

INHALT

Persönliches Reisebüro:	
Laptop und Notebook	...S. 8
„e-day“ von arxes und E-Plus zeigt innovative mobile Kommunikation	...S. 11
Ericsson startet neue Veranstaltungsreihe	...S. 12
Motorola zeigte CeBIT-Neuheiten in Stockholm	...S. 14
Ingram Macrotron baut E-Business-Angebot aus	...S. 15
Callino bietet Alternativen im Ortsnetz	...S. 17
Neue digitale Camcorder von JVC für Foto und Film	...S. 18
Premiere der Heiva in Köln: Faszination Heimkino	...S. 19
Philips hat fast alle Unternehmensziele für 2000 erreicht	...S. 20
Emnid-Befragung bestätigt erfolgreiches Partnerschaftskonzept von Premiere	...S. 22
LG Electronics ist fit für die Zukunft	...S. 23
Loewe Fernsehgeräte als medialer Mittelpunkt	...S. 26
Neues von MP3	...S. 28
DivX;-) speichert Kinofilme auf CD	...S. 29
Games	...S. 24, 25
Telekom-Nachrichten	...S. 10, 11, 12
Neuheiten	...S. 6, 21, 22, 23
Telekom-Neuheiten	...S. 16
Aktuelles	...S. 6, 13, 18
Kleinanzeigen	...S. 30
No(?)sense	...S. 31
Impressum	...S. 31

Drucker, Fax-Geräte, Kopierer und Scanner – Alleskönner

Das digitale Büro



Ob im Büro oder im Home-Office-Bereich – das digitale Zeitalter bietet zahlreiche neue Möglichkeiten, den Kommunikationsprozeß zu beschleunigen, effektiver und auch wirtschaftlicher zu gestalten. Die Hersteller überraschen ständig mit Produkt-Innovationen. Eine optimale Nutzung von Synergieeffekten ist kein in der Ferne liegendes Ziel mehr, sondern Merkmal einer neuen Gerätegeneration. Im platzsparenden und ansprechenden Design und mit ihren multifunktionalen Fähigkeiten steht bei den neuen Faxgeräten, Scannern, Kopierern und Druckern auch häufig ein gutes Preis-/Leistungs-

verhältnis im Vordergrund. Die Forschung und technische Entwicklung für Produkte im Small- und Home-Office-Bereich macht große Fortschritte. Die Industrie investiert Milliarden, um die kleinen „Alleskönner“ immer wirtschaftlicher und anwenderfreundlicher zu gestalten. Hiroshi Nintanda, Chief Executive, BJ Products der Canon Inc., kündigte auf einer Pressekonferenz im Oktober letzten Jahres an, daß Canon in den nächsten drei Jahren eine Summe von fünf Mrd. US-Dollar in die Entwicklung von Imaging Produkten wie Digitalkameras, Scanner und Tintenstrahldrucker investieren werde.

Canon verfügt über eine Vielzahl von Produkten für den In- und Output-Bereich. Die Palette reicht vom Tintenstrahldrucker für den Einsteiger-Bedarf bis hin zum Kopierer mit Finishing-Funktionen. Im Kopierer-Segment ist das Unternehmen Marktführer. Mit dem paneuropäisch eingesetzten Unternehmens-Claim „Imaging across networks“ setzt Canon Akzente im großen Markt der Informations- und Kommunikationstechnologie. In ihm spiegelt sich der Trend zur

Vernetzung wider: Fotokamera, Camcorder, Drucker und Computer bilden ein geschlossenes System. Bilder und Dokumente werden digital miteinander verknüpft und via Internet in die Welt geschickt. Canon hat mit den Entwicklungen der letzten Jahre nicht nur Schritt gehalten, sondern auch Trends gesetzt. Canons Bubble Jet Technologie hat das Drucken schneller, einfacher und preiswerter gemacht, und die multifunktionalen Power-Stations gestalten die Bürowelt

einfacher. Mit ihnen können die Funktionen Drucken, Faxen, Kopieren und Scannen in einem System vereint werden. „Alle Erfahrungen, die wir im professionellen Office-Bereich machen, kommen den kleinen Geräten zugute“, erklärte Dr. Oliver Fix, Marketing Director der Canon Deutschland GmbH, in einem Gespräch mit PoS-MAIL. „Canon hat sich im Small-Office und Home-Office-Segment zum Ziel gesetzt, Produkte zu bieten,

die sich durch die Faktoren Druckgeschwindigkeit, Qualität der Ausdrucke, niedrige Produktionskosten und Miniaturisierung auszeichnen. Daß wir einen sehr großen Wert auf Wirtschaftlichkeit legen, beweist auch unsere Single Ink Technologie“, erklärte Dr. Fix. Canon Single Ink ermöglicht es, jeden Farb-Tintentank im Druckkopf separat auszutauschen. In der Praxis sind die Druckfarben nie zur gleichen Zeit aufgebraucht. Der Verbrauch der einzelnen

Persönliches Reisebüro

Notebooks werden immer kleiner und weisen einen stetig steigenden Leistungsumfang aus. PoS-MAIL zeigt einige der derzeit interessantesten Modelle. ... S. 8



Motorola zeigte CeBIT-Neuheiten

Das Stockholmer MAGNet-Centre von Motorola war Schauplatz eines CeBIT-Briefings, in dessen Rahmen das Unternehmen seine Messe-neuheiten vorstellte. ... S. 14



Callino bietet Alternativen im Ortsnetz

Seit Sommer 1999 hat die Münchner Callino GmbH ein flächendeckendes Telekommunikationsnetz für Privat- und Geschäftskunden aufgebaut. ... S. 17



Loewe TV-Geräte als medialer Mittelpunkt

Mit inzwischen zwei Baureihen treibt Loewe die Weiterentwicklung seiner gesamten TV-Gerätepalette zu zukunftsweisenden Multimedia-systemen neu voran. ... S. 26



Farben in Abhängigkeit von den gedruckten Dokumenten ist unterschiedlich. Mit Single Ink liegt der Spar-Effekt jedoch auf der Hand: Der Inhalt jedes Farbtanks kann vollständig verbraucht werden. Wie schon in der Januar-Ausgabe von PoS-MAIL berichtet, hat das Unternehmen auf einer Pressekonferenz

Ende letzten Jahres fünf neue Tintenstrahldrucker vorgestellt. Die neuen Canon Drucker werden in Zukunft nicht mehr unter dem Namen „Bubble Jet“ vertrieben, sondern unter der Bezeichnung „S“. Vom Heimanwender, über den Foto-Fan, bis hin zum Büro-User spricht die neue „S-Linie“ die

verschiedensten Anwendergruppen an. Die neuen Geräte von Canon stehen am Anfang einer Strategie, mit der das Unternehmen die Marktführerschaft in den Bereichen PC-Drucker, Foto-Drucker sowie im pc-losen Druckermarkt anstrebt. Was sich heute noch im Bereich der technischen Möglichkeiten als Zukunftsmusik anhört, rückt in unmittelbare Nähe.

Bluetooth als wichtiger Standard

Es ist abzusehen, daß sich Bluetooth als wichtiger Standard für die Kommunikation von elektronischen Geräten durchsetzen wird. Schon auf der vergangenen CeBIT war Bluetooth ein wichtiges Stichwort, und es ist auf der diesjährigen Messe mit Spannung zu erwarten, was sich Neues an technologischen Entwicklungen in Verbindung mit dem kabellosen Standard getan hat. Dr. Oliver Fix ist der Ansicht, daß Bluetooth auch bei den Produkt-Innovationen von Canon eine wichtige Rolle spielen wird. „Als führender Anbieter von Kopierern und Druckern haben wir Bluetooth zu einem wichtigen Standard für unsere Produkte erklärt. Von einem Stand-Alone-Anbieter bewegen wir uns zu einem Anbieter von Lösungen. Beginnend mit der Beratung und Analyse bestehender IT-Zusammenhänge bis hin zu einer optimierten Lösung.“ Hier wird die Philosophie von Canon deutlich: „Imaging across networks“.



„Wir haben Bluetooth zu einem Standard für unsere Produkte erklärt“, so Dr. Oliver Fix, Director Marketing der Canon Deutschland GmbH.

Unterstützung auf der ganzen Linie

Der Fachhandel zählt für Canon zu einem der wichtigsten Vertriebskanäle. „Bei allen unseren Vertriebskanälen spielt die Beratungskompetenz eine entscheidende Rolle“, so Dr. Oliver Fix. „Wir unterstützen unsere Vertriebspartner mit zahlreichen Marketing-Aktivitäten. Dazu gehört unter anderem eine große Auswahl an klassischen Abverkaufsmaterialien und Unterstützung durch Promotion-Teams. Auch via Internet stehen verschiedene Tools zur Verfügung. Zudem entlastet Canon den Handel, indem dem Endverbraucher eine Service-

Hotline geboten wird, die ihn bei technischen Fragen unterstützt. Canon sieht im Handel einen starken Partner, der in der Lage ist, dem Kunden die Produkt-Innovationen nahe zu bringen. Offenheit für die neuen Technologien seitens des Fachhandels ist für uns von großer Bedeutung. Die Händler, die bereit sind, sich mit technischen Innovationen auseinanderzusetzen, werden von Canon mit besonderer Unterstützung honoriert. Es ist wichtig, in diesem Bereich über den Teller- rand hinaus blicken zu können“, so Dr. Fix.

miz



Das digitale Komplettsystem Di 151

Minoltas neues Digitalkomplettsystem Di 151

Mit Minoltas Office System Di 151 können nun auch kleinere Unternehmen die Kosten – und Produktivitätsvorteile modernster Digitaltechnologie nutzen. Zugeschritten auf die Office-Anforderungen von sechs bis acht Mitarbeitern, gibt das preisgünstige Einstiegsmodell der Digitalkopierer-Serie Minolta Di 15 DIN A4 Kopien pro Minute in 600 dpi-Digitalqualität bei 256 Graustufen aus. Das Gerät ist mit einem 8 MB Arbeitsspeicher ausgestattet, der optional bis auf 40 MB für rund 150 Seiten erweitert werden kann. Der Digitalspeicher ermöglicht das Arbeitsprinzip „Einmal scannen – Vielfach drucken“. Als kostensenkend erweisen sich für den So-Ho-Anwender die zahlreichen digitalen Zusatzfunktionen des Office-Systems Di 151. Mit Hilfe des Zooms, der Ein-Prozent-Schritte von 50 bis 200 Prozent erlaubt, sowie der mit aufgerüstetem Speicher möglichen

Zwei auf Eins-Kopierfunktion, läßt sich der Papierverbrauch verringern. Darüber hinaus bietet das Office System ebenfalls bei aufgerüstetem Speicher eine elektronische Sortierfunktion, die geordnete Kopien ohne Extra-Sorter ermöglicht. Nach dem Baukastenprinzip läßt sich das Office System Di 151 schrittweise in ein digitales Multifunktions-system verwandeln. So bietet Minolta für das System eine optionale Faxeinheit mit Flachbettscanner, Super G3 Modus, 33.600 bps Modem, JBIG Codierung und Mailbox an. Neben Speicherübertragung und Rundsenden erlaubt die zusätzliche Faxfunktion auch die Faxübertragung von dicken Büchern und Magazinen direkt über das Vorlagenglas. Zusätzlich oder alternativ kann das Office System Di 151 mit dem optio-

nen Druckercontroller Pi 1501 ausgestattet und als 15 Seiten schneller Netzwerklaserdrucker unter Windows eingesetzt werden. Das Office System Di 151 ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 3.190,- DM.

Gute Zeiten – schlechte Zeiten

Am 1. Februar gaben die Spitzenvertreter der GfU, des Fachverbandes CE im ZVEI und der Messe Berlin auf einer Pressekonferenz den offiziellen Startschuß zur IFA 2001. Vom 25. August bis 2. September dieses Jahres werden erstmalig mehr als 900 Aussteller aus über 30 Ländern auf dem 160.000 qm großen Areal unter dem 75 Jahre alten Funkturm vertreten sein. Damit wird die Internationale Funkausstellung zu einem echten Spiegelbild dessen, was man unter dem Begriff „Neue Consumer Electronics“ zusammenfaßt. Dazu gehören die klassische Unterhaltungselektronik, Computerspiele, das Thema Telekommunikation in seinen vielfältigen Spielarten, die Welt der PCs und – als IFA Premiere – ein breites Content-Angebot. Besonders die Wichtigkeit der letzteren Kategorie dürfte in Zukunft weiter steigen: Im Zeitalter der Digitaltechnik wird die Anwendung der Geräte wesentlich von Inhalten, Programmen und Dienstleistungen definiert.

Dabei blicken die Verantwortlichen mit berechtigtem Optimismus auf die IFA: Im Jahre 2000 wurden 37,5 Milliarden DM in Deutschland für Produkte der Consumer Electronics ausgegeben – 10 Prozent mehr als im Vorjahr. Mit 18,3 Milliarden war die klassische Unterhaltungselektronik inklusive Videospiele und Konsolen mit 3 Prozent im Plus; DVD-Spieler legten sogar um 144 Prozent zu. Für Handys wurden mit rund 2,5 Milliarden DM 112 Prozent mehr als 1999 ausgegeben. Zusammen mit einem 6prozentigen Zuwachs bei schnurlosen Telefonen bescherte das dem Gesamtbereich Telekommunikation einen Zuwachs von 43 Prozent auf 4,4 Milliarden DM. Auch der PC Markt wuchs nochmals um 12 Prozent auf 14,8 Milliarden DM.

Für das laufende Jahr wird nochmals ein Wachstum des Gesamtmarktes um etwa 6 Prozent auf knapp 40 Milliarden DM erwartet.

Der High-Tech-Fachhandel kann sich also auf ein lebhaftes Jahr 2001 freuen. Daß dabei die Bäume nicht in den Himmel wachsen, zeigt eine weitere Nachricht vom 1. Februar: Die Hamburger Ernst Brinkmann KG – mit 40 Filialen und 4.500 Mitarbeitern einer der Großen im Markt – beantragte am selben Tag, als in Berlin die guten Aussichten verkündet wurden, das Insolvenzverfahren. Über die Ursachen darf spekuliert werden. Zu schnelle Expansion in einem äußerst wettbewerbsintensiven Markt dürfte einer der wichtigsten Gründe gewesen sein. Damit wurde die alte Kaufmannsweisheit bestätigt, daß Umsatz nicht gleich Gewinn ist. Es wäre wünschenswert, wenn bei aller Wachstumseuphorie auch Konzepte, wie man mit der schönen neuen CE-Welt Geld verdienen kann, nicht vergessen würden – bei Handel und Industrie.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement



Minolta-Studie: „Strippensalat“ wird zum zentralen Kaufargument

Kann alles, aber nichts richtig. So lautete vor einigen Jahren noch das zentrale Argument gegen die aufstrebenden Spezies der multifunktionalen Bürosysteme. Dieses Verbraucherurteil konnte die Industrie widerlegen: Wie eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Ispos im Auftrag der Minolta Europe GmbH ergab, sind gerade einmal 6,3 Prozent aller Deutschen heute der Ansicht, daß Multifunktionalsysteme in den jeweiligen Disziplinen weniger Leistung bringen als Einzelgeräte. Zentrales Kriterium für den Kombigeräte-Kauf ist erstaunlicherweise der Kabelsalat unter dem privaten Schreibtisch. Fast jeder vierte Deutsche (23,9 Prozent) könnte sich aufgrund verwirrender Strippenberge mit der Anschaffung eines All-in-One-Gerätes mit nur einem Stecker anfreunden. In der Altersgruppe der 14–34-jährigen sind es sogar 30,4 Prozent, bei Befragten mit höherem Bildungsgrad enorme 40,3 Prozent, die sich vom Multifunktionsgerät vor allem eine kabellose Zukunft versprechen. Das Top-Argument liefern laut Minolta-Studie weiterhin die kompakten Maße der versierten Allround-Systeme: 37,3 Prozent der Deutschen (47,9 Prozent

der 14–34-jährigen) begrüßen es, mit den Kombigeräten wertvollen Platz einsparen zu können. Bereits an dritter Stelle rangiert bei den Verbrauchern das Argument, beim Kauf eines kombinierten Telefon-Fax-Druck-Kopierers einen Service für alle Funktionen in Anspruch nehmen zu können (16,1 Prozent). Weitere wichtige Anreize für den Kauf eines Multifunktionssystems hat die Industrie offensichtlich in puncto Energieverbrauch geschaffen: 11,4 Prozent der Befragten halten den geringeren Stromverbrauch, 10,6 die Notwendigkeit, nur eine einzige Bedienungsanleitung studieren zu müssen, für elementar. Was die Minolta-Studie auch zeigt: Ein entscheidendes Vorurteil, das vom Verbraucher gegen die Anschaffung von Multifunktionsgeräten ins Feld geführt wird, hat sich hartnäckig gehalten. So sind 19,3 Prozent der Befragten der Meinung, daß sie bei einem Gerätedefekt überhaupt keine Funktionen mehr nutzen können. Für 30,7 Prozent der Befragten steht eine Anschaffung außer Frage, weil sie das gebotene Funktionsspektrum nicht ausnutzen würden.



Multifunktionale Kamera verbindet digitale Welten



Ricoh präsentiert mit der RDC-i700 eine 3,34-Megapixelkamera, die zahlreiche multimediale Anbindungsmöglichkeiten bietet, die weit über die reine Bildaufnahme hinausgehen. Ricohs RDC-i700 verfügt über Steckplätze für CompactFlash-Karten Typ II und PC-Cards Typ II und unterstützt Karten wie Modem, Cellular, LAN und ATA. Darüber hinaus bietet sie Anschlüsse für die Übertragung von Daten zum Computer wie eine serielle, AUX- und USB-Schnittstelle sowie einen Video- und Audio-Ausgang. Damit läßt sich bereits erahnen, welche Anwendungsmöglichkeiten das Produkt zu bieten hat. Mit der RDC-i700 lassen sich beispielsweise Stehbilder per E-Mail versenden (bis zu 50 E-Mail-Adressen können direkt in der Kamera gespeichert werden), unter entsprechenden Systemvoraussetzungen Fotos direkt aus der Kamera zu einem Computer übertragen oder die Aufnahmen in Web-Seiten integrieren. Um letzteres zu realisieren, steht eine automatische HTML-Datei-Erstellfunktion zur Verfügung, mit deren Hilfe die Abbildungen in eine vorbereitete HTML-Schablone integriert werden können. Über die FTP-Ladefunktion

können die Daten dann zu einer Webseite geschickt werden. Über den eingebauten Webbrowser der Kamera lassen sich die gerade aufs Internet geladenen Abbildungen direkt betrachten. Der Browser kann auch für das normale Surfen im Web, beispielsweise wenn der Anwender beruflich unterwegs ist, eingesetzt werden. Für in der Textbetriebsart aufgenommene Aufnahmen besteht auch die Möglichkeit, sie direkt auf ein Faxgerät zu schicken. Über den virtuellen Assistenten (Job Navi-Function) können automatisierte Bildaufnahmefolgen erstellt werden, die sich dann automatisch in zuvor gefertigte Vorlagen (Microsoft Word- und Excel Format) einfügen lassen. So wird Berufsgruppen wie Maklern oder Versicherungsangestellten, die häufig vom Aufbau her gleiche Dokumente anfertigen müssen, die Arbeit erleichtert. Darüber hinaus hilft der virtuelle Assistent bei der Erstellung von HTML-Dateien. Der große 3,5"-LCD-Monitor mit Touch Screen-Funktion erleichtert die Beurteilung der aufgenommenen Fotos. Die Bedienung erfolgt mit dem beigelegten Stift auf dem Touch-Panel. Darüber hinaus können mit dem Griffel Anmerkungen oder Memos sowohl handschriftlich als auch über die auf dem Monitor eingeblendete Tastatur hinzugefügt werden. Um ein Bilderchaos zu verhindern, lassen sich Bilderordner in der RDC-i700 einrichten. Jedes neu aufgenommene Bild wird dann automatisch in dem vom Anwender angelegten Ordner abgelegt. Um die Bedienung der Kamera zu vereinfachen, ist es möglich, sie über den PC-Browser zu steuern. Auch Bildpräsentationen können mit der neuen Ricoh Digitalkamera erstellt, editiert und anschließend wiedergegeben werden. Die unverbindliche Preisempfehlung für die RDC-i700 liegt bei 2.999 DM. Die Kamera ist bereits lieferbar.

Neuer Schwarzweiß Laserdrucker von Epson



Der Nachfolger des Monochrome-Laserdruckers Epson EPL-5700L ist da: der Epson EPL-5800L. Mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu zehn Seiten pro Minute ist er schneller als sein Vorgänger. Durch das Epson MicroGray 1200-Verfahren entspricht das Druckbild des Epson EPL-580L dem eines Laserdruckers der 1.200 dpi-Klasse. Auf die Vernetzung mehrerer PCs ist das Gerät eingestellt. Mehrere Windows-Nutzer können sich den Drucker teilen, ohne daß eine Netzwerkkarte installiert werden muß. Der Laserdrucker wird einfach an einen der im Netzwerk installierten PCs angeschlossen und für die Benutzung von anderen Computern freigegeben. Danach installieren sich die entsprechenden Treiber ohne weiteren Eingriff in das System.

Als Standard verfügt der Epson EPL-5800L über eine Mehrzweckpapierzufuhr für 150 Blatt, 50 Postkarten oder zehn Briefumschläge. Diese Kapazität kann optional durch ein zusätzliches Papiermagazin für 500 Blatt A4-Papier erhöht

werden. Der Laserdrucker arbeitet mit den gängigen Papierdicken und -formaten, also 60 bis 100 Gramm in DIN A4, A5 und diversen Kleinformaten. Er ist ausgelegt für eine Druckleistung von bis zu 15.000 Seiten im Monat und damit vollkommen bürotauglich. Mit der Tonerkassette lassen sich durchschnittlich etwa 6.000 Seiten drucken. Die gesondert austauschbare Belichtungstrommel schafft circa 20.000 Seiten.



Neues Fax Line up von Sharp

Mit den neuen Normalpapier-Geräten UX-385, UX-485 und FO-785 bringt Sharp eine neue Fax-Linie mit schnellen Übertragungszeiten und der um Zoom-Funktion so-



wie die Möglichkeit der Mehrfachkopie erweiterten Kopierfunktion auf den Markt. Die Geräte sind platzsparend und lassen sich leicht bedienen. Vorlagen bis zu zehn Seiten ziehen die Fax-Geräte selbständig ein. Da alle drei Modelle mit „Auto Cordless Fax Control“ ausgestattet sind, können auch zusätzlich angeschlossene Schnurlos-Telefone ein Fax erkennen und es an das Fax-Gerät weiterleiten. Die integrierte „Cost Control“ macht das Telefonieren und Faxen günstiger und spart Zeit: Der Anwender kann auf die

Zielwahltasten einfach eine „Call-by-Call-Nummer speichern und sie beim Wahlvorgang durch die gewünschte Rufnummer ergänzen. Die „CLIP-Funktion“ ermöglicht eine automatische Rufnummernerkennung zum Schutz vor unerwünschten Telefonaten und Faxen. Auch für die neuen Faxgeräte bietet Sharp sein Serviceprogramm „Quick 48“. Sollte ein Faxgerät einmal defekt sein, so erhält der Kunde innerhalb von 48 Stunden ein Austauschgerät.

Die drei Sharp-Modelle sind jeweils mit einem 14.4 Kbps-Modem und einer 60-Blatt-Papierkassette ausgestattet. Des weiteren verfügen sie über 64 Graustufen. Wenn kein Papier mehr vorhanden ist, werden bis zu 27 Fax-Seiten im Digitalspeicher archiviert, bis neues Papier nachgelegt wird. Im Modell UX-485 ist zusätzlich ein digitaler Anrufbeantworter integriert. Die Fax-Geräte UX 385 und FO-785 sind seit Februar lieferbar. Das Modell UX-485 kommt im Mai auf den Markt.

Ohne Draht im Netzwerk – Wireless LAN

Die lokale Vernetzung von Rechnern hat sich in den letzten Jahren stark vereinfacht. Die früher, wahrscheinlich zu Recht, vorherrschende Meinung, Netzwerke seien eine „Sache für Spezialisten“, wird dem heutigen Stand der Technik nicht mehr gerecht. Netzwerkkarten, Hubs, Switches, Router und Netzwerktreiber sind zuverlässiger und leistungsfähiger geworden. Fast alle modernen Betriebssysteme verfügen inzwischen über Netzwerkfähigkeit und enthalten diverse einfach zu handhabende Tools für die Netzwerk-Administration. Der größte

zeitliche und gelegentlich auch bauliche Aufwand bei dem Aufbau eines Netzwerks entfällt inzwischen auf die Verkabelung. Ist man bereit, mit Übertragungsgeschwindigkeiten von circa 10 Mbit/s zu arbeiten (Ethernet), und nicht auf 100 Mbit/s (Fast Ethernet) angewiesen, kann man auf Netzwerkverkabelung ganz verzichten und gleich ein Funknetzwerk nach IEEE 802.11b (Wireless LAN Standard) installieren. Diese Lösung vereinfacht zugleich die temporäre Anbindung portabler Rechner, wie Laptops und Notebooks, die meist außerhalb der Büroräume genutzt

werden und nur gelegentlich in das Netzwerk einloggen müssen. Aber auch bei verkabelten Netzwerken ist die nachträgliche Einrichtung einer drahtlosen Anbindung von portablen Rechnern von Vorteil und leicht zu bewerkstelligen. Toshiba, der Marktführer im Bereich der portablen Rechner, liefert die Modelle seiner neuen Reihe Tecra 8200 bereits serienmäßig mit Antenne, Send- und Empfangsmodul und einem Intel, LAN Chipset aus. Diverse Anbieter, so z. B. 3Com und Compaq, offerieren komplette ausbaufähige Starter-Kits für Wireless LAN, die sowohl Netzwerkkarten für Desktop-Systeme wie auch LAN PCMCIA Cards für portable Rechnersysteme enthalten. „10 minutes to go“ lautet der Slogan, den 3Com seiner „AirConnect Family“ mit auf den Weg gibt. Ein Wireless LAN besteht aus Standard-Komponenten: Ein oder mehrere „Access Points“ werden über ein RJ45 Kabel mit dem LAN verbunden. Bei 3Com werden die Access Points über das Netzkabel von einem Power Supply

auch gleich mit Strom versorgt (AirConnect Power Base T). Über den Access Point nehmen die mit LAN PCMCIA Cards ausgerüsteten portablen Rechner über Funk Kontakt mit dem Netzwerk auf. Alle gängigen Netzwerkprotokolle sind einsetzbar.



Die maximale Übertragungsgeschwindigkeit beträgt 11 Mbit/s. Die Reichweite eines Access Points kann abhängig von der Umgebung bis zu 100 m betragen. Bis zu drei Access Points lassen sich in einem Raum unterbringen, um eine lückenlose Funkabdeckung zu erreichen. Bis zu 63 Wireless Clients können gleichzeitig mit dem Netzwerk kommunizieren. Je höher die Anzahl der Wireless Clients ist, die aktiv mit dem Netzwerk Daten austauschen, um so geringer ist die realisierbare Übertragungsgeschwindigkeit. Automatisches Roaming zwischen durch Router getrennten Access Points ist möglich.

Den Access Points können IP Adressen zugeordnet werden. Das Management der Access Points erfolgt von einem beliebigen Rechner aus über Webbrowser. Sämtliche im LAN installierten Sicherheitsmaßnahmen und Zugangskontrollen sind auch für die Wireless Clients wirksam.

Viele Wireless LAN Lösungen sind für den medizinischen Betrieb nach EN 60601-1-2 zugelassen und dürfen in Arztpraxen und Krankenhäusern eingesetzt werden. Auch ganz ohne Netzwerk können mit Wireless Network Cards ausgerüstete und entsprechend konfigurierte Rechner direkt miteinander kommunizieren (Peer to Peer). Zunehmende Bedeutung für die mobile Vernetzung wird in den kommenden Jahren der Bluetooth-Technologie zukommen. Eingeschaltete und mit einem Bluetooth Modul ausgerüstete Rechner nehmen innerhalb einer Reichweite von circa 12 m



selbsttätig miteinander Verbindung auf und tauschen bei entsprechender Konfiguration Daten aus.

Die Vergabe von Gastzugängen und temporären IDs ist möglich und wird im mobilen Betrieb bei entsprechender Autorisierung auch den Internetzugang und Nachrichtenaustausch über ein fremdes LAN ermöglichen. evo



„Brot und Spiele“ – Sharp SD Collie-1

Einen Prototyp des Sharp SD Collie-1 wird der japanische Elektronik Konzern Sharp auf der CeBIT 2001 der Öffentlichkeit vorstellen. Im Rahmen der Präsentation dieses vielseitigen portablen Geräts beabsichtigt Sharp, im wechselseitigen Dialog mit Distributoren, Handel und Anwendern, Aufschlüsse über den Grad der Akzeptanz für ein derartiges Portable Device zu erhalten und gleichzeitig Anregungen und Wünsche aus der Zielgruppe in die Eckdaten der endgültigen Auslegung und Konfiguration des SD Collie-1 einfließen zu lassen. Mit der nach allen Seiten offenen Arbeitsbezeichnung „Internet Content Player“ trägt Sharp der Entwicklung Rechnung, daß sich die Grenzen zwischen drahtlos abgewickelter, geschäftlicher und beruflicher Kommunikation und Unterhaltung zunehmend in dem Sammelbegriff „Infotainment“ auflösen.

Fest stehen bereits die umfassenden multimedialen Eigenschaften des Sharp SD Collie-1. Auf dem 3,5 Zoll TFT-Display wird der Anwender über einen vollwertigen Internetbrowser Webseiten abrufen können. Ein integrierter Decoder/Encoder für das leistungsfähige Videoformat MPEG4 ermöglicht sowohl die Wiedergabe von über mobile Breitbandnetze übertragenen Videos von Pressekonferenzen und Life Events wie auch die speichersparende Kompression von Videomaterial, das über angeschlossene Signalquellen, wie z. B. Camcorder oder TV-Geräte, eingespielt und auf SD-Cards abgespeichert werden kann. Des weiteren stellt der Sharp SD Collie-1 einen hochwertigen MP3 Audioplayer bereit, der über eine in das Kopfhörerkabel integrierte Fernbedienung betätigt wird. Dem Office-Charakter des SD Collie-1 wird die eingebaute E-Mail-Funktion voll gerecht. Mit Hilfe der unter einer zurückschiebbaren Abdeckung geschützten kompletten QWERTY-Tastatur lassen sich E-Mails komfortabel verfassen und beantworten. Erwogen wird außerdem die Integration eines Terminplaners und Adreßmanagements, deren Daten über das Internet mit dem Zentralrechner abgeglichen werden könnten. Für die Connectivity sorgen eine IRDA (Infrarot)- und eine serielle Schnittstelle. Zusätzliche Kommunikationsmodule mit Bluetooth und für Handys nach Breitband-Mobilfunknetz-Standard sind im Gespräch und könnten über den zusätzlich zu SD- vorhandenen CF-Slot angeschlossen werden, zu dem es auch ein einsteckbares Digitalkamera-Modul geben wird. Intern verfügt der SD Collie-1 über 8 MB SDRAM Speicher. Der im Lieferumfang enthaltene Lithium-Ionen-Akku ermöglicht vier Stunden Laufzeit mit eingeschalteter und zehn Stunden Laufzeit bei ausgeschalteter Hintergrundbeleuchtung des Displays. Mit dem 200 g leichten SD Collie-1 (Abmessungen: 81,5 x 139,5 x 17 mm) „läutet Sharp“, wie Saskia von Boxberg, Produktmanager/Sharp, erklärt, „eine neue Ära der mobilen Unterhaltung ein“. evo



NEC: Neuer 50 Zoll Plasma-Monitor im 16:9 Format



Mit dem 50MP1 stellt NEC einen Plasma-Monitor mit einer Bilddiagonalen von 127 cm und einer physikalischen Auflösung von 1365 x 768 (SXGA) vor. Das Display unterstützt alle gebräuchlichen Videoformaten einschließlich DTV. Die Ansteuerung erfolgt über eine DVI-Schnittstelle (Digital Video Interface). Der DVI-Eingang sichert den verlustfreien Signalverlauf und die flimmerfreie Darstellung eines brillanten Bildes mit 16,7 Mio. Farben. Die Kontrolle der Einstellungen und Bildparameter erfolgt vom Rechner aus per Onscreen-Menü über eine serielle Schnittstelle nach RS 232C. Der große mögliche Betrachtungswinkel von 160° horizontal und vertikal sichert farbkraftige und brillante Bilder auch bei wechselnden Positionen des Betrachters. Zwei verschiedene Programme können nebeneinander auf dem Bildschirm dargestellt werden. Die hohe Bildqualität des NEC 50MP1 und seine brillante Farbwiedergabe werden durch eine Anzahl neuentwickelter Technologien erreicht, so z. B. CCF, NewDrive, Black Stripes und AccuColour. CCF filtert in den einzelnen Zellen unerwünschte orangefarbene Anteile aus. Die Drive Technologie erhöht die Schwarztintensität um 70 Prozent ohne die Wiedergabe von Weiß zu beeinträchtigen. Das Bild bleibt auch bei heller Umgebung kontrastreich und farbgesättigt. Das Bildformat läßt sich, je nach Bedarf und Signaleigenschaften, über die Wide-Funktion auf konventionelle 4:3 Video-Formate skalieren. Zwei Audioverstärker von je 7 Watt vermitteln multimediale Eindrücke. Der NEC Plasma 50MP1 ist für einen Preis von 34.950,- DM ab sofort verfügbar. Umfangreiches Zubehör, wie Standfüße, Wand- und Deckenhalterungen, sind erhältlich. Die Tiefe des großen Bildschirms beträgt nur 107 mm, bei einem Gewicht von nur 26 kg. Das Plasma-Display eignet sich hervorragend für Präsentationen, Vorträge, Schulungen und Unterrichtskurse oder zum Betrachten von Filmsequenzen. NEC erweitert mit diesem neuen Model seine bereits umfangreiche Produktpalette auf diesem Sektor. evo

ERFÜLLEN SIE DIE TRÄUME IHRER KUNDEN.

**EINE KRISTALLKLARE
VISION FÜR IHREN ERFOLG:**

Eine ultimative LCD-Generation ist am Start. Mit innovativer Technologie und stilvollem Design. Erfüllen Sie die Träume Ihrer Kunden – und zeigen Sie ihnen Sharp: z. B. den 50 cm LCD-TV mit kristallklarer Bild- und Tonqualität, strahlungsarm und umweltfreundlich. Oder die Digital ViewCam VL-PD 6 S mit Super Cat's Eye für Nachtaufnahmen. Diese Kamera kann sogar über das abgenommene LC-Display fernbedient werden! Und das derzeit größte LC-Display für portable DVD-Player, das kommt auch von Sharp: zu bestaunen beim Sharp DV-L 80 S, mit augenfreundlichem 16:9-Format. Leben Sie Ihre Träume – erfolgreich mit Sharp.

www.sharp.de



BRINGING LCD TO LIFE.

SHARP

PoS Neuheiten

Neue Digitalkameras mit Fujifilms Super CCD



Auf der US-amerikanischen Fotomesse PMA hat Fuji Photo Film U.S.A. zwei neue Digitalkameras mit Super CCD vorgestellt. Exklusiv gestaltet wurden sie im Design von F. A. Porsche. Die FinePix 6800 Zoom ist mit einem



neuentwickelten 3,3 Millionen Pixel Super CCD ausgestattet, der zusammen mit dem ebenfalls neuen Image Prozessor Ausgabedateien in einer Größe von sechs Millionen Pixeln erzeugen kann. Dies entspricht einer Datei von 2832 x 2128 Pixeln. Die FinePix 4800 Zoom ist mit



dem 2,4 Millionen Pixel Super CCD Sensor ausgestattet, der auch im Modell FinePix 4900 eingesetzt wurde. Dieser Sensor erzeugt eine Datei von 2400 x 1800 Bildpunkten. Die Daten beider Kameras werden im JPEG-Format gespeichert. Dabei stehen drei unterschiedliche Komprimierungsstufen zur Verfügung. Die beiden Kameras bieten zahlreiche Funktionen für den ambitionierten Fotografen. Hierzu gehören ein integriertes dreifaches (f/2.8) EBC Fujinon Zoom-Objektiv mit einer Brennweite von 36 bis 108 mm (entsprechend Kleinbild) und einem Makrobereich ab 20 cm. Der Zoombereich wird ergänzt durch eine regelbare Digitalzoomfunktion. Die Produkteinführung in Deutschland ist für

dieses Frühjahr vorgesehen. Die hier aufgeführten technischen Spezifikationen beziehen sich auf die Modelle für den amerikanischen Markt. Die genauen Spezifikationen für den deutschen Markt, wie auch die Preise, wurden noch nicht bekanntgegeben.

Tele Atlas Karten mit MSN-Routenplaner



Digitale Karten von Tele Atlas bilden ab sofort die Basis für den Routenplaner des Internetportals Microsoft Networks. Unter www.msn.de können sich Autofahrer online die beste Route zum Reiseziel berechnen lassen. Neben dem Routenplaner bietet die Seite Straßenkarten und über 100.000 Orts- und Gemeindepläne aus 14 europäischen Ländern. Auch diesem Service liegt die Datenbank von Tele Atlas zugrunde. In Deutschland hat Tele Atlas das gesamte Straßennetz erfaßt. Die digitalen Karten enthalten neben den Straßen selbst auch Informationen zur Verkehrsführung wie Einbahnstraßen oder Vorfahrtsregelungen. So ist der Routenplaner

in der Lage, neben einer detaillierten Wegbeschreibung auch wichtige Informationen über Strecke und Fahrzeit zu liefern. Zusätzlich sind über 100.000 Points of Interest verzeichnet. Dazu zählen unter anderem Tankstellen, Flughäfen und Bahnhöfe.

Outlook 2001 für Mac jetzt als Betaversion



Microsoft hat bekanntgegeben, daß ab sofort eine Betaversion der Outlook 2001 Macintosh Edition verfügbar ist (die finale Version wird für den Sommer erwartet). Der Kommunikations-, E-Mail- und Teamwork-Client für den Microsoft Exchange Server ist die einzige Anwendung für den Mac, die sowohl alle Features der Macintosh-Plattform nutzt als auch eine nahtlose Zusammenarbeit von Millionen Kunden sicherstellt, die derzeit mit Microsoft Outlook arbeiten. Systemvoraussetzungen unter anderem: PowerPC Prozessor, Mac OS 8.6 oder höher, 32 MB RAM, ca. 20 MB Festplattenspeicher.

Canon erweitert das Digitalkamera-Programm



Auf der US-amerikanischen Fotomesse PMA hat Canon ein neues Digital Ixus-Modell und zwei Innovationen aus der PowerShot-Familie vorgestellt. Die laut Pressemitteilung weltweit kleinste Digitalkamera mit optischem Dreifach-Zoom, die Digital Ixus 300 (Bild unten), arbeitet mit 2,1 Millionen Pixeln und verfügt neben zahlreichen Features über eine Moviefunktion für kurze Filmsequenzen (20 Bilder pro Sekunde/640 x 480 Pixel). Trotz ihres erweiterten Funktionsumfangs ist die Kamera mit 94,8 x 62,5 x 29,9 mm nur unwesentlich größer als ihr Schwestermodell. Das hochwertige Zoomobjektiv der Kamera bietet eine Brennweite von 35–105 mm (äquivalent zum Kleinbildformat), die zusammen mit dem 2,1 Millionen CCD-Sensor und der schnellen internen Datenverarbeitung mit 30 Bit für eine hohe Bildqualität sorgt. Die Kamera verfügt über eine Serienbildfunktion mit 2,5 Bildern pro Sekunde. Im April wird die Ixus 300 im Handel erhältlich sein, der Preis steht noch nicht fest. Einen günstigen Einstieg in die Welt der Digitalfotografie bieten die neuen PowerShot-Modelle A20 und A10 von Canon. Sowohl die A20 mit 2,1 Millionen Pixeln als auch die A10 mit 1,3 Millionen Bildpunkten sind mit einem Dreifach-Zoom aus-



gestattet. Beide Kameras verfügen neben dem optischen Dreifach-Zoom-Objektiv über einen präzisen Dreipunkt AiAF-Autofokus, Rauschreduktion bei Langzeitbelichtung, Serienbildfunktion von 1,7 Bildern/Sekunde und einen USB-Anschluß. Die A10 wird ab Juni, die A20 ab Mai im Handel verfügbar sein.

PoS Aktuell

GfK sagt auch für 2001 einen anhaltenden Boom im Handymarkt voraus

Der Markt für Mobiltelefone boomt. Wie im vorigen Jahr ist auch im Jahr 2001 wieder weltweit mit dynamischem Wachstum zu rechnen. Diese Ansicht vertritt die GfK Marketing Services, die in 40 Ländern der Erde eine Analyse von Absatzdaten durchführte. Dem Ergebnis dieser Untersuchung zufolge werden in diesem Jahr weltweit voraussichtlich rund 510 Millionen Mobiltelefone gekauft. Das bedeutet ein Plus von 33 Prozent gegenüber der Nachfrage im Vorjahr. Regional variiert das Wachstum nach GfK-Ansicht jedoch beträchtlich. Das gilt insbesondere für die Länder, in denen bislang nur wenige Menschen ein Handy besitzen und in denen es demzufolge noch Marktpotential gibt. So geht GfK Marketing Services zum Beispiel davon aus, daß in den zentral- und osteuropäischen Ländern zu 49 Prozent mehr Mobiltelefone, dagegen in Westeuropa insgesamt nur 16 Prozent mehr Handys verkauft werden.

In den westeuropäischen Ländern, in denen das Wachstum dieses Jahres geringer ausfällt, wird dennoch im Jahr 2001 das Gros der Mobiltelefone in diesen Ländern verkauft werden – die GfK geht hier von rund 80 Prozent der gesamten Telefonverkäufe aus.

In Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien, in denen nach GfK-Zahlen 54 Prozent des Marktumsatzes getätigt wird, fällt das Wachstum in diesem Jahr mit zwölf bis 15 Prozent besonders gering aus. In nahezu allen diesen, aber auch den anderen westeuropäischen Ländern besitzt mehr als die Hälfte der Bevölkerung ein oder mehrere Handys. In manchen Ländern liegt die Sättigungsquote sogar über 60 oder 70 Prozent, etwa in Österreich, Schweden oder Italien. Dementsprechend resultiert die weitere Marktentwicklung auf dem Mobiltelefon-Markt in Westeuropa immer mehr von zweiten oder dritten Wiederholungskäufen.

In diesen Ländern und Regionen werden nach Ansicht der GfK in naher Zukunft immer mehr Marketing- und Promotionkampagnen folgen, mit denen Hersteller, Netzbetreiber und Provider die Verbraucher zu einem Zweit- und Ersatzkauf bewegen möchten. Dabei werden voraussichtlich Komplettpakete im Mittelpunkt stehen. Werbeaktivitäten werden sich gleichermaßen an neue wie an Bestandskunden wenden, so die GfK.

Agfa Deutschland mit neuem Messekonzept auf der CeBIT 2001

Mit einem neuen Messekonzept präsentiert sich die Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft mbH & Cie auf der CeBIT 2001. Die Geschäftsbereiche Mikrografie und Dokumentensysteme, Consumer Digital Imaging und Grafische Systeme werden ihre neuen Systeme und Lösungen sowie technische Weiterentwicklungen jeweils themenbezogen eingeordnet in die Zielmärkte in den jeweiligen Hallen präsentieren. Auf dem Agfa-Stand in Halle 1 zeigt der Agfa Vertriebsbereich Mikrografie und Dokumentensysteme (MDS) gemeinsam mit Partnern innovative Lösungen für das Document Imaging. Der Agfa-Stand in Halle 9 steht ganz unter dem Motto Consumer Digital Imaging. Hier können sich Besucher anhand neuester Imaging Solutions unter anderem davon überzeugen, daß Digitalkameras und Scanner heute bereits im unteren Preissegment hohe Qualität und optimales Handling verbinden können. Agfas Internetservices sind hier ein weiterer Schwerpunkt. In Halle 22 schließlich wird das Agfa Vertriebssegment Large Format Printing (LFP) sein Angebot für die Herstellung hochwertiger großformatiger Drucke zeigen.

„Mobile Imaging“ ist ein wichtiges Thema in Kodaks CeBIT-Auftritt

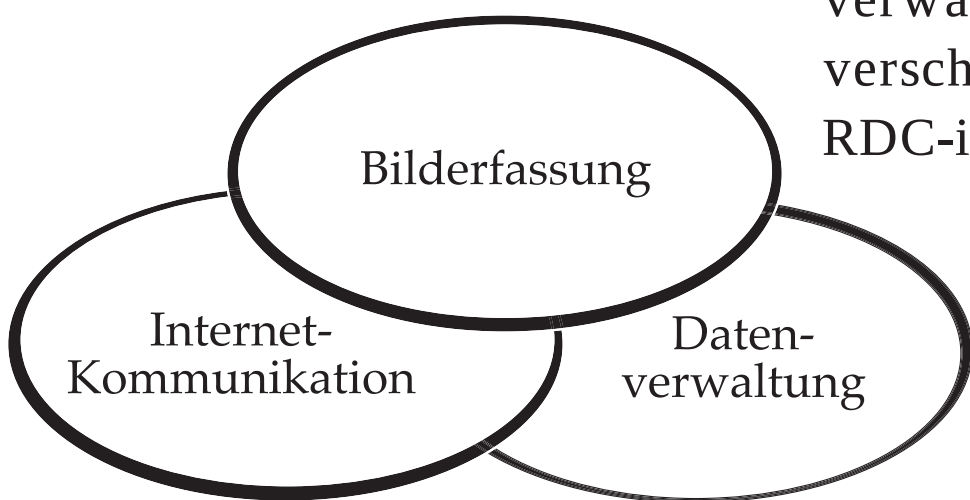
Im Mittelpunkt des Kodak Auftritts auf der CeBIT stehen innovative „Mobile Imaging“ Anwendungen, Produkte und Dienstleistungen rund um das Thema Digital Imaging für Fotoamateure und professionelle Anwender, Dokumenten-Management Systeme für die Datenerfassung und langfristige Datensicherheit. In Halle 9 sind die Geschäftsbereiche Consumer Imaging und Digital & Applied Imaging vertreten. Digital & Applied Imaging präsentiert die gesamte Palette seiner Consumer Digitalkameras und die Home Printer PPM120 und PPM200. Der Geschäftsbereich Kodak Professional präsentiert in Halle 1 unter anderem das neue Kodak DCS Pro Back erstmals in Europa live in Studioatmosphäre. Im Mittelpunkt der Kodak Professional Produkte steht außerdem der im vorigen Jahr angekündigte Kodak Professional RFS 3600 Scanner mit einer Auflösung von 3.600 dpi. Hier werden auch der Dokumentenscanner 3520 und „Digital Preservation“ – Lösungen für langfristige Datensicherheit zu sehen sein. In Halle 22 zeigt Kodak sein gesamtes Large Format Inkjet Portfolio.

A NEW WAY OF IMAGE COMMUNICATION



RDC-i700
IMAGE CAPTURING DEVICE

Jetzt können Sie Bilder erfassen, Abbildungsdateien verwalten und Bilder sowie Text über das Internet verschicken. Sie werden verblüfft sein, wie viel die RDC-i700 für Sie und Ihr Unternehmen leisten kann.



Besuchen Sie uns ...

RICOH
Image Communication

CeBIT
HANNOVER
22. - 28. 3. 2001

... Halle 1, Stand 2K1

3.3 Megapixel-CCD Auflösung bis zu 7 Megapixel (ProMode)	RDC-7 IMAGE CAPTURING DEVICE	2.1 Megapixel-CCD Einfache Betriebsarten- wahl	RDC-6000 IMAGE CAPTURING DEVICE
---	--	---	---



Persönliches Reisebüro: Laptop und Notebook

Toshiba

13 neue Modelle in diversen Notebook-Klassen

Mit zwei völlig neuen Serien und diversen ergänzenden Modellen innerhalb bereits bestehender Geräteklassen erweitert Toshiba sein umfassendes Angebot an Notebook-Geräten. Beginnend mit drei neuen Modellen in der Einstieger-Klasse, bis hin zur neuen Tecra 8200-Serie, die bereits im serienmäßigen Lieferumfang eine integrierte Antenne und ein Sende-/Empfangs-Modul für die neueste drahtlose Technik zur Einbindung der Notebooks in das LAN enthält, erstreckt sich eine Vielzahl variantenreich abgestufter Konfigurationsmöglichkeiten.

Satellite 1700-300 – Multimedia zum Einstiegspreis

Das mit einer 650 MHz CPU (Intel, Mobile Celeron) ausgestattete Toshiba Satellite 1700-300 verfügt über einen Arbeitsspeicher von 64 MB (ausbaufähig bis 128 MB) und arbeitet mit 100 MHz Front Side Bustakt. Das integrierte DVD-ROM-Laufwerk erzielt bei sechsfacher Umdrehungsgeschwindigkeit (DVD) eine Datenübertragungsgeschwindigkeit von 33 MB/s. Die 6 GB große Festplatte erreicht eine mittlere Zugriffsgeschwindigkeit von 12 ms. Das 3,5 Zoll Diskettenlaufwerk für 1,44 MB/720 KB kann zugleich mit dem DVD-Laufwerk genutzt werden. Der SVGA/VGA-kompatible Grafik-Adapter mit einem ATI Mobility-C Chip, 64 bit

AGP-Bus und 4 MB Video RAM steuert im internen Modus ein TFT-Farbdisplay mit 1.024 x 768 Bildpunkten und 16,7 Mio. Farben an. Extern können alle gängigen Auflösungen zwischen 640 x 480 bis 1.280 x 1.024 Bildpunkten bei bis zu 85 Hz Horizontalfrequenz non-interlaced ausgegeben werden. 3D-Grafikbeschleunigung und Dual-Display-Modus werden unterstützt. Für ausgezeichnete Tonwiedergabe sorgen ein Toshiba Bass Enhanced Sound System mit 16-bit SB Pro Kompatibilität und 3 D Grafik-Beschleunigung über zwei integrierte Stereolautsprecher. Neben 86 ergonomisch geformten Tasten stehen 12 Funktionstasten, 8 Cursor- und 2 Windows-Tasten zur Verfügung. Acht Hotkeys und vier Easy Keys dienen dem Aufruf des Internet-Browsers und der Steuerung der DVD-Wiedergabe. Außerdem sind ein Ziffernblock, zwei Moustasten und ein MousePoint integriert. Das Schnittstellenangebot umfaßt eine Parallel-Schnittstelle, PS2 Tastatur- und Mouse-Anschluß, 2 USB-Ports und Anschlüsse für externes Mikrofon, Kopfhörer und Monitor. An Erweiterungen stehen Steckplätze für 2 x PC Card Typ II oder 1 x Typ III zur Verfügung. Die Kommunikationsfähigkeit sichert ein integriertes Mini-PCI V.90 Modem. Vorinstalliert sind Windows, Millennium, MS Works 2000, Works Suite 2000, Win, DVD, MacAffee VirusScan, Toshiba Utilities und Treiber sowie ein Online Manual. Der mitgelieferte NiMH-Akku reicht für 2,5 Std. Betriebsdauer. Optional sind Speichererweiterungen, ein AC-Adapter und zusätzliche NiMH-Akkus erhältlich. Das 322 x 277 x 38 mm große Gerät wiegt 3,2 kg. Für einen UVP von 3.899,- DM ist das Satellite 1700-300 ab sofort erhältlich.

Satellite 2800-200 und-400, zwei neue Modelle der silberblauen Serie

Diese beiden jüngsten Modelle der silberblauen Einstieger-Serie arbeiten mit Intel, Mobile Pentium III CPUs und Intel SpeedStepTM Technologie. Auch diese neuen Geräte verfügen über je ein integriertes DVD-ROM-Laufwerk und ein gleichzeitig zu betreibendes Diskettenlaufwerk. Für hervorragende Multimedia-Eigenschaften sorgen ein S3 Savage IX Grafikchip mit 8 MB Video-RAM, 3D AGB-Unterstützung und außerdem ein Subwoofer- sowie zwei Stereo-Lautsprecher. Die Internetanbindung, sowie E-Mail-Betrieb und Fax-Versand ermöglicht das eingebaute Mini-PCI V.90 Modem. Die beiden neuen Modelle unterscheiden sich bei der CPU-Taktfrequenz, der Festplatten-Kapazität, der Bildschirmgröße und natürlich dem Preis. Das Satellite 2800-200 verfügt über einen 700 MHz Intel, Mobile Pentium III, eine 10 GB Festplatte und ein 13,3" TFT-Farbdisplay, während das Satellite 2800-400 mit einem 750 MHz Intel, Mobile Pentium III, einer 20 GB Festplatte und einem 14,1" TFT-Farbdisplay ausgerüstet ist. Wie für alle Toshiba Satellites beträgt die internationale Garantiezeit 12 Monate. Für einen UVP von 5.599,- Mark ist das 2800-400 ab sofort und für 4.999,- Mark das 2800-200 ab Mitte Februar verfügbar.

Satellite Pro 4300 Modell für preisbewußte Anwender

Mit einem 650 MHz Intel, Celeron Prozessor und 64 MB SDRAM (erweiterbar bis 320 MB) ausgerüstet ist dieses neue Modell, das die Satellite Pro 4300-Serie um eine kostengünstige Lösung für kleinere und mittelständische Unternehmen erweitert. Eine 10 GB große Festplatte, ein 24-fach CD-ROM Laufwerk und ein 13,0 Zoll DSTN-

Farbdisplay bestimmen die Ausstattungsmerkmale dieses Notebooks, das außerdem ebenfalls über ein internes V.90 Modem und eine Infrarot-Schnittstelle verfügt. Das Gerät besitzt einen USB-Port, externen Monitor-Ausgang und ein Toshiba Bass Enhanced Sound System mit zwei Stereo-Lautsprechern. Die Software-Ausstattung entspricht weitgehend den zuvor besprochenen Modellen. Optional erhältlich sind: NetDock



Toshiba Satellite 2800

Port Replikator, Expansion Station und CardDock. Der UVP liegt bei 3.799,- Mark. Verfügbar ist das neue Toshiba Satellite Pro 4300 ab sofort.

Satellite Pro 4600 – flexible Mobilität durch drahtlose Netzwerk-Anbindung

Mit dieser neuen Geräte-Serie unterstreicht Toshiba eindrucksvoll seine gleichzeitige Marktführerschaft im Bereich Mobile Computing und als Anbieter von Wireless LAN-Lösungen. Mit fünf verschiedenen Konfigurationsvarianten umfaßt die Modellreihe Geräte mit 650 MHz Intel, Mobile CeleronTM Prozessoren und Intel, Mobile PentiumTM III Prozessoren mit Intel SpeedStepTM Technologie und Taktfrequenzen von 700, 750 und 800 MHz. Alle Modelle mit Intel, Mobile PentiumTM III Prozessoren werden standardmäßig mit einem integrierten Wireless LAN Modul ausgeliefert. Mit Hilfe des drahtlosen Netzwerkzugriffs nach Wireless LAN Standard IEEE802.11b kann sich der Benutzer eines derartigen Notebooks innerhalb eines Umkreises von 100 Metern via Access Point in ein Firmennetzwerk

einloggen, Nachrichten versenden und Daten mit Übertragungsraten bis zu 11 MB/s austauschen. Das Wireless LAN Modul wird über einen separaten Schalter aktiviert oder deaktiviert. Die mit 650 MHz Intel, Mobile CeleronTM bestückten Modelle sind ebenfalls schon mit einer Antenne ausgerüstet und lassen sich bei Bedarf auf einfache Weise mittels eines MiniPCI Wireless LAN-Moduls nachrüsten. Alle fünf Modelle verfügen über ein silber-metallic farbiges Gehäuse und besitzen sowohl ein integriertes 10/100 Ethernet Modul sowie ein V.90 Fax- und Daten-Modem und eine Infrarot-Schnittstelle. Optional steht eine Bluetooth PC-Karte für den funkbasierten Austausch von Daten bereit. Alle Modellvarianten der Toshiba Pro 4600 Reihe sind ab Ende Februar verfügbar. Die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise der verschiedenen Modellvarianten sind:

- Satellite Pro 4600 650 MHz, 13,3 Zoll TFT, 10 GB HDD, 64 MB RAM, CD-Laufwerk, DM 4.599,-
- Satellite Pro 4600 650 MHz, 14,1 Zoll TFT, 10 GB HDD, 128 MB RAM, DVD-Laufwerk, DM 4.599,-
- Satellite Pro 4600 700 MHz, 14,1 Zoll TFT, 10 GB HDD, 128 MB RAM, CD-Laufwerk, DM 4.599,-
- Satellite Pro 4600 750 MHz, 14,1 Zoll TFT, 20 GB HDD, 128 MB RAM, DVD-Laufwerk, DM 4.599,-
- Satellite Pro 4600 800 MHz, 15,0 Zoll TFT, 20 GB HDD, 128 MB RAM, DVD-CDR/W-Laufwerk, DM 4.599,-

Tecra 8100-Serie mit zwei weiteren Modell-Varianten

Mit zwei neuen Modellen, die mit Intel, Mobile PentiumTM III Prozessoren mit Intel SpeedStepTM Technologie und einer Taktfrequenz von 650 MHz ausgestattet sind, erweitert Toshiba seine Tecra 8100-Reihe, der vornehmlich die Konzepte Skalierbarkeit, Flexibilität und einfache Administrierbarkeit zugrunde liegen. Die einheitliche Plattform, identische Motherboards, Bios, Treiber und Gehäuse vereinfachen

chen entscheidend die Installation und Wartung und schaffen damit die Grundlagen für besonders niedrige TCO (Total Costs of Ownership). Eine 10 GB HD, ein 24-fach CD-ROM Laufwerk und ein V.90 Modem besitzen beide Geräte serienmäßig. Die beiden neuen Varianten bieten innerhalb der sonstigen Gemeinsamkeiten der Modellreihe die Wahl zwischen 64 MB SDRAM (erweiterbar bis 512 MB), einem 13,3 Zoll Display zu einem UVP von 5.999,- Mark sowie 128 MB (erweiterbar bis 512 MB), einem 14,1 Zoll Display zu einem UVP von 7.999,- Mark. Für Modelle, die ab sofort im Handel erhältlich sind, bietet Toshiba eine internationale Garantie für den Zeitraum von drei Jahren.

Tecra 8200 – neue Modellklasse mit Wireless LAN Technologie

Mit der neuen Tecra 8200 Serie stellt Toshiba zwei verschiedenartig konfigurierte Modelle vor, die beide serienmäßig Antennen und Module für Wireless LAN Technologie integriert haben. Mit Hilfe des drahtlosen Netzwerkzugriffs nach Wireless LAN Standard IEEE802.11b können sich Benutzer eines derartigen Notebooks innerhalb eines Umkreises von 100 Metern via Access Point in ein Firmennetzwerk einloggen, Nachrichten versenden und Daten mit Übertragungsraten bis zu 11 MB/s austauschen. Die hohe Anzahl verfügbarer Schnittstellen wird durch einen SelectBay-Moduleinschub mit zahlreichen Select-Bay-Optionen und ein optionales Bluetooth-Modul erweitert. Ansonsten entspricht die Hardware- und Software-Ausstattung weitgehend dem bei den oben beschriebenen Geräten anzutreffenden Umfang.

Beide Geräte sind mit einem 14,1 Zoll TFT-Farbdisplay ausgestattet, das durch einen Trident XP Grafikchip mit 16 MB Video SDRAM angesteuert wird. Bei der Anschaffung hat der Benutzer die Wahl zwischen folgenden Varianten mit Intel, Mobile Pentium™ III Prozessoren und Intel SpeedStep™ Technologie:

- Tecra 8200/750 MHz, 10 GB HD, 128 MB SDRAM (erweiterbar bis 512 MB) 24-fach CD-ROM Laufwerk, zu einem UVP von 9.499,- DM
- Tecra 8200/850 MHz, 20 GB HD, 256 MB SDRAM (erweiterbar bis 512 MB) 8-fach DVD-ROM Laufwerk, zu einem UVP von 11.999,- DM



Toshiba gewährt auf Geräte der Serie Tecra 8200 eine internationale Garantie von drei Jahren. Die Geräte sind ab sofort verfügbar.

Panasonic

Toughbook Konzept für den mobilen Einsatz

Konstruiert nach dem „Semi-Ruggedized“-Konzept und dem „Business Ruggedized“-Design bringt Panasonic mit dem Toughbook48 und dem Toughbook72 neue Notebooks auf den Markt, die aufgrund ihrer Eigenschaften ganz besonders für den rauen Alltagseinsatz geeignet sind. Die Chassis der Toughbooks werden, genau wie die

Gehäuse der TFT-Activ-Matrix-Displays, aus einer stoßfesten Magnesiumlegierung hergestellt. Die Festplatte ist in ein stoß- und vibrationshemmendes Gel eingebettet. Touchpad und Tastatur sind staubabweisend beschichtet und gegen Spritzwasser geschützt. Flexible Verbindungskabel und Stecker dienen der Vermeidung von Kabelbrüchen durch Vibrationen und Erschütterungen. Reflexmindernd beschichtete leuchtstarke Displays liefern auch unter schwierigen Einsatzbedingungen gut lesbare Texte und leuchtstarke Bilder.

Toughbook 48

Das Toughbook48 wird in zwei verschiedenen Ausführungen angeboten. Als preisgünstiges Einstiegsmodell ist das CF-48 M3 mit einem 600 MHz Intel, Mobile Pentium™ III Prozessor und einem 13,3 Zoll großen LC-Display in XGA-Auflösung von 1.024 x 768 und 16,7 Mio Farben bestückt. Der 64 MB große EDO-RAM Arbeitsspeicher kann bis auf 320MB aufgerüstet werden. Zur weiteren Ausstattung gehören ein 1,44 MB FD, ein 24-fach CD-ROM Laufwerk und eine 10 GB Festplatte. Über ein elektrostatisches Touchpad erfolgt die Cursorsteuerung. Anschlüsse für den externen Anschluß von Tastatur und Maus sind vorhanden, desgleichen Schnittstellen für externes Display, seriell, parallel, Kopfhörer, 2 x USB und Gleichspannungseingang. Mit einer 700 MHz CPU ist das CF-48N4 bestückt, das 128 MB EDO-RAM und eine 20 GB große HD besitzt. Statt des CD-ROM steht im CF-48N4 ein 8-fach DVD-ROM Laufwerk zur Verfügung. Das TFT-Aktiv-Matrix Farbdisplay der CF-48N4 hat eine Größe von 14,1 Zoll. Beide Geräte bieten einen Steckplatz für 1x PC-Card TypII oder 2x TypII. Als Betriebs-



system stehen Windows 98 oder Windows NT zur Auswahl. Die Kommunikation übernimmt ein V.90 Modem für Datenübertragung und Faxbetrieb. Der 11,1 Volt (5,4Ah) Lithium-Ionen-Akku reicht für eine Betriebszeit von bis zu fünf Stunden. Die Abmessungen des 3,4 kg schweren Geräts betragen 307 x 45 x 253 mm (B/H/T). Das CF-48M3 ist zu einem UVP von 6.299,- Mark und das CF-48N4 zu einem UVP von 8.399,- Mark verfügbar.

Toughbook72

Als „kommunikationsstark und robust“ bezeichnet Panasonic sein neues Toughbook72, welches das Vorgängermodell Toughbook71 ablöst. Das mit einem Intel, Mobile Pentium™ III Prozessoren mit Intel SpeedStep™ Technologie und einer Taktfrequenz von 700 MHz bestückte Gerät besitzt einen Arbeitsspeicher von 128 MB SDRAM (aufrüstbar auf 384 MB), eine 20 GB große Festplatte und ein Diskettenlaufwerk für 120 MB/1,44 MB. Das Multi-Pocket-System erlaubt den Austausch diverser unterschiedlicher Speichermedien, so z. B. CD-ROM und DVD-ROM. Infolge Hot Swap Unterstützung kann der Austausch von Laufwerken ohne Abschaltung des Systems auch bei laufendem Rechner erfolgen. Der zum Toughbook48 kompatible Port-Replikator vereinfacht den Anschluß diverser Peripheriegeräte. Multimedia-Unterstützung erfolgt durch ein 4-fach DVD-ROM und ein Soundsystem mit vier eingebauten Lautsprechern. Die Kommunikation übernimmt ein V.90 Modem für Datenübertragung und Fax-Betrieb. Das reflexionsfreie 13,3" Farbdisplay löst 1.024 x 768 Pixel mit 16 Mio. Farben auf. Das Gewicht des 297 x 44,5 x 265,5 mm (BxHxT) großen Geräts beträgt 2,8 KG. Zu einem UVP von 8.599,-DM (Windows 98) und 8.849,- DM (Windows NT) ist das Toughbook72 verfügbar.

Sharp

Multimediales Profi-Notebook PC-AR10-G

Mit einem CD-R/RW Laufwerk ausgerüstet, ist das nur 2,6 kg schwere Notebook PC-AR10G von Sharp, in dem ein Intel, Mobile Pentium™ III Prozessoren mit Intel SpeedStep™ Technologie und einer Taktfrequenz von 650 MHz seine Arbeit verrichtet. Im Hauptspeicher befinden sich 64 MB SDRAM, die auf 192 MB aufrüstbar sind. Die 2,5" Festplatte stellt 10 GB Speicherplatz zur Verfügung. Die Laufwerke sind dank Hot Swap Technologie während des Betriebs austauschbar. Das 14,1 Zoll große Black XGA TFT-Display mit einer Auflösung von 1.024 x 768 und 16,7 Mio. Farben zeichnet sich durch einen weiten Betrachtungswinkel aus und ist so reflexionsarm, daß sich das Notebook selbst im vollen Sonnenlicht benutzen läßt. Die Kommunikation erledigt ein V.90 Modem. An Schnittstellen stehen RS 232 seriell, parallel, extern FDD, extern VGA, USB, PS2, LAN über 10/100 Ethernet, IEEE1394, Kopfhörer-Ausgang und Mikrofon-Eingang sowie Dockingstation zur Verfügung. Steckplätze stehen für PC-Card 2x Typ II oder 1x Typ III bereit. Die Software-Ausstattung umfaßt Windows ME, Adaptec Easy CD Creator 4.02, Pinnacle Studio DV, Voquette MM Player, McAfee VirusScan, MGI Photo Suite III SE 3.0 und FaxTalk 4.5. Optional erhältlich sind eine Dockingstation, Zweit-Akku, HotSwap mit CD-RW oder FDD bay FD-Box. Mit der Lithium-Ionen Batterie läuft das PC-AR10-G bis zu 3,5 Stunden Dank der integrierten Firewire-Schnittstelle und der vorinstallierten Pinnacle Video-Schnitt-Software stellt das PC-AR10-G ein komplettes Studio für Videoschnitt-Lösungen bereit. Das schlanke, flache, aufsehend erregend attraktive PC-AR10-G Notebook mit den Abmessungen 309 x 252 x 33,3 mm (B x T x H) ist ab sofort zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von DM 6.490,- verfügbar. *evo*



Sharp PC-AR10-G

Schwerpunkt im Bereich Mobile Computing

Toshiba zählt mit weltweit 198.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 54 Milliarden US-Dollar (1999/2000) zu einem der größten Elektronikkonzerne der Welt. In Europa konzentrieren sich die Unternehmensaktivitäten in erster Linie auf den Bereich Informationssysteme. Der in diesem Segment sowie in dem Bereich Kommunikationssysteme erwirtschaftete Umsatz liegt bei 36 Prozent des Gesamtumsatzes. Die Toshiba Europe GmbH mit Firmensitz in Neuss beschäftigt – inklusive der Produktionsstätte in Regensburg – derzeit rund 977 Mitarbeiter. Von Neuss aus werden die Aktivitäten der Geschäftsbereiche Computer Systeme, Professional Visual Products, Consumer Products und Speichermedien sowie für die Produkte Fotokopierer und Faxgeräte gesteuert. Im Geschäftsjahr 1999/2000 erzielte die Toshiba Europe GmbH, Neuss, einen Umsatz von 4,72 Milliarden DM. Im Bereich Computer Systeme liegt ein Schwerpunkt in der Produktion und Vermarktung von Notebooks und Desktop PCs. Im Segment Mobile Computing ist Toshiba nach eigenen Aussagen Marktführer. Im Juni 1997 stieg

Toshiba mit der Business-PC-Linie „Equim“ in den deutschen Desktop-Markt ein. Seitdem wird das Produktportfolio kontinuierlich ausgebaut. Somit reicht die gesamte Toshiba PC-Range vom Standard-Notebook über High-End-Notebooks, Ultra-Portables bis hin zu Desktop PCs und Mini-Tower-Modellen. Seit Februar 2000 umfaßt die Produktpalette zudem die Server-Linie „Magna“. In der europäischen Fertigungsstätte für Notebooks, Desktop PCs und Server in Regensburg befinden sich auch das Ersatzteillager und das Servicezentrum. Anfang 1998 wurde dem Werk vom TÜV-Rheinland das Qualitätssicherungs-Zertifikat ISO 9001 erteilt. Eine Vielzahl strategischer Allianzen mit Unternehmen wie Intel oder Microsoft ermöglichen, daß neueste Technologien zum frühestmöglichen Zeitpunkt in Toshiba PCs integriert werden können. Produktqualität spielt, nach eigenen Aussagen, für Toshiba eine entscheidende Rolle. Die Geräte unterliegen vor Auslieferung strengen Qualitätskontrollen und Dauertests, um Fehlerquoten in der Fertigung nahe Null zu erreichen. *miz*

PoS Aktuell

Wissenschaftler erhält Innovationspreis 2001 der Mannesmann-Stiftung

Seit 1996 fördert die Mannesmann Mobilfunk-Stiftung wegweisende Lösungen für die Handytechnik der Zukunft. In diesem Jahr erhält der 33jährige Wissenschaftler Dr. Roland Wessäly (Konrad-Zuse-Zentrum für Informationstechnik Berlin) den mit 25.000 Euro dotierten Innovationspreis 2001 der Stiftung. Zwei Förderpreise über jeweils 5.000 Euro gehen an die Nachwuchsforscher Dr. Uwe Rauschenbach (32, Universität Rostock) und Roger Kehr (31, Technische Universität Darmstadt). Die Ehrung und Preisverleihung findet am 11. Mai 2001 bei einer Festveranstaltung in Dresden statt.

Ericsson und Cullmann suchen gemeinsam nach Mobilfunklösungen

Ericsson und Cullmann werden auf dem Gebiet der mobilen Kommunikation im Auto eng zusammenarbeiten. Ziel der Zusammenarbeit ist die problemlose Einbindung aller gängigen Ericsson Mobiltelefone in die universelle Cullmann Freisprecheinrichtung VarioCom. Darüber hinaus kooperiert Cullmann mit Ericsson bei der Einbindung neuer Technik wie Bluetooth und UMTS in Fahrzeugen. Das Konzept des VarioCom Einbausatzes sieht vor, daß alle ab Werk fest im Fahrzeug verbauten Komponenten mit verschiedenen Telefonen arbeiten. Bei Auslieferung des Fahrzeugs erwirbt der Kunde über den Vertragshändler des jeweiligen Automobilherstellers das zu seinem Telefon passende Adapter-Set, mit dem er sein Telefon an die

E-Plus senkt die Tarife für den Datendienst High Speed Mobile Data

E-Plus hat die Preise für die mobile Datenkommunikation per High Speed Mobile Data (HSMD) gesenkt. Von der Tarifsenkung profitieren vor allem Geschäftskunden, die von unterwegs aus dem E-Plus Netz Informationen abrufen oder Daten übertragen möchten – beispielsweise aus dem Intra- oder Internet. Für mobile Verbindungen ins Internet wie beispielsweise zum Portal E-Plus Online sowie die Einwahl ins Firmennetz (über die City oder Partner & Family Option) gilt ab sofort ein Minutenpreis von 20 Pfennig rund um die Uhr. Mobile Datenübertragung deutschlandweit ins Festnetz oder netzintern kostet 50 Pfennig pro Minute, für Verbindungen in andere inländische Mobilfunknetze sind 60 Pfennig fällig. Der Grundpreis ermäßigt sich für den neuen Tarif von bisher monatlich 39,95 DM auf 25 DM, einen zusätzlichen Anschlußpreis erhebt E-Plus nicht. Jedes Gespräch und jede Datenübertragung werden sekundengenau abgerechnet. Außerdem bietet der neue HSMD-Tarif von E-Plus neue kostenlose Services. Dazu

zählt ein automatischer TarifCheck, der regelmäßig die Telefonrechnung von Geschäftskunden analysiert und bei Bedarf einen günstigeren Tarif empfiehlt. Ebenfalls zu dem Paket gehört ein Geräte-Austauschservice, die Rufumleitung ins nationale Festnetz sowie ins E-Plus Mobilfunknetz und 60 Freiminuten Online-Nutzung. Ein kostenloser Komfort-Einzelgesprächsnachweis, eine Comfort Mailbox mit Fax-Funktion sowie die Wahl der Wunsch-Rufnummer bleiben Bestandteil des HSMD-Servicepakets. „E-Plus hat im vergangenen Jahr als erstes Unternehmen die mobile Datenübertragung per Highspeed in den deutschen Markt eingeführt und damit eine Vorreiterrolle im mobilen Multimedia eingenommen“, erklärte Uwe Bergheim, Vorsitzender der E-Plus Geschäftsführung. „Die HSCSD-Technik ermöglicht Übertragungsraten, wie sie bisher nur im Festnetz möglich sind und macht damit die Arbeit von Geschäftskunden, die viel unterwegs sind, deutlich effizienter.“

Freisprecheinrichtung anschließt. Der enge Informationsaustausch zwischen Ericsson und Cullmann soll das sichere Betreiben der Ericsson Telefone mit der VarioCom von Cullmann gewährleisten. Desweiteren werden zukünftig die Adapter-Sets der Firma Cullmann für die neuen Ericsson-Handys mit Markteinführung der Telefone verfügbar sein. Die Cullmann GmbH ist Marktführer bei universellen Freisprecheinrichtungen für Mobiltelefone und führender Systemlieferant der Automobilhersteller. Zu den OEM-Kunden (Original Equipment Manufacturer) von Cullmann zählen Audi, VW, Skoda, Seat und MAN. Als neuestes Ericsson Telefon wird das R380s durch ein Cullmann Adapter-Set an die VarioCom angebunden.

Callino greift beim DSL-Aufbau auf Technik von Alcatel zurück

Callino greift beim Aufbau seines DSL (Digital Subscriber Line)-Angebotes auf die Technik von Alcatel zurück. Einen Rahmenvertrag

über die Bereitstellung der technischen Infrastruktur haben Vertreter der beiden Unternehmen in München unterzeichnet. Der Vertrag hat ein Volumen von zunächst rund 20 Millionen Euro. Nachdem Alcatel auch die Technik für das WLL (Wireless Local Loop)-Angebot des Münchner Telekommunikationsanbieters liefert, baut Callino jetzt bei allen Breitbandangeboten auf Systemlösungen des Netzausrüsters.

Viag Interkom zeigt neue Möglichkeiten für das Internet auf der CeBIT

Viag Interkom will auf der CeBIT 2001 neue Möglichkeiten für das Internet vorstellen. So werden beispielsweise Location Based Services dem Kunden ermöglichen, positionsbezogene Informationen über das Mobiltelefon abzurufen. Zudem wird der Kunde im Internet mit seinem Handy bezahlen können. Auch der Geschäftskundenbereich des Münchner Netzbetreibers legt den Schwerpunkt auf Internet-Technologien: Kunden

von e-nfrastruktur können mit Beginn der CeBIT Application Service Providing und Video Conferencing auf dem Internetportal von e-nfrastruktur einsetzen. Neues gibt es bei Viag Interkom auch für die Genion-Produktlinie: Bisher richtet sich Genion an Kunden, die ihr Handy zu Hause und unterwegs nutzen. Auf der CeBIT stellt das Unternehmen eine Partnerlösung vor, von der auch die Familie oder Freunde des Genion-Kunden profitieren. Für Genion- und Vertragskunden wird zusätzlich zur „city“- die neue Tarifoption „local“ eingeführt. Weiterentwicklungen der Loop-PrePaidkarte und Anwendungen für WAP und GPRS sind weitere Themen bei Viag Interkom.

tesion eröffnet im Februar neue Auffahrt zur Datenautobahn

Das Stuttgarter Tk-Unternehmen tesion hat Anfang Februar eine neue technische Plattform in Betrieb genommen. Sie soll eine Qualitätssteigerung für Bandbreite, Stabilität und Geschwindigkeit

bringen, ohne daß dafür die Tarife angehoben werden. tesion baut damit den Service weiter aus. So erleichtert der überarbeitete Kontomanager den „tesion surf“-Anwendern die Kontrolle über ihre Daten, wie zum Beispiel Online-Zeiten und dadurch entstandene Kosten. In den nächsten Monaten werden weitere Zusatzdienste wie Webmail für den weltweiten Zugriff auf die E-Mail-Konten und die Einrichtungsmöglichkeit privater Homepages angeboten. Für die bestehenden tesion-Kunden, die bislang „the blue window“ genutzt haben, ändert sich fast nichts. Die Daten für den Internetzugang bleiben ebenso wie die Tarife gleich. Die Kunden sind unter der neuen E-Mail-Domain „tesionmail.de“ erreichbar, Mails werden über die „alte“ Adresse weitergeleitet.

D2 Vodafone führt europäischen Tarif für Vertragskunden ein

Mit „EuroCall“ bietet D2 Vodafone seinen Kunden mit Laufzeitverträgen ab sofort einen paneuropäischen Tarif mit einheitlichen Preisen. Wer in den D2-Schwester-netzen in Spanien, Belgien, Schweden, Großbritannien, Niederlande, Italien, Griechenland, Frankreich, Portugal und Österreich telefoniert, zahlt – unabhängig von Uhrzeit und Wochentag – lediglich 1,79 Mark für ein Minutengespräch. D2-Kunden, die in anderen Mobilfunknetzen Europas telefonieren, zahlen rund um die Uhr 1,99 Mark pro Minute. Die Preise gelten für Gespräche innerhalb des jeweiligen Reiselandes, für Anrufe innerhalb von 24 europäischen Ländern und für Telefonate nach Deutschland. Der paneuropäische Tarif „EuroCall“ ist das erste länderübergreifende Angebot für Kunden der Vodafone-Gruppe.

E-Plus-Muttergesellschaft KPN Mobile gründet Gemeinschaftsunternehmen mit NTT DoCoMo (Japan) und TIM (Italien)

Der E-Plus Mehrheitsgesellschafter KPN Mobile, sein japanischer Partner NTT DoCoMo und der italienische Mobilfunknetzbetreiber TIM werden gemeinsam ein neues mobiles Internet-Konzept für den gesamteuropäischen Markt entwickeln und einführen. Die drei Unternehmen haben sich Mitte Januar auf ein gemeinsames Memorandum of Understanding (MoU) verständigt.

Das Joint Venture soll die spezifischen Stärken und Erfahrungen der drei Partner verbinden: NTT DoCoMo bringt seine Erfahrungen bei der Entwicklung von i-mode-Diensten, seine Kenntnisse in innovativen Technologien und seine Erfahrung in der Entwicklung von massenmarktfähigen Services in die Partnerschaft ein. KPN Mobile

steuert sein in den Niederlanden, Deutschland und Belgien erprobtes Know-how in Mehrwertdiensten und innovativen Telekommunikationslösungen bei. Das Unternehmen hat mehr als 13 Millionen Kunden, 6,6 Millionen davon sind E-Plus-Kunden. TIM besitzt umfassende Erfahrungen beim Aufbau und Betrieb komplexer, skalierbarer Plattformen mit Angeboten für den Massenmarkt. Dazu gehören zum Beispiel Prepaid-Dienste und Echtzeitabrechnung. Das Unternehmen zählt mehr als 20,7 Millionen Kunden in Italien und 41 Millionen Kunden weltweit.

Zum Dienstleistungsangebot des Gemeinschaftsunternehmens werden interaktive Spiele, der Austausch von Nachrichten (E-Mail) und Bildern oder mobile Transaktionen gehören. Des-

weiteren wird das Unternehmen eine breite Palette ortsnahe Informationsangebote, sogenannte Location Based Services, bieten. Damit können sich Kunden zum Beispiel über die örtliche Verkehrssituation, Restaurants oder Parkmöglichkeiten informieren.

Die mobilfunkgestützten Internetdienste werden zuerst in Deutschland, Italien, den Niederlanden und Belgien eingeführt. Sie erreichen damit schätzungsweise 165 Millionen potentielle Kunden. Für den deutschen Markt wird E-Plus die Vermarktung übernehmen. Weitere europäische Länder kommen über Partner-Unternehmen, Dienstleistungsverträge mit anderen Netzbetreibern und mobile virtuelle Netzbetreiber hinzu.

Die Vereinbarung ist eng mit den parallelen Initiativen von TIM und KPN

Mobile in ihren jeweiligen Märkten verknüpft. TIM treibt derzeit die Entwicklung interaktiver Datendienste, bekannt als i-TIM (interaktives TIM), stark voran. Die Angebote basieren auf einer vollständig integrierten Serviceplattform, die zum Beispiel Content-Abrechnung für Internet-Dienste ermöglicht. Die bereits bestehenden Mehrwertdienste werden kontinuierlich erweitert. Dazu gehört auch die Kombination mit Diensten, die sich aus dem im Januar unterzeichneten Memorandum of Understanding für die mobile Internet-Initiative ergeben.

Gleichzeitig haben sich KPN Mobile und NTT DoCoMo darauf verständigt, ein neues Unternehmen für die mobile Datenkommunikation zu gründen. Das Vorhaben basiert auf der Absichtserklärung beider Unternehmen

vom September 2000. Dazu wird KPN Mobile seine in Deutschland, den Niederlanden und Belgien bestehenden mobilen Portale und Plattformen in dem neuen Unternehmen bündeln. Dies bildet die Ausgangsbasis für weiteres Wachstum und Expansion. NTT DoCoMo wird 25 Prozent an dem neuen Unternehmen halten und mit seinem Know-how Ressourcen für eine schnelle Einführung der nächsten Generation von Internetdiensten sicherstellen. KPN Mobile wird sich mit 90 Millionen Euro, NTT DoCoMo mit 50 Millionen Euro beteiligen. Das Gemeinschaftsunternehmen wird in Übereinstimmung mit den Vereinbarungen zwischen KPN Mobile und der Bell South Corp., die 22,5 Prozent an E-Plus hält, operieren.

POS Aktuell

Demuth & Dietl + Co richtet neue Serviceseite ein

Unter der Internetadresse www.joinus-klingeltoene.de können Besitzer eines Nokia oder Sagem Handys ab sofort Klingelmelodien, Logos und Symbole auf ihr Mobilfunktelefon herunterladen. Passend zur eigenen jungen und modisch gestalteten Zubehörlinie „Join us“ bietet Demuth & Dietl + Co damit dem Mobilfunknutzer ab sofort die Möglichkeit, seinem Gerät eine persönliche Note zu geben. „Auf dieser Seite gibt es für jeden Handyindividualisten etwas. Sogar passend zu den verschiedensten Anlässen“, erklärte Christian Steinhagen, Leiter Vertrieb/Einkauf bei Demuth & Dietl + Co. „Die Kategorien der Betreiber- und Gruppenlogos reichen von Auto und Technik über Big Brother, Esoterik und Fußball bis hin zum Thema Weihnachten. Und wem das noch nicht genug ist, der kann mit dem Logo- bzw. SMS-Painter seiner Kreativität freien Lauf lassen und sein Handy Display individuell gestalten.“ Auch bei den Klingeltönen sei die Auswahl sehr groß. Die unterschiedlichsten Musikrichtungen von Country bis Rock stünden zur Verfügung.

mediaWays bündelt die Online-Angebote von RTL Newmedia

Künftig werden alle Online-Angebote von RTL Newmedia auf der Plattform von mediaWays gebündelt. Die Zusammenarbeit beider Unternehmen wurde vertraglich vereinbart und beinhaltet neben dem Betrieb der kompletten Serverfarm auch den neuen Service RTL Net, über den RTL ab Februar 2001 neben seinem erfolgreichen Online-Auftritt auch den direkten Zugang ins Internet anbietet. Betrieben wird der neue Online-Dienst von der RTL Net GmbH, einer 100prozentigen Tochter von RTL Newmedia. Die technische Realisierung und der Betrieb von RTL Net werden vom Internet-Dienstleister und Onlinedienst-Spezialisten mediaWays übernommen. Als Internet Solution Provider stellt mediaWays sein Netz mit über 270 Einwahlknoten (nach eigenen Angaben das flächendeckendste Netz Deutschlands) bereit. Darüber hinaus übernimmt mediaWays den Betrieb der Serverstruktur, erstellt Starterkits und stellt Systeme für Benutzerdatenbanken, Abrechnung und CustomerCare bereit.



Zahlreiche Besucher nutzen die Gelegenheit, sich an den einzelnen Terminals über neue Möglichkeiten des mobilen Internets und der mobilen Datenübertragung zu informieren.

Fotos: hepä

Innovative Lösungen für mobiles Internet, mobile Datenkommunikation und Mobil-Business waren die Schwerpunktthemen des „e-day“, zu dem die Aachener arxes Information Design AG gemeinsam mit E-Plus eingeladen hatte. Unterstützt von Compaq, Nokia, AVM, Computersysteme und Extended Systems hatten die Gäste Ende Januar im Kölner Mediapark Gelegenheit, sich an verschiedenen Terminals und bei hochkarätigen Vorträgen über derzeitige Möglichkeiten und Perspektiven der mobilen Kommunikation zu informieren.

Vor dem offiziellen Beginn der Veranstaltung faßten arxes Vertriebsvorstand Sascha Hancke, Michael Lazik, Leiter Mobile Solutions bei arxes, und E-Plus Abteilungsleiter



Anthony Lewis, E-Plus Abteilungsleiter Business Marketing.

Business Marketing, Anthony Lewis, die Highlights des e-day für die Fachpresse zusammen. Dabei kündigte Lewis an, daß sich E-Plus in den kommenden Monaten stär-



Michael Lazik, Leiter Mobile Solutions bei arxes (r.), und Michael Hauer, Regionalvertriebsleiter AVM.

ker als bisher auf das Geschäft mit Business-Kunden konzentrieren werde. Lewis: „Business-Kunden sorgen bei E-Plus für rund die Hälfte des Umsatzes, und wir wollen uns als der ideale Partner für Businesskunden positionieren.“

Daß dies gelingt, steht für Lewis außer Frage, denn bereits heute verfüge E-Plus über eine Reihe von Leistungsmerkmalen und Serviceangeboten, die einen deutlichen Vorsprung vor den Mitbewerbern zeigten. Neben der in Tests bewiesenen hohen Sprachqualität und der Netzabdeckung von 98 Prozent der Bevölkerung nannte Lewis hier auch die Erfahrung mit schnellen mobilen Datendiensten, bei E-Plus High Speed Mobile Data (HSMD) genannt, das Serviceangebot des Tarif-Check und die verschiedenen Businessangebote, die in jüngster Zeit entwickelt wurden.

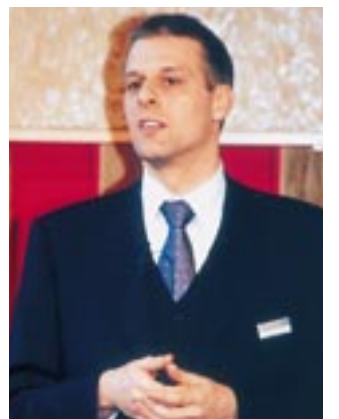
Im Mittelpunkt der anschließenden

„e-day“ von arxes und E-Plus zeigt innovative mobile Kommunikation

Veranstaltung standen die Vorträge hochkarätiger Redner. Diese referierten nach der Begrüßung durch Frank Spielmann, Regionalleiter West bei E-Plus, über „HSMD versus GPRS“ (Martin Krauß, Trainingsabteilung E-Plus), „arxes als Systemintegrator für IT und Telekommunikation“ (Michael Lazik), „Handheld PC – Einsatzmöglichkeiten und Kommunikationslösungen“ (Ute Lauer, Produktmanagerin iAppliances, Compaq), „Mobile High Speed Access (Michael Hauer, Regionalleiter AVM) und „Attraktive UMTS-Services mit Nokia“ (Michael Winkelmann, Business Analyst, Nokia Networks).

Während der gesamten Veranstaltung bestand darüber hinaus die

Suite“, „Remote Access“, „Terminal Server Lösung“, „Telephony Integration“, „XTNDConnect Server“ und „Mobile High Speed Access“ bereit.



Martin Krauß aus der Trainingsabteilung von E-Plus.

Am Ende der Veranstaltung zeigte sich Sascha Hancke mit dem Erfolg zufrieden. „Wir arbeiten seit mehreren Jahren mit TK-Unternehmen zusammen. Mit dem e-day haben wir unsere Kompetenz als IT-Dienstleister unter Beweis gestellt“, meinte der arxes Vertriebsvorstand.

Gerade für einen IT-Dienstleister sei es angesichts des Zusammenwachsens der drei Branchen

Telekommunikation, Medien und Information Technology von Bedeutung, die Anforderungen der verschiedenen Partner zu kennen und zu verstehen.“ Herbert Päge



Sascha Hancke, arxes Vertriebsvorstand.

Möglichkeit, sich an verschiedenen Terminals mobile Anwendungen im Soft- und Hardwarebereich vorführen zu lassen. Im einzelnen standen Experten zu den Themen „Mobile Internet“, „Connectivity

Neue Lösungen für Business-Kunden



Die Ericsson-Mitarbeiterinnen Anja Klein (l.) und Marion Müller (r.) im Gespräch mit der Expertenrunde (v. l.): Christiane Oxenfort, künstlerische Leiterin Düsseldorfer Altstadttherbst, Shu on Kwok, Netzreporter und Moderator bei NBC Giga, Thilo Hartung, Jugendforscher, und Dr. Monika Stobrawe, Kommunikationswissenschaftlerin. Fotos: hepä

Ericsson startet neue Veranstaltungsreihe

„Mobile Kommunikation – Notwendigkeit oder Bedürfnis?“ So lautete im Januar die Überschrift des ersten von insgesamt vier Diskussionsabenden, die Ericsson im Rahmen einer neuen „Open House“-Reihe in diesem Jahr am Unternehmenssitz in Düsseldorf veranstaltet. Moderiert von den Ericsson-Pressstellenmitarbeiterinnen Marion Müller und Anja Klein versuchten die Experten Christiane Oxenfort, künstlerische Leiterin Düsseldorfer Altstadttherbst, Shu on Kwok, Netzreporter und Moderator bei NBC Giga, Thilo Hartung, Jugendforscher, und Dr. Monika Stobrawe, Kommunikationsforscherin, Antworten auf die Frage „Wohin geht die Reise im Zeitalter der mobilen Kommunikation?“ zu geben.

Die Begrüßung der Gäste hatte Ericsson-Geschäftsführer Bernt Högberg übernommen. Er erläuterte, daß die Open House Veranstaltungen vor allem dazu dienen sollten, „über den Tellerrand hinwegzublicken“, um Erkenntnisse dafür zu gewinnen, welche Erwartungen die Nutzer von Mobilfunk an Technologien und Geräte haben oder haben werden. „Ericsson ist eine technische Firma und weltweit eines der größten Unternehmen der Telekommunikationsbranche“, so Högberg.

„Wir entwickeln technische Produkte immer unter dem Aspekt, wie Menschen diese Technik gebrauchen können und wie wir die Technik an die Bedürfnisse der Menschen anpassen können.“

Die anschließende Diskussion befaßte sich zunächst mit den Fragen, in welcher Weise Kunst Kommunikation ist, wie Kunst neue Medien wie das Internet für sich nutzen kann und ob eben diese Medien Kunst irgendwann einmal überflüssig machen werden. Dabei waren sich die Experten einig, daß mit dem Internet ein neues Medium entstanden ist, das



Ericsson-Pressesprecherin Marion Müller (r.) und Pressstellen-Mitarbeiterin Anja Klein übernahmen die Moderation.

auch der Kunst neue Möglichkeiten biete, etwa durch innovative Formen künstlerischer Darstellung.

Weitere „Open House“-Termine

- 10. Mai: Wie gehe ich mit der Informationsflut um?
- 6. September: Wie kreativ ist Technik?
- 8. November: Ist Kunst Kommunikation?

lung oder durch neue Wege, Kunstinteressierte zu erreichen. Solange Kunst mit Ernsthaftigkeit praktiziert werde und solange es Menschen gebe, die Künstlerisches anboten, könne Kunst nicht

aussterben, hieß es. Mit dem Internet und anderen modernen Telekommunikationsformen sei aber eine weitere Möglichkeit hinzugekommen, Konsumenten und vor allem neue Zielgruppen anzusprechen.

Weiteres Diskussionsthema war das „Cloutrain Manifest“. Dabei handelt es sich um ein 95 Punkte umfassendes Manifest US-amerikanischer Fachleute aus Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Internet, das sich mit der Unternehmenskultur, menschlicher

Kommunikation und dem Marketing im Internet auseinandersetzt (im Internet nachzulesen unter www.cloutrain.org).

Die Expertenmeinungen dazu zeigten, daß das Cloutrain Manifest nicht als Dogma zu verstehen und diskussionsbedürftig ist. Es liefert aber auch Anstöße für neue Marketingansätze im Internet, bei denen vor allem die interaktiven Möglichkeiten des Mediums im Mittelpunkt stehen. Einig waren sich die Diskussionsteilnehmer darüber, daß das Internet menschlicher werden müsse und die Kommunikation von Angesicht zu An-

gesicht noch lange nicht ersetzen werde.

Die Frage, warum sich die auf NBC ausgestrahlte Internet- und IT-Sendung „Giga“ binnen kürzester Zeit zu einem großen Erfolg entwickelt habe, wurde vor allem damit beantwortet, daß die nie zuvor dagewesene Interaktivität der größte Erfolgsfaktor sei. Die Zuschauer an TV-Gerät oder Computer (die Sendung wird zeitgleich im Internet verbreitet) hätten mit Giga erstmals die Chance erhalten, aus der passiven Rolle des Konsumenten herauszuschlüpfen und aktiv den Ablauf und die Inhalte ei-



Ericsson-Geschäftsführer Bernt Högberg begrüßte die Gäste.

ner TV-Sendung beeinflussen zu können.

Einig waren sich die Experten schließlich auch darüber, daß das Internet weder das Ende des Buchs noch des Gesprächszeitalters bedeute. Vielmehr biete es nur eine weitere Taste auf der Klaviatur der Kommunikation, die jeder Mensch nach seinen persönlichen Vorlieben, Interessen und Bedürfnissen nutzen werde. *Herbert Päge*

PoS Aktuell

Yahoo Deutschland und Jamba! arbeiten zukünftig zusammen

Jamba!, das mobile Portal von debitel, Media-Saturn sowie ElectronicPartner und Yahoo! Deutschland, eines der führenden Internet-Medienunternehmen, bieten ab sofort gemeinsam Entertainment-Dienste für die mobile Generation an. Die beiden Unternehmen vereinbarten, gemeinsam Entertainment-Dienste für das Mobiltelefon zu entwickeln und zu vermarkten. Ab sofort sind die ersten Jamba!-Dienste im Co-Branding bei Yahoo Mobil unter <http://mobil.yahoo.de> verfügbar. Yahoo-Nutzer können damit schon heute aus mehr als 5.000 Jamba!-Klingeltönen und Handy-Logos auswählen. Jamba!-Marketingdirektor Ole Brandenburg sieht in dieser Partnerschaft neue Möglichkeiten für M-Commerce-Kunden: „Die Zusammenarbeit ermöglicht Yahoo-Usern die einfache, bequeme und schnelle Nutzung der mobilen Entertainment-Dienste von Jamba!, ohne das umfangreiche Yahoo-Angebot verlassen zu müssen.“ In Kürze sollen weitere Entertainment-Anwendungen folgen und passend zu Themengebieten in Yahoo Mobil eingebunden werden.

Viag Interkom baut in München eine zweite Zentrale

Viag Interkom wird in München eine zweite Unternehmenszentrale für 1.400 Mitarbeiter errichten. Baubeginn für das 150 Millionen DM-Projekt ist im Sommer, der Einzug soll Anfang 2003 sein. Bis dahin wird das Unternehmen in München bis zu 3.500 Mitarbeiter beschäftigen. Das vom Münchner Architekturbüro Grüner + Schnell + Partner entworfene Gebäude befindet sich in der Parkstadt Schwabing, in der Nähe der Zentrale am Georg-Brauchle-Ring. Auf 8.445 Quadratmetern entstehen 25.000 Quadratmeter Bürofläche sowie eine Nutzfläche von 12.600 Quadratmetern in drei Untergeschossen. Projektpartner bei der Realisierung dieses Vorhabens ist die Münchner Unternehmensgruppe Argenta. Das Konzept des neuen Gebäudes orientiert sich an den Erfahrungen, Standards und am Raumkonzept der Hauptverwaltung am Georg-Brauchle-Ring. Es spart nach Viag Interkom Angaben durch effiziente Raumnutzung, kurze Wege und flexible Raumgestaltungsmöglichkeiten sechs Mio. Mark jährlich.

Fachleute diskutieren über Kommunikation

PoS-Aktuell

Sony senkt Preisempfehlung für Erfolgsprojektor VPL-CX1

In eine Preisoffensive geht Sony mit seinem Erfolgsmodell VPL-CX1. Der microportable Projektor mit XGA-Auflösung (1.024 x 768) und einem Gewicht von 2,7 kg entwickelte sich in den Jahren 1999/2000 zum Erfolgsmodell und brach-



te Sony erstmalig in Deutschland die Marktführerschaft im Segment der Digitalprojektoren ein. Sony hat nun die unverbindliche Preisempfehlung für den VPL-CX1 auf rund 7.950 DM gesenkt. Mit seiner hohen Auflösung stellt der VPL-CX1 komplizierte Tabellen, feinste Linien und Grafiken in hoher Farbqualität und Detailgetreue dar. Das Gerät bietet sich als Ergänzung zu Notebooks mit einem Display in natürlicher XGA-Auflösung an. Abgerundet wird die Ausstattung des LCD-Projektors durch eine im Lieferumfang eingeschlossene Fernbedienung und eine USB-Schnittstelle.

Viag Interkom konzentriert Festnetz auf Geschäftskunden

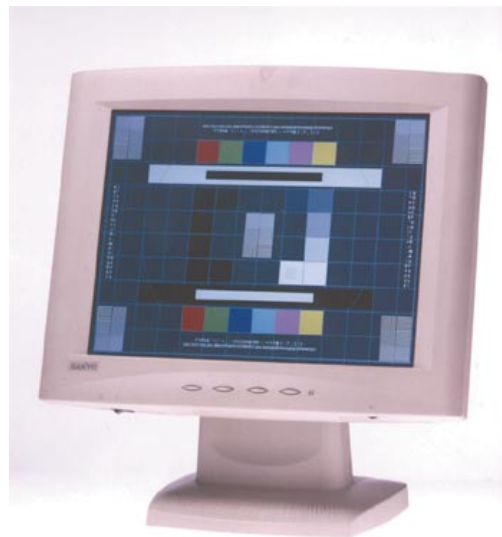
Viag Interkom setzt im Festnetzbereich die Fokussierung auf Geschäftskunden konsequent fort. Dabei bedient das Unternehmen mit dem auf der Systems in München vorgestellten e-nfrastruktur-Konzept (PoS-MAIL berichtete) in wachsendem Maße auch Mittelstandskunden. Der Vertrieb von herkömmlichen Preselection-Diensten an Privatkunden wurde Anfang Februar eingestellt. Bestandskunden können ihren Preselection-Tarif vorerst weiternutzen. In den kommenden Wochen will Viag Interkom diesen Kunden attraktive Alternativen zu den bisherigen Tarifen bieten. Dazu zählen

- e-nfrastruktur, das für Mittelstandskunden über den Direktanschluß Sprache und Internet bereitstellt und mit einem exklusiven Internet-Portal hohen Anwendungskomfort bieten soll.
- Genion, das sowohl für den Privats als auch für den Geschäftskunden attraktive integrierte Tarife anbietet, die Mobilfunk- und Festnetzfunktionen zusammenführen.
- 01090 Call by call, das weiterhin jeder Kunde ohne Voranmeldung nutzen kann.

Die Fokussierung auf diese Produkte ist auch Ziel der Ausgliederung der Festnetzaktivitäten von Viag Interkom in eine eigenständige Gesellschaft. Diese soll zum 1. März vollzogen sein. Die neue Einheit wird dann in die europaweite BT Ignite Organisation integriert.

Sanyo will Produktion von TFT/LCD-Monitoren ausweiten

Aufgrund der steigenden Nachfrage nach TFT/LCD-Monitoren will Sanyo in seiner neuen Produktionsstätte in Tottori, Japan, die monatliche Produktion von TFT-Panels auf 480.000 Stück verdoppeln. In Deutschland vertreibt Sanyo seit Sommer 1998 TFT/LCD-Monitore unter eigenem Label und konnte seine Position in diesem Segment ständig weiter ausbauen. Sanyo fertigt seit zwölf Jahren LCD-Panels für namhafte Hersteller, unter anderem für IBM und den Computerhersteller Gateway. Im vergangenen Jahr kamen



im OEM-Bereich die Firmen Siemens, Compaq und Dell hinzu. In Deutschland bietet das Unternehmen Flachbildschirme und Einbaumodule in den Größen von zwölf bis 18,1 Zoll an. In der 12-Zoll- und 15-Zoll-Größe hat Sanyo auch Displays mit resistiver und kapazitiver Touch-Oberfläche im Angebot.

Beispiele aus der Sanyo Monitor-Produktpalette sind der 15-Zöller LMU-TF150 A2 (Bild links) mit XGA-Auflösung, 16,77 Mio. Farben und einem Verbrauch von 25 Watt sowie das neue 18,1-Zoll-Modell MLC-1801 E mit einem horizontalen und vertikalen Öffnungswinkel von 160°.

Ein Bild von einem Camcorder.

Der neue MV3 ...



... und seine 8-MB-Memory-Card.*



DESIGN BIS IN DIE
FINGERSPITZEN:
DER MV3.
CREATED BY CANON.



Hightech zum Anfassen in schönster Form – der neue MV3 ist der kleinste digitale Camcorder der Welt.** Doch nicht nur darüber werden Sie staunen, seine Technik kann sich ebenfalls sehen lassen. Ausgestattet mit einem 1/4"-Progressive-Scan-CCD mit 800.000 Pixeln und RGB-Filter bieten die MC-Versionen die erste Memory-Card-Funktion created by Canon. Weitere Top-Features sind die Photofunktion und der praktische Mehr-Bildschirm. In den i-Versionen ist der MV3 natürlich auch als DV-IN-Variante erhältlich. Informieren Sie sich unter www.canon.de oder direkt bei Ihrem Canon Händler!

MV3 DM 3.199,- MV3i: DM 3.499,- MV3 MC: DM 3.499,- MV3i MC: DM 3.799,-

Unverbindliche Preisempfehlungen der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

*Mit Memory-Card-Funktion nur in den Versionen MV3 MC und MV3i MC erhältlich. **Stand: Juli 2000.

Canon

Imaging across networks



Juan Montes (l.), Vice President und Director of Technology of Personal Communications Sector, Motorola EMEA (Europe, Middle East and Africa), und Martin Campiche, Vice President und Director of Marketing of Personal Communications Sector, Motorola EMEA, begrüßten die Vertreter der Tages-, Wirtschafts- und Fachpresse im Stockholmer MAGNet Forschungszentrum. Fotos: hepä

Eine der Hauptaufgaben dieser Forschungszentren ist die Schaffung einheitlicher Softwarestandards, um Mobilfunk-Anwendungen auf den verschiedensten Geräten ohne Kompatibilitätsprobleme zu ermöglichen. Um dieses Ziel zu erreichen, entwickelt Motorola gemeinsam mit führenden Softwareunternehmen entsprechende Programme. Gleichzeitig bietet Motorola sein Wissen auch anderen Entwicklern an, die in ihrem Bemühen, diese Software in Produkte zu integrieren, weitge-

hend unterstützt werden. Dazu hat das Unternehmen ein weltumspannendes Netzwerk geschaffen, dem die unterschiedlichsten Mittel zur Verfügung stehen, von Testläufen für Geräte über technische Unterstützung, Newsgroups und Schulungen bis zu „Frühstücks“-Clubs und Diskussionsforen, auf denen anstehende Probleme debattiert werden.

Um das von den MAGNet-Zentren Erreichte hinsichtlich GPRS ging es auf der Pressekonferenz. Zunächst stellte Martin Campiche,

Motorola zeigte CeBIT-Neuheiten im Stockholmer MAGNet-Centre

Vice President und Director of Marketing of Personal Communications Sector, Motorola EMEA, die neuen GPRS-Handys vor, die

Am Rande des Motorola CeBIT-Briefings in Stockholm nutzte PoS-MAIL die Gelegenheit, mit Walter Hühn, General Manager Germany, Personal Communications Sector, Motorola GmbH, über die neuen Produkte und die Erwartungen an den neuen Mobilfunkstandard GPRS zu sprechen.

Walter Hühn, General Manager Germany, Personal Communications Sector, Motorola GmbH:

„GPRS wird ein Riesenerfolg“

PoS-MAIL: Herr Hühn, Motorola setzt mit seinen neuen Handys ein deutliches Zeichen für GPRS. Was erwarten Sie von dem neuen Standard?

Walter Hühn: Ich bin davon überzeugt, daß GPRS für Motorola ein Riesenerfolg wird, weil wir wieder einmal in der Lage sind, den Konsumenten etwas vollkommen

Neues zu bieten. WAP war im Gegensatz zu GPRS nicht wirklich eine neue Technologie, aber immerhin ein erster Schritt in Richtung mobiler Datenanwendungen.

PoS-MAIL: Welche Anwender werden sich Ihrer Meinung nach besonders für GPRS interessieren?

Walter Hühn: Am Anfang werden vor allem die Trendsetter auf den GPRS-Zug aufspringen, die immer das Neueste haben wollen, und Businessanwendungen werden zunächst im Vordergrund stehen. Aber sehr schnell werden auch die „normalen“ Konsumenten merken, daß GPRS eine Menge Vorteile bei allem mit sich bringt, was mit Messaging und Chatting zu tun hat. Auch Spiele werden eine vollkommen neue Qualität bekommen.

PoS-MAIL: Worin liegen Ihrer Meinung nach die Vorteile, bzw. worin sehen Sie die neue Qualität?

Walter Hühn: Wesentlicher Vorteil ist die Tatsache, daß der Anwender immer im Netz ist, aber nur die gesendeten Daten bezahlt werden. So haben die Spieler beispielsweise beim Schach, um ein ganz einfaches Beispiel zu nennen, stets das gesamte Spielfeld im Blick, sie müssen aber nur dann Gebühren bezahlen, wenn sie ihren Zug an den Gegner übermitteln. Außerdem sparen sie mit GPRS eine Menge Zeit, weil sie sich nicht immer neu einwählen müssen. Und schließlich werden personalisierte und ortsbezogene Dienste an Bedeutung gewinnen, also solche Angebote, die dem Anwender an dem jeweiligen Ort, an dem er sich befindet, einen Nutzen bieten.

PoS-MAIL: Was werden Sie unternehmen, um bei den Verbrauchern die Lust auf GPRS zu wecken?

Walter Hühn: Erstens arbeitet Motorola mit zahlreichen Softwareunternehmen zusammen, um Content für GPRS zu entwickeln. Zweitens werden wir zu verschiedenen Handys Zubehör wie größere Displays oder größere Keyboards auf den Markt bringen, damit der Spaß bereits bei der Anwendung beginnt. Und drittens werden wir GPRS auch in den Mittelpunkt verschiedenster Marketingmaßnahmen stellen.

PoS-MAIL: Herr Hühn, vielen Dank für das Gespräch.

Nicht nur Motorola General Manager Walter Hühn und Handelsblatt-Mitarbeiterin Marion Kamp hatten sichtlich Spaß daran, die neuen Motorola Handys auszuprobieren.



Das MAGNet-Forschungszentrum in Stockholm, Schweden, war der Schauplatz eines CeBIT-Briefings, zu dem Motorola Anfang Februar europäische Tageszeitungs-, Agentur-, Wirtschafts- und Fachjournalisten eingeladen hatte. Im Mittelpunkt der Präsentationen stand neben neuen GPRS-Handys auch das Engagement des Unternehmens in Sachen Grundlagenforschung für die neuen Mobilfunkstandards. So hatten die Verantwortlichen das MAGNet-Centre nicht zufällig ausgewählt, denn das Stockholmer Zentrum ist Teil eines Netzwerks im MAGNet-Konzept (MAGNet = Motorolas Application Global Network), zu dem auch die MAGNet-Zentren in Basingstoke (Großbritannien) und Boynton Beach (Florida/USA) sowie Forschungszentren in Madrid (Spanien), Rio de Janeiro (Brasilien), Peking (China) und Tokio (Japan) gehören.



„Hausherr“ Ulf Gustafsson, Director des MAGNet-Centre Stockholm (Bild unten), beantwortete ebenso die Fragen der Journalisten wie Mike Kent (Bild links), Brand Marketing Manager Consumer Solutions Group EMEA.



Motorola auf der CeBIT präsentieren und im Laufe des zweiten Quartals auch in den deutschen Markt einführen wird. Campiche unterstrich, daß Motorola auch für den neuen Mobilfunkstandard von Beginn an mit einer breiten Produktpalette antrete und Geräte für alle vier Segmente, Accompli, Talkabout, V. und Timeport, anbieten werde. Dem Handel stünden damit von Beginn an Handys für alle Kundengruppen zur Verfügung, vom design-

orientierten Trendsetter über den Nutzer, der Wert auf einfache Handhabung und schnelle Kommunikation legt, bis zum Geschäftskunden, für den ein Handy ein Instrument zur Organisation seines Tagesablaufs darstelle.

Juan Montes, Vice President und Director of Technology of Personal Communications Sector, Motorola EMEA, gab anschließend einen Einblick in die Bemühungen, nutzenbringende Anwendungen für GPRS zu entwickeln. Er betonte, daß nach derzeitigem Erkenntnisstand vor allem Messaging, Entertainment und die Personalisierung durch Icons, Klingeltöne oder auf den Anwender zugeschnittene individuelle Dienste zu den



Motorola Timeport 288



Mit seinen Forschungsstätten ist Motorola rund um den Erdball vertreten.

Erfolgsfaktoren für GPRS gehören werden. Darüber hinaus wird sich der Anteil der Spieleanwendungen nach Montes' Worten in rasanter Geschwindigkeit erhöhen. Um den Erwartungen der Nutzer in allen Belangen gerecht zu werden, baut Motorola eine „Entwickler-Gemeinde“ auf,



Motorola Talkabout 192

die neue Spiele und neue Content-Angebote schaffen soll. Auf eine Prognose, welche der Anwendungen letztlich den Durchbruch für GPRS bringen werde, wollte sich Montes nicht festlegen. „Wir werden erleben, daß es täglich neue Entwicklungen geben wird, die die bestehenden Möglichkeiten erweitern“, meinte Montes.

„Gleichzeitig ändern sich die

Menschen und mit ihnen ihre Ansprüche, Wünsche und Bedürfnisse. Niemand kann zum jetzigen Zeitpunkt voraussagen, wohin die Reise genau gehen wird.“

Natürlich gab es in Stockholm auch die ersten funktionsfähigen GPRS-Handys zu sehen. Dazu zählte beispielsweise das Motorola Talkabout 192. Es zeichnet sich durch einfache Handhabung aus und bietet animierte Bildschirmschoner und animierte Icons zur besseren Navigation. 20 Klingeltöne, davon fünf frei programmierbare, und Sprachwahl sind weitere Kennzeichen. Das Talkabout 192 wird in drei Gehäusefarben auf den Markt kommen. In der V. Serie bringt Motorola mit dem V120 und dem V66 zwei GPRS Geräte.



Motorola V120 (oben) und V66 (unten)

Mit außergewöhnlichem Design und neuester GPRS-Technologie richten sich diese beiden Modelle vor allem an die Kunden, die immer das Neueste haben müssen. Das Triband-Gerät Motorola V66 ist extrem klein und bietet eine interessante Mischung aus Messaging- und Personalisierungsfunktionen. Es wird in verschiedenen Gehäusefarben angeboten und besitzt auf der Vorderseite einen Clip (unter dem sich die SIM-Karte befindet),



Motorola Accompli 008

der auf Wunsch durch andersfarbige Clips ersetzt werden kann.

Für den Handheld-/Communicator-Markt führt Motorola schließlich das Modell Accompli 008 ein. Das Dualband-Gerät kombiniert die Möglichkeiten eines Organizers mit GPRS und richtet sich vor allem an Technik-Freaks und Business-Kunden.

Detailliertere Infos zu den neuen Handys und ein erster Erfahrungsbericht folgen in der CeBIT-Ausgabe von PoS-MAIL. *Herbert Päge*

Ingram Macrotron baut E-Business-Angebot aus

Ingram Macrotron bietet kleinen und mittleren Unternehmen seit geraumer Zeit E-Commerce-Lösungen an. Bausteine dafür sind das Online-Bestellsystem IM.order, das inzwischen rund 16.000 Artikel von etwa 370 Herstellern umfaßt, die Webshoplösung IM.shop, die Partnern des Dornacher Distributors einen professionellen Webauftritt ermöglicht, und die IMMall, der B-2-B-2-C Internetmarktplatz. Ab sofort bietet Ingram Macrotron auch E-Consulting für Großkunden, um Schnittstellen zwischen deren Systemen und dem eigenen Warenwirtschaftssystem zu entwickeln.



Für die Webshoplösungen bietet Ingram Macrotron seinen Partnern eine Reihe standardisierter Layouts an, die nach individuellen Vorstellungen verändert werden können.



„Unser Ziel ist es, in diesem Jahr unseren Key Accounts ein ausgefeiltes Online-Bestellangebot zu bieten, das sich an den individuellen Anforderungen des einzelnen Kunden ausrichtet“, sagte Ralph Wölpert, Ingram Macrotron Senior Director Corporate & Marketing Communications, bei einem Gespräch mit PoS-MAIL in der Dornacher Unternehmenszentrale. Schnelligkeit, Effizienzsteigerung und dadurch Kostenreduktion stünden dabei im Vordergrund. Wölpert: „Wir haben die Lösungen bereits in einem Pilotprojekt bei verschiedenen Kunden getestet und dabei äußerst positive Erfahrungen gemacht.“

Um die anstehenden Aufgaben zu bewältigen und das Angebot im E-Business weiterhin gezielt ausbauen zu können, hat Ingram Macrotron die neue Abteilung „E-Business Solutions & Services“ gegründet. Unter der Führung von Jürgen Thalmayr, der die Abteilungsleitung seit Anfang des Jahres innehat, sollen die Großkunden mit Ingram Macrotron zunehmend elektronisch vernetzt werden. „Der Telesales wird dadurch entlastet, und wir gewinnen mehr Kapazitäten, die wir zu

intensiverer Beratung und individueller Kundenbetreuung nutzen können“, so Thalmayr. Das Team analysiert zunächst die Schnittstellenbedürfnisse der Großkunden, verkauft aktiv die E-Commerce-Leistungen des Distributors und begleitet die Anbindung an die eigenen Systeme. Auch der Außendienst wird in die Beratung miteinbezogen. Anhand der so gewonnenen Erkenntnisse erarbeitet Ingram Macrotron dann individuelle Komplettlösungen.

Neues gibt es auch bei IM.order, dem Online-Bestellsystem von Ingram Macrotron: Ab sofort bie-

tet der Distributor Fachhändlern, die online bestellen, die Möglichkeit, Produkte zu Staffelpreisen zu bestellen. Dabei können die Kunden die jeweiligen Staffelpreise prüfen, die ihnen online geboten werden, indem sie auf das gewünschte Produkt klicken.

Das Bestellsystem zeigt dann in der Bestellmaske verschiedene Abnahmemengen mit den dazugehörigen Preisen an. Naturgemäß werden die Preise kleiner, je größer die Bestellmenge ist.

Herzstück für den Einstieg in die Welt des E-Commerce bleibt für den Fachhandelspartner des Dornacher Unternehmens

aber die Lösung IM.shop. Für 49 DM pro Monat (und einen kostenlosen Testmonat) erhält der Handelspartner damit die Gelegenheit, einen Internetshop einzurichten, der ihm Erreichbarkeit und Umsatz rund um die Uhr ermöglicht.

Der Online-Shop kann auch von unerfahrenen Benutzern einfach, komfortabel und schnell eingerichtet werden. Neben standardisierten Designvarianten stehen dabei verschiedene Möglichkeiten der Individualisierung zur Verfügung. Für das Angebot kann der Händler beliebige Artikel aus dem Angebot von Ingram Macrotron auswählen und auf Wunsch auch mit Produkten anderer Anbieter ergänzen. Die so entstehende Datenbank, die problemlos über IM.disk gepflegt werden kann, bietet auch Produktbeschrei-



Durch eine einfache Benutzerführung mit eindeutigen Seiteninhalten sind die verschiedenen Funktionen, oben die Wahl der Versandart, unten der Import von Produktdateien, auch von ungeübten Benutzern schnell auszuführen.

bungen, Abbildungen und Datenblätter.

Um das Online-Geschäft so angenehm wie möglich zu machen, bietet Ingram Macrotron an, die im Internet bestellten Produkte im Namen und mit Rechnung des Händlers direkt an den Endkunden zu liefern. *hepä*



Übersichtlichkeit ist auch bei der Auswahl der verschiedenen Produktkataloge Trumpf.

Neuheiten

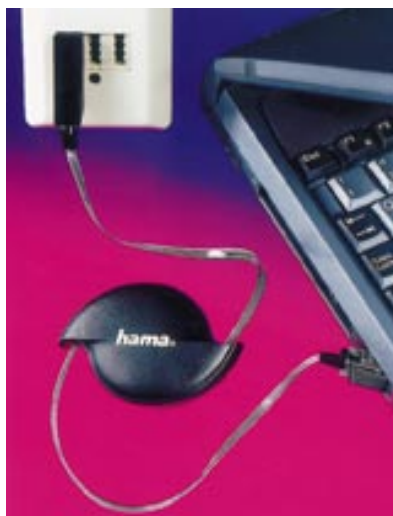
Elmeg zeigt Lösungen für den vernetzten Einsatz von Heim-PC

Elmeg hat für die CeBIT einfache und kostengünstige Tk-Lösungen angekündigt, die eine Vernetzung von mehreren Heim-PC über die bereits vorhandene Zwei-Draht-Telefonleitung und einen schnellen und bequemen Internet-Zugriff über USB ermöglichen. Unter der Bezeichnung elmeg D@vos.net bringt das Peiner Unternehmen eine neue Internet-Anlagen-Serie auf den Markt. Die elmeg D@vos-24.net und die elmeg D@vos-44.net sollen durch ihre USB-Schnittstelle mit High Speed Plug & Play einen schnellen Zugang (bis 128 Kbit/s) ins Web garantieren. Diese neuen Sechs- bzw. Acht-Port-Anlagen mit innovativer ASIC Chip-Technologie bieten darüber hinaus CAPI-Applikationen für Anrufbeantworter, Telefax und Datenübertragung, die TAPI-basierte CTI-Software elmeg PC-Tel sowie ein automatisches Least Cost Routing. Mit der elmeg D@vos-44.net haben Privatanwender außerdem erstmals die Möglichkeit, bis zu vier PC mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von bis zu zehn MBit/s über die bereits vorhandene Zwei-Draht-Tele-

fonleitung miteinander zu verbinden. Damit werden beispielsweise Anwendungen wie gleichzeitiges Internetsurfen über einen Online-Zugang oder der gemeinsame Zugriff auf Peripheriegeräte wie Drucker oder Scanner ermöglicht. Verfügt einer der vernetzten Rechner über einen ADSL-Anschluß, kann dieser Zugang auch den übrigen PC zur Verfügung gestellt werden.

Modemkabel-Set von Hama läßt sich bequem in einer Box aufrollen

Modemkabel für Notebooks sind meistens zu lang oder zu kurz – daß sie passen, ist eher die Ausnahme. Zubehörhersteller Hama



hat jetzt ein Modemkabel-Set vorgestellt, daß mit diesem unangenehmen Zustand Schluß macht.

Das Set verfügt über eine Aufrollbox und einen Modemadapter. Damit kann das vorhandene Modemkabel bis zu einer Länge von 2,4 Metern verlängert werden. Der im Set enthaltene TAE-Adapter ist neben Modembuchsen kompatibel zu Anrufbeantworter-, Fax- und Telefonbuchsen. Unverbindliche Preisempfehlung: zirka 40 DM.



Miniaturbriefkasten überprüft selbständig die E-Mail-Accounts

„E-Mail Informer – Smart Box“ heißt ein neues Fun-Zubehör im Hama-Sortiment. Der rote Miniaturbriefkasten überprüft selbständig die E-Mail-Accounts und zeigt mit einem kleinen Briefumschlag an, ob digitale Post angekommen ist. In frei wählbaren Intervallen überprüft die mitgelieferte Software die E-Mail Accounts auf neue

Voice over IP-Telefon nutzt Betriebssystem Linux

Mit ihrem Voice over IP-Telefon (VoIP) snom 100 präsentiert sich das Jungunternehmen snom technology AG erstmals auf der CeBIT. Das Gerät richtet sich an Benutzer, die Vorteile der VoIP-Technologie mit einer einfachen und gewohnten Benutzung kombinieren möchten. Zur CeBIT ist das Gerät zum Einzelpreis von circa 600 DM lieferbar. Um ein möglichst flexibles IP-Telefon zu entwickeln, setzt snom auf das Betriebssystem Linux. Das IP-Terminal ist kompatibel zur gängigen Netzwerk- und PC-Software und unterstützt VoIP-Standards wie H.323 und SIP. Auch das neue, von snom mitentwickelte Übertragungsprotokoll LPCP (Lightweight Phone Control Protocol) ist integriert. Es platziert Softwarekomponenten für Signalisierung und Benutzerführung in LAN (Local Area Network) und Internet; dies erhöht die Wartbarkeit und Leistungsfähigkeit der Endgeräte. Ein RJ-45-Interface verbindet das Telefon mit dem Ethernet-LAN und ermöglicht eine zentrale Stromspeisung. snom vereint PC-Software und neuartige VoIP-Anwendungen in seinem Gerät. Mit Microsoft Outlook kann der snom 100-Anwender das Telefon ansteuern und Verbindungen aufbauen. Via Display-Menü, das wie bei einem Handy funktioniert, aktiviert der Benutzer neuartige Dienstmerkmale: Mit der VoIP-Funktion „Presence“ zeigt das Telefon an, welche anderen Gesprächspartner zur Verfügung stehen, um zum Beispiel spontane Telefonkonferenzen ohne Terminkalender einzuberufen. Branchenspezifische Applikationen erweitern die von ISDN gewohnte Funktionalität und erschließen neue Einsatzgebiete. Je nach Budget und Sicherheitsanforderungen der Unternehmen lassen sich kostengünstige Open Source Soft-PBX (Nebenstellenanlagen) oder Lösungen mit höherer Verfügbarkeit und Leistung einsetzen und mit Standard-Gateways kombinieren.



Mails. Bei Computern im Offline-Modus wählt sie sich selbständig ein und trennt die Verbindung zum

Mail Server nach dem Check. Je nach Priorität der eingegangenen Post blinkt an der E-Mail Informer – Smart Box eine LED in drei verschiedenen Sequenzen auf. Gleichzeitig gibt der Briefkasten Töne von sich, und ein kleiner Briefumschlag fährt aus einem Schacht heraus. Schiebt der Benutzer diesen Briefumschlag wieder zurück, öffnet sich das Mail-Programm automatisch, ein zusätzlicher Knopf startet den Browser. Das zwölf Zentimeter hohe Gerät hat Form und Farbe eines englischen Briefkastens und wird über USB an den PC angeschlossen. Unterstützt werden Windows 98, ME und 2000. Unverbindliche Preisempfehlung: zirka 50 DM.

AVM hält die Version 3.01 der Fritz!-Software zum Download bereit

Bei AVM (www.avm.de) steht die aktuelle Version 3.01 der Kommunikationssoftware Fritz! zum Download bereit. Sie bietet zahlreiche neue Features, verschiedene Oberflächen für Fritz!web und mit WebWatch ein Programm, das einen einfachen Überblick über die Qualität der Internetverbindung gibt. Die Fritz!-Software ist optimiert für Fast Internet over ISDN. Bei Fritz!web wurde der Zwei-Kanal-Betrieb komfortabler konfigurierbar gemacht. So kann ab sofort der zweite B-Kanal automatisch zugeschaltet werden.

Brother erweitert Sortiment um ein preiswertes Laser-Faxgerät und ein Multifunktionsgerät

Brother hat mit dem Modell 8060P ein neues Laser-Faxgerät ins Sortiment genommen, das professionellen und semiprofessionellen Anwendern den kostengünstigen Einstieg ins Laserfaxen ermöglichen soll. Das Gerät arbeitet mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von 14.400 bps und verfügt standardmäßig über einen Universalspeicher mit einer Kapazität von 2 MB. Die Paper Glide Technology (PGT) sorgt für einen geraden Papierweg, so daß das Papier gerade und störungsfrei durch das Gerät läuft, ohne umgelenkt zu werden. Mit einem 200 Blatt Papierschacht und einem Dokumenteneinzug, der bis zu 20 Seiten automatisch einliest, bewältigt das Fax-8060P auch den Empfang und das Versenden von umfangreichen Faxnachrichten. Häufig angewählte Faxnummern lassen sich auf insgesamt 46 Speicherplätzen hinterlegen und über den alphabetischen Rufnummernindex schnell wiederfinden und anwählen. Darüber hinaus können bis zu 50 Sendungen zu individuell programmierten Zeiten verschickt (Zeitversetztes Senden) sowie Rundsendungen an bis zu 96 Teilnehmer durchgeführt werden. Dank Dual Access kann das Gerät bereits bis zu 50 Sendeaufträge vorbereiten, während es noch mit dem Senden oder Empfangen anderer Nachrichten beschäftigt ist. Die Nachrichten werden zwischengespeichert und automatisch gesendet, sobald die Leitung wieder frei ist. In Abwesenheit eingegangene Faxe können per Handy oder Telefon von unterwegs aus an den gewünschten Anschluß weitergeleitet werden. Zudem verfügt das FAX-8060P auch über eine programmierbare Fax-Weiterleitung, so daß eingehende Faxe auch automatisch weitergesandt werden können. Das Gerät erstellt bei Bedarf bis zu 99 Kopien eines Dokuments. Hierbei können Vorlagen auch vergrößert oder verkleinert werden. Zudem besteht bei Mehrfachkopien die Auswahl zwischen sortierter und normaler Ablage. Durch die integrierte Tastensperre (PIN-Code) läßt sich das Fax-8060P vor unbefugter Bedienung schützen.

Außerdem hat die Brother International ihre 1995 eingeführte Palette an Mul-

tifunktionsgeräten um ein Kombigerät auf Laserbasis erweitert: Das MFC-9060 soll auf kleinstem Raum die täglich anfallenden Aufgaben eines Laserfaxes, Laserdruckers und E-Mail-Assistenten zugleich erledigen und dabei durch exzellente Qualität und günstige Folgekosten überzeugen. Eingehende Faxnachrichten empfängt das Gerät auf Normalpapier. Dokumente werden mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von 14.400 bps verschickt. Dank Dual Access können weitere Faxsendungen parallel vorbereitet werden, während das MFC-9060 noch mit dem Senden oder Empfangen anderer Nachrichten beschäftigt ist. Der Sendebericht kann automatisch oder nur bei Bedarf angefordert werden. Durch zahlreiche Komfortfunktionen wie zum Beispiel Speicher für acht Ziel- und 30 Kurzwahlnummern, Rundsendungen an bis zu 88 Teilnehmer, zeitversetztes Senden und Kopiermodus mit Mehrfachkopierfunktion bis 99 Seiten runden das Profil des MFC-9060 als Faxgerät ab. Die integrierte Tastensperre (PIN-Code) ermöglicht, das MFC-9060 vor unbefugter Benutzung wirkungsvoll zu schützen. Als Windowsdrucker



erreicht das Brother MFC-9060 einen Durchsatz von sechs Seiten pro Minute bei einer Auflösung von 600 x 600 dpi. Es verfügt über einen 200 Blatt Papierschacht und PGT (Paper Glide Technology) für einen geraden Papierweg. Das Druckerkabel (Bi-direktional High Speed Centronics parallel IEEE 1284) ist im Lieferumfang enthalten, ebenso wie Treiber für Windows 95/98, ME, NT 4.0 und 2000. Die serienmäßige Software Paperport macht das MFC-9060 zum Scanner. So können eingescannte Dokumente zum Beispiel mit zwei Mausklicks direkt an eine E-Mail Adresse als Anhang verschickt werden (Scan-to-Mail). Das Format des Anhangs (JPEG, PDF, BMP, TIFF, usw.) kann hierbei je nach Bedarf vom Anwender selbst bestimmt werden. Auch das Einscannen von Dokumenten in ein Textverarbeitungs- oder Grafikprogramm ist auf die gleiche Weise möglich (Scan-to-Text/Scan-to-Bild). Beide Geräte sind seit Januar erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten Brother Fax-8060P 949 DM und Brother MFC-9060 1.048 DM.

Enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel

Die Callino GmbH hat im Sommer 1999 mit Call-by-Call-, Internet-by-Call- und Preselection-Angeboten vor allem für Privatkunden den deutschen Telekommunikationsmarkt betreten. Inzwischen wurde das Produktportfolio deutlich ausgeweitet. Dank Richtfunk (Wireless Local Loop, Point-to-Multipoint), breitbandigem Internetzugang (Broadband Internet Access) und xDSL (Digital Subscriber Line) verfügt der Münchner Tk-Anbieter heute in Deutschland über ein flächendeckendes, eigenes Netz. Damit bietet Callino für Privat- und Geschäftskunden auch im Ortsbereich interessante Alternativen zur Deutschen Telekom.

Das besondere Augenmerk der Verkaufsaktivitäten gilt derzeit kleinen und mittleren Unternehmen. „Viele dieser Betriebe wollen den Zug der modernen Telekommunikationsmöglichkeiten nicht verpassen und erneuern deshalb ihre oftmals veralteten Tk-Anlagen“, stellte Callino-Vertriebsleiter Peter Rietsch in einem Gespräch mit PoS-MAIL fest. „Diese Situation nutzen wir, um unsere Dienstleistungsangebote als

junges, flexibles Unternehmen anzubieten.“ Dies geschehe, außer bei Großkunden, grundsätzlich in

enger Zusammenarbeit mit dem Fachhandel, betonte Rietsch.

Wer Handelspartner von Callino werden will, benötigt neben Grundlagen für den Verkauf von Tk-Produkten vor allem die Bereitschaft, sich vom reinen Händler zum Servicepartner weiterentwickeln zu wollen. „Um erfolgreich arbeiten zu können, brauchen wir die Kompetenz vor Ort. Das heißt, unser Handelspartner muß fundiert beraten und seinem Kunden maßgeschneiderte Lösungen für seine Tk-Probleme bieten können“, so Rietsch.



Bild rechts: Das Herz des Callino-Billing-Systems: In diesem Server mit einem Speichervolumen von 500 Gigabyte werden die Verbindungsdaten aller Preselection-Kunden erfaßt. Außerdem wickelt Callino über den leistungsfähigen Sun-Cluster auch Kundenverwaltung und interne Finanzbuchhaltung ab. Bild unten: Mit einer solchen, zirka 25 Zentimeter großen Antenne wird der Kunde über Richtfunk an die Callino-Basis-Station angeschlossen. Da die Technik schnell und kostengünstig installiert werden kann, eignet sich WLL-PMP (Wireless Local Loop, Point-to-Multipoint) vor allem für den Anschluß von Kunden in Industrie- und Gewerbegebieten in der Region.



Frühaufsteher können weiter günstig telefonieren

Wegen des großen Erfolgs laufen die beiden Sonderaktionen für die Call-by-Call-Kunden von Callino weiter. Damit heißt es vorerst bis zum 31. März: Mit der Vorwahl „01075“ günstiger in der morgendlichen „Wake up Hour“ bis neun Uhr telefonieren. Auch die Sonderpreise für Anrufe in einige ausländische Festnetze bleiben, neue Länder kommen hinzu. Mit „call callino“ können Frühaufsteher am Morgen sparen. Denn dank der „Wake up Hour“ kosten Gespräche ins deutsche Festnetz bis neun Uhr nur 4,7 Pfennig pro Minute, während für diese Kunden

in der Geschäftszeit von 9 Uhr bis 18 Uhr 9,9 Pfennig pro Minute fällig werden. Noch erweitert wird die Sonderaktion für günstige Gespräche ins Ausland. So kosten seit Anfang Februar auch Anrufe ins Festnetz in die Russische Föderation und nach Estland werktags zwischen 22 und 8 Uhr und am Wochenende nur 37,5 Pfennig pro Minute. An Werktagen zwischen 8 und 22 Uhr bleibt es bei 45,9 Pfennig pro Minute. Vergünstigungen gibt es unter anderem auch für Anrufe nach Jugoslawien, Kroatien, Polen, Tschechische Republik und Türkei.

programm geschaffen, das am Status quo des Händlers ansetzt und den Partner auf dieser Grundlage weiterqualifiziert. Je nach Inhalten der Zusammenarbeit und Zielvorgaben des Vertrages, der der geschäftlichen Zusammenarbeit zugrunde liegt, unterscheidet das Münchner Unternehmen dabei zwischen Vertriebs-, PMP- und Premium Partnern.

Abhängig von der Intensität der Zusammenarbeit unterscheiden sich die Unterstützungsmaßnahmen, die Callino für seine Partner bereithält. Neben Basisschulungen und der Grundausstattung mit Point of Sale-Materialien steht ein modularer Weiterbildungs- und -qualifizierungsbaukasten zur Verfügung, der nach den individuellen Bedürfnissen des Partners eingesetzt werden kann. Großen Wert legt Callino dabei darauf, die regional unterschiedlichen Interessen und Voraussetzungen optimal umzusetzen. Rietsch: „Ziel jeder Kooperation ist es, unseren Partner in die Lage zu versetzen, seinem Kunden das Gefühl zu vermitteln, daß er nicht nur ein Produkt kauft, sondern daß er auch jederzeit auf den Service zurückgreifen kann.“



Im IP-Raum laufen die Nervenstränge des Callino-Internet-Angebotes zusammen. Vom Zentralrechner auf Einwahl-Modembänke umgeleitet, erhalten die surf callino-Kunden hier den Zugang zum World Wide Web.

Callino bietet Alternativen im Ortsnetz

Um Kompetenz zu schaffen, hat Callino ein Entwicklungs-

Damit auch dem Handel die Zusammenarbeit mit Callino Spaß macht, kann der Partner zwischen der Einmalprovision bei Vertragsabschluß und einer zeitlich begrenzten Umsatzbeteiligung wählen. Besonders attraktiv für beide Seiten sind die Angebote für Firmenkunden, die Callino nicht nur in den Ballungszentren anbietet,



Peter Rietsch, Vertriebsleiter Deutschland bei der Callino GmbH

sondern auch den Gewerbetreibenden auf dem Land zur Verfügung stellt. „Ideales Produkt ist hier callino xpress“, führte Rietsch aus, „weil wir dem Endkunden damit maßgeschneiderte Bandbreiten zwischen 512 KB bis 2,3 MB bieten können, die exakt seine individuellen Tk-Bedürfnisse befriedigen.“

Herbert Päge

Callino lockt Surfer mit preiswertem Preselection-Paket

Noch preiswerter surfen heißt es seit Anfang Februar für viele Preselection-Kunden von Callino. Ohne Grundgebühr für 1,9 Pfennig statt bislang 2,5 Pfennig pro Minute können diese im „Classic“-Tarif im Internet surfen und zudem noch die günstige „Happy Hour“ ab 16 Uhr nutzen, während für „Comfort“-Kunden bei sekundengenaue Abrechnung die Preise für Verbindungen ins deutsche Mobilfunknetz herabgesetzt wurden: Bei einer monatlichen Grundgebühr von nur 9,90 DM pro Anschluß kann der Kunde für 6,9 Pfennig pro Minute Regionalgespräche führen, außerhalb der Geschäftszeit, die bei Callino werktags nur von 8 Uhr bis 16 Uhr gilt, sogar für 4,7 Pfennig pro Minute. Dazu kommen unter anderem günstige Preise für Anrufe in die deutschen D- und E-Mobilfunknetze ab 42 Pfennig pro Minute. Als weitere Änderung wird bei Anrufen in die Mobilfunknetze einiger Länder künftig ein Aufpreis von 35 Pfennig pro Minute gegenüber den Preisen für Anrufe ins Festnetz berechnet. Dazu gehören zum Beispiel Jugoslawien, Kroatien, Polen, Rumänien, Ungarn und die Tschechische Republik.

Partnerentwicklungsprogramm

Neue digitale Camcorder von JVC

Für Film und Foto



Bereits seit Februar lieferbar sind die vier neuen High-Band Digital Camcorder GR-DV2000, GR-DV1800, GR-DVL557 und der GR-DVL157 von JVC. An der Spitze der neuen Range stehen die Modelle GR-DV2000/DV1800, deren Herzstück ein 800.000-Pixel Progres-

sive Scan CCD ist. Neben der Möglichkeit der Videoaufnahme in einer Horizontal-Auflösung von 520 Linien (die auch die übrigen Neuvorstellungen bieten) mit High-Band Prozessor, können sie auch für die Aufzeichnung von digitalen Standbildern in der UXGA-

Auflösung von 1600 x 1200 Pixeln eingesetzt werden. Diese hohe Bildauflösung wird durch JVCs Pixel-Shift-Technologie, bei der die Farbdaten durch Doppelbelichtungen verdoppelt werden, erreicht. Die

Standbilder, die auch während der Filmaufnahme geknipst werden können, werden entweder auf der zum Lieferumfang gehörenden 8 MB-MultiMediaCard oder auf SD-Karte abgespeichert. Für E-Mail-Attachments stehen darüber hinaus eine XGA- und eine VGA-Auflösung zur Auswahl. Leicht zu handhaben sind die Camcorder durch einen manuellen Fokusring, mit dem die Schärfe wie bei einer analogen Spiegelreflexkamera variierbar ist. Über den intelligenten Zubehörschuh lassen sich die Einsatzmöglichkeiten durch optional erhältliche Produkte wie Video-Licht, Blitzlicht oder Stereo-Mikrofon erweitern. Weitere technische Features

sind eine USB-Schnittstelle für die schnelle Übertragung der Daten, ein DV-Ein- und Ausgang bei dem DV2000 sowie ein DV-Ausgang bei dem DV1800. Der DV2000 bietet darüber hinaus einen analogen Ein- und Ausgang, über den beispielsweise konventionelle analoge Videos ins digitale Format überführt werden können. Alle hier vorgestellten High-Band Digital Camcorder bieten ein 300fach Super Digital Zoom mit interpolierter Kanten-glättung. Für den GR-DV1800 lautet die unverbindliche Preisempfehlung 4.499 DM, für den GR-DV2000 4.999 DM. Preiswerter kommen Anwender davon, die auf Features wie einen Progressive Scan CCD oder einen intelligenten Zubehörschuh verzichten können. Der GR-DVL557 ist mit einem 800.000-Pixel CCD

ausgestattet, verfügt ebenfalls über eine integrierte digitale Stillkamera, deren Aufnahmen wahlweise auf SD- oder MultiMedia-Karte abgespeichert werden können, und bietet mit USB-Schnittstelle, DV-Ein- und Ausgang sowie analogem Eingang zahlreiche Anbindungsmöglichkeiten. Der Camcorder wird mit einem umfangreichen Softwareprogramm ausgeliefert, verfügt für die Bildansicht über einen 8,9 cm Polycrystalline-Silicon LCD-Farbmonitor und kostet 2.999 DM (UVP). Anwender, die sich in erster Linie auf die Aufnahme bewegter Bilder konzentrieren wollen, sind mit dem GR-DVL157, der für das Einfrieren bestimmter Sequenzen immerhin über einen Schnappschußmodus verfügt, gut beraten. Auch er ist mit einem 800.000 Pixel CCD ausgestattet, bietet einen Digital Still Ausgang, DV-Aus- und Eingang, 300fach Super Digital Zoom und einen 6,4 cm großen Polycrystalline-Silicon LCD Farb-Monitor. Durch zahlreiche digitale Effekte und mit Hilfe der mitgelieferten Softwareprogramme ermöglicht der Camcorder die künstlerische Verfremdung der Aufnahmen. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 2.199 DM. **höl**



Multimediafähig ist der GR-DVL557, der sowohl bewegte als auch Stand-Bilder aufzeichnen kann.

PoS Aktuell

Samsung Electronics mit neuer Struktur

Seit dem 1. Januar 2001 arbeitet Samsung Electronics mit einer neuen Organisationsstruktur. Dazu wurde der neue Bereich Digital Media gegründet. Digital Media umfaßt die Produktbereiche Monitor, Notebooks, Office Automation (Laserdrucker und Faxgeräte), Audio-Video und Digitale Produkte. Olaf Lietzau – bisher als Senior Director für Informationstechnologie (IT) tätig – verantwortet als Senior Director den neuen Bereich. Die Abteilungen Telecom, Weiße Ware und Storage (rotierende Speichermedien) bleiben innerhalb von Samsung Electronics weiterhin als Profitcenter eigenständig. Der Gesamtbereich Digital Media wird unterstützt von der ebenfalls neu gebildeten Abteilung Marketing-Kommunikation. Ihre Leitung übernimmt Thomas Zeller, der seit Mitte 2000 für Samsung Electronics tätig ist. Die Aufgaben der integrierten Abteilung umfassen Werbung, Werbemittelproduktion, Messen, Veranstaltungen, Incentives und Handelsmarketing für die digitalen Samsung-Produkte. Inner-

halb der Digital Media Marketing-Kommunikation konzentriert sich Petra Woyzik auf Public Relations/Pressearbeit. Sie war bislang im Bereich Samsung Telecom für Marketing und Kommunikation verantwortlich. Mit der neuen Organisationsstruktur folgt Samsung Electronics in Deutschland dem Vorbild des koreanischen Headquarters. Darüber hinaus trägt der internationale Elektronikhersteller damit den modernen Entwicklungen der digitalen Produktwelt Rechnung, in der verschiedenste Funktionen zu einem Gerät verschmelzen.

Neuer Managing Director bei NEC-Mitsubishi

Neuer Managing Director des europäischen Headquarters der NEC-Mitsubishi Electronics Display Europe GmbH ist Toshiaki Yamafuji. Gleichzeitig ist Yamafuji Mitglied des Aufsichtsrates der NEC-Mitsubishi Electric Visual Systems Corp., Japan. Toshiaki Yamafuji ist seit mehr als 26 Jahren bei NEC in verschiedenen leitenden Positionen tätig. Bis März 2000 war er Managing Director der NEC Europe in London. Zuvor war er für drei Jahre als Managing Director von NEC Scandinavia in

Schweden. Yamafuji übernimmt eine Organisation, die sich seit 1. Juli 2000 bestens im Markt positioniert hat und seit Oktober



Toshiaki Yamafuji

kontinuierlich 100.000 Monitore pro Monat vermarktet (vom 1. 7. bis zum 31. 12. 2000 insgesamt circa 480.000 Stück). Damit erreichte das Unternehmen in den letzten sechs Monaten ein Wachstum von 90 Prozent (nach Stückzahlen) gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres und begründete eine gute Basis für die Zukunft.

Loewe verzeichnet Umsatzanstieg

Die Loewe AG hat in einer Ad hoc Mitteilung bekanntgegeben, daß das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) nach IAS im abgelaufenen Geschäftsjahr (1. 1. –

31. 12. 2000) von 33. Mio. DM um 23 Prozent auf circa 41 Mio. DM gesteigert werden konnte (vorläufige Zahlen). Nachdem bereits bei Vorlage der Halbjahreszahlen im August 2000 die Umsatz- und Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2000 deutlich erhöht werden konnte (beim EBIT von 36 Mio. DM auf 39 Mio. DM nach 33 Mio. DM in 1999), zeigen die nunmehr vorliegenden Schlüsselzahlen eine nochmals darüber hinausgehende Verbesserung. Der Umsatz stieg dabei um 17 Prozent von 605 Mio. DM auf rund 710 Mio. DM.

Der Umsatz teilt sich auf die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik mit circa 565 Mio. DM, Multimedia mit circa 100 Mio. DM und Telekommunikation mit circa 45 Mio. DM auf. Der Auslandsumsatz stieg auf circa 300 Mio. DM. Damit erreichte die Exportquote 42 Prozent in 2000 nach 36 Prozent in 1999.

Neuer Leiter bei Philips Semiconductors

Dr. Peter Draheim (59) ist seit Jahresbeginn neuer Leiter von Philips Semiconductors Hamburg. Er folgt damit Tony Lear, der als Chief Executive Officer zu SSMC (Singapore Semi-

conductors Manufacturing Company), einem Joint-venture mit Philips Semiconductors, wechselt. Draheim, zugleich Geschäftsführer der Philips GmbH, war nach verschiedenen Aufgaben im Konzern zuletzt Vorsitzender der Geschäftsführung bei der Philips Semiconductors SMST GmbH in Böblingen. Im Verlauf seines 1974 bei Philips begonnenen Berufsweges hat er internationale Erfahrungen in Entwicklung, Marketing und Vertrieb gesammelt.

Nach seinem Studium der Physik und seiner Promotion an der Technischen Universität Braunschweig war er zunächst in den Philips Röhren- und Halbleiterwerken Hamburg (heute Philips Semiconductors Hamburg) mit der Entwicklung von Integrierten Schaltungen ICs beschäftigt, bevor er 1992 in den damaligen Valvo Unternehmensbereich Bauelemente wechselte.

Im April 1987 wurde Draheim in die Konzernzentrale nach Eindhoven berufen. Weitere Stationen seines beruflichen Werdegangs waren die Leitung des Unternehmensbereiches Philips Medizin Systeme von 1992 bis 1995 und der Vorsitz der Geschäftsführung bei Philips Semiconductors SMST GmbH bis Ende 2000.

Am Anfang stand der Wunsch nach Kinoatmosphäre in den eigenen vier Wänden. Für ein perfektes Bild sollten die Möglichkeiten geschaffen werden. Mittlerweile sind die Ziele fast erreicht. Welche Lösungen sich in der Erlebniswelt Heimkino heute und zukünftig bieten, zeigte vom 9. bis 11. Februar die HEIVA – Internationale Messe für Home Cinema – mit ihrer Premiere in Köln.

Auf 20.000 qm informierten sich rund 25.000 Besucher über das Angebot an den Ständen und die Attraktionen des Erlebnisparks. 60 Aussteller präsentierten ihre Produktinnovationen für den Heimkino-Bereich, darunter namhafte Hersteller wie Denon, Loewe, Olympus, Panasonic, Philips, Pioneer, Sharp, Sony, Thomson und Toshiba.

Erfolgreiche Premiere

Neben dem starken Besucherandrang lobten die Aussteller auch übereinstimmend die Qualität des interessierten und durchaus fachkundigen Publikums. Gezielte Fragen mit konkreten Problemstellungen zeugten von hohem Kaufinteresse und ließen gute Nachmessegeschäfte erwarten. Privatinteressenten stellten das Gros der Besucher, doch auch zahlreiche Händler nutzten die HEIVA für Kontakte und Informationen.

Für den Handel ist die Präsentation für Heimkino-Geräte ein wichtiger Ansatzpunkt. Atmosphäre und Platz sind dabei wichtige Faktoren. Attraktive Technik lässt sich nicht aus dem Regal heraus verkaufen. Vorführung, Erklärung und passende Darstellung sind das A und O in diesem Geschäft. Wie Home Cinema optimal und kundengerecht im Point of Sale präsentiert werden kann, wurde auf der HEIVA demonstriert.

Ein wesentliches Ziel des Rahmenprogramms war es, die Besucher von der Faszination Home Cinema zu überzeugen und ihnen das nötige Know-how für die Anschaffungsplanung zu vermitteln. Zur Einstimmung wurden im Eingangsbereich des „Erlebnisparks“ Geräte aus allen Epochen der Fernsehgeschichte vorgeführt. Auf Schwarzweiß-Fernsehern der 50er Jahre bis hin zum heutigen High-End-Gerät mit Flat Screen und DVD-Player wurden Kult-Filme der entsprechenden Jahrzehnte vorgeführt.

HEIVA – Internationale Messe für Home Cinema Faszination Heimkino



Komplettlösungen für jeden Bedarf

Zu den besonderen Highlights des Erlebnisparks zählten die Studios mit kompletten Wohninstallationen. Hier wurde das Spektrum der zahlreichen Ausstattungsmöglichkeiten für das Heimkino-Ambiente beispielhaft demonstriert. Im Studio „Design, Impression & Emotions“ war formschönes Technik-Design mit Möbeln von modern bis klassisch zu sehen. Das Studio „Integrierte Wohnlösungen“ da-



gegen versteckte die Technik in raffinierten Installationen. So verschwand beispielsweise der Bildschirm in der Wand, der Lautsprecher in einem Bild und das Zubehör in Möbeln und Einrichtungselementen. Das „Intelligente Wohnzimmer“ zeigte dem Besucher, wie sich dank BUS-Technik

der Wohnraum per Knopfdruck in ein Heimkino der besonderen Art verwandeln lässt: der Plasma-Fernseher wird ausgeschaltet, die Leinwand ausgefahren, der Videoprojektor eingeschaltet, das Licht heruntergedimmt, die Rolläden geschlossen und der Film gestartet. Im „DVD-Studio“ wurden dem Besucher interaktive technische Möglichkeiten im Heimkino-Bereich vorgeführt. Gezeigt wurde der Film „Der Sturm“, und Interessierten wurde die Möglichkeit geboten, die Sprachfassung des Films selbst zu bestimmen, Szene-Wiederholungen in Zeitlupe auszuwählen sowie „Making-of“-Reportagen oder Interviews einzuspielen. Blickfang des Erlebnisparks war außerdem das „Home

Cinema Theater“. Hier stellten Film- und Video-Verleiher Trailer ihrer neuesten Videofilme auf Dolby Digital vor. Die breite Palette neuer DVD-Produktionen bot jeweils zur halben Stunde optimales Kino-Erlebnis. Dabei waren zahlreiche renommierte Verleihfirmen beteiligt.



Cinema on demand

Ein wichtiges Thema auf der HEIVA war „Cinema on demand“.

Die digitale Technik liefert immer mehr neue Anwendungen und Möglichkeiten. So auch das Kino auf Abruf aus der virtuellen Videothek. Durch die Datenkompression eines Films auf Größen, die problemlos übertragen und gespeichert werden können, lassen sich Filme auch über Leitungen schnell und kompakt transportieren. Die Infrastruktur für



lediglich eine Cinema-on-demand-Option erforderlich. Diese Geräte nehmen den übertragenen Film in Empfang und halten ihn 24 Stunden gespeichert zum Abspielen für



Cinema on demand ist vielerorts schon vorhanden – so im Fall des Breitbandkabels – und wächst rapide, wie die hohen Steigerungsraten bei der Nutzung des Internets belegen. Als Leitungen eignen sich dabei sowohl die Internet- als auch Intranet-Netze. Die Anbieter von

den Kunden bereit. Beim Abspielen bieten sich dem Kunden alle Funktionen, die er vom Videorecorder und DVD-Player kennt. Mittlerweile laufen die ersten Pilotprojekte für Cinema on demand.

miz

Philips hat fast alle Unternehmensziele für 2000 erreicht

Der „Compass“ zum Erfolg

Auf einer Pressekonferenz am 16. Januar 2001 auf Sylt sprach Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips GmbH, über Veränderungen, Herausforderungen und Erfolge für den Bereich Consumer Electronics. Im Jahr 2000 konnte das Unternehmen neun von zehn Zielen erreichen. In diesem Jahr soll die Partnerschaft mit dem Handel weiter ausgebaut werden. Dabei sind deutliche Verbesserungen im Service-Bereich geplant.

Um die Partnerschaft mit den Fachhändlern zu stärken und zu unterstützen, hat Philips „Compass – Competent Partners for Success“ ins Leben gerufen. Dabei handelt es sich um eine Plattform, die mit Marketing-, Vertriebs- und Werbemaßnahmen die Kompetenz der Handelspartner ausbauen soll. Philips wird in diesem Rahmen Training, Promotion und Schulungen zur Verfügung stellen. Bevorzugte Lieferungen von Innovationsprodukten stehen für Compass-Partner ebenfalls auf dem Programm.

Service auf der ganzen Linie

Für den Point of Sale stellt Philips ein umfangreiches Sortiment zur Verfügung. Ein Blickfang ist dabei die neue Systemdeko. Sie zeichnet sich durch ein stilvolles Design und Funktionalität aus. Die Materialkombination aus eloxiertem Aluminium und heller Birke soll die neuen Produkte richtig in Szene setzen. Zweimal im Jahr wird die Deko mit den neuesten Produkten aktualisiert. Für die Pflege der Deko

braucht der Händler nicht zu sorgen. Die Betreuung dafür übernimmt Philips. Alle neuen Produkte sollen den Compass-Partnern sofort ab Einführung zur Verfügung stehen. Da die neuen Technologien häufig erklärungsbedürftig sind, werden seitens Philips Trainer eingesetzt, die die Fachhandelspartner und ihr Personal bei technischen Fragen unterstützen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit für Compass Partner und deren Mitarbeiter, an der Philips Online-Akademie interaktiv teilzunehmen. Hier kann sich das Personal individuell und je nach Leistungsanspruch weiterbilden. Einen weiteren Service bietet Philips im „ePinboard“. Unter www.philips.de kann der Endkunde online einkaufen. Der Wunsch des Kunden wird an den nächsten Fachhandelspartner von Philips weitergeleitet und dieser kann dem Kunden dann ein entsprechendes Angebot unterbreiten.

Zudem setzt Philips Promotion-Teams ein, die den Abverkauf effektiv fördern sollen. Mit Compass verspricht sich Philips den bestmöglichen Support für den Handel. Das klare Profil der Marke Philips soll dabei im Vordergrund stehen.

Neun von zehn Zielen erreicht

Die Unternehmensziele für das Jahr 2000 hatte Philips Consumer Electronics klar definiert. Nach eigenen Aussagen hat das Unternehmen neun von zehn Zielen im Jahr 2000 erreicht. An erster Stelle steht die Kundenzufriedenheit. Hier hatte man sich zum Ziel gesetzt, die Nummer eins zu werden. Ebenso wie im After Sales Service. Beide Ziele wurden erreicht. Das Bestreben, im CE-Markt den zweiten Platz einzunehmen, ist Philips ebenfalls geglückt. Zudem ist es dem Unternehmen im

neue Dimension“. Neben den neuesten Produkten im Heimkino-Bereich werden in kurzer Übersicht alle technischen Highlights der neuen Geräte aufgeführt.

Aussichten für 2001

Für das Jahr 2001 ist Philips bestrebt, seine Erfolge im technologischen Bereich fortzusetzen. Einen Focus setzt das Unternehmen dabei insbesondere auf die Segmente 100Hz, Breitbild und Design. Im DVD-Bereich soll eine High-End-Range auf den Markt kommen. Mitte des Jahres kann mit neuen digitalen Receivern gerechnet werden. Zudem ist Philips bestrebt, die Marktführerschaft im DVD- und RW-Segment einzunehmen. Ein weiterer wichtiger Schritt im Jahr 2001 ist der Ausbau der Service Competence Center des Unternehmens. Zudem steht für dieses Jahr das im November 2000 angekündigte Joint-venture mit LG auf dem Programm. Es wird erwartet, daß die Verhandlungen

– nach Abschluß aller erforderlichen Prüfungen und Genehmigungen – noch in der ersten Hälfte dieses Jahres beendet sein werden. Ziel des Joint-ventures ist es, weltweit die Nummer eins in der Bildröhren-Technologie zu werden.



„Compass – Competent Partners for Success“ ist eine neue Plattform, die mit Marketing-, Vertriebs- und Werbemaßnahmen die Kompetenz der Handelspartner von Philips ausbauen soll.

Jahr 2000 gelungen, zwölf Prozent des gesamten Marktanteils im Bereich Consumer Electronics zu halten. Im Bereich E-Marketing steht Philips auf Platz eins. Das gleiche gilt für den Bereich Farbfernseher und Videorecorder. Im Bereich Audio zählt Philips zu den ersten drei Anbietern im Markt. In der Qualitätsverbesserung konnte Philips im Jahr 2000 ebenfalls Erfolge erzielen. So erhielt das Unternehmen im Juni den PQA Award sowie im April die ISO 9002 Zertifizierung und im November die ISO 14001 Zertifizierung.

Neue Dimensionen im Breitbild-Format

Philips konnte im letzten Jahr insbesondere im Home-Cinema Bereich mit einer Menge an technischen Innovationen beeindrucken. Im Mittelpunkt steht der Fernseher im Breitbild-Format. Das Modell 32PW 9616 wurde mit dem Eisa Award ausgezeichnet und zu Europas Fernseher des Jahres 2000/2001 gewählt. Weitere technische Highlights rund um das Thema „Home-Cinema-Erlebnis“ werden auch dieses Jahr im Segment Philips Consumer Electronics im Mittelpunkt stehen. Um den Fachhandel auch hier zu unterstützen, bietet Philips im Rahmen des für seine Fachhandelspartner kostenlosen PoS-Materials die informative Broschüre „Breitbild-Fernseher – Eine

neue Dimension“ (Nummer eins bei Fernsehröhren, Nummer fünf bei Computer-Monitorröhren). In diesem Bereich sind rund 24.000 Mitarbeiter an 12 Produktionsstätten, darunter in Asien, Europa sowie Süd- und Nordamerika, beschäftigt. Der Umsatz im Jahr 1999 betrug drei Milliarden US-Dollar, der Gewinn 157 Millionen US-Dollar.

LG zählt ebenfalls zu den führenden Herstellern im Bereich Bildröhren für TV-Geräte und Computermonitore. Das Unternehmen betreibt fünf Produktionsstätten und beschäftigt rund 12.000 Mitarbeiter. Im Jahr 1999 lag der Umsatz des Bildröhren-Geschäftes bei 2,2 Milliarden US-Dollar, der Gewinn betrug 357 Millionen US-Dollar. Das bereits seit längerem bestehende 50:50 Joint-venture zwischen Philips und LG für Active Matrix Liquid Crystal Displays ist von dem neuen Unternehmen nicht berührt. „Gemeinsam sind wir in der Lage, für unsere Kunden noch attraktivere Lösungen zu liefern. Für unsere Muttergesellschaften und deren Aktionäre schaffen wir höhere Werte und für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neue Herausforderungen. Die Vereinbarung steht auch im Einklang mit der Strategie von Philips, sich auf die wachstumsintensiven digitalen Märkte zu konzentrieren und Kooperationen in der Technologieentwicklung zu suchen. Außerdem wird das Joint-venture von Anfang an zum Umsatzwachstum beitragen und uns die Kostenführerschaft in einem ausgereiften Markt bringen.“



Neben den neuesten Produkten im Heimkino-Bereich werden in der Broschüre „Breitbild-Fernseher – Eine neue Dimension“ übersichtlich alle technischen Highlights der neuen Geräte aufgeführt.

Das Joint-venture umfaßt alle Bildröhren-Aktivitäten und Schlüsselkomponenten. Beide Unternehmen haben außerdem vereinbart, ihre Glas- sowie Plasma-Technologie-Aktivitäten in die endgültige Vereinbarung einzubeziehen. Das Unternehmen soll voraussichtlich einen Jahresumsatz von 6 Milliarden US-Dollar erzielen und 36.000 Mitarbeiter beschäftigen. Nach eigenen Aussagen zählt Philips bereits heute zu den weltweit führenden Anbietern

Basierend auf der Beziehung, die wir mit LG durch unser LG Philips LCD Joint-venture entwickelt haben, haben wir volles Vertrauen in dieses neue Unternehmen. Unsere gemeinsame Technologie-Stärke zusammen mit der Marktführerschaft von Philips und LGs Produktionserfahrung sind ausgesprochen vielversprechende Voraussetzungen“, so Gerard Kleisterlee, Executive Vice President und Chief Operating Officer von Royal Philips Electronics. *miz*



Zweimal im Jahr aktualisiert Philips die Systemdeko mit den neuesten Produkten.

PoS Neuheiten

Iomega startet Verkauf von 1,3 GB-MO-Laufwerken in Europa



Iomega hat in Europa mit der Auslieferung seiner neuen, in Zusammenarbeit mit Fujitsu entwickelten MO-Laufwerke begonnen. Die nach dem magnetisch optischen Prinzip arbeitenden Wechselspeicher-Laufwerke im 3,5-Zoll-Format können Medien



bis zu 1,3 GB lesen und beschreiben und sind zu MO-Medien mit 640 MB, 540 MB, 230 MB und 128 MB Speichergröße abwärtskompatibel. Die „GigaMO“ erreicht Übertragungsraten von bis zu 5,9 MB pro Sekunde. Iomegas „MO 1,3 GB Professional Series“ sind als interne Einbaulaufwerke mit einer ATAPI-Schnittstelle (IDE) und in der externen Ausführung mit einer SCSI-Schnittstelle ausgerüstet. Die mit Iomega MO-Laufwerken beschriebenen Medien können von MO-Laufwerken anderer Hersteller, etwa Fujitsu, gelesen und beschrieben werden. Der Media-Preis pro MB liegt bei etwa 3,8 Pfennig. Die interne Version der Iomega MO 1,3 GB Professional Series ist für 879 DM UVP, die externe für 919 DM ab sofort verfügbar.

Sharp stellt drei kostengünstige Normalpapier-Faxgeräte vor



Sharp hat drei neue kostengünstige Normalpapier-Faxgeräte vorgestellt. Alle drei Modelle sind mit einem 14.4 Kbps-Modem und einer 60-Blatt-Papierkassette ausgestattet. Ist kein Papier mehr in der Vorratskassette, werden bis zu 27 Seiten Faxnachrichten zwischengespeichert und ausgedruckt, sobald wieder neues Papier aufgefüllt ist. Die Geräte scannen und drucken 64 Graustufen. Der automatische Dokumenteneinzug kann bis zu zehn Seiten selbständig einziehen. Eine Zoom-Funktion sowie optionale Mehrfachkopien er-



weitern die Nutzungsmöglichkeiten. Die Geräte benötigen nur wenig Stellfläche. Die Ausstattung mit Auto Cordless Fax Control sorgt dafür, daß zusätzlich angeschlossene Schnurlos-Telefone erkannt und dort ankommende Faxnachrichten an das Faxgerät weitergeleitet werden. Eine integrierte „Cost Control“-Funktion vermindert die Verbindungskosten für Telefonate und den Versand von Faxnachrichten. Die CLIP-Funktion bewirkt automatische Rufnummernerkennung. Auch für die neuen Geräte bietet Sharp sein Ser-

viceprogramm „Quick 48“ an, das innerhalb von 48 Stunden den Austausch eines defekten Faxgeräts garantiert. In das Modell UX-485, das im Mai 2001 auf den Markt kommen soll, ist zusätzlich ein digitaler Anrufbeantworter integriert. Die Modelle UX-385 und FO-785 unterscheiden sich durch die Anzahl ihrer Kurzwahlspeicher und sind ab sofort verfügbar.

Zwei neue lichtstarke LCD-Projektoren von Sony



Große Lichtstärke, intelligentes Daten-Management und hohe Auflösung zeichnen die neuen LCD-Projektoren VPL-PX21 und VPL-PX31 von Sony aus, die die Modelle VPL-PX20 und VPL-PX30 ersetzen. Beide Geräte verfügen über die Lichtstärke zum Ein-



satz in größeren Konferenzräumen, sind aber mit ihrem Gewicht von 7,2 kg auch für den portablen Einsatz geeignet. 1800 (VPL-PX21) bzw. 2800 Ansi-Lumen (VPL-PX31) garantieren bei unterschiedlichen und veränderlichen Lichtbedingungen kontrastreiche und scharfe Bilder. Die verbesserten 200 Watt UHP-Kurzlicht-

bogenlampen produzieren höhere Lichtstärken und halten länger. Eine intelligente Elektronik analysiert permanent den Datenstrom und optimiert den Aufbau des Projektionsbildes. Beide Modelle verfügen über Auto Pixel Alignment. Durch Knopfdruck werden automatisch der interne Bildpunkt- und Phasenabgleich sowie die Einstellungen für die Bildlage und -größe optimiert. Alle standardmäßigen Auflösungen von VGA bis SXGA unterstützt der Video-Scan-Converter problemlos. Die digitale Keystone-Korrektur gleicht Trapezverzerrungen automatisch aus. Ausschnittvergrößerungen sind per digitaler Zoom-Funktion möglich.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 17.300 DM für das Modell VPL-PX21 und 25.000 DM für den VPL-PX31.

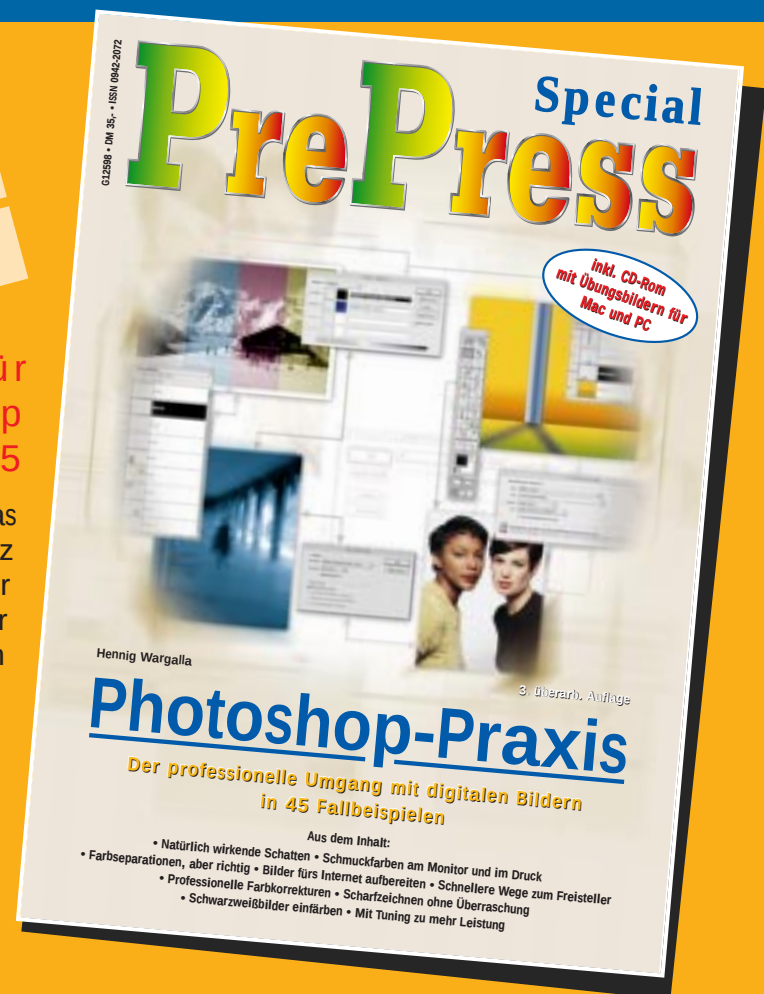
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

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. Einstiegern 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 DM 35,-

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:

Premiere World erhält Bestnoten vom Handel

Emnid-Befragung bestätigt erfolgreiches Partnerschaftskonzept

Die Vertriebspartner von Premiere World arbeiten gerne mit dem Abbonnentensender zusammen: Mehr als drei Viertel (77,9 Prozent) aller Vertragshändler sind mit der Zusammenarbeit mit Premiere World zufrieden; rund die Hälfte (49 Prozent) beurteilt sie sogar als „sehr gut“ oder „gut“. Zu diesem Ergebnis ist jetzt eine Repräsentativuntersuchung, die das Marktforschungsinstitut Emnid im Auftrag von Premiere World unter 1.001 Handelspartnern durchgeführt hat, gekommen. Besonders hoch ist die Zufriedenheit der Handelspartner, die erst nach der Zusammenführung von Premiere

und DF1 zu Premiere World vor zwei Jahren Vertragshändler wurden: Unter diesen Händlern bewerten knapp zwei Drittel (62,6 Prozent) die Partnerschaft als „sehr gut“ oder „gut“. Mike Strauss, Leiter Vertrieb Handel bei Premiere World: „Die Bestnoten, die uns unsere Handelspartner gegeben haben, bestätigen zweifelsfrei, daß unsere vor allem in der jüngsten Zeit umgesetzten Partnerschaftskonzepte durchgängig greifen. Gleichzeitig sind sie aber natürlich auch eine Meßlatte, die wir an unsere künftige Arbeit anlegen müssen.“ Auch im Vergleich mit anderen

Unternehmen der Unterhaltungselektronik hat Premiere World beim Handel gute Karten: Die deutliche Mehrheit der Händler (70,6 Prozent) bewertet die Zusammenarbeit mit Premiere World nicht anders oder sogar besser (17,2 Prozent) als mit anderen Unternehmen. Von den Händlern, die Premiere World erst nach dem Launch 1999 und dem damit verbundenen neuen Vertriebssystem in ihr Angebot aufgenommen haben, beurteilt sogar fast ein Viertel (23,9 Prozent) die Zusammenarbeit besser als mit anderen Partnern. Die Gründe für die positive Bewertung liegen

vor allem in den maßgeschneiderten Serviceleistungen, die der Sender seinen Partnern bietet: Ein wichtiger Aspekt sind hierbei insbesondere die PoS-Materialien, mit denen Premiere World vor Ort im Geschäft eine hohe Wiedererkennbarkeit schafft: 78,8 Prozent aller Händler bezeichnen diese als „sehr gut“ oder „gut“. Besonders gute Noten erhält auch die Händler-Hotline. Emnid ermittelte, daß 79,9 Prozent aller Handelspartner die Freundlichkeit der Hotline-Mitarbeiter als „sehr gut“ oder „gut“ bewerten. Nichts zu wünschen übrig lassen für die Mehrheit ebenfalls das Pro-

spektmaterial für den Kunden (76 Prozent) und die Verkaufsförderung (70,8 Prozent). Zu den hervorragenden Ergebnissen der Untersuchung trägt schließlich auch noch die hohe Werbepräsenz von Premiere World bei: 80,4 Prozent aller Händler beurteilen den Werbedruck in den Medien als „sehr gut“ oder „gut“.

Weitere Informationen zu Premiere World finden Sie auch unter:



www.premiereworld.de

PoS Neuheiten

Iomega Zip 100 mit neuem Design und USB



Iomega liefert ab sofort auf dem europäischen Markt das neueste Modell des Zip100 Wechselspeicherlaufwerks als externe Version aus. Das neue Laufwerk verfügt über eine USB-Schnittstelle für hohe Datenübertragungsgeschwindigkeit. Ein weiterer Vorteil dieser Schnittstelle besteht in der Möglichkeit, das Laufwerk während des Rechnerbetriebs



anschießen oder entfernen zu können, ohne daß der Rechner heruntergefahren und neu gebootet werden muß. Das Zip100-USB ist kompatibel zu Windows 95/98/ME/NT4.0/NT2000 und zu Mac OS Version 8.5.1 bis Version 9.0.4. Voll-

kommen neu gestaltet wurde das Gehäuse des Zip100-USB Laufwerks. Dem Gerät liegt eine CD-ROM mit einer auf 30tägige Benutzungsdauer limitierten Version der Software Iomega Quick Sync 2 bei. Diese Back up-Lösung ermöglicht dem Benutzer ein sofortiges automatisches Back up seiner Daten aus individuell ausgewählten Verzeichnissen. Das neue Zip100-USB ist ab sofort zu einem UVP von 299 DM für den Handel verfügbar.

Heimkino-Projektor von Toshiba



Mit dem Digitalprojektor TLP-MT1 stellt der Geschäftsbereich Professional Visual Products von Toshiba eine Heimkino-Neuheit vor, den Heimkino-Projektor TLP-MT3. Der Nachfolger des Modells TLP-MT1 verfügt mit 400:1 über ein ausgezeichnetes Kontrastverhältnis, das zusammen mit der Lichtstärke von 850 ANSI-Lumen hervorragende Grundvoraussetzung für die Verwendung als Heimkino schafft und sogar 1080i HDTV-Tauglichkeit erreicht. Die in den Toshiba TLP-MT3 integrierten High Aperture Ratio Panels sorgen

für eine besonders helle Wiedergabe. Mit 32 dB Laufgeräusch ist der TLP-MT1 leise genug, um keine störenden Geräusche zu produzieren. Eine eingebaute 120 Watt UHP-Hochleistungslampe



erreicht die Lebensdauer von bis zu 4.000 Stunden und damit niedrige Betriebskosten. Mit SVGA (800 x 600) und 16:9-Umschaltung entspricht die physikalische Auflösung dem Idealfall für die Betrachtung von DVD-Filmen. Die höhere XGA 1.024 x 768 wird extrapoliert unterstützt. Die Abmessungen betragen 318 x 87 x 233 mm, das Gewicht beträgt 3,7 Kilogramm. Der Toshiba Projektor TLP-MT3 verfügt über je einen S-Video- und einen Video-Eingang für den Anschluß eines DVD- oder Videogerätes, einen RGB-Eingang, einen RGB-Ausgang sowie externe Lautsprecher (Audio In/Out). Der TLP-MT3 verarbeitet alle üblichen Videosignale wie NTSC,

PAL und SECAM, ist HDTV-tauglich und zu PC und Macintosh kompatibel. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt zirka 9.000 DM.

Sony präsentiert neues Kopfhörerkonzept



Sony präsentiert mit den w.ear.streetstyle-Kopfhörern ein neues Kopfhörerprodukt. Mit einem neuen Konzept möchte das Unternehmen die Zeit des starren Kopfbügels verabschieden. Bei den neuvorgestellten w.ear.streetstyle-Kopfhörern führen leichte Bügel ergonomisch an der Hörmuschel vor-



bei, enden kurz hinter dem Ohr und ermöglichen so eine angenehme Trageposition. Die Ohrhörerclips liegen kaum spürbar auf den Ohren. Leichte Spezialkabel führen

seitlich von den Ohrmuscheln zu dem Klinkenstecker. Durch austauschbare Clips ermöglicht w.ear Farbenvielfalt.

Digitalkamera fürs Internet und mehr



Pentacore präsentiert mit der Exakta DE-8 eine handliche und leicht zu bedienende Digitalkamera, die sich für Internetanwendungen und als fotografisches Notizbuch eignet. Zur Grundausstattung gehören ein 1/3"-Aufnahmechip mit 800.000 Pixeln, 3,5/5 mm-Objektiv (entspricht 34 mm bei Kleinbild), integrierter Blitz und 1,8"-LC-Farbmonitor. Die Kamera arbeitet in der MakroEinstellung im Entfernungsbereich 20 bis 50 cm, ansonsten ab 55 cm bis unendlich. Weitere Features sind manuelle Korrekturmöglichkeiten für Belichtungs- und Weißabgleich und die Wahl zwischen drei verschiedenen Auflösungen und JPEG-Kompressionsstufen sowie ein interner Speicher mit 4 MB, der mit auswechselbaren CompactFlash-Karten erweitert werden kann.

P. H. Park, Geschäftsführer von LG Electronics Deutschland, sieht positive Entwicklung im europäischen Markt

Fit für die Zukunft

LG Electronics kann mit einer positiven Bilanz auf das Jahr 2000 zurückblicken. Dem koreanischen Unternehmen ist es in kürzester Zeit gelungen, im Segment CRT-Bildröhren und TFT-Displays zu den internationalen Spitzenreitern emporzusteigen. P. H. Park, Geschäftsführer von LG Electronics Deutschland, sprach mit PoS-MAIL über das Joint-venture mit Philips, Pläne für 2001 und die Erfolge des letzten Jahres.

Wie bereits in der Januar-Ausgabe der PoS-MAIL berichtet wurde, haben LG Electronics, Südkorea, und die Philips Electronics, Niederlande, Ende November eine Absichtserklärung unterzeichnet, derzufolge die jeweiligen Bildröhren-Aktivitäten in einem neuen Unternehmen zusammengeschlossen werden sollen. Es wird erwartet, daß die Verhandlungen – nach Abschluß aller erforderlichen Prüfungen und Genehmigungen – bis April dieses Jahres abgeschlossen sind. Das 50:50 Joint-venture umfaßt alle Bildröhren-Aktivitäten und Schlüsselkomponenten. Beide Unternehmen haben außerdem vereinbart, ihre Glas- sowie Plasma-Technologie-Aktivitäten in die endgültige Vereinbarung einzubeziehen. Das bereits seit längerem bestehende 50:50 Joint-venture zwischen Philips und LG für Active Matrix Liquid Chrystal Displays, LG Philips LCD CO., ist von dem neuen Unternehmen nicht berührt. P. H. Park begrüßt das geplante Joint-venture: „Die Entscheidung für die Allianz wurde getroffen, um Weltmarktführer in einem hartumkämpften Wettbewerb zu werden. Das neu geschaffene Unternehmen wird in hohem Maße von den sich ergänzenden Stärken beider



Das Management von LG Electronics Deutschland schaut mit Optimismus in die Zukunft. V. l. n. r.: Eduard Gajdek, Produkt Manager Unterhaltungselektronik, P. H. Park, Geschäftsführer, LG Electronics Deutschland, und Eberhard Schauer, Leiter Marketing und Vertrieb.

Unternehmen profitieren. Zum einen von der Marktführerschaft von Philips bei TV-Bildröhren und zum anderen von jener von LG bei Monitorröhren.“ Darüber hinaus sieht Park in dem Joint-venture einen großen Vorteil für LG Electronics im europäischen Markt. Die umfangreiche Erfahrung von LG im Produktionsbereich und Philips' Know-how im weltweiten Marketing werden im europäischen Markt für neuen Wind sorgen. LGs Vorreiterrolle in Asien und die

Stärke von Philips in Europa, China sowie Nord- und Südamerika bieten die Basis für die Bündelung innovativer Kräfte. Nach eigenen Aussagen erwägt Philips, durch den Kauf von Vorzugsaktien in LG zu investieren. P. H. Park betonte, daß es sich bei der Kooperation der beiden Unternehmen um keine Übernahme und keinen Zusammenschluß handelt. „Gemäß der Vereinbarungen werden LG und Philips das Joint-ven-

ture zu gleichen Teilen führen. Das neue Unternehmen wird seinen Rechtssitz in den Niederlanden haben, das Hauptquartier wird in Hong Kong errichtet.“



Mit dem LE-15A10 hat LG im LCD-Bereich neue Wege eingeschlagen.

Blickfänge

Sowohl auf der TFT- als auf der CRT-Display Schiene konnte LG im Jahr 2000 Erfolge verzeichnen. Im Bereich TFT-Displays hat sich im vergangenen Jahr einiges getan. Und mit dem LE-15A10 – einem stereotauglichen Fernsehgerät mit 38,35 Bildschirmdiagonale – hat LG im LCD-Segment neue Wege eingeschlagen.

Einen besonderen Blickfang bietet die Netee-Familie, die seit dem

zweiten Halbjahr 2000 lieferbar ist. Drei Fernsehgeräte und drei Videorecorder präsentieren sich im farbenfrohen Design und verfügen über eine umfangreiche Ausstattung nach aktuellem Stand der Technik. „Mit der Netee-Familie haben wir einen Bestseller auf den Markt gebracht. Die pfiffigen TV-Geräte mit dem dazu passenden Videorecorder sind ein wahrer Blickfang, und dazu stimmt auch noch das Preis-/Leistungsverhältnis“, so Eduard Gajdek, Produktmanager für Unterhaltungselektronik bei LG.

Für das Jahr 2001 steht noch einiges an Innovationen an.

Die kommende CeBIT kann mit Spannung erwartet werden. *miz*

Blickfang und Bestseller: die Netee-Familie von LG



Neuheiten

DVD-Laufwerk mit Skywalker

Abenteuer im futuristischen Star Wars-Universum und in einer von finsternen Mächten bedrohten, mittelalterlich anmutenden Vorzeit



beschert Pioneer jetzt DVD-Freunden. Das schnellste DVD-ROM-Laufwerk des Unternehmens wurde aktuell mit neuem Software-Zubehör ausgestattet. Zum Retail-Kit mit der Bezeichnung DVD-A05SW gehört das Pioneer DVD-105SZ mit 16facher DVD- und 40facher CD-Datenübertragungsrate, eine exklusiv von LucasArts Entertainment entwickelte „Star Wars DVD-Collection“, das Fantasy-Rollenspiel „Icewind Dale“ und der DVD-Software-Decoder ELSA movie 2000.

Mit dem hochwertigen, neuen Software-Bundle können Star Wars-Fans Rät-

sel lösen, in simulierten Geschwindigkeiten bis zu 1000 km/h durchs Universum rasen und mit Jedi-Anwärter Anakin Skywalker und weiteren Weltraum-Charakteren die Galaxie retten. Das DVD-A05SW unterstützt mit 16facher DVD-Geschwindigkeit optimal die 3-D-Effekte der grafik- und somit auch speicherintensiven Spiele und vermittelt so eine perfekte Illusion. Für brillante Bildqualität auch bei DVD-Videofilmen und den zur Optik passenden Lauschausch sorgt darüber hinaus der DVD-Software-Decoder „ELSAmovie 2000“, der das Retail-Kit komplettiert. Das Bundle A05SW wird zirka 325 DM kosten und ist seit Februar lieferbar.



Neue Headsets von Jabra

Mit zwei neuen Headsets der Gastmarke Jabra erweitert der

Zubehörspezialist Hama sein Freisprechanlagen-Programm. Das neue „Ear Wrap“ besitzt einen kurzen Mikrofonschaft und wird mit einem Bügel am Ohr befestigt. Der Bügel ist verstellbar und sorgt für den komfortablen Sitz der Freisprechanlage.

Störende Hintergrundgeräusche unterdrückt das sogenannte „Noise-Reduction-System“.

„Ear Wrap“ kommt mit einem Set aus drei austauschbaren Design-Schalen in den Farben Blau, Silber und Gelb und ist ab sofort für den Handel lieferbar.

Nach dem Prinzip der Vorgänger funktioniert „EarBud“, mit der Jabra sein „Ohrknopf“-Sortiment

komplettiert. Das Mikrofon ist am Verbindungskabel zwischen dem Verbindungskabel von Ohrknopf zu Handy befestigt und verfügt ebenfalls über die Noise-Reduction Technologie.



Die weichen EarGels sind bequem zu tragen und können sowohl am rechten als auch am linken Ohr befestigt werden. „EarBud“ ist in drei Größen und in den Farben Blau, Silber und Gelb lieferbar.

GAAMES

- Dead Or Alive 2
- The Legend Of Dragoon
- motogp
- Patrizier 2
- UEFA Dream Soccer



Dead or Alive 2

Hochspannung und perfekte Grafik für die PlayStation 2



Dead or Alive 2 ist das neueste Action-Spektakel für PlayStation 2. Durch die Verwendung einer neuen Grafik-Routine beeindruckt das Spiel auf PlayStation 2 durch seine realistischen und schnellen Bewegungsabläufe, dynamischen Kameraschwenks und stimmungsvollen Lichteffekte. Völlige Bewegungsfreiheit und Realismus in der grafischen Darstellung werden bei Dead or Alive 2 groß geschrieben. Die großen Kampfarenen existieren nicht nur als optische Hintergrundverschönerung, wie sonst üblich, sondern können vom Spieler interaktiv erkundet werden. Es ist zum Beispiel möglich, seinen Gegner durch eine Häuserwand oder von einer höheren Ebene nach unten zu befördern. Der Kampf wird dann an einem anderen Ort fortgeführt. Die hochauflösende Grafik und die explosive Spielmechanik von Dead or Alive 2 sorgen für einen steigenden

Adrenalin-Spiegel beim Spielen. Nur wer seinen individuellen Kampfstil immer wieder optimiert und neue Aktionen hinzulernt, hat eine Chance zu gewinnen. Um Champion zu werden, muß der Spieler eine effektive Offensiv- und Defensivstrategie entwickeln und diese richtig einsetzen. Angriffe können beispielsweise in einen Gegenangriff umgewandelt werden, und daraus kann wiederum eine neue Offensivattacke entwickelt werden.

Die Möglichkeiten sind fast unbegrenzt. Dead or Alive 2 ist das neue Referenz Game in diesem Spielegenre. Neue Charaktere und Kostüme sowie eine Vielzahl an zusätzlichen Einstellungsmöglichkeiten, Moves und Schauplätzen werden den Spieler über Monate begeistern. Mit dem optionalen PlayStation 2-Multitap kann Dead or Alive 2 von bis zu vier Spielern gespielt werden und sorgt somit für ein spannungsgeladenes Spielerlebnis in der Gruppe. USK: ab 16 • Preis: 119,95 DM

Lanz

DOA2
HARD CORE



Game Boy Advance



Ladentische gehen. Im japanischen Einzelhandel wird das Gerät circa 9.800 Yen (circa 200 DM) kosten. Der Verkaufspreis für Europa und Nordamerika steht noch nicht fest.

Der Game Boy Advance verfügt über einen 32-Bit Prozessor, entwickelt von der

britischen Firma ARM Ltd. Der Screen des neuen Handhelds ist um 50 Prozent größer als der des Game Boy Color. Und sein neuartiger TFT-Farb-LCD-Bildschirm

optimiert die Bildauflösung um zusätzliche 60 Prozent. Er stellt bis zu 32.000 Farben gleichzeitig dar. Der Prozessor des Game Boy Advance ist 16mal schneller als der seines Vorgängers. Seine PCM-Sound-Wiedergabe sorgt für ein bisher unerreichtes Sound-Erlebnis. Für ein gemeinschaftliches Spielerlebnis können bis zu vier Game Boy Advance-Spieler ihre Geräte mit einem speziellen Link-Kabel vernetzen.

Beim Launch soll unter anderem der lang ersehnte Titel „Mario Kart Advance“ zur Verfügung stehen. Aber auch alle bisherigen Game Boy- und Game Boy Color-Titel können weiterhin auf dem Game Boy Advance gespielt werden.

Der Game Boy Advance übertrifft nicht nur alles bisher dagewesene, er verbindet auch die Mobilität eines Handhelds mit den überwältigenden Komponenten der Videospielkonsole Gamecube. Der portable Game Boy Advance kann später als Controller für den Gamecube genutzt werden. Künftig sind Spiele möglich, die einen Datenaustausch zwischen den Systemen erlauben und sich auf beiden Geräten spielen lassen. „Der Game Boy Advance wird Zeichen setzen und völlig neu definieren, was ein tragbares Videospiel ist“, sagt David Gosen, Managing Director, Sales and Marketing, Nintendo of Europe.

Lanz



Im März dieses Jahres kommt der Game Boy Advance auf den japanischen Markt. Im Sommer wird er dann auch über die europäischen und amerikanischen



THE LEGEND OF DRAGOON

Für PlayStation / PSOne

Eine Geschichte von Zauberei, Drachen und Schwertern führt bis zum Ende der Welt und weiter. Am Anfang des Lebens steht in Legend of Dragoon der Götterbaum. Alle Lebensformen sind numeriert, je höher die Zahl, desto intelligenter die Spezies. An 105. Stelle stehen die Drachen, an 106. folgt der Mensch. Nummer 107 nimmt der geflügelte Mann ein und an 108. Stelle folgt Gott Virage. Eines Tages konnten die geflügelten Männer verhindern, daß weitere Virage-Götter zur Welt kommen und rissen die Macht an sich. Sie kontrollierten die Welt mit ihren magischen Fähigkeiten für viele Jahre. Die unterdrückten Menschen wiederum erlangten ihre Freiheit mit etwas ganz Besonderem wieder: Sie lernten, die geistigen Kräfte der Drachen auf sich selbst zu übertragen und wurden zu Soldaten mit ungeheurer Wildheit, den Dragoons. In einem erbitterten Kampf leiteten die Drachen-Soldaten die Menschen zum Sieg. 10.000 Jahre nach dieser sagenumwobenen Schlacht bahnt sich eine neue Dragoon-Geschichte an. 3D-Grafiken, lebendige Kampf-Szenen und hunderte, liebevoll gestaltete Details bestimmen das Spielgeschehen. Keine Szene gleicht dabei der anderen. USK: ab 12 Jahre • Preis: 99,95 DM

Lanz

Game over für die Dreamcast

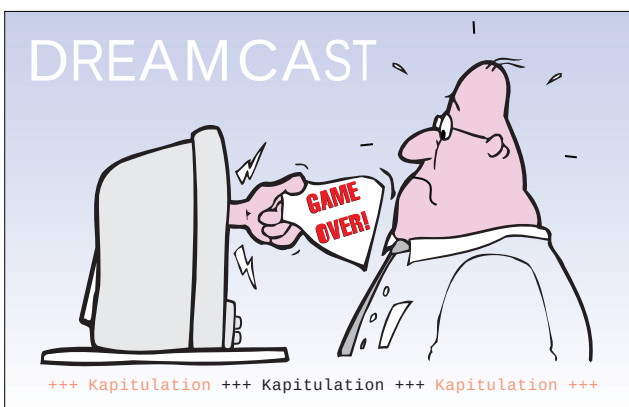
Sega gibt die Produktion der Spielekonsole Dreamcast auf. Trotz guter Hardware und hervorragender Softwaretitel ist es Sega nicht gelungen, die Vorteile der Dreamcast dem Käufer zu vermitteln. In Zukunft werden keine Dreamcast Spielekonsolen mehr bei Sega produziert. Die Dreamcast-Technologie soll aber in anderen Plattformen weiterleben. So hat Sega bekanntgegeben, daß die Dreamcast-Technologie für die Firma Pace Micro Technology für eine Set-Top-Box lizenziert wurde. Die vorhandenen Lagerbestände

der Dreamcast sollen im Laufe dieses Jahres abverkauft werden. Um den Abverkauf zu forcieren, hat Sega in den USA den Verkaufspreis von 149,- \$ auf 99,- \$ gesenkt. Eine ähnliche Preissenkung ist auch für Deutschland zu erwarten. Bis Ende des Jahres will Sega die Dreamcast weiter mit Softwaretiteln unterstützen. Die Spiele, die sich in der Entwicklung befinden, sollen noch auf den Markt gebracht werden. Für Europa sind das unter anderem „Sonic Adventure 2“, „Shenmue 2“ und „Crazy Taxi 2“. Sega plant weiter die

Entwicklung von Spielen für die Spieleplattformen der anderen Hersteller. Für die Playstation 2 wird zur Zeit an Space Channel 5 und für den neuen GameBoyAdvance wird an Sonic the Hedgehog gearbeitet. Ob Sega als unabhängiger Spielepublisher überleben kann oder ob hier ein großer Name langsam von der Bildfläche verschwindet, wird die Zukunft zeigen. Für die große Fangemeinde, die Sega durchaus zu Recht besitzt, wäre ein völliges Verschwinden der Marke und ihrer Kreativität jedenfalls sehr bedauerlich.

Lanz

+++ Game Over! +++ Game Over! +++ Game Over! +++ Game Over! +++ Game Over! +++ Game ++



+++ Kapitulation +++ Kapitulation +++ Kapitulation +++



INFOGRAMES: Patrizier 2

Patrizier 2 ist eine Echtzeit-Handelssimulation mit Aufbauelementen und dem historischen Hintergrund des Seehandels im nordeuropäischen Raum zur Hansezeit

(Spätmittelalter). Wie schon bei Patrizier I ist das Ziel, als Bürger einer Hansestadt vom einfachen Seehändler bis zum Großunternehmer und Vorsitzenden der Hanse aufzusteigen. Um dieses Ziel zu erreichen, muß der Spieler durch Seehandel, Warenproduktion und Erledigung von Aufträgen Gewinne erzielen, im Verlauf des Spieles aber auch sein Ansehen bei den Stadtbevölkerungen – arm wie reich – steigern. Patrizier 2 ist keine reine Handelssimulation, sondern enthält zusätzlich typische Elemente aus den Bereichen Aufbau und Seeschlachten. Bei Patrizier 2 kann der Spieler die verschiedensten Strategien mit den unterschiedlichsten Aktionen verfolgen, um ans Ziel zu gelangen. Freiheit pur! Man kann nicht nur durch Handel Geld verdienen, sondern auch durch Produktion, Piratenjagd, Erledigung von Aufträgen oder – für die Waghalsigen – indem man selbst Piraterie betreibt. Genauso vielfältig sind die Möglichkeiten, um ein hohes Ansehen bei den Bürgern zu erlangen.

Patrizier 2 gibt dem Spieler die Möglichkeit, Wohnhäuser, Betriebe, Stadtmauern und Verteidigungstürme auch selbst zu bauen, um Wohnraum zu vermieten, Waren und Rohstoffe zu produzieren und die Stadt vor Belagerungen und Piratenangriffen zu schützen. Dabei gestalten Sie die langfristige Entwicklung der Stadt mit und gewinnen Ansehen und Anerkennung in dieser Stadt. Eine besondere Rolle spielen die Seeschlachten, in die der Spieler sogar aktiv eingreifen kann (diese Option kann auch deaktiviert werden). Er verteidigt seine Schiffe und Konvois gegen Piratenübergriffe oder greift als Pirat solche an. Die Seeschlachten laufen in Echtzeit ab. Patrizier 2 wird durch die vielfältigen Möglichkeiten sehr spannend. Das Spiel eignet sich hervorragend für Anfänger von Simulationsspielen. In einem interaktiven Handbuch mit insgesamt 40 Minuten Sprachausgabe und Erklärung des geschichtlichen Hintergrundes wird dem Spieler alles nötige Wissen vermittelt. Preis: 89,00 DM

Lanz



Für PlayStation 2

MotoGP ist die atemberaubende Motorrad-Rennsimulation für die PlayStation 2. Detailgetreu bis in die kleinste Fahrbahnmarkierung hat das Entwicklerteam jeden einzelnen der fünf Grand-Prix-Kurse digitalisiert und in die Rennsimulation eingearbeitet. Die Graphik von MotoGP wartet mit Effekten der Extraklasse auf. Schmutz, der sich auf den Pneu absetzt – sollte einmal das Kiesbett für eine zu große Kurvengeschwindigkeit erhalten müssen – fährt sich nach einigen hundert Metern auf Asphalt wieder ab. Beim Start zeigen fotorealistische Rauchschwaden am Hinterreifen dem Spieler die bullige Kraft der Rennmaschinen. Die Motorräder selbst entsprechen bis ins kleinste Detail ihren Vorbildern im „wirklichen Leben“. Ein besonderer Augenschmaus ist die Replay-Funktion von MotoGP. Nach Beendigung eines Rennens läßt sich der eigene Fahrstil über eine „Außenkamera“ betrachten. Durch die geschickte Wahl der Kameraperspektive und



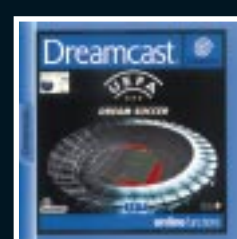
die hohe Grafikleistung der PlayStation 2 sind Rennen und Replay kaum noch von einer Fernsehübertragung zu unterscheiden.

Gewürzt wird die Rennsimulation durch ein ausgefeiltes Gameplay, das den Spieler für viele Stunden fesseln wird. Mehr als 50 Wettbewerbe mit einer fast unbegrenzten Zahl unterschiedlicher Rennoptionen lassen das Herz jedes hartgesottenen Bikers höher schlagen. Neben einem glücklichen Händchen am Gaszug spielen bei MotoGP Renntaktik und die richtige Entscheidung bei der Wahl des eigenen Teams eine entscheidende Rolle. Im Laufe der Saison kann der Spieler zu einem anderen Team wechseln – zu welchem, entscheidet

das eigene Können und vor allem ein aufmerksamer Blick auf die Leistungen der anderen Teams.

Weiteres Highlight des Spiels ist die konsequente Umsetzung der technischen Möglichkeiten der PlayStation 2. So sind die analogen Tastenfunktionen auf dem neuen DualShock 2 Controller geschickt in das Gameplay eingearbeitet. Ein leichter Druck auf die Richtungstasten beispielsweise läßt die Maschine sanft in die Kurve gehen. Enge Kurven bei hoher Geschwindigkeit erfordern ein deutlich beherrzteres Zupacken – ansonsten endet die Runde vorzeitig im Kiesbett. Wird die Kurve jedoch zu hart angegangen und zugleich zu schnell wieder heraus beschleunigt, ist ein Abflug über das Vorderrad nahezu vorprogrammiert. MotoGP ist die ultimative Motorradrennsimulation für die PlayStation 2. USK: o.A. Preis: 119,95 DM

Lanz



UEFA Dream Soccer

UEFA Dream Soccer ist das neueste Fußballspiel für die Dreamcast Konsole und bietet zahlreiche neue Varianten. Die Steuerung der Spieler ist auch für Anfänger schnell zu erlernen. Sie bietet zudem genug Finessen, damit Fortgeschrittene nach allen Regeln der Fußballkunst auf dem heiligen Rasen zaubern können. Durch die authentischen Kommentare von Mr. Championsleague, Marcel Reif, und einem Kollegen wird eine Stadionatmosphäre geschaffen, so daß zuweilen der Eindruck einer Live-Übertragung entsteht. UEFA Dream Soccer kann mit ein bis vier Spielern gespielt werden. In der Dreamarena, dem Onlineportal der Dreamcast, kann der Spieler Online-Ranglisten einsehen, in denen die am schnellsten erzielten Tore und Spielstände von Spielern aus ganz Europa registriert sind. So kann sich jeder Spieler international vergleichen. Preis: 99,95 DM

Loewe Fernsehgeräte als medialer Mittelpunkt

Nicht nur das Design ist außergewöhnlich



Mit inzwischen zwei neuen Baureihen treibt die Loewe AG

Kronach zielstrebig die im Vorjahr

begonnene Weiterentwicklung ihrer gesamten TV-Gerätepalette zu zukunftsweisenden Multimedia-Systemen voran. Nach der Aconda Reihe präsentiert sich nun auch der Loewe Vitros mit einer Real-Flat-Bildröhre, MediaPlus-Technologie und einem integrierten modularen Konzept, das die ideale Anpassung der Geräteeigenschaften an die vom Kunden bevorzugte Art der Benutzung ermöglicht.

Tragendes Fundament: MediaPlus Chassis

Die tragende Basis der Aconda und Vitros TV-Geräte stellt das MediaPlus-Chassis bereit. Zu seinen Funktionen gehört unter anderem die Abstimmung und Aufbereitung der empfangenen und eingespeisten Signale und die Ansteuerung der Real-Flat-Bildröhre zur Erzeugung klarer unverzerrter Bilder in flimmerfreier 100 Hz-Technik und 16:9 Format. Dazu zählen auch Leistungen wie Full-PIP, PCS Plus und NexTVView, ein elektronischer Programmführer (EPG), NexTVView Link zur vollautomatischen Programmierung eines angeschlossenen Videorecorders sowie eine komfortable und leistungsfähige Videotextfunktion mit der Kapazität zur Zwischenspeicherung von bis zu 1.750 Videotext-Seiten. Dieses MediaPlus-Chassis kann mit diversen integrierten Modulen bestückt und aufgerüstet werden, um die vom Kunden gewünschten und benötigten Zusatzfunktionen bereitzustellen.

Synthese zwischen Loewe-TV und PC: das MultiMedia-Kit

Das MultiMedia-Kit ermöglicht die Verbindung eines Personal-Computers mit einem Loewe-Fernsehgerät, das über ein MediaPlus-Chassis verfügt. Das Fernsehgerät übernimmt dabei nicht nur die Funktion des Computer-Monitors, sondern über die zum MultiMedia-Kit gehörende Infrarot-Tastatur

Control @media auch die Kontrolle und Bedienung aller Funktionen des PCs und der darauf ablaufenden Programme. Die Fernbedienung Control @media sowie eine Light-Version der Software Loewe Digital Audio System gehören zum Lieferumfang des Loewe MultiMedia-Kits.

TV-Online Modul: direkter und paralleler Zugang zum Internet

Über das integrierte TV-Online Modul kann man direkt vom Fernsehgerät aus alle Dienste des Internets nutzen. Dazu gehören das Abrufen von Internetseiten über einen Webbrowser und der Zugang zu Newsgroups, das Empfangen und Verfassen von E-Mails sowie die Teilnahme an Chat-Diskussionen. Auf dem Anschluß-Terminal des Online-TV Moduls finden sich eine COM-Schnittstelle für ein analoges Modem und ein ISDN-Eingang sowie eine parallele Drucker-schnittstelle, über die auf einem angeschlossenen Drucker Webseiten und E-Mails ausgedruckt werden können. Die Bedienung der Internetfunktionen und das Verfassen von E-Mail-Nachrichten erfolgen komfortabel über die



zum Lieferumfang des TV-Online Moduls gehörende Infrarot-Tastatur „Control @media“, die über eine Vielzahl von Funktionstasten zur Steuerung der Online-Anwendungen und einen Trackball mit Mouse-Taste zur Positionierung des Cursors verfügt. Das TV-Online Modul stellt völlig unabhängig von dem Bestehen einer Internetverbindung auch Offline-Dienste und Home-Office-Funktionen bereit, zu denen unter anderem die Verwaltung eines Terminkalenders und eine Notizbuch-Funktion gehören. Wahlweise lassen sich die aufgerufenen Internetseiten allein oder über eine Splitscreen-Funktion neben dem laufenden Fernsehprogramm darstellen.

Loewe und ZDF verknüpfen Internet mit Fernsehprogramm

Die Loewe AG hat in Zusammenarbeit mit dem ZDF einen neuen technischen Standard entwickelt, mit dem Internetseiten, die in einem direkten Zusammenhang mit dem gerade laufenden Fernsehprogramm stehen, selbsttätig gefunden und aufgerufen werden können. Ein einfacher Knopfdruck



Die Loewe Online-Tastatur



Mehrkanal-Kinoton als codiertes Dolby Digital aus.

Home Cinema Theater mit Dolby Digital Modul

Bei integriertem Dolby Digital Modul kann der bei Spielfilmen ausgestrahlte Sechskanal-Kinoton empfangen und dekodiert werden. Loewe hat als erster Fernsehgeräte-Hersteller der Welt einen Circle Surround Decoder in Fernsehgeräte integriert, mit dem ein eindrucksvolles räumliches Klangbild auch ohne im Raum verteilte Mehrlautsprechersysteme direkt über die im TV-Gerät integrierten Lautsprecher reproduziert werden kann. Zusammen mit der hohen Bildqualität der multimedial ausgerüsteten Loewe-TV-Geräte vermittelt das Dolby Digital Modul beeindruckendes Home Cinema Theater.

Demnächst: Wireless Surround Modul

Die Installation eines Mehrkanal-Lautsprechersystems scheitert nicht selten an der Notwendigkeit, die insgesamt sechs Lautsprecher für Dolby 5.1 über Kabelverbindungen mit dem zentralen Verstärker ausgang zu verbinden. Loewe wird jedoch in naher Zukunft ein Wireless Surround Modul anbieten, mit dessen Hilfe der Benutzer eines Loewe MultiMedia-TV's in den Genuß eines Dolby Digital Mehrkanal-Sounds kommen kann, ohne seine Wohnräume durch Kabel zu verunzieren oder die Wände für eine Unterputz-Verlegung aufreißen zu müssen.

evo

TV-Digital Modul – Zugang zu 180 Free-TV-Stationen

Zur Wahl steht auch ein TV-Digital Modul zum Empfang von mehr als 180 Free-TV Fernsehstationen und circa 100 Radiosendern. Das Digital-TV Modul besitzt zwei Empfangstuner, so daß man einen beliebigen TV-Sender anschauen kann, während man ein anderes Programm aufzeichnet. Nahezu alle deutschsprachigen privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsender sind als digitales Signal über Satellit zu empfangen. Ein zusätzlicher Anreiz: Zunehmend strahlen digitale Fernsehsender, wie z.B. Pro Sieben, bei über Satellitenstationen gesendeten Kinofilmen auch den

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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

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

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

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

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name

Vorname

Straße/Haus-Nr.

PLZ/Wohnort

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

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

Datum

Unterschrift

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

Datum

Unterschrift

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

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

Dienstleister:

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

Lieferanten:

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



MP3 im Nike Style: psa[play 60 und psa[play 120

„MP3 for the Athlets“ liefert der Sportartikel-Hersteller Nike mit seinen beiden portablen MP3-Playern „psa[play60“ und „psa[play 120“ aus. Die beiden bereits seit Sommer 2000 angekündigten und von Kaufinteressenten sehnsüchtig erwarteten Geräte wurden in Zusammenarbeit mit der US-Firma BlueSonic entwickelt, die die Technik ihrer bekannten Rio-Player beisteuerte. Die Nike MP3-Player werden circa 100,- bis 150,- DM über dem Preis vergleichbarer Rio-Player liegen. Trotzdem gibt es zur Zeit keine anderen MP3-Geräte auf dem Markt, die so sehr im Mittelpunkt des Interesses stehen, wie die beiden exklusiv gestylten Nike Player. Die Grundkonzeption beider Geräte ist nahezu identisch. Sie heben sich optisch voneinander ab und unterscheiden sich in der Speichergröße. Der psa 120 wird mit 64 MB fest eingebautem Flash Memory ausgeliefert und ist bis auf 128 MB aufrüstbar, während der psa 60 über 32 MB fest integriertes Memory verfügt und bis auf 96 MB aufrüstbar ist. Die Formgebung wurde konsequent den sportlichen Anforderungen angepaßt. Die flachen, ovalen, nur 50! Gramm leichten Geräte, mit Abmessungen von 80 x 70 x 25 mm lassen sich mittels eines Klettbands am Oberarm oder mit einem Clip am Gürtel befestigen. Die in das Kopfhörerkabel integrierte Bedienungseinheit verfügt über ein einzeliges Display zur Titelanzeige und eine Multifunktionstaste für Play, Pause, Stop, Vor/Zurück, Schnell Vor/Zurück und sieben Voreinstellungen für den Equalizer. Die Grundspeicherausstattung reicht für eine, bzw. zwei Stunden digitaler Musik in MP3-Format oder Microsoft WMA, update-fähig auf zukünftige Musikformate. Der Transfer vom PC oder MAC zum Nike-Player erfolgt über die schnelle



USB-Schnittstelle. 1 AA Alkaline Batterie reicht für 10 Stunden Musik. Im Lieferumfang enthalten sind: 1 Set Sport-Earphones, Digital Remote Control mit Display, Gürtel Clip, Arm-Klettband (nur 120), USB-Kabel, 1 AA Batterie, 1 CD mit Audio Management Software für PC und MAC. Die Endverkaufspreise für Deutschland waren zum Redaktionsschluß noch nicht genau bekannt. Der UVP für den psa[play 120 soll bei 598,- Mark liegen. (<http://www.riohome.com>)

evo

Rio 800 – Top-Player vom MP3-King

Mit dem Rio 800 liefert BlueSonic Inc. USA sein neues High End Modell unter den MP3-Playern aus. Der Rio 800 enthält, erstmals bei einem Rio-Player, eine wiederaufladbare Ni-MH Batterie, die für eine Spielzeit von zehn Stunden ausreicht. Das eingebaute 64 MB Flash Memory speichert bis zu zwei Stunden Musik und kann mit zukaufbaren Speicherbausteinen bis auf 400 MB aufgerüstet werden, was einer Musik-Bibliothek von zwölf Stunden Spieldauer entspricht. Das Gerät ist mit einer Diktiergerät-Funktion ausgerüstet, bei der auf dem 64 MB Basisspeicher vier Stunden Sprachaufzeichnung Platz finden. Mixed Mode zwischen Sprache und MP3 ist möglich. Über die in das Ohrhörer-Kabel integrierte Fernbedienung lassen sich die

Grundfunktionen und Repeat Track, Repeat All und Random Play einstellen. Einstellbare Equalizer-Profile und ein mehrzeiliges großes Display mit ID3 Tag Unterstützung runden die komfortable Ausstattung ab. Unterstützt werden das MP3-Format sowie Microsoft WMA. Unterstützungen für zukünftige Audioformate können durch ein Flash update eingespielt werden. Die Übertragung der Musiktitel auf den Speicher des Rio 800 erfolgt über die schnelle USB-Schnittstelle.

Eine Besonderheit sind die als Zubehör für den Rio 800 erhältlichen „Fannet Faceplates“, einklickbare Gehäuseabdeckungen in mehreren Farben, mittels der man das Aussehen des MP3-Players individuell verändern kann. Das 70 Gramm leichte Gerät wird in einer im Lieferumfang enthaltenen Tragetasche mit Gürtelclip getragen.



Eine CD-ROM mit Audio Content Managing Software PC und MAC wird mitgeliefert, außerdem Ohrhörer, Fernbedienung, USB Anschlußkabel und ein wiederaufladbarer Ni-MH Akku. Der genaue Endverkaufspreis war bei Redaktionsschluß noch nicht bekannt. (<http://www.riohome.com>)

Frenzy II spielt selbstgebrannte MP3 CD's

„Frenzy II = Lenox“ gehört zu einer Geräteklasse, die sich des zunehmenden Interesses der MP3 Fans erfreut. Gemeint sind portable CD-Player, die außerdem mit einem MP3 Decoder ausgerüstet sind und auf normale Daten-CD's abgespeicherte MP3-Musiktitel abspielen können. Der Grund liegt



auf der Hand, oder besser: im Geldbeutel. Normale MP3 Portables speichern ihre MP3-Titel auf Flash-Memory Speicherbausteine. Dies ist teuer, und will man unterwegs eine größere Auswahl von Musiktiteln zur Verfügung haben, geht das sehr schnell ins Geld, doch nicht so bei kombinierten CD/MP3-CD-Playern. Eine CD-R kostet gerade mal eine Mark und bietet Platz für bis zu zwölf Stunden MP3-Musik. Frenzy II ist eine leistungsfähige Musik-Jukebox mit 60 Sekunden Anti-Schock Buffer-System und 500 Sekunden Zwischenspeicher und wiegt zusammen mit Batterien 300 Gramm. Fünf voreingestellte Equalizer-Profile und ein zuschaltbarer Bass-Booster stehen zur Klangbeeinflussung zur Verfügung. Über ein mehrzeiliges Display lassen sich bequem individuelle Wiedergabelisten programmieren oder Titel im Random-Play abspielen. Besonders

die Tatsache, daß Frenzy II über Stereo Line-out Buchsen verfügt, erschließt eine Vielzahl von weiteren Einsatzzwecken, so z. B. den Betrieb an der heimische Stereoanlage oder dem Autoradio. Frenzy II ist bereits im Handel verfügbar und kommt komplett mit Netzteil, Kopfhörer, Line-Out-Kabel, Tragetasche und zwei wiederaufladbaren Akkus für einen UVP von 378,- Mark zum Kunden. (<http://www.wtn-online.de/mp3/frenzy.htm>)

„Rio volt“: CD- und MP3-Player

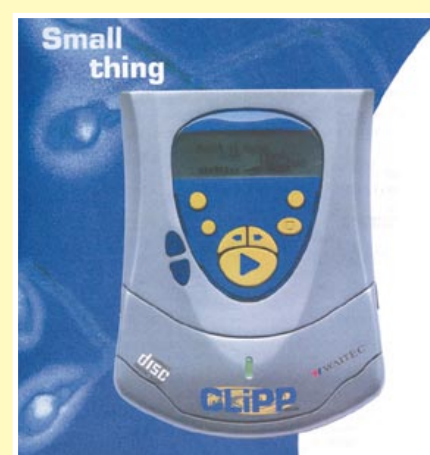
BlueSonic, der Hersteller des weltweit ersten MP3-Players im Jahre 1998, bringt nun erstmals einen kombinierten CD-MP3-Player auf den Markt. Der Rio volt spielt normale Audio-CD's und eigene, auf CD oder CD-RW gebrannte MP3-Musiktitel ab. Das Titel-Display des Rio volt zeigt ID3 tags, Titel und CD-Text an. Ein eingebauter Electronic Shock-Buffer überbrückt bis zu 120 Sekunden bei rauhem Betrieb. Mit 2 AA Batterien liefert der Rio volt 15 Stunden Musik. Der integrierte Equalizer ist einstellbar. Unterstützt werden Shuffle Play, Repeat und programmierbare Play-Listen. Zum Lieferumfang gehören Adaptec CD-Brenner Software für PC, Real Networks Audio Management, eine Remote Control für 8 Funktionen, High End Kopfhörer, AC-Netzteil, Tragetasche und 2 AA Batterien.

Der deutsche UVP war zum Redaktionsschluß noch nicht bekannt. evo



CD-Recorder und MP3-Player: Waitec CLiPP

Einen portablen CD-Recorder und zugleich MP3-Player will die Firma Waitec (<http://www.waitec.com>) im Mai auf den Markt bringen. Der „CLiPP“, ein nur 122 x 97 x 23 mm großes Gerät, kann 8 cm CD-R's



bespielen, die zu allen CD-Playern kompatibel sind, mit Ausnahme von SlotIn Car-Radios. CLiPP läßt sich sowohl als tragbarer Datenspeicher benutzen, wie auch als MP3-Player. Auf dem 8 cm CD-Medium finden bis zu sechs Stunden MP3-Musik in hoher Qualität Platz. Die Batterien des Waitec CLiPP liefern Energie für zehn Stunden Musikvergnügen. Erschütterungen bei rauhem Betrieb überbrückt ein integrierter 4-Minuten-Bufferspeicher. Der Verkaufspreis war bei Redaktionsschluß noch nicht bekannt. (CeBIT Halle 12, Stand C16).

Harte Zeiten für die Filmindustrie! :-)

DivX;-) speichert Kinofilme auf CD



DVD Killer-Software?

Die Uhren im Filmgeschäft müssen ab sofort neu gestellt werden. Die großen Konzerne haben aus dem vor ihren Augen ablaufenden Geschehen um das digitale Musikformat MP3 nichts gelernt. Statt technisch und organisatorisch neue Distributionsmodelle für das Filmgeschäft zu entwickeln und voranzutreiben, verschwendete man Zeit und Energie auf juristische Grabenkämpfe und führte Feldzüge gegen kleine Internet-Provider, deren Kunden Links zu Descrambling-Tools und Regioncode-Crackern auf ihren Webseiten veröffentlichten. Mit der Kompressionsroutine DivX;-) steht nun weltweit ein Werkzeug zur Verfügung, mit dem sich Videofilme in Kinofilmlänge auf die Speichergröße einer CD-ROM reduzieren lassen. Die daraus resultierenden Entwicklungen sind absehbar. Zum legalen und illegalen Kopieren von Videofilmen benötigt man keine teuren DVD-Brenner und Rohlinge mehr. Eine CD-R zum Preis von einer Mark und ein CD-Brenner, wie er in fast jedem zweiten Rechner steckt, genügen zur Herstellung einer Spielfilmkopie. Juristische Maßnahmen werden das Problem nicht lösen, es sei denn, die Filmindustrie wäre gewillt, nahezu alle ihre Kunden strafrechtlich zu verfolgen. Man wird sich etwas anderes einfallen lassen müssen. Es wird spannend bleiben.

Privates Kopieren bleibt erlaubt

Quasi in letzter Minute vor der bevorstehenden Verabschiedung einer EU-Richtlinie zum Urheberrecht wurden dem Rechtsausschuß des EU-Parlaments insgesamt 197 Änderungsanträge zugeleitet. Ein erheblicher Teil dieser Änderungswünsche zielte auf ein Verbot des Kopierens von urheberrechtlich geschützten Werken zum privaten Gebrauch ab und läßt die Handschrift der großen internationalen Medienkonzerne erkennen. Am 6. Februar wies der Ausschuß in einer mehrstündigen Abstimmungsdebatte die meisten dieser Anträge ab und bestätigte damit die vom EU-Minister rat ursprünglich vorgelegte Fassung einer „Richtlinie zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte in der Informationsgesellschaft“, die die gemeinsamen Standpunkte der Mitgliedsländer widerspiegelt. Privates Kopieren urheberrechtlich geschützter Werke wird also innerhalb der EG weiterhin im bisher gewohnten Umfang erlaubt sein. Eingebaut werden soll in die Richtlinie ausdrücklich die Ver-

pflichtung aller Mitgliedsländer, „... gegen technische Maßnahmen der Verwertungsgesellschaften, die das legale Kopieren behindern, vorgehen zu müssen.“

Woher kommt es, und warum heißt es DivX;-)?

Die Entwickler der neuen Videokompressionssoftware modifizierten den Microsoft-eigenen MPEG4-Code in bezug auf seine AVI-Schreibereigenschaften (AVI = Audio Video Interleaved). Ein DVD-Film von 90 Minuten Dauer belegt circa 3 Gigabyte Speicherplatz. Nach der Codierung mit DivX;-) nimmt der gleiche Film nur noch 650 MB Spei-

Kinofilme zum Download im Internet?

Prinzipiell steht dem Download von Kinofilmen über das Internet nichts entgegen, außer der benötigten Verbindungszeit, die erforderlich ist, um die circa 600 MB auf den eigenen Rechner zu transferieren. Die Übertragung dauert je nach der Bandbreite der eigenen Internetverbindung zwischen 24 bis 72 Stunden. Da ist man gut beraten, auf die vom Internetprovider abgerechneten Verbindungskosten pro Stunde zu achten, wenn es nicht eines der teuersten Kinoerlebnisse werden soll. Auch die Verwendung eines Downloadmanagers wie z. B. Get-Right empfiehlt sich, damit man einen abgebrochenen Download mit der Resümé-Funktion wieder

Noch laufen DivX;-) codierte Filme nur auf einem PC

Es werden noch keine Stand Alone DVD-Player oder CD-Spieler angeboten, die im DivX;-) Format codierte Filme abspielen können. Dem Vernehmen nach erwägt Yamakawa, seine zukünftigen DVD-Player kompatibel zum Abspielen von DivX;-) (MPEG4) codierten Filmen einzureichen und anzubieten. Yamakawa war auch der erste Hersteller, der seine DVD-Player auch zum Abspielen von MP3 Audio-Files tauglich machte.

DivX;-)



DivX;-)

Mit Hürden verbunden: das Rippen und Codieren von DivX;-) Filmen

Die nachfolgende Beschreibung des Ablaufs bei der Komprimierung eines DVD-Films zu einem auf CD brennbaren DivX;-) Videofilm ist beim jetzigen Stand der Dinge noch ein Unterfangen für leidenschaftliche Computerfreaks. Doch das wird sich ändern. Wie bei der Entwicklung des MP3 Audioformats beobachtet, wird es nicht lange dauern, bis Frontend Programme für DivX;-) verfügbar sind, bei denen man mit einigen wenigen Clicks zu einem auf CD-Größe verkleinerten Film kommen wird. Doch zur Zeit sind noch die folgenden Schritte notwendig: DVD-Kinofilme sind zumeist aus urheberrechtlichen Gründen verschlüsselt. Um eine Kopie zum privaten Gebrauch anzufertigen, muß man sich ein Descrambling Tool besorgen, um die Verschlüsselung CSS (Content Scrambling System) aufzuheben. Geeignet sind das bekannte, oft genannte DeCSS, oder VobDec und clatDVD, die man im Internet finden kann. Diese Programme entschlüsseln das

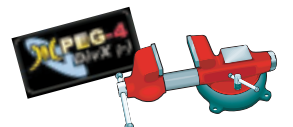
starten und fortsetzen kann. Als erstes Hollywood-Studio bietet Miramax Films seinen Spielfilm „Guinevere“ offiziell und legal im Internet zum Download an (<http://www.miramax.com>). Die Dateigröße beträgt 500 MB. Für einen Preis von 3,45 US Dollar ist der Film 24 Stunden lauffähig und kann über den Microsoft Mediaplayer unter Windows abgespielt werden. Inzwischen sind bereits die meisten gängigen Streifen illegal über das Internet herunterzuladen. Sicher wird es auch Versuche geben, Film-Tauschbörsen im Internet nach dem Vorbild Napster zu etablieren. Solange jedoch Breitband-Internetanbindungen und Flatrate-Tarife nicht die Regel sind, werden zeitaufwendige Film-Downloads eine teure und mühsame Angelegenheit bleiben. Ärger droht der Filmindustrie eher durch das vielfältige Kopieren und die Weiterverbreitung von auf CD-Format komprimierten Filmen in MPEG4 Formaten, wie DivX;-), die sich auf jedem unter Windows laufenden PC abspielen lassen. Codec-Varianten von DivX;-) für die Betriebssysteme Linux und BeOS sind inzwischen in der Entwicklung.

Videomaterial und legen es auf der Festplatte des Rechners ab, wo man circa 5 GB für einen DVD-Film benötigt. Als nächstes sind die VOB-Dateien auszusortieren, deren Informationen nicht benötigt werden, die aber die Dateigröße des komprimierten Films beeinflussen. Dazu zählen Menüs, Making-of-Informationen, Sprachversionen, Scripts, Drehbücher und Starbiographien. Unter anderem ist die Entscheidung zu treffen, ob man den Mehrkanalton (AC 3) benötigt oder sich statt dessen auf das von DivX;-) vorgegebene zweikanalige MP3 Format beschränkt. Mit Hilfe des Tools VirtualDub wird die Lippensynchronisation justiert. Die Konvertierung und Codierung der VOB-Dateien im DivX;-) Format wird mit FlaskMPEG durchgeführt. Will man die beim gegebenen Speicherplatz einer CD-R bestmögliche Qualität erreichen, sind Tools wie Project DivX;-) oder Make Film TNG hilfreich, um die Bitraten des Gesamtprojekts so berechnen zu lassen, daß der zur Verfügung stehende Speicherplatz der CD optimal ausgenutzt wird. Menüfunktionen und Untertitel baut man mit Hilfe eines DivX;-) Softwareplayers wie MiroDVD ein. Die benötigte Rechenzeit für die Codierung eines 90-Minuten-Films beträgt je nach Rechner-Performance zwei bis zwölf Stunden. Anschließend wird das komplette Projekt zusammen mit dem Player auf eine CD gebrannt, die sich danach auf dem PC abspielen läßt. Weitere Kopien des DivX;-) codierten Films lassen sich durch einfaches Kopieren der CD herstellen. Zu beachten ist, daß das Kopieren urheberrechtlich geschützter Werke ausschließlich zum privaten Gebrauch gestattet ist.

Zukunftsaussichten

MPEG4-Formaten wie DivX;-) steht mit Sicherheit eine große Karriere und stetige qualitative Weiterentwicklung bevor. Die Tatsache, daß sich Videofilme in Kinofilmlänge auf einer unter einer Mark kostenden CD in ausgezeichneter Qualität abspeichern und wiedergeben lassen, wird Filmen in MPEG4 einen Massenmarkt erschließen und aufgrund der hohen abgesetzten Stückzahlen auch die Preise für legal zu erwerbende Filme soweit absinken lassen, daß sich die gewerbsmäßige illegale Anfertigung von Kopien nicht lohnt und dadurch an Interesse verliert. Bedeutend ist das schlanke und preiswerte Videoformat DivX;-) vor allem auch für den Bereich der privaten Videofilmer und der Werbung.

evo





Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Applikations-Ingenieur (m/w) für die Bereiche HIFI/ Audio/Video

Ihre Aufgaben:

Sie nehmen die Mittlerfunktion zwischen Produktion und Kunden wahr und sind verantwortlich für den Qualitätsstandard der Produkte. Sie unterstützen den Vertrieb und die Kunden bei Problemlösungen und technischen Fragen.

Ihr Profil:

Nach einem Studium der Elektrotechnik und/oder mehrjähriger Berufserfahrung im o.a. Bereich waren Sie insbesondere für die Einhaltung der Qualitätsstandards verantwortlich. Die weltweite Kommunikation erfordert neben sehr guten englischen Sprachkenntnissen ebenso den Umgang mit modernen Medien und PC-Technologien.

Kennziffer 074

International operierender IT-Konzern mit der Europa-Zentrale im Großraum Düsseldorf sucht für den Bereich Computer Systeme den

PR Spezialisten (m/w) European Marketing

Ihre Aufgaben:

Sie repräsentieren die Europäische Hauptverwaltung in allen Belangen der Öffentlichkeitsarbeit und wirken mit bei der Entwicklung und Implementierung von PAN-Europäischen Programmen. Als offizieller Sprecher zu externen Medien sind Sie gleichzeitig die wichtige PR-Schnittstelle zu anderen internationalen Business-Regionen dieses Geschäftsbereichs.

Ihr Profil:

Sie haben ein abgeschlossenes Studium der Fachrichtungen Marketing, Journalismus oder Computerwissenschaft und verfügen über ca. 5jährige Erfahrung in vergleichbaren Berufsumfeldern. Sie besitzen tiefe Kenntnisse der PC-Technologie und des IT-Marktes. Die englische Sprache beherrschen Sie in Wort und Schrift, und Sie sind es gewohnt, in diesen Sprachen „druckreif“ zu formulieren. Eigeninitiative, umsichtige Arbeitsorganisation und Teamwork sowie den Skill für Projektmanagement bringen Sie von Hause aus mit. Ihr Alter: zwischen 25 und 40 Jahre

Kennziffer 106

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

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

Manager Marketing Services (m/w)

Ihre Aufgaben:

Sie sind für die Planung, Durchführung und Überwachung aller verkaufsfördernden Maßnahmen einer umfangreichen Produktpalette zuständig. Sie organisieren Ausstellungen und Messen und koordinieren die Schulungen der Händler. Des weiteren bereiten Sie die entsprechenden Produktinformationen für den internen Gebrauch und für Veröffentlichungen vor. Das von Ihnen zu verantwortende Budget ist zu planen und zu verantworten, Mitarbeiter sind zu führen.

Ihr Profil:

Sie haben erfolgreich ein Studium der Betriebswirtschaft absolviert und mehrjährige Berufserfahrung im internationalen Markenartikelbereich. Sie sind teamfähig und flexibel und haben Erfahrung in der Personalführung. Eine professionelle Kommunikation mit den unterschiedlichsten Gesprächspartnern sowie gute Englischkenntnisse werden erwartet.

Kennziffer 107

International operierender IT-Konzern mit der Europa-Zentrale im Großraum Düsseldorf sucht für den Bereich Computer Systeme den

Produkt Manager Computer Options (m/w)

Ihre Aufgaben:

Sie ergänzen die Produktpalette der Notebooks, Server etc. mit professionellen HW/SW-Produkten und sind damit verantwortlich für die Entwicklung, Implementierung und Umsetzung von Produktstrategien; erstellen hierzu die notwendigen „Road Maps“ und Marketingaktivitäten. Zu Ihrem Tätigkeitsfeld gehören die Markt- und Wettbewerbsbeobachtung sowie die Preisfindung und Positionierung der Computer Options im Europäischen Markt. Sie unterstützen Key-Accounts, Distributoren und den Handel durch Produkt-Trainings und bei der Einführung neuer Produkte mit entsprechendem Marketing-Material. Den Europäischen PC-Sales/Marketingorganisationen geben Sie Support und begleiten die Pressearbeit.

Ihr Profil:

Sie haben ein abgeschlossenes Studium der Fachrichtungen Marketing oder Ingenieurwissenschaft, sind ca. 25 bis 35 Jahre alt und verfügen über sehr gute Hardware/Software-Kenntnisse im Bereich der PC-/PeripherieTechnologien. Die englische Sprache beherrschen Sie in Wort und Schrift; weitere Sprachen sind wünschenswert. Internationale Erfahrung sowie gute rhetorische Fähigkeiten und Präsentationstechnik werden vorausgesetzt.

Kennziffer 110

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

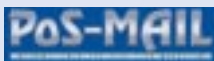
Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf
Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468

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

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

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

☐ kostenloses Stellengesuch für Auszubildende
(Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

PoS-MAIL 3/2001

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

Für Bestellungen aus der Europäischen Union:

Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. (VAT) an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textzeilenanzeigen. So kostet eine 1/8 Seite im Textteil 1.200,- DM / 614,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigenanteil nur 600,- DM / 307,- €*. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10,- DM / 5,11 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 300,- DM / 153,50 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 2 v. 01.01.2001.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Das Philips Service Competence Center in Köln, eine 100%ige Tochter der Philips GmbH, sucht für den europaweiten After-Sales-Service für Fach-

handelskunden im Bereich Consumer Electronics (TV, Video, DVD, HiFi, MP3) für den Standort Köln mehrere engagierte und motivierte

Techn. Kundenberater/innen

• TV, Video, DVD, HiFi

Ihr Aufgabengebiet:

- Durchführen von Reparaturen an CE-Geräten
- Technische Begutachtungen für Kulanzentscheidungen
- Erteilung von Reparaturauskünften im technischen Helpdesk Europa (engl./franz./ital./span.) per Telefon und E-Mail

Ihr Profil:

- Radio- und Fernsehtechniker/in mit Berufserfahrung und aktuellen Kenntnissen der CE-Produktpalette
- EDV-Anwenderkenntnisse

- Gute Sprachkenntnisse in Englisch (ideal auch Französisch, Spanisch oder Italienisch als Muttersprache) und Deutsch

Bei einem Umzug nach Köln würden wir Sie unterstützen.

Reizt Sie diese abwechslungsreiche Aufgabe in einem internationalen und kundenorientierten Umfeld? Dann senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung an die unten angegebene Adresse oder rufen Sie Herrn Achim Key an unter 0221/9696020.

Philips GmbH
Unternehmensbereich Consumer Electronics
Personalabteilung, Tobias Hölzel
Alexanderstraße 1, 20099 Hamburg
tobias.hoeltzel@philips.com
www.philips.de



PHILIPS

Let's make things better.

„**People before Products**“. Diese Maxime gilt für alle Mitarbeiter bei Panasonic. Denn schließlich wird der Erfolg unseres Unternehmens von den Menschen bestimmt, die dort arbeiten. Ihre Kreativität und ihr Engagement schaffen den Erfolg der Firma.

Zur Verstärkung unseres **Marketing-Teams** in Wiesbaden suchen wir u.a. einen **Produktmanager PC**. Bei dieser interessanten Aufgabe sind Sie für die Preis- und Produktpolitik auf europäischer Ebene verantwortlich. Weiterhin werden Sie mit vielfältigen Marketing- und Promotionsaktivitäten betraut.

Personnel Recruitment auf der CeBIT!

Über diesen und viele weitere Jobs können Sie sich „live“ mit uns unterhalten. **Treffen Sie uns vom 22. bis zum 28. März auf unserem CeBIT-Stand (Halle 1 / Stand 6c2)**. Sprechen Sie dort mit Vertretern der Personalabteilung über Ihre berufliche Zukunft bei Panasonic.

Schauen Sie doch auch gleich mal bei unserer Jobbörse (www.jobs.panasonic.de) vorbei. Dort finden Sie eine Reihe von interessanten und abwechslungsreichen Jobs.



Marketing Europe GmbH • Winsbergring 15 • 22525 Hamburg

www.fotomarktplatz.de

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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



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

Vertriebsmitarbeiter + Techniker

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

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



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

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

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath,
Georg Reime

Anzeigen:

Franz Wagner
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 2 v. 1. Januar 2001

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1615-0635



Festplatten-Back-ups nur noch mit Erlaubnis!

Falls der Vorschlag einer Industriegruppe, der die Firmen IBM, Toshiba, Intel und Matsushita angehören, realisiert werden sollte, werden Kopien von der eigenen Festplatte und der Einsatz von Back-up Programmen zur Datensicherung in vielen Fällen nicht mehr möglich, oder nur noch nach einer Freigabe durch einen zentralen Server zur Verwaltung von Urheberrechten durchführbar sein. IBM, Toshiba, Intel und Matsushita (C4) schlagen laut Berichten des Online-Magazins The Register (<http://www.theregister.co.uk/>) Veränderungen des technischen Standards für Festplatten vor. Zur Zeit entwirft die Arbeitsgruppe T13 des National Committee for Information Technology Standards (<http://www.ncits.org/>) die neue Version des AT Attachment Interface (ATA bzw. ATAPI). Danach sollen ATA/ATAPI-Geräte in Zukunft zwingend vorgeschrieben die Hardware- und Software-Einrichtungen für Content-Schutzmaßnahmen einschließen. Die neuen Spezifikationen würden das Kopieren von urheberrechtlich geschützten Dateien nur noch auf der selben Festplatte erlauben. Die Durchführung von Sicherheitskopien der Harddisks wäre in diesem Fall bereits dann nicht mehr möglich, sobald eine einzige geschützte Datei auf der Festplatte enthalten wäre. Für das Kopieren jeder einzelnen geschützten Datei auf ein anderes Medium müßte zuerst bei einem zentralen Server zur Rechteverwaltung eine Authorisation nach vorangehender Authentifizierung eingeholt werden. Die Auswirkungen wären weitreichender Natur und würden sich auf eine Vielzahl von Standardvorgängen auswirken, wie zum Beispiel Back-up-Programme, RAID Arrays oder Speichersysteme für Bilddatenbanken. *evo*

Free & Easy WAP



**500 WAP-Minuten
und 70 SMS inklusive***

Mit Free & Easy wappen bis der Arzt kommt!



WAP-Time mit dem Free & Easy GZSZ Set

- WAP-Handy Alcatel 303* – inkl. GZSZ-Oberschale und GZSZ-Handy-tasche
- Free & Easy Weekend Card – Karte ohne Vertragsbindung.
- Ohne Grundgebühr • Mit besonderen GZSZ WAP-Seiten

Infoline: 018 03-177 177 / www.eplus.de

In allen E-Plus Shops.

e-plus

Genau meine Welt

* Bei Kauf einer Free & Easy Weekend Card bis 31.3.01 sind 500 WAP-Minuten (sonst DM 0,39/Min) und 70 SMS (sonst DM 0,39/SMS) inklusive. Startguthaben und Inklusiv-SMS 1 Jahr lang, Inklusiv-WAP-Minuten bis 3.4.01 gültig. Handy mit SIM-Lock.