potential für hohe Auflösungen

Nach dem heutigen Stand der Technik verfügt JVCs D-ILA-Technologie über die größten Reserven



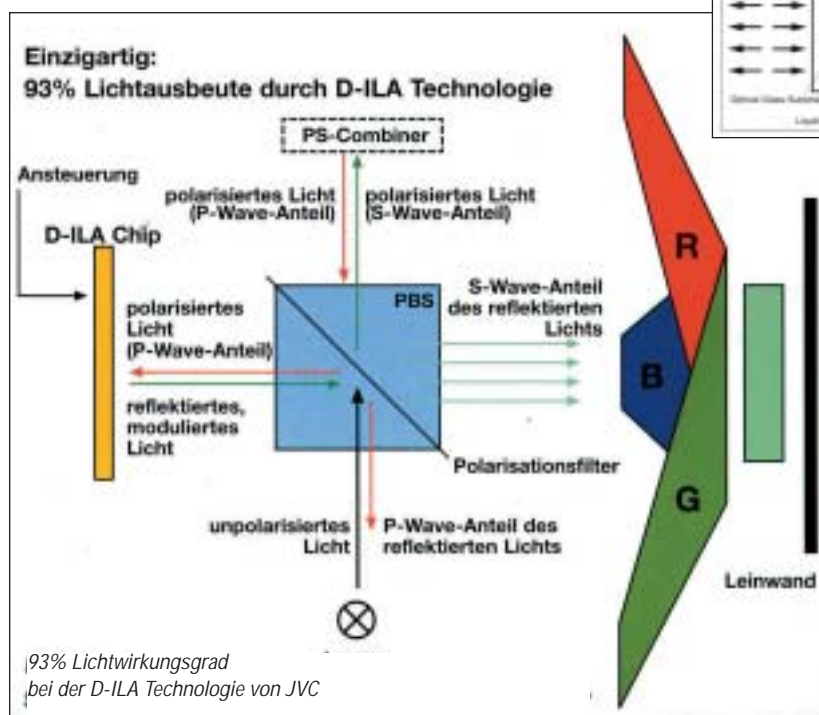
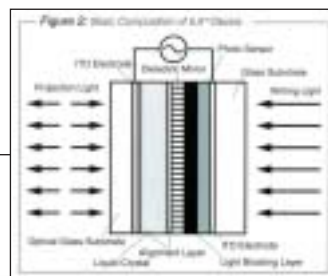
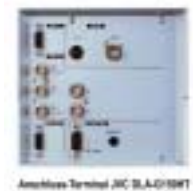
Vergleich transmissiver zu reflektiven Systemen.

für die in der Zukunft benötigten hohen Auflösungen und Lichtstärken. Von den vier zur Zeit in Digitalprojektoren eingesetzten Systemen könnten die transmissiven LCD-Panels bei der Realisierung höherer Auflösungen als erste auf der Strecke bleiben, obwohl LCD-Panels für Projektoren eine starke Weiterentwicklung erfahren haben.

Transmissive LCD-Chips (transmissive = durchleuchtet) tragen das Handicap hoher Erwärmung und geringerer lichtemittierender Fläche, das bei höheren Auflösungen durch die zur Pixelabgrenzung erforderlichen Unterteilungen ungünstiger wird. Aber auch für DLP-Systeme verringert sich bei einer höheren Auflösung die reflektive Oberfläche durch die zum Ankippen erforderlichen Spalten zwischen den Mikrosiegeln. Hohe Auflösungen werden jedoch in naher Zukunft auf dem Markt gefragt sein. Man denke z.B. an HDTV-Fernsehen und echte 16:9 Panels. D-ILA verfügt noch über ein gewaltiges Potential zur Erhöhung der Auflösungen bei weiterer Steigerung von Kontrastverhältnis und Helligkeit und dürfte sich für JVC durch Lizenzvergaben zu einer sprudelnden Goldquelle entwickeln.

Quantensprung: JVC QXGA

Eine Hauptattraktion auf allen Fachmessen und ein eindrucksvolles Anschauungsobjekt für die Leistungsfähigkeit von D-ILA ist das Serienmodell des D-ILA QXGA-Superprojektors. Mit einem 1,3 Zoll QXGA-Chip erreicht er über 3 Mio. Pixel (2.048 x 1.536). Das entspricht einer vierfachen Verbesserung der Bildschärfe im Vergleich zur XGA-Auflösung mit ca. 800.000 Pixeln. HDTV-Signale (1.920 x 1.080 Bildpunkte) lassen sich



DLA-M5000SC: SuperContrast

Als erster Großbildprojektor der Welt erreicht der DLA-M5000SC von JVC ein Kontrastverhältnis von 1.000:1 und mit seinem nur 0,9 Zoll großen 1.365 x 1.024 Pixel D-ILA Chip „echte“ SXGA-Auflösung in 4:3. Damit werden neue Maßstäbe für hochauflösende Computergrafiken und die Projektion von HDTV-Bildern aufgestellt. Durch eine überwältigende Lichtleistung beeindruckt er dank einer 1,6 kW Xenon-Lampe. Drei Wechselobjektive (2x Zoom, 1x Fix) erlauben die flexible Anpassung an räumliche Gegebenheiten. Der UVP beträgt 74.150 Euro + MwSt.

DLA-M2000SC: Hochleistungsprojektor

Mit dem DLA-M2000SC und einem Kontrastverhältnis von 600:1 bietet JVC die „SuperContrast“-Version des portablen Hochleistungsprojektors DLA-M2000L an, der es immerhin auch auf stolze 350:1 bringt. Beide SXGA-Geräte sind als vielseitige Daten- und Video-

projektoren für den universellen Einsatz konzipiert und ermöglichen durch die integrierte Lens Shift-Funktion Stapelbetrieb. Um unterschiedlichsten Einsatzbedingungen begegnen zu können, stehen diverse Wechselobjektive zur Verfügung. UVP: 21.500 Euro + MwSt.

DLA-G150HT „CineLine“

Speziell für den Einsatz in Vorführräumen, Nachbearbeitungsstudios und elektronischen Kinos wurde der DLA-G150HT entwickelt, der verblüffend realistische Projektionen in bester Kinoqualität mit einer Kombination aus innovativer D-ILA Technologie und einem digitalen Signalverarbeitungssystem zur Optimierung der Grauwerte und der Gammakurve ermöglicht. Dabei werden auch Schwarzwert und Farbtemperatur laufend angepaßt, so daß selbst in dunklen Bildpartien feinste Hellig-

keit mit einem Kontrastverhältnis von 600:1 in einer bisher unerreichbaren Qualität projizieren und wirken nahezu dreidimensional, wodurch beim Betrachter ein sensationeller Eindruck entsteht.

Weil 93 Prozent der Pixelfläche auf dem D-ILA Chip zur Lichtreflektion genutzt werden, sind Abgrenzungen zwischen den Pixeln praktisch unsichtbar.

Störende Artefakte können deshalb auch bei geringen Betrachtungsabständen nicht auftreten. UVP: 200.000 Euro + MwSt.

WAND II

keits-Nuancen gut zu erkennen sind. Dieser „CineLine“-Projektor ermöglicht dank SXGA-Auflösung die Projektion von HDTV-Material und beeindruckt mit seinem Kontrastverhältnis von 600:1. UVP: 16.250 Euro + MwSt.

Liesegang 6110 DLP

Mit einer Bildhelligkeit von 1600 ANSI-Lumen ist der Liesegang digital.vision 6110 DLP das ideale Gerät für Projektionsaufgaben im



Büro, Klassenzimmer oder für Home-Cinema Anwendungen. Das mit DLPTM-Technologie ausgestattete lichtstarke Gerät verfügt über ein 11-linsiges Carl-Zeiss-Zoom. Die Auflösung beträgt XGA mit 1024x768 Bildpunkten. Eine automatische Keystone-Korrektur bis 40° ermöglicht die unproblematische Wahl des Aufstellungsplatzes. Eine Vielzahl an Gestaltungswerkzeu-

gen gehören zur Grundausstattung. Unterstützt werden die Videoformate PAL, SECAM und NTSC und 16:9 Umschaltung. Der mit nur 3,5 kg Gewicht ultraportable Projektor Liesegang digital.vision 6110 DLP verfügt mit seinen hervorragenden Leistungswerten und dem geringem Betriebsgeräusch über hervorragende Voraussetzungen zum Einsatz für Home Cinema-Anwendungen. Der Straßenpreis liegt bei 6.500 Euro + MwSt.

Liesegang 6102 DLP

Der Liesegang digital.vision 6102 DLP ist mit einem lichtstarken Projektionssystem in DLPTM-Technologie ausgerüstet, welches eine Helligkeit von 1300 ANSI-Lumen bereitstellt und das Gerät zur idealen Projektionslösung für Präsentationen im Büro oder Klassenzimmer und als Bildausgabegerät für Home Cinema-Anwendungen



macht. Durch seine zusätzliche digitale Video-Schnittstelle nach DVI kann der 6101 DLP auch direkt mit dem Signalausgang der digitalen Grafikkarte eines Rechners verbunden werden. Ein 11-linsiges Carl Zeiss Zoom-Objektiv, Keystone-Korrektur bis 40° und zahlreiche Gestaltungswerkzeuge gehören zur Grundausstattung. Die Auflösung beträgt 1024x768 Bildpunkten (XGA). Unterstützt werden die Videoformate PAL, SECAM und NTSC und 16:9 Umschaltung. Mit einem Gewicht von 1,5 kg eignet sich der microportable Liesegang digital.vision 6102 DLP auch ausgezeichnet für den portablen Einsatz bei Präsentationen und Schulungen. Der Straßenpreis liegt bei 5.500 Euro + MwSt.

Kindermann KX 3030

Der durch seine hochwertigen Dia- und Overhead-Projektoren bekannte Anbieter Kindermann führt neben Multimedia Projektoren von Epson, Toshiba und Sanyo auch ein Line up interessanter Modelle mit eigenem Brand in seinem Programm. Das Topmodell KX 3030 stellt mit seinen beachtlichen 2700 ANSI-Lumen und seinem Kontrastverhältnis von 400:1 auch bei einfallendem Tageslicht die Lichtleistung für brillante Großprojektion in Tagungs- und Konferenzräumen bereit. Neben den Standard RGB-Daten-Schnittstellen, Video-, bzw. S-Video Eingängen ist der neue Beamer auch



mit der digitalen DVI-Schnittstelle und Video-Komponenteneingängen (für DVD) bestens gerüstet. Digitale Keystone Korrektur, elektronisches Digital-Zoom sowie Motor-Zoom und Motor-Focus gehören zu den erstklassigen Ausstattungsmerkmalen. Die technisch auf neuem Stand ausgeführte Auto-Sync Funktion mit intelligenter Skalierung von VGA bis SXGA gewährt automatisch eine problemlose Wiedergabe-Kompatibilität der verschiedensten Signalquellen.

Kindermann KX 330

Mit einer Lichtleistung von 1500 ANSI-Lumen, bei nur 4 kg Gewicht, stellt der KX 330 die perfekte flexible Lösung für moderne Multimedia-Präsentationen für Bildbreiten bis ca. 2 m selbst in helleren Räumen dar. Zur hohen Anschlußvielfalt gehören RGB-Daten Schnittstellen (Eingang und Monitor-Ausgang), ein direkter, digitaler Dateneingang (DVI) und Video-, bzw. S-Video Eingänge. Für optimale Bildqualität von bewegten Bildern, z. B. von DVD, wird



ein zusätzlicher Komponenteneingang geboten. Zur reichhaltigen Ausstattung gehören digitale Keystone-Korrektur, Digital-Zoom, wählbare Farbtemperatur, Umkehr- und Rück-Projektion, IR-Fernbedienung mit Laser Zeiger und Maussteuerung. Mit 3 x 0,9" Polysilizium-Panels mit Mikrolinsen Technologie löst der KX 330 in brillanter XGA-Auflösung kleinste Details gestochen scharf auf. Eine topaktuelle Auto-Sync Funktion mit intelligenter Skalierung von VGA bis SXGA gewährt automatisch eine problemlose Wiedergabe-Kompatibilität der verschiedensten Signalquellen.

Kindermann KS 800

Der neue Daten-/Videoprojektor von Kindermann bringt Schwung in Ihre Präsentation. Seine reichhaltige Ausstattung – digitale Keystone-Korrektur, elektronisches Bild-zoom, nur 2,5 kg – macht den Kindermann KS 800 zum idealen Partner für Ihr Home-Office, in der Schule und bei Präsentationen vor Ort. SVGA-Auflösung mit intelligenter Skalierungstechnologie sichert optimale Darstellung der verschiedenen PC-Quellen von VGA bis XGA.

Durch den problemlosen Anschluß an Videoquellen (DVD, Videorekorder/alle Standards) steht einer Heimkino-Installation nichts im Weg.

Neuheiten

Portraitfilm der Extraklasse

Für professionelle Portrait-Anwendungen gibt es jetzt den Fujicolor Portrait Film NPZ 800 Professional. Der hochempfindliche ISO 800/30° Farbnegativfilm ist für Portraits bei Außenaufnahmen oder Studio konzipiert und eignet sich speziell für die Mode- oder Hochzeitsfotografie. Seine Stärken zeigt der Premiumfilm bei Hauttönen:

Durch die Anwendung der 4-Farbschicht-Technologie und der Fine-Σ (Sigma)-Technologie erzielt er eine lebendige und sehr natürliche Farbwiedergabe. Der als Rollfilm angebotene NPZ 800 Professional bietet darüber hinaus einen großen Belichtungsspielraum und eine exzellente Detailzeichnung: Homogene Flächen weisen ein kaum wahrnehmbares Korn auf. Der NPZ 800 Professional ersetzt den NHG II Professional. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Pro-Pack mit fünf Filmen lautet 31 Euro. *chriSSie*

Panasonic mit neuem Laserdrucker



Der Panasonic Laserdrucker KX-P7100 spart viel Zeit und viel Papier. Mit der Autoduplex-Funktion kann ohne lästiges Wenden die Vorder- und Rückseite bedruckt werden. Das Gerät gibt Bilder in einer Auflösung von 600 dpi aus. Darüber hinaus läßt sich das Papier auch beidseitig bedrucken. Mit den „2 to 1“- und „4 to 1“-Funktionen



können zwei beziehungsweise vier Seiten auf einer Seite gedruckt werden. Diese Funktion ist insbesondere bei Präsentationen platz- und papiersparend. Dank Overly-Funktion läßt sich jedes Dokument mit einem Briefkopf oder Wasserzeichen versehen. Die Print Cover- und die Trailer Page-Funktion ermöglichen auch das automatische Ausdrucken von Titelseiten und Seitenerkennung. Dabei kann

der Laserdrucker bis zu vier Seiten in der Minute mit einer maximalen Auflösung von 600 dpi drucken. Wird der Drucker länger als zwei Minuten nicht benutzt, schaltet er automatisch den Energiesparmodus ein. Die Toner Cartridge erlaubt den Ausdruck von 4.000 Standardseiten. Durch die umfangreiche und übersichtliche Treibersoftware läßt sich die Installation des Druckers und das Einstellen der Funktionen intuitiv bedienen. Die Seiteneinstellungen lassen sich komfortabel auswählen. Der Drucker verfügt über 2 MB RAM und arbeitet mit einem für Windows optimierten Graphic Device Interface (GDI).

Der Laserdrucker KX-P7100 ist ab sofort für den Handel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 357 Euro inklusive Mehrwertsteuer. *chriSSie*

Kodak Professional DCS Pro Back Plus



Kodak hat eine neue Version des Kodak Professional DCS Pro Back angekündigt. Das zur Hasselblad 555 ELD und der Mamiya RZ 67 Pro II Kamera kompatible Pro Back ist in

der neuen Version Professional DCS Pro Back Plus dank einer neuen Schnittstelle zu weiteren Mittel- und Großformat-Kameras kompatibel.

Das DCS Pro Back Plus mit seinem 16 Megapixel Sensor liefert 48 Megabyte große RGB Bilddateien und ist insbesondere für anspruchsvolle Profifotografie konzipiert. Es kann an folgende Kameras angeschlossen werden: Hasselblad 533 ELD, Hasselblad 503, Mechanische Hasselblads, Bronica, Fuji 680, Sinar, Horseman, Toyo, Arca Swiss, Cambo, DigiFlex und Silverstri.

Weitere detaillierte Informationen über die Interface-Möglichkeiten zum Anschluß des DCS Pro Back an die verschiedenen Kameras stellt Kodak auf der Internetseite Kodak.com zur Verfügung. „Mit dem DCS Pro Back Plus verschmilzt die analoge Profifotografie mit der digitalen Speicherungstechnik zu einer Einheit. Jetzt kann annähernd jeder Mittelformat-Kameraanwender mit elektronischem Auslöser

sowie Anwender anderer Kameras von den Vorzügen des 16-Megapixel Sensors profitieren“, so Uwe Keller, Product Business Manager Photosysteme Kodak Professional Europa.

Zu den Features, die das DCS Pro Back bietet, zählen ein schwenkbares LC-Display mit Histogrammfunktion, Speicherung auf CompactFlash-Karten und auf IBM-Microdrive und eine Software der neuesten Generation für die Workflow-Optimierung.

Der 16 Megapixel ITO-Full-Frame Sensor des DCS Pro Back bietet mehr als die doppelte Auflösung im Vergleich zu anderen Mittelformat-Rückteilen. Die unverbindliche Preisempfehlung für das DCS Pro Back Plus beträgt 24.951 Euro zzgl. Mehrwertsteuer.



Die flache Lifestyle-Generation



Mit zwei neuen LCD-TV-Geräten, die nicht nur durch ihre technischen Leistungswerte, sondern vor allem durch ihr ansprechendes Design die Aufmerksamkeit potentieller Interessenten auf sich ziehen, setzt LG Electronics die Erfolgsstory seiner bisherigen LCD-TV-Geräte fort. Wie sein Vorgänger ist das neue 15 Zoll Stereo-LCD-Gerät RE-15LA30 als Fernsehgerät oder High Tech Computer-Monitor einzusetzen, während das größere 20 Zoll Schwestermodell RE-20LA30 ausschließlich als TV-Gerät ausgelegt ist.

RE-15LA30: Fortsetzung einer Erfolgsstory

Als einer der ersten Hersteller weltweit hatte LG Electronics einen LCD-TV-Monitor bis zur Marktreife und Serienfabrikation im Jahr 2000 entwickelt.

Der neue RE-15LA30 ist das neueste Modell dieser nach wie vor mit Luxus und elitärem Anspruch assoziierten Geräteklasse mit ambivalenten Funktionen als LCD-Fernsehgerät und High End TFT-Computer-Monitor. Bei der Gesamtkonzeption des RE-15LA30 fanden Erfahrungen mit dem im Markt sehr erfolgreichen Vorgängermodell LE-15A10 Berücksichtigung. Eine glückliche Hand zeigten die Entwickler von LG vor allem bei der Überarbeitung des Designs. Der im oberen und unteren Teil in

einem sanften Bogen nach hinten gerundete Rahmen vermittelt den Eindruck von umfassender Harmonie und gekonnter Reduzierung der Form auf das Wesentliche. Die Form des Bildschirmrahmens wiederholt sich bei der unterhalb des Bildschirms etwas nach hinten versetzten Lautsprecherleiste. Dadurch wird die für räumliche Tonwiedergabe vorteilhafte breite Stereobasis erreicht, während die Lautsprecher optisch in den Hintergrund treten und nicht mehr bewußt wahrgenommen werden. Im wahrsten Sinne des Wortes „sehen lassen“ können sich die technischen Werte und integrierten Funktionen des LCD-TV RE-15LA30 von LG: Auf seiner Bildschirmfläche mit einer Diagonale von 38,35 cm und dem Seitenverhältnis 4:3 stellt der 15 Zöller das Bildsignal mit einer physikalischen Auflösung von 1024 x 768 Pixeln

dar (XGA). Niedrigere Auflösungen können etrapoliert dargestellt werden. Die Pixelteilung (Pitch) beträgt 0,3 x 0,3 mm. Vertikal beträgt der Betrachtungswinkel 120° und horizontal 140°. Bei einem Kontrastverhältnis von 300:1 wird eine maximale Helligkeit von 250 Cd/m² erreicht. Die qualitative Optimierung des Fernsehsignals wird durch Progressive Scan und Digitale Kammfilter (DCF) erreicht. Kompatibel ist die Bild-Elektronik zu den Fernsehnormen Pal/Secam-B/G, Pal-D7K, Pal-I, NTSC-AV (3,58/4,43 MHz). Das TV-Bildformat kann zwischen dem Seitenverhältnis 16:9 und 4:3 umgeschaltet werden. Der RE-15LA30 verfügt über 100 Programm speicherplätze und einen Kabeltuner/Hyperbandtuner. Die Komfort-Merkmale werden durch ACMS+ und Program Edit erweitert. Der Audio-Teil stellt Nicam Stereo, Stereo-Ton, automatische Lautstärkenanpassung (AVL) mit einer Ausgangsleistung von 2 x 1 Watt bereit. Die Bedienung erfolgt über eine im Lieferumfang enthaltene drahtlose Fernbedienung und das mehrsprachige OSD-Art Bildschirm-Menü. Umfangreich ist die Auflistung der besonderen Ausstattungsmerkmale: Kindersicherung, Auto-Ausschalten, vorwählbare Bildeinstellungen (Easy Picture), vorwählbare Klangeinstellungen (Easy Sound) und TOP-Videotext mit einem Speicher für 8 Seiten, Auto AV (Scart), Quickview, Auto Demo, S-Video Eingang und AV-Eingang. Neben einer

Scart-Buchse und einem Kopfhörerausgang verfügt der LCD-TV-Monitor RE-15LA30 über einen VGA-Eingang, über den ein Computer angeschlossen und das Gerät als hochwertiger Monitor eingesetzt werden kann. Der Wechsel zwischen TV-Programm und Datensignal erfolgt durch einfache Umschaltung. Die relativ geringe Leistungsaufnahme beträgt im Betrieb 30 Watt und im Stand by Betrieb 3 Watt. Zu einem UVP von 1.278 Euro ist der RE-15LA30 LCD-TV-Monitor von LG Electronics verfügbar.

bei 0,637 x 0,637, und die Auflösung des Bildschirms beträgt 640 x 480 Pixel (VGA). Für eine problemlose Wahl der Zuschauerposition sorgt der weite Betrachtungswinkel von 120° vertikal und 140° horizontal.

Die sehr hohe Helligkeit von 450 Cd/m² steht hinter der eines Röhrengeräts nicht zurück. Relative Unabhängigkeit von wechselndem Umgebungslicht garantiert das ausgezeichnete Kontrastverhältnis von 450:1.

Der Stereo-Sound wird mit einer maximalen Leistung von zweimal 3 Watt über die integrierten vorderen Lautsprecher abgestrahlt. Die Leistungsaufnahme beträgt im Betrieb 70 Watt und im Stand by Betrieb nur 3 Watt. Einen VGA-Eingang hat der als reines LCD-TV-Gerät konzipierte RE-20LA30 nicht.

RE-20LA30: LGs reinrassiger 20 Zoll LCD-TV

Extrem flach und raumsparend ist der Bildschirm dieses neuen LCD-TV-Geräts von LG. Die beiden



Der RE-20LA30 ist extrem flach und raumsparend.

Lautsprecher des Stereo-TVs sind elegant in die flache vordere Bildschirmumrahmung einbezogen. Die Bildschirmdiagonale des 20 Zöllers beträgt 51 cm bei einem Seitenverhältnis des Displays von 4:3. Das Pixelraster (Pitch) liegt

In sämtlichen anderen, den Fernsehempfang und die TV-Bildwiedergabe betreffenden technischen Daten und Werten entspricht der RE-20LA30 seinem 15 Zoll Schwestermodell. Der UVP beträgt 3.579 Euro. evo



RE-15LA30 von LG: Auf seiner Bildschirmfläche mit einer Diagonale von 38,35 cm und dem Seitenverhältnis 4:3 stellt der 15 Zöller das Bildsignal mit einer physikalischen Auflösung von 1024 x 768 Pixeln dar.



KINDERMANN

WE PROUDLY PRESENT!

EPSON®

Preiswerte Home Office / Cinema-Class

K-EMP 50

SVGA • 1000 AL • 3,1 kg



K-EMP 70

XGA • 700 AL • 3,1 kg



Schule / Home Office-Class

K-EMP 600

SVGA • 1700 AL • 4,2 kg



Mobile Notebook-Class

K-EMP 713

XGA • 1200 AL • 2,6 kg



KINDERMANN

Schule / Home Office-Class

KS 800

SVGA • 800 AL • 2,5 kg



Mobile Notebook-Class

KX 300

XGA • 1500 AL • 3,9 kg



TOSHIBA

Schule / Home Office-Class

K-TLP 550

XGA • 1100 AL • 3,2 kg



Conferencing-Class

K-TLP 681

XGA • 1500 AL • 4,5 kg

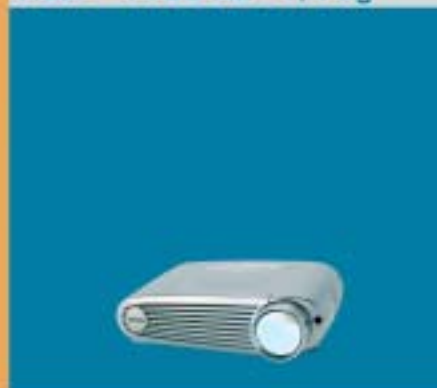


Mobile Notebook-Class



K-TDP P 4

XGA • 1100 AL • 1,4 kg



HOTLINE: Verena Schreiber 09331/93-426 • Brian Sims 09331/93-432 • FAX: 09331/93-239

WE PROUDLY PRESENT!

- JA, wir wollen kostenlos und unverbindlich eine Testvorführung
- HÄNDLER-Angebot über KINDERMANN Daten-/Videoprojektoren
- KINDERMANN MultiMedia-Katalog
- Aussendienst-Beratung

HÄNDLER-ANSCHRIFT

Firma _____
 Name/Abteilung _____
 Straße _____
 PLZ/Ort _____
 Telefon/Fax _____
 E-Mail _____

CeBIT
 HANNOVER
 13. - 20. 3. 2002
 Besuchen Sie uns!
 Halle 1Stand 1C3

Neue Tintenstrahldrucker von Canon Verbesserter Fotodruck mit „Vivid-Photo“

Canon startet mit fünf neuen Tintenstrahlfarbdruckern ins neue Geschäftsjahr. Die Palette reicht vom preiswerten Einstiegsdrucker S200 für 79 Euro über speziell für den Office-Bereich konzipierte Modelle (S520, S750) bis hin zum A3-Überformat-Drucker S9000. Nicht nur die speziell für den Fotodruck konzipierten Drucker S900 und S9000, sondern alle Neuvorstellungen verfügen über die „Vivid-Photo“-Treibertechologie, die durch spezielle Treiber-Algorithmen für eine nochmals verbesserte Qualität von Fotodrucken sorgt.

Klare Farben und eine originalgetreue Wiedergabe von Hauttönen bietet beim Fotodruck dank Vivid-Photo-Treiberfunktion bereits das Einstiegsmodell Canon S200. Während andere Verbesserungssysteme in der Regel bestimmte Farben (z.B. Cyan oder Magenta) verstärken, erweitert Vivid-Photo den Farbbereich um die gesamte Skala. Der Prozeß läuft automa-

Minute. Der bedienerfreundliche Farbdruker S200 ist mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 79 Euro.

Büro-Drucker

Die beiden Tintenstrahldrucker S520 und S750 wurden speziell für



Eine Alternative zum Laserdruck bietet der S750, der mit Geschwindigkeiten von 20 Seiten in Schwarzweiß und 13 Seiten in Farbe pro Minute arbeitet.

die Anforderungen im Büro-Alltag konzipiert. Mit hohen Geschwindigkeiten von vierzehn Seiten pro Minute in Schwarzweiß und neun Seiten in Farbe bietet sich der S520 für die Ausgabe der Bürokorrespondenz an. Noch schneller arbeitet der S750 mit zwanzig Seiten in Schwarzweiß und dreizehn Seiten in Farbe je Minute. Beide Drucker verfügen über die Canon Advance Microfine Droplet Technology mit einer Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi und bieten Tintentropfen in einer Größe von lediglich fünf Picolitern. Der S750 setzt das Verfahren des bidirektionalen Drucks ein, bei dem durch zwei parallel angeordnete und gespiegelte Druckreihen pro Farbe die Reihenfolge des

Farbaufdrucks immer identisch bleibt. Somit entstehen homogen wirkende Farbflächen, bei denen eine Streifenbildung ausgeschlossen werden kann. Für einen sparsamen Verbrauch sorgt bei beiden Druckern die Single Ink-Technologie, bei der nur der jeweils aufgebrauchte Tintentank ersetzt werden muß. Die Drucker verfügen über

eine USB- und Parallel-Schnittstelle und können über einen optional lieferbaren Adapter auch im Netzwerk eingesetzt werden. Der Preis für den S520 beträgt 199 Euro, für den S750 249 Euro (unverbindliche Preisempfehlungen).

Fotodruck

Speziell auf den Fotodruck abgestimmt wurden die beiden Drucker S900 und S9000 von Canon. Im einfachen Druckmodus bieten sie Geschwindigkeiten von maximal sieben Farb- oder Schwarzweißseiten in der Minute. Im hochauflösenden Fotomodus benötigen sie für ein Foto im Format DIN A4 lediglich 60 Sekunden.

Mit diesem Tempo sind sie laut Aussage von Canon im randlosen Druck bis zu fünfmal schneller als andere am Markt verfügbare Drucker. Für Ausdrucke, die nicht nur aussehen wie ein Foto, sondern sich auch so anfühlen, bietet Canon das „Professional Fotopapier PR-101“ an.



S9000

Die Sechsfarb-Fotodrucker verfügen über eine Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi. Insgesamt bringen 3.072 Düsen die Farbe aufs Papier. Die Advanced Microfine Droplet Technology sorgt für eine optimale Positionierung der nur vier Picoliter feinen Farbtropfchen und ermöglicht bis zu 49 Farbabstufungen je Druckpixel. Eine weitere Optimierung der Druckergebnisse wird auch beim S900 und S9000 durch die Vivid-Photo-Treiberfunktion erzielt. Beide Drucker werden mit der Canon „PhotoRecord“-Software für eine schnelle Layout- und Formatanpassung der digitalen Bilder geliefert, der Canon ZoomBrowser EX ermöglicht die Archivierung, Retusche oder Komposition von Panoramabildern, der Anschluß erfolgt über die USB-

Schnittstelle. Der S900, der für das Format A4 ausgelegt ist, hat eine unverbindliche Preisempfehlung



Neben einer Qualität, die von einem echten Foto kaum zu unterscheiden ist, bietet der Fotodrucker S900 auch eine hohe Ausgabegeschwindigkeit. Ein Ausdruck im Format A4 liegt bereits nach einer Minute im Ausgabeschacht.

von 449 Euro. Der S9000, der darüber hinaus auch das A3- und A3-Überformat bietet, kostet 599 Euro (UVP).

Alle vorgestellten Drucker, die sowohl für PC- als auch Mac-Anwendungen geeignet sind, sind ab Februar dieses Jahres lieferbar. *höl*



Bereits für 79 Euro bietet Canon das leistungsstarke Einstiegsmodell S200 an.

tisch ab, der Anwender muß die Funktion lediglich durch einen Klick im Treiber aktivieren. Neben diesem Verfahren bietet das Einstiegsmodell weitere Features wie eine Auflösung von 2.880 dpi und eine Druckgeschwindigkeit von maximal fünf Seiten im Schwarzweiß-Druck und bis zu drei Farbseiten im Format DIN A4 pro

Neue Multifunktionssysteme von Canon



Drucken, Scannen und Kopieren ist für die neuen Multifunktionssysteme von Canon kein Problem. Das SmartBase MP C600F verfügt darüber hinaus über einen praktischen Dokumenteneinzug und eine Faxfunktion.

Mit dem SmartBase MP C600F und dem MP C400 stellt Canon zwei neue Flachbett-Multifunktionssysteme im kompakten Design für die zeitgemäße Kommunikation in Farbe vor. Beim MP C400 handelt es sich um ein Drucksystem mit Scan- und Kopieroption und feststehendem Vorlagenglas. Das SmartBase MP C600F verfügt zusätzlich über einen praktischen Dokumenteneinzug und eine Faxfunktion. Das 33,6 Kbps-Modem überträgt eine Standardseite in nur ca. drei Sekunden (Farbe ca. 60 Sekunden). Separate Tintentanks sorgen für einen wirtschaftlichen Tintenverbrauch. Beide Modelle basieren auf dem Druckwerk des Tintenstrahldruckers S630. Damit legen die Produkte ein Tempo von zwölf Farb- und 17 Schwarzweißseiten pro Minute vor. Gedruckt wird mit einer Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi.

Im Kopiermodus arbeiten die SmartBase-Modelle digital, bieten verschiedene Kreativfunktionen und einen Zoombereich von 25 bis 400%. Die Vorlagen werden mit einer Maximalauflösung von 9.600 dpi erfaßt, bereits nach acht Sekunden liegt die Erstkopie im Ausgabeschacht. Der integrierte Flachbettscanner ermöglicht mit bis zu 36 bit Farbtiefe eine detailgetreue Wiedergabe. Der MP C600F bietet mit dem automatischen Vorlageneinzug für maximal 20 Vorlagen ein Plus in Sachen Komfort. Beide Modelle sind ab März lieferbar. Der SmartBase MP C400 kostet 399 Euro, der SmartBase MP C600F 499 Euro (UVP).

Mit der Einführung eines neuartigen Trinitron-Monitors mit der Typenbezeichnung HMD-A230 setzt Sony ein weiteres Mal Maßstäbe für den Technologie-Stand bei CRT-Monitoren. Mit dem neuen 17 Zoll Modell unterstreicht das Unternehmen eindrucksvoll, daß die technische Weiterentwicklung von CRT-Monitoren ihren Zenith trotz zunehmender Verbreitung von LCD-Bildschirmen noch nicht überschritten hat.

Die Entwickler knüpften an die Erfahrungen und Erfolge an, die Sony in den vergangenen Jahrzehnten mit seinen hochwertigen Trinitron-Bildröhren bei TV-Geräten und im professionellen Monitor-Bereich erringen konnte. Der Begriff „Trinitron“ wurde weltweit zum anerkannten Syno-



Sony: Neue Bildstandards mit High Brightness-Display

nym für technologische Höchstleistungen und die Ausschöpfung des Machbaren auf dem Gebiet der Bildröhrentechnik und damit zu einem Standard, an dem sich Mitbewerber messen lassen mußten. Hochwertige CRT-Monitore zeichnen sich im Vergleich zu den flachen TFT-Bildschirmen durch eine naturgetreue Wiedergabe von Farben und vor allem von Farbton-Abstufungen aus. Diese Grundcharakteristik wird besonders bei der professionellen Bildbearbeitung und im Fotobereich geschätzt. Aber auch im Heimbereich gehören die Bearbeitung von Fotos und semiprofessioneller Videoschnitt infolge der Marktdurchdringung mit Digitalkameras und Camcordern inzwischen zu den täglichen Aufgaben. Mit den DVD-Videoplayern sind Spielfilme in die Welt der Computer eingezogen. Deshalb zielt Sony mit dem neuen 17 Zoll HMD-A230 vor allem auf den Heimbereich. Zu einem at-

traktiven Preis erhält man einen Bildschirm, der selbst hohen professionellen Ansprüchen gerecht wird und durch seine Bildhelligkeit, Klarheit und Auflösung bei Computerspielen, der Betrachtung von digitalen Fotos, der Wiedergabe von DVDs und dem Abspielen von Videos bisher nicht erreichbare Bildeindrücke vermittelt.

Das Innenleben entspricht dem Design

Bereits auf den ersten Blick überzeugt der in Europa konstruierte Bildschirm durch sein ungewöhnliches, harmonisch und frisch anmutendes Design. Ins Auge fallen vor allem die gerundeten Konturen, die chromfarben/weißen Designelemente und das Rohrgestell aus Aluminium. Das technische Innenleben steht dem anspruchsvollen äußeren Design in nichts nach. Während die Helligkeit durchschnittlicher CRT-Bildschirme im Mittel bei 100 cd/m² liegt, erreicht der Multiscan A230 durch die neue Hi-Bright-Version der bewährten L-SAGIC-Elektronenkanone mit 200 cd/m² die doppelte Leuchtdichte. Auf der erfolgreichen

A-Serie aufbauend, ist dieses Modell laut Aussage von Sony das erste einer völlig neuen Displaygeneration für den Heimbereich. Im Gegensatz zu vielen Mitbewerberprodukten behält der A230 ohne separate Bildmodi sogar bei maximalen Helligkeitsstufen seine hervorragende Bildschärfe bei.

zerrungen und Umgebungslichtreflexionen bis hin zur Wahrnehmungsgrenze minimiert. Durch MALS- und EFEAL-Scharfstellungstechnologien wird eine geringe Größe und absolut runde Form der Bildpunkte bis in die Bildschirmecken garantiert. Mit den neuesten TCO'99- und GEA

haltene Reinheit des Bildaufbaus bewirkt.

Im Verbund mit der 0,7 Megapixel-Auflösung von 1024 x 768 bei 100 Hz bietet der HMD-A230 Anwendern einen visuell planen CRT mit der neuesten Trinitron-Technologie, der Ver-



Durch die Kombination der Hi-Bright-Elektronenkanone mit der superfeinen FD Trinitron Streifenmaske und variablem Pitch (0,24 mm im Zentrum, 0,25 mm in den Ecken) sowie durch Hi-Con (High Contrast) und AR (Antireflex)-Bildschirmbeschichtungen wird eine bisher für unerreichbar ge-

(E2000)-Richtlinien erfüllt der Bildschirm strengste europäische Bestimmungen für Ergonomie, Emissionen, Strombedarf und Ökologie. Serviceleistungen und Support entsprechen dem hohen Qualitätsanspruch des HMD-A230. Der UVP beträgt 379 Euro. evo

Neuheiten

Neue 8 cm Pocket CD-Rs von Memorex

Memorex ergänzt seine Produktfamilie von CD-R-Medien um ein weiteres Speicherformat, die 8 cm Pocket CD-R. Neben normalen CD-Laufwerken passen die Minischei-



ben auch in MP3-Player und die neueste Generation von Digitalkameras. Die kleinen CD-Rs verfügen über eine Speicherkapazität von 210 MB und lassen sich mit 24-facher Geschwindigkeit beschreiben. Darüber hinaus lassen sich mehr als 100 Bilder in einer Auflösung von 1200 x 1600 Pixeln

mit einer 2-Megapixel-Kamera auf die Scheiben speichern. Im Zehnerpack in Slim Jewel Cases sind die kleinen Scheiben ab sofort lieferbar.

Sony Digital8-Camcorder mit Webcam-Funktion

Sony präsentiert die vier neuen Digital8-Video-kameras DCR-TRV140, DCR-TRV238, DCR-TRV240 und DCR-TRV340. Neu bei allen Modellen ist die serienmäßig integrierte USB-Schnittstelle. Der besondere Clou jedoch ist die Nutzung der Kameras als Webcam. Möglich wird dies in Verbindung mit Online-Konferenzprogrammen wie z. B. Netmeeting, das standardmäßig im Lieferumfang des Internet Explorers ab Windows 98 enthalten ist. Über den USB-Anschluß und die mitgelieferte Software „ImageMixer“ lassen sich auch Kamera- oder Videosignale mit einer Auflösung

von 320 x 240 Pixeln komfortabel im MPEG1-Format auf einen Computer übertragen und bearbeiten. Mit der „Longplay-Recording-Funktion“ können jetzt auch die preisgünstigen Standard Video8-Kassetten genutzt werden. Das bedeutet, daß ein 90-Minuten-Band im Longplay-Modus ganze 135 Minuten Spiellänge bietet. Alle Camcorder verfügen sowohl über eine Intervall- als auch eine Frame-(Einzelbilder) Funktion. Das Einsteigermodell, der DCR-TRV140,



ist mit einem CCD-Chip mit 540.000 Pixeln, einem 20fach optischen und 560fach digitalen

Zoom sowie einem Farbbildmonitor mit einer Bilddiagonale von 6,35 Zentimetern und 61.600 Pixeln ausgestattet. Bei den Kompaktmodellen DCR-TRV238, DCR-TRV240 und DCR-TRV340 beeindruckt das Zoomobjektiv mit 25fach optischer und 700fach digitaler Vergrößerung. Die Camcorder verfügen über einen manuellen Focusing und einen CCD-Chip mit einer Auflösung von 800.000 Pixeln. Ihr LC-Farbbildschirm hat eine Auflösung von 123.200 Pixeln. Weitere Features der neuen Kameras sind Super NightShot, SuperSteadyShot und ein integrierter Schnittcomputer, mit dem Schnittsequenzen über den LC-Bildschirm programmiert werden können. Ein intelligenter Fotoschuh rundet die Ausstattung ab. Der DCR-TRV240 verfügt zusätzlich über einen DV-Eingang, über den bearbeitete Videofilme auf den Camcorder zurückgespielt werden können. Der DCR-TRV340 wird mit einem 8 MB Memory Stick ausgeliefert, auf den Fotos und MPEG-

Kurzfilme mit einer Länge von maximal 60 Sekunden gespeichert werden können. Alle Produkte werden mit Netzladeadapter, Akku, Infrarotfernbedienung, AV-Kabel sowie einem PC-Kit seit Februar ausgeliefert. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die Camcorder betragen: DCR-TRV140: 719 Euro, DCR-TRV238: 799 Euro, DCR-TRV240: 899 Euro und für den DCR-TRV340: 899 Euro.

Neue Maus-Familie von Vivanco

Die Vivanco Gruppe AG präsentiert eine neue Generation von Eingabegeräten für PC-Anwender. Die neuen Mäuse – in drei verschiedenen Ausführungen erhältlich – sind klein, platzsparend und insbesondere für mobiles Arbeiten geeignet. Mit moderner optischer Abtast-Technik ausgestattet, können sie auch auf unebenen Unterlagen eingesetzt werden.

NEUE SOFTWARE

DaviDeo VCD

DVD rein, Video CD raus
gdata

DVD rein, Video CD raus. So einfach geht das mit Hilfe des Programms DaviDeo VCD von gdata. Es gibt kein umständliches Einstellen mehr von komplizierten Parametern, wie dies bei anderen DVD-Kopierprogrammen erforderlich ist. Das Kopieren von DVDs gelingt mit Hilfe dieses Programms wirklich jedem. Dadurch kommt das Kopieren von DVDs auch aus der PC-Freak-Ecke raus. Es muß jedoch beachtet werden, daß der User diese Software ausschließlich zum Erstellen von erlaubten bzw. rechtlich zulässigen Sicherheitskopien verwenden darf. Mit Hilfe der einfachen Benutzeroberfläche lassen sich mit ein paar Mausklicks kinderleicht Kopien erstellen. Diese werden vom Programm nach dem Rippen automatisch auf CD gebrannt. Aufwendige Einstellungen oder Eingaben sind nicht erforderlich. DaviDeo VCD bietet die Möglichkeit, die Filme zu rippen und zu brennen oder wahlweise eines von beiden. Anschließend wird die Qualität der Video CD mittels eines Schiebereglers von minimal bis maximal eingestellt. Mindestvoraussetzung ist ein Pentium mit 350 Mhz und 5 GB Festplatte. Das Erstellen dauert dann je nach Rechnerleistung und DVD-Größe von drei Stunden bis über 30 Stunden. Richtig Spaß macht es ab 1200 Mhz mit einer schnellen 7200 UDMA100 Festplatte.



Handy Big-Pack Software

Data Becker

Die neue PC-Software ist geeignet für die Nokia-Modelle 5110, 5130, 6110, 6130, 6150, 6210, 6250, 7110 sowie die Siemens-Modelle S25, C35i, M35i, S35i, SL42, C45, S45, ME45, SL 45 und SL45i. Da die Software universell ausgelegt ist, muß der Anwender keine neue PC-Software erwerben, wenn er von Nokia zu Siemens oder umgekehrt wechseln möchte. Als Verbindung zwischen Handy

und PC dient das beigelegte Datenkabel (USB). Ein besonderes Merkmal ist, daß die Handys gleichzeitig über das USB-Kabel (USB-Schnittstelle mit 500 mA erforderlich) geladen werden können. Auf der CD sind neben dem Programmpaket 4.400 Logos, 2.000 Klingeltöne, 1.000 Nokia-Bildmitteilungen, 800 Siemens-Screensaver-Bilder, 200 SMS-Texte und 600 SMS-Bilder enthalten. Das Programm Mobile Manager übernimmt die Datensynchronisierung mit Outlook, so daß Termine mit einem Klick auf das Handy übertragen werden können. Dem User bietet sich sogar die Möglichkeit, auf die Unterordner und Kategorien seiner Outlook-Kontakte zurückzugreifen. Von SIM und Gerätespeicher liest die Software die Daten aus, speichert und editiert sie, um sie dann auf das Handy zu spielen. Weiter können mit Hilfe der Software vom Computer aus Profilooptionen komfortabel angepaßt und Rufumleitungen gesetzt werden. Eine Neuheit ist die Möglichkeit, Screenshots vom PC als Logo auf das Handy zu übertragen. Mit dieser Funktion kann nun sogar die Freundin als Logo in das Handy eingespielt werden. Der ebenfalls enthaltene Composer ist für das Komponieren von eigenen Klingeltönen sehr hilfreich. Die selbsterstellten Logos und Klingeltöne können an alle Nokia- und OTA-fähigen Siemens-Handys via SMS versandt werden. Multifunktionaler und universaler als bisher verfügbare Handysoftware setzen die „Data Becker Handy Big-Packs“ Maßstäbe und sind zur Zeit die Maßstäbe, an der sich wohl alle anderen Softwarehersteller messen lassen müssen.

Systemvoraussetzungen:
Windows 98/98SE/ME/2000/XP,
Pentium 233, 64 MByte RAM
UVP: serielles Datenkabel Euro 40,88, USB-Datenkabel Euro 49,95.

Exklusive Vertriebsrechte von Vcom-Produkten für Sybex

Der Sybex-Verlag vertreibt exklusiv die Software-Produkte des US-amerikanischen Unternehmens V Communications Inc. (Vcom). Vcom stellt Systemtools her, die es ermöglichen, die Hardware optimal auf das eigene System und die individuellen Bedürfnisse abzustimmen. Vcom ist bereits seit 1986 spezialisiert auf Systemtools, die denjenigen PC-Anwendern zur Seite stehen, die nicht völlig auf

Windows vertrauen, sondern die Systemverwaltung in die eigenen Hände nehmen möchten. Der **Partition Commander** vereinigt zwei nützliche Werkzeuge zur Festplattenverwaltung: den Partition Commander selbst und System Commander. Zum einen können mit dem Commander Partitionen erstellt, verschoben, vergrößert oder verkleinert werden. Darüber hinaus können mit dem Bootmanager System Commander die verschiedenen Partitionen ganz bequem in einem Bootmenü verwaltet werden. UVP: 49,95 Euro.

DriveWorks beinhaltet eine ganze Produktpalette an wertvollen Systemtools für den PC. Zum einen ist dies der Partition Commander. Zum zweiten übernimmt diese Software das komplette Backup der Daten mit dem Image Commander. So kann ungewollter Datenverlust vermieden werden! Der User erstellt ein komplettes Image seiner Partition, mit dem er schnell sein ursprüngliches System wieder herstellen kann. Mit dem Copy Commander werden die Programme komplett von einem Laufwerk in ein anderes verschoben. Einträge in der Registry werden automatisch angepaßt. Damit wird Kopieren von einem Laufwerk zum anderen trotz Registry-Einträgen zum Kinderspiel. Schließlich wartet diese Software-Sammlung mit SecurErase auf. Dies verhindert, daß bereits gelöschte Daten auf der Festplatte rekonstruiert werden können. Wer dieses Tool zum Löschen benutzt, kann sicher sein: Die Daten sind für Dritte garantiert nicht mehr einsehbar. UVP: Euro 75,95.

Mit **CD Anywhere** können bis zu 23 virtuelle Laufwerke auf der Festplatte des PCs eingerichtet werden.



Dabei werden die darauf abgelegten Abbilder der CDs komprimiert gespeichert und benötigen somit weniger Speicher als auf der originalen CD. Auf den virtuellen Laufwerken können Musik-CDs abgespielt und Programme gestartet werden, und in vielen Datenbanken und Spielen

entfällt das lästige Wechseln der CD, wenn Daten von einer weiteren CD geholt werden sollen. Mit dem virtuellen Laufwerk liegen die Daten auf der Festplatte, was einen extrem schnellen Zugriff im Vergleich mit herkömmlichen Laufwerken bewirkt. UVP: Euro 39,95.

AutoSave ist ein wertvolles Programm, das jeder zum Backup seiner wichtigen Daten einsetzen sollte. Es handelt sich dabei um eine „Real Time“ Backup-Software, die jene Dateien sichert, an denen zur Zeit gearbeitet wird. Dabei läuft die Software unbemerkt im Hintergrund und sichert die Daten automatisch. AutoSave ist so programmiert, daß es selbständig und automatisch wahrnimmt, welche Dokumente neu erstellt oder bearbeitet worden sind und übernimmt deren Sicherung, ohne den User in irgendeiner Form zu stören. UVP: Euro 34,95.



Norton SystemWorks 2002

Für Windows XP

Symantecs Komplettpaket für die PC-Systempflege ist ab sofort in den beiden neuen Versionen Norton SystemWorks 2002 und Norton SystemWorks 2002 Professional Edition im Handel. Die Softwarepakete liefern dem Windows-Anwender auch für die neue Plattform XP vielfältige Werkzeuge, die Probleme auf dem PC frühzeitig erkennen, beheben und die Leistungsfähigkeit des Systems optimieren.

Durch die Integration verschiedener Dienstprogramme für die PC-Pflege erhält der Anwender mit dem Komplettpaket Norton SystemWorks 2002 alle nötigen Werkzeuge zur Wartung und Optimierung seines PCs. Die vollständig integrierte Programmoberfläche, zentrale Funktionen für Installation, Konfiguration und Online-Hilfe sowie die automatische und zentrale Aktualisierung aller Komponenten per LiveUpdate garantieren eine bequeme Bedienung. Die Schnellprüfung des Systems führt automatisch wichtige Tests per Mausklick oder zu geplanten Terminen aus. Damit lassen sich potentielle Probleme frühzeitig erkennen und beheben. Norton SystemWorks 2002



löst viele gängige Computerprobleme wie Softwarefehler oder Hardware-Konflikte unabhängig vom eingesetzten Betriebssystem. Der Optimierungsassistent sorgt für die bestmögliche Leistung des Systems. Die bewährten Komponenten helfen bei der Erkennung und Behebung verschiedenster Probleme und der Ausführung präventiver Maßnahmen. Bei einem kompletten Systemausfall kann der PC auch direkt von der bootfähigen CD gestartet werden.

Das Paket beinhaltet unter anderem auch eine neue Version des Virenschutzprogrammes Norton Antivirus. Dieses Programm entfernt Viren sogar automatisch ohne Eingriff des Anwenders. Die aktive Skriptblockierungs-Technologie schützt vor skriptbasierten Viren, wie zum Beispiel dem bekannten „I love you“-Virus. Die umfassende Prüfung von E-Mails und Dateianhängen erstreckt sich jetzt auch auf ausgehende E-Mails und verhindert so, daß der Anwender unbemerkt Viren verbreitet. Zusätzlich enthält die Professional Edition auch das bekannte WinFax Basic in der neuesten Version. Diese integrierte Faxlösung ermöglicht das direkte Versenden, Empfangen und Verwalten von Fax-Nachrichten mit dem PC und hilft weiter bei der professionellen Gestaltung von Faxen. Ein Vorteil ist ebenfalls, daß der Empfang unerwünschter Werbung automatisch blockiert werden kann.

Dieses Programmpaket sollte auf jedem PC vorhanden sein. Gerade unerfahrene PC User werden die Tools und Hilfestellungen, die diese neuen Programme bieten, schätzen lernen. Dieses Programmpaket bietet auch unerfahrenen Benutzern von Windows die Möglichkeit, die Funktionsfähigkeit von Windows zu pflegen und zu erhalten. Erfahrene PC-User und Administratoren schätzen bei Norton SystemWorks 2002 besonders die Einfachheit, mit der Wartungsdienste und Updates durchgeführt werden.

Norton SystemWorks 2002 kostet 89,95 Euro, das Upgrade 59,95 Euro.



Die Professional Edition kostet 129,95 Euro, das Upgrade 79,95 Euro.

Hier können Sie Ihr Abo

POS-MAIL

bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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



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

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

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

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____

Unterschrift _____

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

Datum _____

Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Distributor | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |

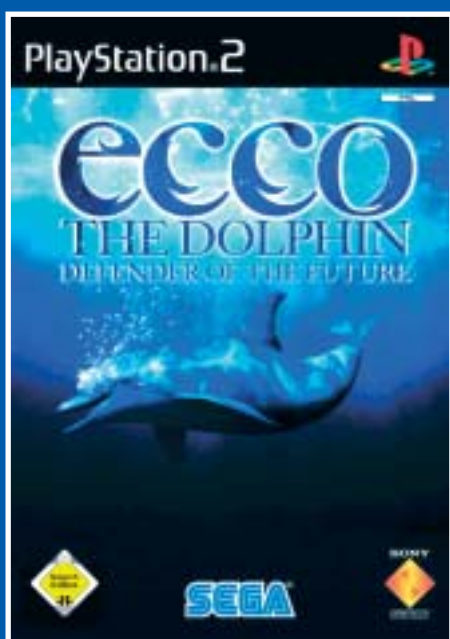
Lieferanten:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hersteller | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |



...die neuen Verkaufs-Hits!

- Ecco – defender of the future
- Ladendetektiv
- Elfenwelt
- Salt Lake 2002
- Headhunter
- Rez-Klangwelten
- Silent Scope 2
- Warioland 4



Ecco: Defender of the Future

Ein Unterwasser-
Abenteuer

PlayStation 2 / Sega

Gegen Ende des dritten Jahrtausends leben Menschen und Delfine in einer neuen, fried-

lichen Gesellschaftsordnung auf der Erde zusammen. Ihre wahre Bestimmung glauben sie jedoch im Weltraum zu finden, nahe den Sternen. So machen sich beide Gruppen auf, weit entfernte Regionen des Alls zu erforschen. Zurück bleiben nur wenige Delfine, um die Erde zu beschützen. Alles ist in bester Ordnung, bis ein mysteriöser Feind die Ereignisse mit einem Zeittunnel beeinflusst und Besitz von den Gedanken der Delfine ergreift. Nur Ecco ist jetzt noch in der Lage, den Lauf der Geschichte wieder in Ordnung zu bringen. Dazu muß er seinen Delfin-Freunden Fähigkeiten zurückbringen, die entweder gestohlen oder durch den Zeittunnel zerstreut wurden. Während Ecco versucht, die Welt zu retten, verursacht er versehentlich alternative Zeitlinien. Ob diese ein erfreuliches oder schreckliches Ende nehmen, hängt davon ab, wie geschickt Ecco seine Fähigkeiten einsetzt. Eccos Abenteuer in den Weiten der Ozeane lassen den Spieler in vier bezaubernde 3D-Unterwasserwelten eintauchen, die er völlig frei erkunden kann. Einige Rätsel müssen dabei gelöst und wichtige Informationen gesammelt werden.



USK: ab 12 Jahre • UVP: 59,95 €



Ladendetektiv

Goldene Serie von
DATA BECKER

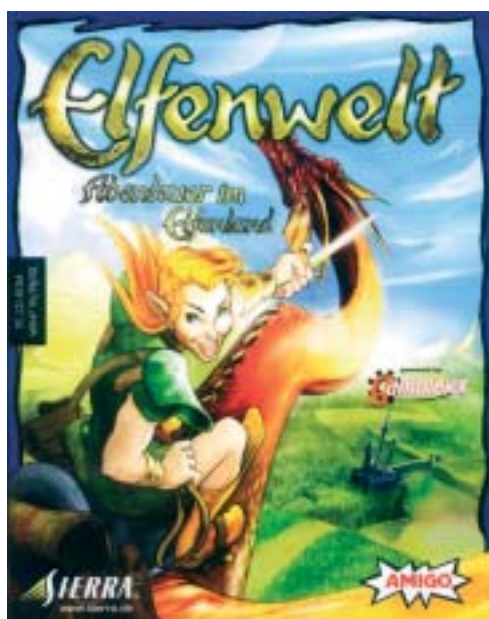
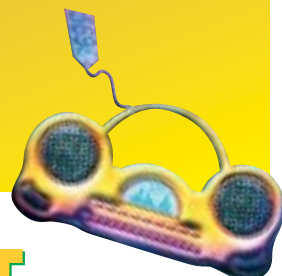


Bewaffnet allein mit einer zoomfähigen Kamera, geht es in sechs Kaufhaus-Abteilungen auf die Jagd. Innerhalb von drei Minuten pro Level muß der Detektiv soviel Diebstähle wie möglich verhindern. Jedoch ist Umsicht angesagt bei den blitzlichtschnellen Entscheidungen, welcher Kunde ein König der Diebe ist. Schließlich verbirgt sich nicht hinter jeder der mindestens sechs Verhaltensweisen pro

Figur eine kriminelle Energie. Gnadenlos rechnet eine Statistik nach jedem Level die Erfolge gegen die Irrtümer und die begangenen Diebstähle auf. Überwiegen die Strafpunkte, ist der Flur-Fahnder seinen Job schnell los.

Ein Profi wird mit der Zeit die Handschrift der Täter kennenlernen. Dann wird sein geschultes Auge die Kriminellen von den Unschuldigen trennen können. Die beliebtesten Ecken der Regal-Räuber werden ihm zum Revier werden. Verlassen kann sich der Ladenhüter jedoch nur auf sich selbst, denn sogar die Boni können sich taktisch gegen ihn wenden. Ladendetektiv ist ein nettes kleines Spiel für zwischendurch ohne langes Studium der Anleitung.

Systemvoraussetzung: Pentium ab 333 Mhz, Windows ME, XP, 2000, 3D-Grafikkarte
UVP: 9,95 €



ELFENWELT

Sierra

Spiel beginnt in der Hauptstadt eines uralten Reiches, in Elvenhold. Von hier aus plant der Spieler und seine Mitstreiter die Routen über das Land und wählt für die einzelnen Etappen die Reismittel, welche recht ungewöhnlich sind! Da gibt es Riesenschweine, Einhörner, Trollwagen, Elfenräder, Flöße, Drachen und magische Wolken. In jeder Stadt erhält der

mehr taktische Möglichkeiten und Hindernisse, aber auch neue Zauber und vor allem Gold. Der Spieler kann seine Reise jetzt schneller gestalten, muß aber auch mit größeren Schwierigkeiten rechnen. Während die Reisen in „Elfenland“ noch relativ friedlich verliefen, stehen einem hier in den Gewässern die ersten Monster gegenüber. Bei „Elfenwelt“ taucht man noch tiefer in die wunderbare Welt der Elfen ein. Im Gegensatz zu den beiden anderen Varianten kann der Spieler seine eigene Spielfigur und eines von mehreren Elfenvölkern wählen. Eigenschaften wie Kampfgeschick und Zauberei sind bei den verschiedenen Völkern unterschiedlich ausgeprägt. Wildelfen kennen keine Hindernisse mehr im Wald, während Seeelfen natürlich im Wasser ihre Vorteile genießen.

„Elfenwelt“ ist ein sehr schönes und interessantes Spiel für die ganze Familie, dessen Vorbild, das Brettspiel, nicht umsonst „Spiel des Jahres 1998“ wurde.

Systemvoraussetzungen: Pentium II, 233 MHz, 64 MB RAM, 4 MB Grafikkarte (3D-Karte nicht erforderlich).
UVP: ca. 5,76 € <http://www.sierra.de>

„Elfenwelt“ ist die PC-Variante des Brettspiels „Elfenland“, das 1998 „Spiel des Jahres“ wurde. Es entführt den Spieler auf eine wunderbare Reise durch das Land der Elfen und stellt ihm drei Spielvarianten zur Auswahl: Elfenland, Elfengold und Elfenwelt. Bei allen Varianten kann er in verschiedenen Schwierigkeitsgraden alleine gegen den Computer antreten oder mit Freunden im Multiplayer-Modus um den ersten Platz wetteifern. Als Elf reist er durch das Land und sucht eine Vielzahl von Städten auf. Der Weg führt durch Gebirge und Wüsten, über Flüsse, durch Wälder und Steppen. Das

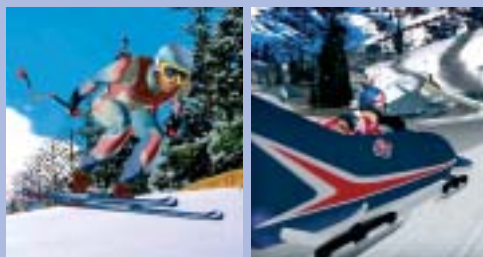
Spieler einen Ortsstein, der ihm beim Hohen Rat als Nachweis dient. Hier warten auch kleine Zusatzspiele auf ihn, in denen er sein Geschick beweisen muß. Eine Partie läuft über vier Runden, in denen möglichst viele Städte erreicht werden müssen. Sieger ist der Spieler mit den meisten Ortssteinen. Das heißt, daß eine sehr sorgfältige Planung der Routen durch das Elfenland unerlässlich ist. Vor Überraschungen ist niemand geschützt, und oft ist das Staunen groß, wenn einer der Mitspieler das eing geplante Transportmittel benutzt, doch dann helfen diverse Zaubersprüche. Die Erweiterung „Elfengold“ bietet

SALT LAKE 2002



Salt Lake 2002 – Das offizielle Video-Game der „Olympischen Winterspiele“

Für PC und PlayStation 2 / Eidos



Das Spielgeschehen bei Salt Lake 2002 erinnert eher an eine Live-Fernsehübertragung als an ein Videospiel. Sechzehn Länder messen sich in insgesamt sechs Sportarten. Salt Lake 2002 ist das einzige offizielle Videospiel zu den olympischen Winterspielen in Salt Lake City. Es bietet verschiedene Spielmodi wie olympisch, klassisch, Wettkampf und Freestyle in den authentischen Landschaften und Wettkampfstätten der olympischen Winterspiele, verbunden mit einem packenden Live-Kommentar. Das Spiel ist so realistisch gestaltet wie bisher kein anderes vor ihm. Die Animationen der Athleten beinhalten sogar Gesichts- und Fingerbewegungen. Physikalische Berechnungen in Echtzeit, „Inverse Kinematics“ und „Physical Modelling“, sorgen dafür, daß z. B. die Knie der Skiläufer Unebenheiten der Piste ausgleichen oder dämpfen.

Die sechs offiziellen Disziplinen sind: Abfahrtslauf Herren, Zweierbob, Slalom Damen, Freestyle Damen, Skispringen 120 m Schanze, Snowboard und Parallel-Riesenslalom Herren. Das Spiel bietet eine Auswahl verschiedener Spielmodi für einen oder mehrere Spieler: Olympisch, Klassisch, Wettkampf oder Freestyle. Alle Wettkämpfe und Schauplätze sind detailgetreu simuliert, dabei wurden sämtliche Landschaften mit Hilfe von Satellitenaufnahmen genauestens am Computer nachgebaut. Das Spiel bedient sich neuester Motion-Capturing-Technologie, um die Bewegungen der virtuellen Sportler vollkommen realistisch aussehen zu lassen.



Salt Lake 2002 ist ein vollkommen realistisches und packendes Spiel. Dieses Spiel überzeugt nicht nur im Singleplayer-, sondern auch im Multiplayer-Modus. Und Olympia macht einfach mit mehreren Spielern noch einmal zusätzlich mehr Spaß. Einfach genial – die Spiele können beginnen.

UVP: 45,95 € (PC), 64,95 € (PlayStation 2)



Headhunter Kopfgeld für Kriminelle

PlayStation 2 / Sega

In näherer Zukunft hat die Polizei, wie wir sie kennen, ausgedient. Im Kampf gegen das organisierte Verbrechen nutzt das „Anti-Crime-Network“ private Kopfgeldjäger, um für Recht und Ordnung zu sorgen. Diese Einheit, bestehend aus erfahrenen Elite-Spezialisten, wird auf Kriminelle angesetzt und ist bei der Verfolgung von Straftaten äußerst erfolgreich. Einer dieser „Headhunter“ ist Jack Wade. Eines Tages bekommt er den Auftrag, den Mordfall des „ACN-Leiters“ aufzuklären. Während der Mission geht jedoch etwas schief und Wade verliert sein Gedächtnis. Es beginnt ein nervenaufreibender Thriller, der die Wahrheit ans Licht fördern wird.

Der Spieler schlüpft in die Rolle des draufgängerischen Kopfgeldjägers Jack Wade im Kampf gegen Drogen-

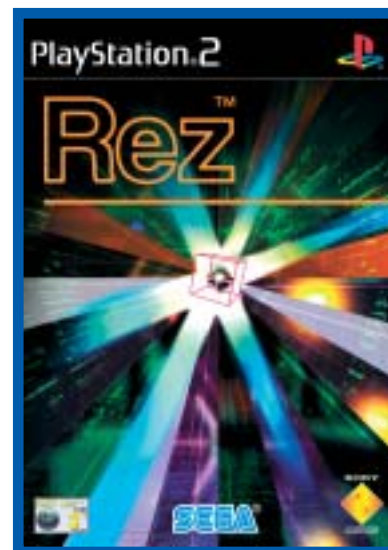
bosse und Organschleier. Die Story in „Headhunter“ verknüpft auf intelligente Weise fordernde Räselemente mit explosiver Action und läßt den Spieler aufgrund der fesselnden und dichten Atmosphäre bis zum Ende nicht mehr los. Abgerundet wird das Kino-ähnliche Erlebnis durch den fulminanten Soundtrack, welcher von einem professionellen Orchester aufgezeichnet wurde.

UVP: 59,95 €

Rez Phantastische Klangwelten

PlayStation 2 / Sega

Mit Rez läßt Sony Computer Entertainment den Spieler in phantastische Klangwelten abtauchen.



Das innovative Spiel besitzt schon jetzt Kultcharakter und gilt unter Techno-Anhängern als perfekte Kombination von akustischen und visuellen Effekten. Anfänglich aufgebaut wie ein simpler Shooter,

entwickelt Rez mit zunehmender Spieldauer eine ungeheure Spiel-tiefe und Motivation.

Es gilt, sechs umfangreiche Level zu meistern. In jeder Welt trifft der Spieler dabei auf exklusive Music-Tracks einiger der besten Techno-Künstler. Der Spieler steuert eine Spielfigur durch die virtuellen Welten eines Computers. Ziel ist es, den mächtigen Zentral-Prozessor zu wecken. Auf dem Weg dahin muß der Spieler mittels Laser-Einsatz eine Vielzahl digitaler Gegner besiegen. Die so freigesetzten Töne ändern jeweils den Rhythmus sowie die visuellen Hintergründe.

UVP: 59,95 €



Silent Scope 2

Fatal Judgement

... den Finger
am Abzug!

Für PlayStation 2 / Konami

Die Scharfschützen-Action geht weiter. Nach dem erfolgreichen ersten Teil ist der Nachfolger des Spielhallen-Hits nun endlich für die PlayStation 2 erschienen. Von ihrem Reiz hat die Spielidee dabei nichts eingebüßt – zusätzliche Features, eine komplett neue Handlung sowie der Zwei-Spieler-Modus machen Silent Scope 2 für Fans und Neueinsteiger interessant.

Auf dem heimischen Bildschirm wird diesmal Großbritannien bedroht; die Regierung muß auf ihre Elite-Truppe zurückgreifen und diese in den Kampf gegen arglistige Gegner schicken. Als Scharfschütze ist es der Auftrag des Spielers, die Verbrecher gezielt auszuschalten. Dabei sind zwei Charaktere anwählbar – die Handlung wird dementsprechend aus unterschiedlichen Blickwinkeln dargestellt.

Eine garantiert spannende Neuerung ist der i.LINK-Modus: Via i.LINK-Kabel spielt man entweder miteinander oder gegeneinander im Duell-Modus mit einem weiteren menschlichen Spieler. Neben dem Arcade-Modus sorgen außerdem noch Original-, Trainings- und Shooting-Range-Modus für Höchstspannung.

Warioland 4 Game Boy Advance

Grimmig bleckt er die Zähne, und sein Dali-Schnurrbart zittert himmelwärts. Aber was Bösewicht Wario in Rage bringt, versetzt Game Boy Advance-Spieler in pures Entzücken: die kniffligen Rätselaufgaben von „Warioland 4“, dem ersten Titel der gleichnamigen Erfolgsserie, den die Spieleentwickler von Nintendo für das Nachfolgemodell des Game Boy Color entworfen haben. Auf seiner Schatzsuche hat es Wario diesmal in die Labyrinth geheimnisvoller Pyramiden verschlagen. Dort stellen sich ihm ungezählte Hindernisse in den Weg: tückische Fallen, knifflige Rätsel und ausgebuffte Gegner. So weit, so ärgerlich, denkt sich der cholerische Anti-Held. Was ihn aber wirklich auf die Palme bringt, ist, daß Nintendos Software-Schmiede ihm seinen Job so schwer gemacht hat wie noch nie. Denn das 64 Mbit-Modul für den neuen Game Boy Advance bietet Platz für das größte und weitläufigste Warioland, das es je gab. Auf sage und schreibe 20 verschiedenen Spielebenen und in zahlreichen Minispielen muß Wario sich diesmal abmühen. Und anders als früher ist er nicht mehr unverwundbar. Vielleicht stimmt es ihn etwas gnädiger, daß die Energie des Game Boy Advance auch seine eigenen Fähigkeiten beflügelt. Beim Power Angriff und in seinen zahllosen Verwandlungsformen zeigt sich Wario jedenfalls in Bestform. Außerdem wird er ja auch noch von den Game Boy Advance-Spielern unterstützt. Bei einigen Minispielen können bis zu vier von ihnen gleichzeitig an den Start gehen. Darüber hinaus bietet „Warioland 4“ zwei verschiedene Schwierigkeitsgrade für Anfänger und Profis.

Der Spieler kann sich außerdem an trickfilmreifen Animationen erfreuen, an detaillierten Grafiken, außergewöhnlich gestalteten Spielwelten und an beeindruckenden Spezialeffekten, wie Regengüsse und Sonnenschein. „Warioland 4“ ist ganz einfach ein Spielvergnügen, das für Jump'n'Runs im Handheld-Bereich Maßstäbe setzt.

Lanz



PoS-MAIL-Aktion 12/2001: Mit Gewinn ins neue Jahr!

And the Winner is...



In der Dezember-Ausgabe PoS-MAIL 2001 haben wir Ihnen die Möglichkeit geboten, an unserer Gewinnaktion, verbunden mit einer Leserbefragung, teilzunehmen. Die Gewinner stehen nun fest. Wir haben uns über die außerordentlich hohe Teilnahmezahl gefreut. Sie, liebe Leserinnen und Leser, haben uns mit Ihren offenen und kritischen Meinungen wichtige Impulse vermittelt. Viele positive Feedbacks haben uns erreicht. So wurde die PoS-MAIL von Ihnen fast immer als informativ, gut recherchiert und aktuell bezeichnet. Insbesondere der Themenmix aus den verschiedenen Branchen wie Telekommunikation, Foto, UE, IT und Games ist auf positive Resonanz gestoßen und hat uns

gezeigt, daß wir den Bedürfnissen unserer Leser gerecht werden. Aber auch Ihre Verbesserungsvorschläge motivieren und inspirieren uns, weiterhin die PoS-MAIL für Sie so leserfreundlich und informativ wie möglich zu gestalten. Während einige Leser das Format der Zeitschrift als etwas unhandlich empfunden haben, sahen andere dank der großzügigen Layout-Gestaltung Vorteile in der Übersichtlichkeit der Inhalte. Wir möchten für Sie nach wie vor eine Fachzeitschrift „mit Format“ bleiben und danken hiermit allen Teilnehmern für so viel Lob und Offenheit, herzlichen Glückwunsch an alle Gewinner, und nochmals einen ganz besonderen Dank an die Sponsoren.



Gewinner der leistungsfähigen ISDN-Tk-Anlage **Agfeo AC 14 Webphonie** ist **Martin Zilligers**, Media Store Zilligers, aus Düsseldorf.



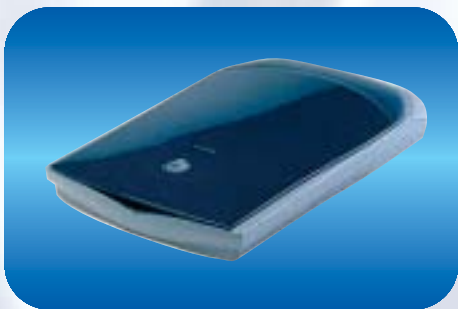
Andreas Jungnick, Fa. Brömmelhaupt, aus Gallinchen kann dank der **AVM FRITZ! CardPCI v2.0** seinen PC nun einfach und schnell mit den Funktionen einer ISDN-Kommunikationszentrale ausstatten.



Die stylische **Canon Ixus II** hat **Ulrich Vohrer**, NEC Deutschland GmbH, Ismaning, gewonnen.



Eines der Spitzenmodelle aus dem Hause Casio, die **Casio QV-4000-4.13-Megapixel-Digitalcamera**, hat **Harald Dens**, Bayer Chemie Services, aus Köln gewonnen.



Scannen mit **CanoScan D646U** darf in Zukunft **Dirk Naas**, GOV Pro, aus Krefeld.



Lichtechte Ausdrücke in hoher Qualität bieten sich bald **Rainer Schubert**, Fa. W. Jokesch GmbH, Düsseldorf, mit dem **Canon S 300**.



Für die mobile Freiheit sorgt das **Cullmann VarioCom 2NT**. Gewinner der Freisprechanlage ist **Thorsten Warnecke**, Media Markt, Berlin.



Den schnittigen Satellitenempfänger **Daewoo DSD-9230E** hat **Dieter Hoffmann**, Radio Hoffmann, aus Wermelskirchen gewonnen.



Gewinner des komfortablen ISDN-Multi-Phones **Elmeg C200d@ ta** ist **Detlef Wolbert**, Fa. Wegert, Berlin.



Digitalen Fotospaß mit der **Fujifilm FinePix 6800 Zoom** wünschen wir **Daniel Gerder**, SCED, aus Neu-Isenburg.



Große Datenmengen speichern kann zukünftig **Ludger Korthoff**, EP: Korthoff, Ahaus, mit dem **Fujitsu DynaMO 640U**.



Gewinnerin des hochwertigen DVD-Players **Grundig Xenaro GDP 615** ist **Flurina Weber** aus Forchheim.



Für das Kino-Erlebnis in den eigenen vier Wänden sorgt der **DVD-Receiver Hitachi HTDK-150E**. Herzlichen Glückwunsch, **Michael Herzberg** aus Prezelle.



Den ultraflachen **LCD-TV LE15A10** von **LG** hat **Peter Wienhöfer**, HiFi Studio 9, Wuppertal, gewonnen.



Das schnurlose DECT-Telefon mit zahlreichen Features, **Loewe Alpatel 400 DE**, hat gewonnen: **Gernot Briegert**, Fa. Meuro, aus Bochum.



Gewinner des neuen Design-Sterns am Motorola Handy-Himmel, des **Motorola V60**, ist **Günther Bergen**, Fa. Wiesen Havern, aus Hamburg.



Der **Nokia Media-Master 9470 S** ist das ideale Einstiegsgerät in die Welt des Digitalen Fernsehens. Viel Spaß, **Karl-Heinz Paulsen**, Fernseh Paulsen, aus Meldorf.



Zahlreiche technische Features und ein extravagantes Design bietet das **Nokia 8310**. Der Gewinner ist: **Horst Hansen**, Karstadt AG, Flensburg.



Fernsehen, E-Mails schreiben und im Internet surfen, und das alles bequem von der Wohnzimmercouch aus. Der **Panasonic TU-DSF41** macht's möglich. Den Universaldecoder samt **Infrarot-Tastatur** hat **Gerhard Henke**, Fernseh-Henke, aus Springe.



Die Software für Hobbyfilmer und Fotografen. Mit **Pinnacle Express** können Bilder archiviert, sortiert und anschließend auf CD gebrannt werden. Pinnacle hat für die PoS-MAIL-Aktion 15 Software-Pakete zur Verfügung gestellt. Die Gewinner sind: **Werner Bayer**, Metro, Nürtingen; **Sven Thiele-Derpsch**, Saturn, Reutlingen; **Jens Trögel**, Kaufhof Warenhaus AG, Hof; **Jan Weber**, Media Markt, Rosenheim; **Jörg Förtsch**, Pro Markt, Kulmbach; **Gerd Grün**, Quelle Technik Center, Remscheid; **Heiner Meilhaus**, Elektro Meilhaus, München; **Sascha Bachmann**, Expert Radio Bachmann, Schneeberg; **Norbert Meyer**, Meyer Electronic, Lübeck; **Reno Puschnerus**, Quelle Technik Center, Gera; **Ulrich Kisling**, Rinsche GmbH, Hamm; **Oliver Roth**, Tritsch Computer GmbH, Göttingen; **Jörg Kramer**, Fernsehfachhandel, Leipzig; **Karin Schnitzer**, D2-Shop Conrads, Jülich und **Jean-Francois Martial**, Foto Klinke, Berlin.



Action und Spaß mit den **Power-Bikes** gesponsort von **Premiere** wünschen wir: **Eberhard Schauer**, LG Electronics GmbH, Willich, und **Sebastian Zwetz**, Interfoto, München.



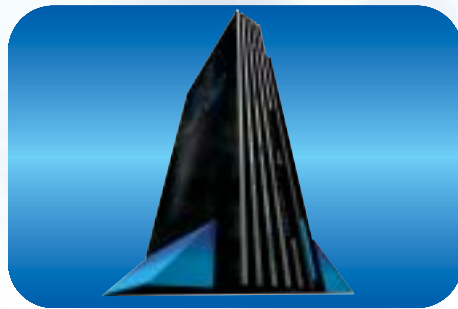
In edlem Design und mit integriertem DVD-Player präsentiert sich der **Samsung DW-21G6VD**. Gewonnen hat: **Volker Hampel**, Radio Dammer in Kempen.



Die kleine leistungsstarke **XL 3000 Design Micro-Anlage** von Sharp hat sowohl für das Ohr als auch für das Auge was zu bieten. Herzlichen Glückwunsch, **Bärbel Schöps**, triplex neue medien GmbH, aus München.



Neueste Mobilfunktechnologie, verbunden mit den bewährten Eigenschaften eines modernen Business-Handys, zeichnen das **Siemens ME45** aus. Der Gewinner ist: **Volker Müller**, Media Markt, Nürtingen.



Spaß und Spannung mit dem Nachfolgemodell der **Sony Playstation 2** wünschen wir **Stephan Brieden**, Pro Foto Schrammen GmbH, aus Recklinghausen.



Mit dem Wega-TV **Sony KV-24 KLS35** hat **Joachim Heitkämper**, Mega Company, Backnang, den idealen Zweitfernseher gewonnen.



Die bedienungsfreundliche Kfz-Freisprechanlage **THB Comfort** geht an **Diana Erb**, Tele&more, aus Fulda.



Der DVD-Player **Thomson DTH 5000** spielt auch persönliche Sampler im MP3 Format ab. Herzlichen Glückwunsch, **Marcel Wünsche**, Expert Schuster, Wernigerode.

Haben Sie auch einen der vielen Preise abgestaubt ?

Herzlichen Glückwunsch!

PoS-MAIL – Ihr Gewinn!



Auch in Zukunft gilt:

Ihre Meinung zählt!

www.fotolabor.de ☎ 0228-623177

Wir bieten

Foto-/Journalisten

(auch freiberuflich und Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei, Fachliteratur und -informationen, u. U. Ausstellung eines Presseausschnitts, 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

Gebietsleiter Consumer Electronics,
48 Jahre, sucht ab 2002 neuen
Aufgabenbereich im Raum Nieder-
sachsen bzw. bundesweit.
Langjährige Außendienstenerfahrung,
EDV-Kennntnis, Branchenkenntnis.
Chiffre 4102052

Sales Manager: Erfahrungen im B-to-B, B-to-C und B-to-D; Budgetverantwortung, unternehmerisch denkend und handelnd, durchsetzungsstark, ziel- und teamorientierter Führungsstil, erfolgreich in der Erschließung neuer Geschäftsfelder, verhandlungssicheres Englisch, sucht neue, berufliche Herausforderung in nationaler oder europäischer Verantwortung.
Chiffre: 411202

International expandierender Konzern gehört weltweit zu den führenden Herstellern von Car-Audio Systemen und ist im Wachstumsmarkt der Car-Navigation professioneller Partner und Ausrüster der Automobil-Industrie.
Das Vertriebsbüro in Stuttgart sucht zum schnellstmöglichen Eintritt mehrere

Ingenieure (m/w) für den Bereich Produktentwicklung

Ihre Aufgaben:

Zwischen der Automobilindustrie und unserer Entwicklungs-Abteilung sind Sie die wichtige und kreative Schnittstelle in der Umsetzung der Produktentwicklungen. Sie sind die treibende Kraft bei diesen Projekten, arbeiten in einem internationalen Umfeld und bringen sich aktiv ein in der Lösung elektronischer und/oder mechanischer Aufgabenstellungen.

Ihr Profil:

Sie haben erfolgreich ein Ingenieur-Studium der Elektrotechnik mit Schwerpunkt Nachrichtentechnik absolviert oder belegen die Studienrichtung Konstruktion/Mechanik. Mit 3D-CAD (CATIA) sind Sie in der Lage, Ihre technischen Ideen umzusetzen. Sie reisen gerne, haben sehr gute Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift und sind mit MS-Office vertraut.

Kennziffer 141

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Produktspezialisten digitale Drucker (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Unterstützung des Produktmanagers bei der Planung und Umsetzung von Präsentationen etc.
- Beratung der Anwender und Unterstützung bei der Problemlösung
- Zusammenstellung von produktspezifischen Informationen für Mitarbeiter und Kunden
- Bearbeitung von Schadensfällen

Ihr Profil:

- Erfahrungen als Produktspezialist, idealerweise im Ink Jet Bereich (Large Format Printer) oder im Investitionsgüterbereich für Photodrucker/Labor
- sehr gute Kenntnisse von Windows, Mac und MS-Office inkl. Powerpoint
- gute englische Sprachkenntnisse
- Belastbarkeit und Teamfähigkeit

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

Kennziffer 163

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Digitaltechniker (m/w) / Foto

Ihre Aufgaben:

- Reparatur aller digitalen Produkte aus dem Bereich Foto
- Fehlerdiagnose und Analyse incl. Erstellung von Kostenvorschlägen
- Endkontrolle
- Durchführung von internen Schulungen

Ihr Profil:

- Ausbildung im Bereich Digitaltechnik oder Radio-/Fernsehtechnik

- erste Berufserfahrung
- Kenntnisse im praktischen Umgang mit Bildbearbeitungsprogrammen
- gute Englischkenntnisse

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

Kennziffer 167

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Einkäufer Digitalprodukte (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Verantwortung für den reibungslosen Beschaffungsprozess
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Vertrieb in bezug auf die Bedarfsplanung
- Abstimmung der Bestellanforderungen mit der ausländischen Produktionsstätte

Ihr Profil:

- betriebswirtschaftliches oder technisches Studium oder vergleichbare Ausbildung
- erste Berufserfahrung im Einkauf und mit Supply Chain Management Systemen
- gute EDV-Kenntnisse und verhandlungssicheres Englisch

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

Kennziffer 166

International operierender Konzern mit Sitz der Deutschen Gesellschaft im Rhein/Main-Gebiet zählt zu den bedeutenden Anbietern von innovativen Produkten und Lösungen der digitalen Bürokommunikation. Der Bereich Marketing sucht zum nächstmöglichen Termin den Mitarbeiter (m/w) als

Produkt Manager Bürokommunikation

Ihre Aufgaben:

- Planung, Implementierung und Umsetzung aller Produktmarketing-Aktivitäten für Druck- und Kopiersysteme
- Verantwortung für die Einführung neuer Produkte und das Life Cycle Management, Preisfindung und Positionierung
- Definition der strategischen Produktmarketingziele
- Erstellung von Vertriebsstrategien in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb, unter Berücksichtigung existierender direkter und indirekter Vertriebswege, Entwicklung neuer Vertriebswege
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Analyse der Produkt- und Kundenanforderungen
- Erstellung des Marketingplans im Einklang mit dem Gesamtmarketingplan des Unternehmens
- Planung der Produktionsstückzahlen aktueller und neuer Produkte in enger Zusammenarbeit mit den Bereichen Administration und Vertriebsplanung
- Organisation und aktive Teilnahme an internen und internationalen Meetings, Messen und Veranstaltungen

Ihr Profil:

- abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL oder technisch orientiertes Studium) mit Schwerpunkt Marketing
- Erfahrung im Bereich Farb-Kopier/Drucksysteme, Farbmanagement
- sehr gute Kenntnisse von MS-Office
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- kundenorientiertes, selbständiges und ergebnisbezogenes Arbeiten

Kennziffer 148

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 Tipps finden Sie auf unserer Website.

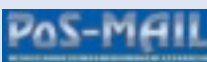


Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH
Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf
Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468
E-Mail: info@bestjob.de
Internet: <http://www.bestjob.de>

Auftrag



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in



- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
 in den Ausgaben

Größe:	Breite 277,0 mm, je mm Höhe	6,15 €*
	Breite 136,0 mm, je mm Höhe	3,08 €*
	Breite 89,0 mm, je mm Höhe	2,05 €*
	Breite 65,5 mm, je mm Höhe	1,54 €*

- unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €*)
- Stellengesuch zum ermäßigten Preis (50% auf die oben angegebenen Stellenanzeigen-Preise, statt 6,15 €* also nur 3,08 €*)
- kostenloses Stellengesuch für Auszubildende (Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)
- *Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.
- Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtigen Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unsere(r) Konto-Nr.:, Bankverbindung:....., BLZ:, abzubuchen.

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/8 Seite im Textteil 615,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigen teil nur 307,50 €*. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 153,75 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 3 v. 01.01.2002.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.



Grundig ist in Europa eines der führenden Unternehmen im Bereich der Unterhaltungselektronik und Marktführer bei TV-Geräten in Deutschland. Mit innovativen Produkten, die von GRUNDIG entwickelt, produziert und weltweit vertrieben werden, gehen wir in die digitale Zukunft. Um den heutigen Erwartungen und Veränderungen des Marktes gerecht zu werden, stellen wir hohe Anforderungen an Fähigkeiten, Leistungsbereitschaft, Kreativität und Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

GRUNDIG steht für innovative Technologie, Qualität und ausgezeichnetes Design. Für unsere Division „Home InterMedia System“ am Standort Nürnberg, Bereich Marketing-Kommunikation, suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

PROJEKTLEITER/IN B2B

Sie berichten direkt der Bereichsleitung Marketing-Kommunikation und verantworten die weitest gehende selbstständige und eigenverantwortliche Planung, Implementierung, Koordination und Weiterentwicklung der B2B-Prozesse. In dieser stark international ausgerichteten Tätigkeit werden Sie von einem Team aus Mitarbeitern aus Marketing, Vertrieb, Logistik und IT der europäischen Vertriebsorganisation unterstützt.

Sie verfügen möglichst über ein abgeschlossenes wirtschaftswissenschaftliches (Fach-) Hochschulstudium, strategisch-konzeptionelle Kenntnisse in Vertrieb und/oder Marketing, Projektleitungserfahrung, ausgeprägte Internetaffinität und die Fähigkeit, internationale Teams mit Durchsetzungsvermögen und Diplomatie zu steuern. Darüber hinaus wünschen wir uns Begeisterungsfähigkeit für die Marke GRUNDIG, hohes Engagement, Reisebereitschaft innerhalb Europas, Kreativität, Flexibilität, fundierte IT-Kenntnisse und die notwendigen Sprachkenntnisse in Englisch.

Wenn Sie gerne in einem hochmotivierten Team arbeiten möchten, bitten wir um Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen an:

Grundig AG
 Personalabteilung, Herrn Wemuth
 Beuthener Str. 43, 90471 Nürnberg
 Telefon 0911/703 74 29
 E-mail: jochen.wemuth@grundig.com

GRUNDIG

Wir verstärken unser Team:

Wir gehören zu den schnellwachsenden, innovativen Unternehmen aus der Unterhaltungselektronik-Branche und bei uns dreht sich alles um unsere Kunden.

Auszubildende/r

zur/m Kauffrau/mann im Einzelhandel, 1.8.2002

Für Multimedia und Unterhaltungselektronik

Wir nehmen nur Leute, die

- wissen, wie man mit Elektronik andere begeistern kann, oder aber die „fette“ Gehirnzellen haben, dies möglichst bald zu lernen
- selber arbeiten können und nicht nur verteilen wollen
- den Kunden nicht nur im Laden „entdecken“, sondern ihn auch freundlich bedienen wollen
- alles im Griff behalten, auch wenn's mal wieder unmöglich erscheint
- fünf Tage die Woche bei uns im Laden bleiben – natürlich auch samstags
- mindestens einen Fachoberschulabschluss haben und 18 Jahre alt sind

Wir bieten:

- tatsächlich Geld am Ende des Monats
- jeden Tag neue Kunden mit neuen Fragen
- noch mehr junge dynamische Leute zum Mitarbeiten
- und dann noch diese Schulungen, bei denen man seinen Grips sogar noch aufstocken kann

Ein Team netter Kolleginnen und Kollegen erwartet Sie. Richten Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an:



Herrn Wittmer
 Kaiserswerther Str. 95, 40880 Ratingen

„People before Products“ Diese Firmenmaxime gilt für alle Mitarbeiter von Panasonic. Denn schließlich wird der Erfolg eines Unternehmens von den Menschen bestimmt, die dort arbeiten. Interessiert? Dann verstärken Sie unser Marketing-Team in Wiesbaden als

Product-Manager/in PBX und DECT/Home Products (HiFi/DVD/VTR)

Das erwartet Sie: In beiden Funktionen sind Sie verantwortlich für die paneuropäische Marketingstrategie. Dazu gehört u.a. die europaweite Preisgestaltung und Markt- u. Konkurrenzanalysen.

Das bringen Sie mit: In beiden Positionen setzen wir ein betriebswirtschaftliches Hochschulstudium mit Schwerpunkt Marketing voraus. Sie sind bereits seit mehreren Jahren im Geschäft, sprechen und schreiben sehr gut Englisch und sind fit in MS Office.

Das wird Sie freuen: Nach einer umfassenden Einarbeitung finden Sie bei uns anspruchsvolle Aufgaben in einem internationalen Umfeld. Wir zahlen ein aufgaben- und leistungsgerechtes Gehalt und bieten ansprechende Sozialleistungen. Am besten Sie bewerben sich gleich (unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung) bei

Panasonic Panasonic Marketing Europe GmbH • Personalabteilung, Herrn Nazarian • Winsberggring 15 • 22525 Hamburg.
 Internet: www.panasonic.de • E-Mail: amir.nazarian@pdg.panasonic.de.

VERKAUFSLEITER

38 J., engagierte Führungspersönlichkeit, innovativ, kundenorientiert, flexibel. Umfangreiche langjährige Vertriebserfahrung sowohl im Investitions- als auch im Konsumgüterbereich. Erfahrung in den Bereichen Marketing und Werbung, gutes technisches Verständnis, umfangreiche sehr gute PC- und Englischkenntnisse. Sucht neue verantwortungsvolle Betätigung im Vertrieb mit Führungsaufgabe.
 Chiffre 4102742

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:

Karin Engemann

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
 Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1615-0635



Suizid-Hacker rammt Server HighTower

In einer Studie des Außen- und des Verteidigungsministeriums, über die „Der Spiegel“ berichtete, warnen Experten der Bundesregierung vor der Möglichkeit terroristischer Angriffe auf Versorgungs- und Kommunikationseinrichtungen über das Internet: „... der Bedrohung für Staat und Wirtschaft durch Cyber-Krieger: Das Internet bietet perfekte Arbeitsbedingungen für Terroristen. Politisch motivierte Attacken seien seit dem 11. September nicht mehr auszuschließen.“ Und was schlägt die 16-seitige Expertise vor, um „den Gefahren gezielter Eingriffe an besonders neuralgischen Punkten, wie Telekommunikation, Strom-, Gas- und Ölversorgung und dadurch verursachten, sich gegenseitig aufschaukelnden Ausfallerscheinungen, die das gesellschaftliche Leben lahmlegen“ vorzubeugen und sie zu bekämpfen? Nein, nicht sinnvoll koordinierte Maßnahmen durch Firmen, Diensteanbieter und Internetprovider, um die Sicherheit und Integrität von Servern und Netzwerken zu erhöhen, sondern „den Aufbau einer nationalen Sicherheitsbehörde, die Notfallpläne erarbeiten und in Kraft setzen kann“, berichtet „Der Spiegel“, dem die Studie vorliegt. Und, wir haben es schon geahnt: „Die Abwehr des Cyber-Terrorismus werde teuer. Deutschland müsse mehr Geld für Schutztechnologie ausgeben“, fordert die Studie. „Das Gefahrenpotential eines terroristischen Cyber-Wars zu mißachten, könnte sich in zukünftigen Konflikten bitter rächen.“ Große Aufgaben haben Vorrang. Nun dürfen wir wohl nicht mehr darauf hoffen, daß die Bundes-Experten noch Zeit dafür haben, endlich die Computer der Landeskriminalämter kompatibel mit dem Bundeskriminalamt zu vernetzen oder nach zwei Jahren Diskussion zu entscheiden, ob der Bundestag zukünftig Windows oder Linux als Betriebssystem einsetzen soll. *evo*



Genion
Sie sind frei.

**Machen Sie es
Ihren Kunden
leicht!**

**Neu: Genion Mobile-Option.
Einheitliche Preise in alle
deutschen Handy-Netze.¹**

- Für alle, die häufig in andere Mobilfunknetze telefonieren
- Alternative zu den Tarifoptionen City und Local²

Mehr Informationen unter:
www.viaginterkom.de/vertriebspartner

VIAG Interkom

¹ Gilt für alle Genion Tarife (außer Genion Starter) bei der Wahl der Mobile-Option für Gespräche innerhalb Deutschlands zu den Mobilfunknetzen D1, D2, E-Plus und VIAG Interkom (außer Sonderrufnummern, Rufumleitungen, Abfrage der eigenen Mailbox). Das Genion Duo-Gespräch kostet weiterhin 0,08 €/Min.

² Der Wechsel zu bzw. von der Mobile-Option ist über die Kundenbetreuung Tel.: 01 79/5 52 22 (kostenlos im VIAG Interkom Mobilfunknetz und D1-Netz) zum Preis von 12,78 € pro Wechsel oder über www.genion.de zum Preis von 2,56 € pro Wechsel möglich.