INHALT

ID-Photo, SmartMedia, Memory Stick, Clik! und Co.

brodos-sms erhöht den Mobilfunk-Spaß	S. 6
Neues aus der Edel- schmiede Nakamichi	S. 7
Alcatel plant den Aufstieg in die Mittel- und Oberklasse	S. 8
Computer 2000 engagiert sich in GSM und Mobile Computing	S. 10
Zukunftstrend heißt Software mieten	S. 12
Die neuen Super Slim Micro Systeme von Aiwa	S. 13
Panasonic: Sponsorship stärkt die Marke	S. 15
Thomson präsentiert die zweite Generation an High-End-Geräten	S. 18
Premiere World spielt voll auf Angriff	S. 19
Grundig investiert in die Zukunft	S. 20
Ultra-Ata/100 – Abkehr von SCSI?	S. 21
Interview am PoS: Frank Siml, Saturn in Köln	S. 22
Die Grafikkarte macht das Tempo	S. 23
DVD im PC	S. 24
Linux – Die Alternative zu Microsoft?	S. 26
Neue Games	S. 28
Loewe präsentiert neue moderne Fertigungslinie für TV-Geräte	S. 29
No(?)sense	S. 31
NeuheitenS. 4, 7, 9, 11	, 21, 22
AktuellesS. 4, 11	
Kleinanzeigen	S. 30



Ob MP3-Player, Digitalkameras oder Camcorder, digitale Produkte benötigen Speichermedien zur Aufzeichnung der audiovisuellen Daten. Da sich bisher in der Industrie kein einheitlicher und für alle verbindlicher Standard herauskristallisieren konnte, müssen die Verbraucher abwägen, ob sie sich für ein Produkt entscheiden, das auf Memory

Wie eine hohe Kompatibilität verschiedener Produkte zueinander aussehen könnte, demonstriert Sony mit dem hauseigenen Speichermedium Memory Stick. Das kleine "blaue Wunder" von Sony bietet zur Zeit Speicherkapazitäten von bis zu 64 MB und läßt sich in so gut wie allen Produkten des Unternehmens, angefangen beim Vaio Notebook, über Digitalkameras und digitale Bilderrahmen, bis hin zum Roboter-Hund AIBO, einsetzen. Mit dem kürzlich auf den Markt gebrachten Magic Gate Memory Stick wurde auch die durch die Magic-Gate-Technologie copyrightgeschützte Speicherung digitaler Musik aus dem Internet oder vom PC ermöglicht. Die Technologie sorgt dafür, daß der Inhalt verschlüsselt aufgenommen und überspielt werden kann, um unautorisierte Wiedergabe oder Kopien zu vermeiden. Sonys winziger Memory Stick Walkman arbeitet mit diesem Medium, das in der 64 MB-Version im Kompressionsstandard ATRAC3 Platz für bis zu 80 Minuten Musik findet.

Memory Stick

Da es Sonys Ziel ist, den Memory Stick als ultrakompatibles Medium Stick, SmartMedia, CompactFlash, SD-Photo, Zip oder, erst seit kurzem möglich, auf CD-ROM bzw. DVD-RAM die Daten abspeichert. Die Wahl des richtigen Mediums ist dabei für den Anwender keine einfache Entscheidung, vor allem dann nicht, wenn er es gleich in mehreren Geräten zum Einsatz bringen will.

weiterzuentwickeln, soll es zukünftig auch Mobil- und Festnetztelefone geben, die dieses Medium aufnehmen können. Denkbar wäre dann beispielsweise die Übertragung der auf dem Memory Stick gespeicherten Bilddaten via Handy. Audiovisuelle Memory Stick-Begleiter im Auto, HiFi-Komponenten daheim und ein Memory Stick-LCD-Fernseher gehören ebenfalls zu Sonys Zukunftsvisionen. Für die Produkte, die nicht über einen eigenen Einsteckplatz für den Memory Stick verfügen, wie etwa Sonys Diskettenkameras Mavica, gibt es spezielle Memory Stick-Adapter, durch die sich die Speicherkapazität enorm erweitern (ca. 1000 Digital-Fotos in VGA-Auflösung mit einem 64 MB-Stick) läßt. Einziger Wermutstropfen bleibt die über die unternehmenseigenen Produkte hinaus mangelnde Verbreitung des Memory Sticks. Anlaß zu Hoffnung gibt in diesem Punkt die Zahl der Lizenznehmer für das Sony Speichermedium, die zur Zeit 47 Anwärter, darunter Unternehmen wie Casio, Olympus, Sharp, aber auch Telekommunikationsunternehmen wie die Telekom und sogar Automobilhersteller wie Audi und

Alcatel will mit Handys aufsteigen

Impressum

Nachdem Alcatel in den vergangenen Monaten vom boomenden PrePaid-Markt profitierte, plant man nun den Aufstieg in die Mittelund Oberklasse ... S. 8



...S. 31

Aiwa präsentiert Compact-Tower

Wie aus dem Ei gepellt präsentiert Aiwa seine schlanken Compact-Tower, die durch edles Design und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis auffallen ... S. 13



Die Grafikkarte macht das Tempo

Aktuelle Grafikkarten bestimmen in weit größerem Maße die Leistungsfähigkeit eines Rechners als die verwendete CPU und der Prozessortakt ... S. 23



Welche Ausstattung für DVD am PC?

Spielfilme von der Scheibe kommen immer mehr in Mode. Welche Ausstattung für das Videoerlebnis am PC notwendig ist, hängt stark vom Rechner ab ... S. 24



VW, einschließt. Sony, durch die Digitalkameras der Marke Mavica bereits als Anbieter von preiswerten, leicht zu handhabenden Speichermedien bekannt, hat mit der Digitalkamera MVC-CD1000 einen weiteren Coup gelandet. Ist sie doch laut Herstellerangabe weltweit die erste Kamera, die ihre Bil-

der direkt auf CD speichert und gleichzeitig archiviert. Das 2-Megapixel-Modell verfügt über einen integrierten CD-Brenner, der dank des USB-Anschlusses auch wie ein externes CD-R-Laufwerk ansteuerbar ist. Aus Platzgründen speichert die MVC-CD1000 nicht auf gewöhnlichen 12-cm-CD-Rs,

SONY MEMDRY STICK **◀16**MB Der Memory Stick ist die alles übergreifende Plattform in Sonys Multimedia-Welt.

auf standardisierten sondern 8-cm-CD-Rs (Mavica Discs) mit einer Datenkapazität von 156 Megabyte, die laut Sony in fast jedem herkömmlichen CD-ROM-Laufwerk gelesen werden können. Der Einsatz einer CD als Speichermedium macht die Digitalkamera aufgrund der hohen Kapazitäten besonders interessant für Anwender, die große Bildmengen ablichten und archivieren wollen. So bietet die Mavica Disc Platz für 160 Aufnahmen in einer Auflösung von jeweils 1600 x 1200 Bildpunkten und das zu einem Preis von 8,50 DM je Scheibe, wenn sie im

Fünferpack erworben wird.

Iomega

Ein weiteres preiswertes Speichermedium stellt Iomegas Clik!-40-MB-Disk dar. Ein Zweierpack kostet 66 DM. Die einzige Digitalkamera, bei der das dazu passende Laufwerk bereits ins Kameragehäuse integriert worden ist, ist bisher Agfas ePhoto CL30 Clik!. Wer diese nicht besitzt und trotzdem Iomegas Clik!-Medien zur Speicherung seiner Bilder einsetzen möchte, kann auf das Clik! Plus-Paket inklusive mobilem Laufwerk, 40 MB Disk, integrierter Batterie, einer Docking Station für den Parallel Port und ein PC Card Interface für den Anschluß an die meisten gängigen Notebooks zurückgreifen. Das Set ist für alle eine passende Lösung, denen die Kapazitäten der im Lieferumfang der Digitalkameras enthaltenen SmartMedia- oder CompactFlash-Karten von üblicherweise 8 oder 16 MB nicht ausreichen und denen die Speicherkarten mit mehr MBs schlichtweg zu teuer sind. Mit dem

Clik!Plus-Set fotografiert der Anwender, bis Compactdie oder Smart-Media-Karte voll ist, legt sie in den Flash-Memory-Reader des akkubetriebenen Clik! Plus Mobil Laufwerks und drückt die Starttaste. Die anschließende Übertragung der Fotos auf Clik!-Disk dauert zirka 20 Sekunden. Die ausgelesene Speicher-Karte wird wieder in die Kamera gesteckt, die Bilder werden gelöscht, und schon kann weiter fotografiert werden. Zu Hause werden das Mobil Drive in die an den Parallel Port angeschlossene Docking-Station geschoben und die 40 MB-Daten innerhalb von knapp einer Minute auf den PC kopiert. Digitale Daten leichter und

chen kann der Anwender auch mit dem Clik! PC Card Laufwerk von Iomega. Die leichte Wechselspeicherlösung für den PCM-CIA-Slot von Notebooks paßt in den PC-Card-Schacht, mit dem die meisten heute erhältlichen Notebooks

ausgestattet

sind. Gespeichert werden die Daten genau wie bei Clik! Plus auf die 40 MB Clik!-Disks. Das Laufwerk ist ohne zusätzliche Kabel oder Batterien sofort einsatzbereit und bietet eine Datenübertragungsrate von bis zu 600 KB pro Sekunde.

Über die PC-Card kann der Anwender seine Daten mit jedem anderen Notebook-Anwender austauschen, dessen Portable mit einem PC Card-Slot ausgestattet

digitale Music-Player, Kameras, PDAs oder Mobilfunk-Geräte spei-

Die ersten SD Memory Cards liefern Kapazitäten zwischen 32 und 64 MB. Noch für dieses Jahr ist die Einführung einer 128 Megabyte-Karte geplant, und in spätestens zwei Jahren soll es dann Versionen geben, die die Gigabyte-Grenze überschreiten und mit denen ganze Videofilme gespeichert werden können.

Zeitgleich mit der japanischen Markteinführung der Karte wurden auch die ersten SD-fähigen Produkte auf den Markt gebracht. Matsushita präsentierte die Panasonic SD Audio Player SV-SD70 und SV-SD01, die mit der SD-Memory Card arbeiten. Noch in diesem Sommer sollen SD-kompatible Desktop-PCs und E-Mail-Terminals auf dem japanischen Markt erscheinen. Daß sich viele Industriefirmen für den neuen Speicherstandard interessieren, belegen die Mitgliederzahlen der im Januar dieses Jahres von den drei Entwicklern gegründeten Vereinigung SD Association. 71 Unternehmen, darunter beispielsweise Altec Computersysteme, Hitachi

Wozu eigentlich **Innovationen?**

Noch sind die UMTS-Lizenzen nicht versteigert, da melden sich die Bedenkenträger schon zu Wort. Tatsächliche und selbsternannte Experten warnen vor zu hohen Investitionen,



stellen die Frage, was die Verbraucher mit der großen Bandbreite im Mobilfunk eigentlich anfangen sollen, und verkünden mit gedankenschweren Sorgenfalten, UMTS könne ja - Gott behüte - ein Flop werden.

Diese Wichtigtuerei braucht kein Mensch. UMTS kommt, das ist sicher, und wird die Welt des Mobile Computing revolutionieren. Natürlich kann heute noch kein Mensch mit Daten und Fakten belegen, wie groß die Umsätze sein werden oder welche Anwendungen und Geräte von der UMTS-Lokomotive in ein Umsatzhoch gezogen werden. Solche Prognosen sind zur Zeit aber auch gar nicht notwendig.

Fest steht, daß die geringe Datenübertragungsrate in den existierenden Netzen zur Zeit viele potentielle Anwendungen, z. B. die Übertragung von Musik, Bildern oder Filmen, verhindert oder erschwert. Das ist ein Fakt. UMTS wird das ändern. Das ist ebenfalls ein Fakt. Und da die Rechenleistung zahlreicher Front-End-Geräte bereits heute die Kapazität der Netze, die sie verbinden sollen, um ein Vielfaches übertrifft, muß man kein Berufsoptimist sein, wenn man von dem neuen Mobilfunk-Standard deutliche Marktimpulse erwartet.

Natürlich weiß noch niemand, wie sich das Ganze rechnen wird. Wer aber heute schon unheilschwanger verkündet, wegen der großen Investitionen müßten die Preise für Dienstleistungen und Produkte so hoch sein, daß kein Massenmarkt entstehen könnte, muß sich fragen lassen, wann es denn in der Vergangenheit jemals eine Investition zum Dumpingpreis gegeben hat – McDonalds Cheeseburger einmal ausgenommen. Auch die ersten Videorekorder, CD-Spieler oder Digitalkameras waren für viele Konsumenten preislich jenseits von Gut und Böse.

Anstatt pressewirksam die Frage nach möglichen Hindernissen zu stellen, sollten Industrie und Handel besser die Gedanken darauf richten, wie man die Sache zu einem wirklich tollen Geschäft für alle Beteiligten machen kann. Denn eines steht fest: Ohne Investitionen und Innovationen gibt es kein Wachstum. Das hat besonders die CE-Branche in den vergangenen Jahren leidvoll erfahren müssen.

Verleger





Ohne zusätzliche Kabel oder Batterien sofort einsatzbereit: das Clik! PC Card-Laufwerk von Iomega.

delizit iäglich frische News: www.pos-mail.de

SD Memory Card

Die Panasonic-Muttergesellschaft Matsushita hat gemeinsam mit SanDisk und Toshiba die Multimedia-Plattform SD-Memory Card entwickelt. Die kleinformatige High Speed-Schreib/Lese-Memory Card soll einen hochgradigen Kopierschutz für Musik, Videos und

andere Inhalte bieten.

Zur Zeit ist das Speichermedium nur auf dem japanischen Markt erhältlich. Die auswechselbare Speicherkarte, die nur 21,5 x 50 x 2,8 mm mißt, basiert auf Flash-Memory und stellt ein einfach zu handhabendes Medium dar, mit dem große Mengen an Audio-, Video- und anderen Daten für



Angaben der Entwickler das kleinste Speichermedium der Welt. Nachfolgende Modelle mit noch höheren Speicherkapazitäten könnten aufgrund der geringen Größe beispielsweise in Camcorder integriert werden, die wie ein schlanker Kopfhörer getragen werden. Panasonic plant unter anderem die Herstellung von Telefonmodellen, die mit der Speicherkarte arbeiten.

cherbar sein sollen.

Mit Abmessungen von 32 x 24 x 2,1 mm ist die SD-Memory Card nach

Maxell LTD und Texas Instruments. haben bisher ihr Interesse an einer Mitgliedschaft in der SDA bekundet. Als geschäftsführende Mitglieder beabsichtigen Unternehmen wie Canon, Casio, Hewlett Packard, Mitsubishi, Olympus und viele weitere, beizutreten.

MultiMediaCard

Ein Standard, der sich bisher noch nicht als erste Wahl unter den Speichermedien durchsetzen konnte, ist die MultiMediaCard. Trotzdem liefert Thomson jetzt die



Die MultiMedia-Card, hier von SanDisk, konnte bisher noch nicht ihren großen Durchbruch

drei neuen digitalen Camcorder VMD9, VMD10 und VMD20 zusammen mit der MultiMediaCard von SanDisk aus. Der entscheidende Vorteil dieses Mediums liegt in seiner geringen Größe. Die MultiMediaCard ist zur Zeit die weltweit kleinste Wechselspeicherlösung (32 x 24 mm, 1,4 mm dünn) und läßt sich aus diesem Grund problemlos auch in kleinere Produkte wie Handys, MP3-Player, PDAs oder Diktiergeräte integrieren. Die neuen Camcorder von Thomson werden zusammen mit einer 16 MB MultiMediaCard ausgeliefert. Auf der MultiMediaCard speichern die Geräte digitale Standbilder ab, während die Videoaufnahmen auf einer Mini-DV-Cassette aufgenommen werden. Zum Lieferumfang der bereits erhältlichen Mini-DV-Camcorder gehören neben einem umfassenden Softwarepaket auch ein externes SanDisk-Karten-Schreib-Lesegerät für die schnelle Übertragung der digitalen Bilder, eine 16 MB-MultiMediaCard und eine Mini-DV-Cassette. Der im Mai letzten Jahres gegründeten Multi-MediaCard Association, die diesen Standard unterstützt, gehören mittlerweile über 35 Unternehmen an.

IBM Microdrive

Eine Speicherkapazität von 340 MB bietet IBMs Microdrive. Die auf Festplattentechnologien aus der Computerindustrie basierende Mini-Festplatte kann von den meisten Geräten, die über einen Steckplatz für das CompactFlash-Typ-II-Format verfügen, verwendet werden. Im Bereich der digitalen Fotografie eröffnete der Microdrive neue Horizonte, da der Anwender Speichereinheit dieser Hunderte von Bildern selbst in hohen Auflösungen hintereinander aufnehmen kann. Über einen PC-Card-Adapter kann die Minispeichereinheit, die nur 16 Gramm wiegt, in Notebooks eingesetzt

werden. So viel Speicherplatz hat natürlich seinen Preis, so lautet die unverbindliche Preisempfehlung für den 340 MB-Microdrive inklusive PCMCIA-Adapter 1.113 DM.

Populäre Medien

Zu den am häufigsten verwendeten Speichermedien in der Digitalfotografie zählen trotz all der zuvor beschriebenen Medien immer noch die CompactFlash- und die SmartMedia-Karten. Beide Karten lassen sich aber auch in einer Reihe von anderen Geräten wie MP3-Playern(SmartMedia), Palmtop/Handheldcomputern, PDAs und Diktiergeräten zur Speicherung von digitalen Dateien einsetzen, sofern sie mit dem dafür erforderlichen Steckplatz ausgestattet sind. Während die SmartMedia-Karte als reiner Speicherchip arbeitet, ist in die CompactFlash-Karte die gesamte Controller-Elektronik integriert. SmartMedia-Karten gibt es zur Zeit in Kapazitäten von bis zu 64 MB, CompactFlash-Karten bis 192 MB. Speicherkarten des nach eigenen Angaben größten Herstellers von auf Flash-Speicher basierenden Speichermedien des Unternehmens SanDisk, werden in Deutschland unter anderem von dem Monheimer Zubehörspezialisten Hama vertrieben.

ID-Photo

Mit Spannung wird vor allem von den Anwendern von Digitalkameras das Gemeinschaftsprodukt ID-Photo der drei Entwickler Sanyo, Olympus und Hitachi erwartet. Erstmals vorgestellt wurde das Speichermedium in Europa auf der diesjährigen CeBIT. Bei der ID-Photo handelt es sich um ein magneto-optisches System, das in der Form einer Floppy Disk im Miniformat ähnelt. Beachtenswert ist vor allem der Preis der 730 MBstarken Speicherkarte, der laut Angabe der Unternehmen voraussichtlich unter 100 DM liegen soll.

Weitere Erhöhungen der Speicherarchiv-Funktionen. Auch für die kapazitäten – mit Hilfe eines blauen Lasers sogar auf Gigabyte-Größe – sind für die nächsten Jahre bereits vorgesehen. Das System der ID-Photo basiert auf dem AS-MO-Standard, bekannt als Standard für wiederbeschreibbare magneto-optische Disketten mit einem Durchmesser von 120 mm, auf den sich 1998 verschiedene Konzerne einigten. Mit einem Durchmesser von 50 mm ist die ID-Photo die kleinste wiederbeschreibbare Diskette der Welt. Laut Herstellerangabe können auf ihr Daten bis zu einer Million Mal überschrieben werden. Auf einer 730 MB großen ID-Photo finden ungefähr 1.800 Bilder in einer 2-Megapixel-Auflösung und etwa 20 Minuten Video mit 320 x 240 Pixeln und 30 frames per second

der Einsatz des Speichermediums zunächst auf die digitale Fotografie begrenzt ist, soll der Anwendungsbereich langfristig auf diverse Multimedia-Anwendungen ausgedehnt werden. Denkbar wäre beispiels-

weise die Verwendung in einem Digitalalbum mit Foto-

(in etwa vergleichbar mit normaler

Videoqualität) Platz. Auch wenn

Und immer geht es um MB!

Lexar

Mit der Einführung der Lexar-

Argumente in die Hand gegeben,

wie sie ihr Speichermedium-An-

gebot von Wettbewerbern abheben

können. Der in den USA sehr be-

kannte Anbieter Lexar hat zwar

auch alle handelsüblichen Spei-

chermedien wie IBM Microdrive,

SmartMedia und PC-Karten im

Produktsortiment, bietet aber

darüber hinaus CompactFlash-

Karten an, die besondere

Die Speichermedien wurden spezi-

ell auf die Anforderungen der digi-

talen Fotografie abgestimmt. So ist

es dem Unternehmen gelungen,

durch ein spezielles und paten-

tiertes Verfahren die Lese- und

Schreibgeschwindigkeit der Kar-

ten erheblich zu erhöhen. Schon

die einfache Lexar "Compact Flash

Leistungsmerkmale aufweisen.

Speichermedien durch Jobo im Mai dieses Jahres im deutschen Fotohandel wurden den Händlern

Ausgesprochen günstig ist das magnetooptische Medium ID-Photo. Laut Herstellerangabe wird der Preis für eine 730 MB-Karte voraussichtlich unter 100 DM liegen.



ID-Photo haben bereits einige namhafte Hersteller digitaler Kameras die Lizenzen beantragt. Zur photokina in diesem Jahr wird Sanyo erstmals eine Digitalkamera vorstellen, die mit dem neuen Medium arbeitet.

Karte 4x" erreicht nach Aussage des Unternehmens eine doppelt so schnelle Bilddatenverarbeitung wie der Wettbewerb. Bei CompactFlash Karten 8x ist die Datenverarbeitung viermal so schnell und bei 10x-Karten sogar sechsfach. Eine schnelle Bilddatenverarbeitung ist besonders für professionelle Fotografen, Journalisten und alle, die spontane Szenen einfangen wollen, von

Speziell auf den Fotohandel zugeschnitten sind die Speichermedien von Lexar. Ihre Bezeichnung "Digital Film" weist darauf hin, daß sie speziell für den Einsatz in Digitalkameras konzipiert wurden. Bedeutung. Ein weiterer Vorteil ist die in die Karten integrierte USB-

Technik. Ihre USB-Fähigkeit führt in Verbindung mit dem USB-Lesegerät "JumpShot" von Lexar dazu, daß sich die Datenübertragungszeit zwischen Kamera und Computer erheblich verkürzt. Im Rahmen der Einführung der Produkte in Deutschland wurde das Lesegerät mit jeder Lexar-CompactFlash-Karte kostenlos ausgegeben. Für Anwender, die über einen USB-Port verfügen, erhöht sich die Datenübertragungszeit dadurch erheblich. Nach Aussage von Jobo verkürzt sich die Datenübertragung, die bei einer herkömmlichen 32 MB Compact-Flash-Karte bis zu 18 Minuten dauern kann, beim Einsatz des JumpShot auf 40 Sekunden.

Welche der hier vorgestellten Speichermedien am Ende das Rennen machen werden, bleibt abzuwarten. Faktoren wie Speicherkapazitäten, Übertragungsgeschwindigkeiten, Größe des Mediums und nicht zuletzt die Kosten werden dazu beitragen, daß sich der eine oder andere Standard industrieweit durchsetzen wird. Viele Unternehmen sind bereits auf Nummer sicher gegangen und haben sich gleich mehreren Organisationen als mögliche Lizenznehmer angeschlossen.



my-eXtra.com forciert Nokia-Geschäft

Nachdem im Oktober letzten Jahres Christian Butzer vom Weltmarktführer für Mobiltelefone, Nokia, zum Telekommunikationsdistributor my-eXtra.com gewechselt ist und dort die Geschäftsführung übernommen hat, wird das my-eXtra.com-Team nun durch einen weiteren ehemaligen Nokia-Mitarbeiter verstärkt: Am 1. Juli übernahm Stefan Vitzithum die Position des Business Managers Nokia im Hause des Distributionsportals. Vitzithum, der von September 1997 bis Juni 2000 Vertriebsleiter des Nokia System



Centers in Nürnberg war, wird zukünftig die schon jetzt sehr enge Zusammenarbeit mit Nokia weiter ausbauen. Für Fachhändler bedeutet dies zukünftig eine bessere Warenverfügbarkeit aller Nokia-Produkte bei noch besseren Preisen.

Neuer Managing Director bei Daewoo Electronics

Kyu-Min Choi, bislang Managing Director der Daewoo Electronics Deutschland GmbH, ist mit Wirkung 1. Juli zum Director des Overseas Management Department berufen worden und kehrt nach Korea zurück. Sein Nachfolger ist



Yong Nam Cho (Bild oben). Yong Nam Cho arbeitet bereits seit 1999 als CEO von Daewoo Electronics Europe in der Zentrale in Butzbach. In Personalunion will er die Umstrukturierung und Neuausrichtung des Managements der Daewoo Electronics Europe Vertriebsgesellschaften bis zum Jahresende abschließen. Kyu-Min

Choi baute in den vergangenen vier Jahren die Marktposition von Daewoo Electronics mit jährlichen Umsatzsteigerungen von 30 Prozent aus. Er wird auch zukünftig in seiner neuen Funktion mit der deutschen Zentrale in Verbindung stehen.



Neuer Marketingleiter bei Fujitsu Siemens

Seit Juni 2000 ist Georg Okrusch (Bild oben) neuer Leiter der Abteilung Marketing und Kommunikation bei Fujitsu Siemens Computers BV, Amsterdam. Okrusch entwickelt derzeit ein vollständig neues Kommunikationskonzept für Fujitsu Siemens Computers. Sein Ziel ist, das Image- und Markenprofil des Unternehmens, das im nächsten Jahr zur Nummer eins unter Europas IT-Herstellern aufsteigen möchte, weiter zu schärfen. Fujitsu Siemens Computers entstand zum 1. Oktober 1999 durch die Fusion von Fujitsu Computers (Europe) und Siemens Computer Systems. Das Unternehmen verfügt nach eigenen Angaben über die weltweit umfangreichste IT-Plattform und steht in Europa derzeit auf Platz zwei unter den Informationstechnologie-Anbietern.

Wechsel im General Management bei iiyama

Anfang Juli hat Lutz Müller die Position des General Managers der iiyama Deutschland GmbH angetreten. Müller löste den langjährigen General Manager und Geschäftsführer Axel Janßen ab, der das Unternehmen verlassen hat. Müller zeichnet fortan für die Leitung der deutschen Niederlassung des japanischen Monitorherstellers verantwortlich. Er ist seit 1995 bei liyama tätig und bekleidete seit Herbst 1996 die Position des Administrator Managers und seit April 1999 die Position des Deputy General Managers. Gleichzeitig ernannte iiyama Yasuyuki Sakai zum neuen Geschäftsführer liyama Central Europe mit seinen Niederlassungen in Deutschland, Polen, Tschechische Republik und Osteuropa. Sakai ist damit beauftragt, neue Absatzmärkte in Osteuropa zu erschließen und zusammen mit iiyama Deutschland und den bestehenden Niederlassungen

in Polen und der tschechischen Republik eine funktionierende Osteuropa-Distribution aufzubauen. Laut Pressemitteilung verfügt Sakai als langjähriger Mitarbeiter der Fuji Bankzentrale in Tokio und als Direktor der Fuji Bank in Nagano über ausgeprägte Führungsqualitäten, betriebswirtschaftliches Know-how und Verhandlungsgeschick, das ihm beim osteuropäischen Marktausbau und der Stärkung von iiyama Central Europe zugute kommen soll.

Vivanco geht mit E-commerce-Projekt **Teccus online**

Laut Pressemitteilung wird die Vivanco Gruppe, Ahrensburg, in naher Zukunft mit dem E-commerce Projekt Teccus online gehen. Unter Einbindung des Handels sollen die Teccus-Zubehörprodukte via Netz vertrieben werden. Neben Zubehörprodukten auf einen Blick soll der Online-Shop eine umfassende Online-Beratung und News aus dem gesamten IT- und Tk-Markt auf einen Blick bieten. Mit dem E-Commerce-Projekt möchte Vivanco zudem das starke Wachstum des Internetvertriebs im Elektroeinzelhandel nutzen. Der Online-Anteil am Handelsvolumen soll bis zum Jahr 2011 bis zu 30 Prozent steigen. Das gesamte Marktvolumen für IT- und Tk- Zubehör in Europa wird für das laufende Jahr auf mehr als fünf Milliarden geschätzt. Daraus ergebe sich für Vivanco schon heute ein zusätzliches Umsatzpotential von mehr als 50 Millionen Euro pro Jahr.

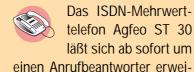


Best Power senkt Preise für Patriot Produkte

Aufgrund weltweit steigender Fertigungszahlen bei den gängigen Produktreihen Patriot II, Patriot Pro und Fortress III kann der Anbieter von unterbrechungsfreien Stromversorgungen die empfohlenen Endverbraucherpreise um bis zu 17 Prozent senken. Die Produktionszahlen dieser Serien sind in den letzten Monaten so stark gestiegen, daß sich deutliche Einsparungspotentiale in der Fertigung realisieren ließen. "Trotz des derzeit schlechten Wechselkursverhältnisses zwischen Euro und US-Dollar geben wir diese Einsparungen an unsere Kunden weiter", erklärte Torsten Wolf, Vertriebsleiter bei Best Power Technology in Deutschland.

™ Neuheiten

Agfeo A-Modul 30 ist jetzt lieferbar



Das ISDN-Mehrwerttelefon Agfeo ST 30 läßt sich ab sofort um

tern. Durch Einstecken des A-Modul 30 in den Modulschacht des ST 30 bekommt dieses einen individuellen Anrufbeantworter. Das Modul hat eine Aufzeichnungsdauer von bis zu 40 Minuten. Die Bedienung erfolgt menügesteuert über das vierzeilige Display des ST 30 Systemtelefons. Jede eingegangene Nachricht erhält einen Datensatz mit Datum, Uhrzeit und der Rufnummer des Anrufers. Über eine Primär- und Sekundärrufnummernzuordnung kann der Anrufbeantworter in zwei Bereiche, zum Beispiel "Privat" und "Geschäftlich" aufgeteilt werden. Weitere Funktionen des A-Modul 30 sind:

- · Nachrichten an jedem Systemtelefon anzeig-, mithör- und abhörbar
- Sofort einsetzbar durch abgespeicherte Standardtexte
- Einfache Fernabfrage durch Sprachunterstützung
- Information im Display über Datum, Uhrzeit, Name (Rufnummer), angewählter Nummer und Länge des Anrufs
- · Nachrichten und Einstellungen des Anrufbeantworters bleiben auch bei Netzausfall und beim Umstecken des A-Moduls erhalten
- Bei Nachrichten-Wiedergabe in doppelter Abspielgeschwindigkeit kein Micky-Maus-Effekt
- Zeitgesteuert z. B. Begrü-**Bungs- oder Hinweistext** schaltbar

Microsoft Motocross Madness 2



Motocross Madness 2 ist der Nachfolger des Microsoft Bestsellers

"Motocross Madness". Die neue Version präsentiert sich mit originalgetreuen Motorrädern und lizensierter Ausrüstung. Motocross Madness 2 bietet dem Spieler eine Menge verschiedener Herausforderungen. Das Angebot der Motorräder reicht von 125 bis 500 ccm entsprechend leicht oder schwer ist die Handhabung der Rennmaschinen. In den verschiedenen Spielmodi kann der "Motocross-Fahrer" sein Können zum Besten geben. Ganz neu bei der wilden Motorradfahrt ist der "Pro Circuit"-Modus: Mit einer Handvoll Dollar und einer kleinen Motocross-Maschine muß sich der Spieler gegen die engagierte Konkurrenz bewähren. Siege werden mit einer Prämie belohnt, die in Ausrüstung und Maschine investiert werden dürfen.

Für die Installation des Spieles benötigt man: einen Rechner ab Pentium II 300, Microsoft Windows 95 oder 98, 64 MB RAM, 4x CD-ROM, 212 MB Festplatten Speicherplatz, DirectX 7.0, eine Soundkarte und eine Maus. Des weiteren ist eine 3D-Grafikkarte empfehlenswert.

Kleinster MP3-Player der Welt von Vivanco



Zubehörspezialist Vivanco präsentiert nach eigenen Anga-

ben - den derzeit kleinsten MP3-Player der Welt. Mit der Größe eines Streichholzbriefchens und einem Gewicht von 30 Gramm wird Vmax mit USB-Schnittstelle und 32 MB Speicher-Medium geliefert. Den Vmax gibt es in einem Starter Pack, das ein für alle Multimedia



Cards kompatibles Schreib-Lesegerät inkl. Software über USB-Verbindung, den eJay-Player, Kopfhörer und eine Batterie enthält. Über die eJay-MP3-Station sind Downloaden, Abspielen, Archivieren und Brennen von MP3-Dateien, Audio Cds und WAV-Files möglich. Ein integrierter Music-Animator macht Grooves und Bässe sichtbar und zeigt Equilizerausschläge und Oszillatorfrequenzen zum Takt der Musik in verschiedenen Farben und Formen an. Zusätzlich zu dem MP3-Zubehör-Sortiment bietet Vivanco optional einen ISDN-Adapter, verschiedene Speicherkarten und entsprechende Schreib/Lesegeräte oder Oberarm- und Gürtel-Chips an. MP3-Player und Starter-Pack sind seit Juni lieferbar. Empfohlener Verkaufspreis: 499 DM.

DA BRENNEN IHRE KUNDEN DRAUF: LIEBLINGS-CDs EINFACH SELBER MACHEN. **CFCOPIN Testureii** UBERTRAGEND** **CFCOPIN TESTUREII** **CFCOPIN TESTUREII** UBERTRAGEND** **CFCOPIN TESTUREII** **CFCOPIN TESTU



Individuell bespielte CDs werden immer beliebter und einfacher in der Herstellung.

Mit dem Audio-CD-Player/-CD-Recorder ADR-620 kann jeder ohne PC-Einsatz seine Lieblings-CDs produzieren und abspielen. Neben diesem Doppelnutzen hat der ADR-620 noch jede Menge weitere Vorzüge.

- Abspielbare Disc-Formate: Audio-CD, Audio-CD-R und Audio-CD-RW
- Digitaler Fronteingang für den Anschluss portabler Audiosysteme
- Konverter zur Anpassung von DAT-Playern an die Audio-CD-Norm
- Einfach-, Zweifach-, Vierfach-Wiedergabe und eine wählbare Aufnahmegeschwindigkeit
- Analoge Ausgänge für das Playerund das Player-Recorder-Deck

Auch aus kaufmännischer Sicht werden Sie am ADR-620 Ihre Freude haben. Schließlich kommt diese hervorragend getestete CD-Kombination von LG. Und das bedeutet erstklassige Qualität mit guten Spannen für den Handel. Ihr LG-Außendienst informiert Sie gern.

Hotline: 0 21 54 / 4 92-105 E-Mail: service@lge.de



Digitally yours

Die Brodos AG hat Mitte Juni unter der Adresse www.brodossms.de einen neuen Internetservice gestartet, der mit zahlreichen Serviceangeboten den Spaß von Handybenutzern steigern soll. So bietet brodos-sms beispielsweise die Möglichkeit, Klingeltöne und Icons auf das eigene Handy zu laden, Short Messages zu verschicken oder sich über den Brodos-Account Faxe und E-Mails auf das eigene Mobiltelefon zustellen zu lassen. Gleichzeitig stellt brodos-sms über das Partnerprogramm eine Möglichkeit für Handelsunternehmen und Homepage-Betreiber dar, durch Provisionsausschüttungen beim Verkauf der angebotenen Leistungen attraktive Zusatzumsätze zu generieren.

Um brodos-sms nutzen zu können, ist eine Anmeldung auf der Homepage erforderlich. Nach der Anmeldung bekommt der Teilnehmer ein Paßwort, mit dem er Zugang zu den Angeboten hat, und ein Startguthaben von 120 "credits". Unter credits versteht Brodos eine spezielle "Währungseinheit", mit der die vielfältigen Dienste bezahlt werden.

Nach der Anmeldung können die Nutzer in ihrem persönlichen

Die erste von derzeit insgesamt fünf Seiten, von denen Icons herunter-geladen werden können.

dits; Versand einer SMS an E-Mail Adresse: kostenlos; Versand einer SMS an Faxnummer (EU, Schweiz, Nordamerika): 50 Creder User mit Hilfe seiner Mobilfunknummer und seines Paßwortes eingeloggt hat, stehen ihm die verschiedenen Rubriken zur Verfügung.

Hier sind sowohl die Datenbanken für Logos, Bildmitteilungen, Klingeltöne, SMS-Sprüche und SMS-Textbilder zu finden als auch die einzelnen Bereiche

zur Einrichtung von SMS-Channels oder für die WAP-Konfiguration.

Außerdem bietet die Seite eine

brodos-sms erhöht den Mobilfunk-Spaß

Empellate Empellate

Die Startseite von brodos-sms gibt, übersichtlich gestaltet, einen kurzen Überblick über die angebotenen Dienstleistungen.

brodos-sms schafft die Möglichkeit, Handys eine persönliche Note mit individuellen Betreiberlogos, Gruppensymbolen, Bildmitteilungen, Klingeltönen oder coolen Sprüchen zu geben. Insbesondere die Besitzer von Handys Darüber hinaus können Interessenten auch ihre eigenen Logos erstellen, oder, sofern urheberrechtlich zulässig, Icons aus dem Internet runterladen und auf die Brodos-Seite importieren. Von dort aus können diese dann eben-

so einfach versandt werden wie die Bestände der Datenbank.

Mit brodos-sms ist es außerdem möglich, jedes Handy zur Kommunikationszentrale auszubauen. So können komplette Faxe, E-Mails und Kurzmitteilungen aus deutschen GSM-Netzen weltweit verschickt werden. Nutzer haben

die Gelegenheit, sich über SMS-Channels mit Infos aus ausgewählten Bereichen versorgen zu lassen oder ihren eigenen Channel zu betreiben, um andere zu bestimmten Themen zu informieren.

Zusatzgeschäft für die Handelspartner

Bereich nicht nur auf eine reichhaltige Datenbank von zirka 5000 Bildern, Klingeltönen, kessen Handysprüchen, etc. zurückgreifen, sondern unter anderem auch "Serienmails" verschicken – eine Variante, die die schnelle und kostengünstige Kommunikation von gewerblichen Kunden via SMS ermöglicht.

Bei der Nutzung der Services entstehen folgende Kosten: Abruf eines Betreiberlogos, Abruf eines Gruppensymbols und Abruf einer Bildmitteilung: jeweils 50 Credits; Abruf eines Klingeltones: 65 Credits; Versand einer SMS in die deutschen D- und E-Mobilfunknetze: zehn Credits; Empfang einer SMS über SMS-Channel: 20 Cre-

dits; Abfrage des Restguthabens per SMS: zehn Credits.

Zu beachten ist, daß durch den Abruf eines Dienstes immer Kosten entstehen. Dies ist unabhängig davon, ob das Handy für diesen Dienst geeignet ist oder der Nutzer einen

Dienst speichert oder verwirft. Das Credit-Guthaben wird über Bankeinzug, Kreditkarte, Paybox oder eine 0190-Nummer aufgeladen. Die Nutzung des brodos-sms Services ist einfach. Nachdem sich



Für interessierte Händler steht ein Formular bereit, das die Kontaktaufnahme zur Brodos AG einfach und schnell macht.

Preisübersicht, ein Gästebuch und eine Händlerliste, die nach und nach ergänzt werden wird. Abgerundet wird das Serviceangebot durch einen persönlichen Bereich und einen SMS-Messenger. hepä

Christian Butzer, Vorstand Marketing und Vertrieb, Brodos AG: "Die Attraktivität des Fachhandels wird sich weiter erhöhen." PoS-MAIL: Herr Butzer, mit brodos-PoS an diese SMS-Service partizipieren. Das Eigagement des Handels wird dar

PoS-MAIL: Herr Butzer, mit brodos-sms hat Ihr Unternehmen einen attraktiven Service für Handybesitzer ins Leben gerufen. Kann man damit auch Geld verdienen?

Christian Butzer: Natürlich! Innerhalb der Partnerprogramme bieten sich den Usern zwei attraktive Alternativen: Homepage-Betreiber können "brodos-sms"-Banner auf ihrer Homepage plazieren. Von jeder Aufladung eines über diese Banner geworbenen Kunden erhalten Sie eine Provision von 20 Prozent innerhalb des nächsten halben Jahres. Ebenso hoch ist die Provision im Partnerprogramm "Kunden werben Kunden", das nach dem gleichen Prinzip abläuft.



Christian Butzer, Vorstand Marketing und Vertrieb, Brodos AG.

PoS-MAIL: Und was haben Ihre Fachhandelspartner davon?

Christian Butzer: Auch unsere Partner im Fachhandel können ab Ende Juli

2000 über brodos-PoS an diesem SMS-Service partizipieren. Das Engagement des Handels wird dann mit einer Provision und einem Jahresbonus auf die getätigten Aufladungen in Höhe von bis zu 30 Prozent "versüßt". Ich bin davon überzeugt, daß sich die Attraktivität des Fachhandels durch dieses neue Highlight der Brodos AG noch weiter erhöhen wird.

PoS-MAIL: Wie unterstützen Sie Ihre Händler, damit diese das Angebot bei ihren Kunden bekanntmachen können?

Christian Butzer: Wir statten Fachhändler mit entsprechenden Werbemitteln aus und listen sie als offizielle brodos-sms-Händler auf der brodos-sms-Homepage.



Bild oben: Nach der Anmeldung bei brodos-sms erhält der Interessent ein Paßwort, das er zusammen mit seiner Mobilfunknummer benötigt, um sich einloggen zu können. Erste Station nach dem Log-in ist die Begrüßungsseite, von der aus der Zugang zu den verschiedenen Servicerubriken erfolgt.



der Marke Nokia sowie von verschiedenen Sagem-Modellen profitieren von diesem Angebot. Ihnen stehen aus der Brodos-Datenbank derzeit über 5000 Grafiken und Klingeltöne zur Auswahl.

Jeizi iäglich irische News: www.pos-mail.de

Neues aus der Edelschmiede Nakamichi

Die traditionsreiche japanische Audio-Marke Nakamichi ist nach einigen Jahren Funkstille im Frühjahr letzten Jahres wieder auf den deutschen Markt zurückgekommen. Den Vertrieb für die neue Nakamichi-Produktfamilie hat die quadral GmbH, Hannover, übernommen. Die neuen Produkte aus der japanischen Edelschmiede bestechen durch Schick und Funktionalität.

Die neue Sound-Space-Serie zielt auf den designorientierten Musik-liebhaber. Das Steuercenter – mit gebürsteter Metall-Oberfläche oder in Schwarz erhältlich – ist sowohl zur Tischaufstellung als auch zur Wandmontage geeignet. Das Modell Sound Space 8 beinhaltet einen RDS-Tuner und einen 5-fach CD-Wechsler, der ohne separates CD-Magazin gefüttert

wird. Durch ein Abtastsystem werden die CDs erfaßt und können per Knopfdruck unkompliziert abgerufen werden. Die einzelnen Funktionen lassen sich direkt am Gerät oder mit einer der beiden Fernbedienungen steuern. Die eine Fernbedienung – funktionell und konventionell gestaltet – ermöglicht



die Steuerung sämtlicher Funktionen; die andere, keilförmig und modern gehalten, ist ausschließlich mit den wichtigsten Funktionstasten ausgestattet.

Die Subwoofereinheit beherbergt

die gesamte Verstärkungselektronik. Ebenso platzsparend sind auch die Satellitenboxen, die mit je drei Lautsprecherchassis bestückt sind. Da das Sound Space 8 ein offenes System ist, lassen sich ebenfalls ein Kassettendeck, ein MD-Recorder oder eine Tonbandmaschine anschließen. Auch ein optischer Digitalausgang ist vorhanden. Das HiFi-System ist für rund 2.900 Mark erhältlich.

Heimkinosysteme in edlem Design

Die neuen Heimkinosysteme Sound Space 10 und 11 fallen durch ihr edles Design auf. Doch auch technisch haben die Audio-Video-Systeme einiges zu bieten.

Die Basisstation bildet der von Nakamichi patentierte Music Bank 5-Disc DVD/CD-Player. Der Mechanismus ermöglicht das Laden und Wechseln der CD ohne Disc-Wechselteller oder Magazin. Die Discs werden innen abrufbereit gelagert. Bis zu fünf DVDs, Video- oder Audio CDs sind somit schnell

zugänglich und jederzeit in beliebiger Reihenfolge zum Abspielen bereit.

In der A/V-Tuner/Prozessor Einheit sind die Schaltkreise für die Vorverstärker – den MW/UKW-



Die neuen Nakamichi Heimkinosysteme fallen durch ihr edles Design auf und haben auch technisch einiges zu bieten.

Tuner – , die Surroundwiedergabe und die Kontakte zur Verbindung Komponenten integriert. Die Verstärkereinheit erhält die Quellensignale durch koxiale und optische Digitaleingänge, damit diese ohne Qualitätseinbußen in analoge umgewandelt werden. Hierfür dienen 24-Bit D/A-Konverter, die eine gute Surround-Leistung auf allen sechs Kanälen (5+1) garantieren. Zwei Klangprozessoren ermöglichen eine individuelle Einstellung. Des weiteren ist der Tuner mit fünf Videoeingängen und sieben Audioeingängen ausgestattet, die ausreichend Raum für alle Variationen und künftige Geräteerweiterungen bieten. Mit der "Sleep-Timer-Funktion" kann sich die Anlage nach 10, 20, 30, 60, 90 oder 120 Minuten automatisch

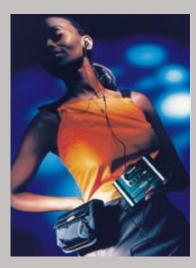
abschalten. Das Fünf-Kanal-Lautsprechersystem bietet eine hohe Detailwiedergabe. Alle fünf Lautsprecher sind mit der gleichen 2-Wege, 3-Treiber-Konfiguration ausgestattet. Dem dualen aktiven Subwoofersystem gelingt es auch, tiefste Frequenzen wiederzugeben. Durch den Einbau effizienter 20 cm Basstreiber im Bassreflexgehäuse können auch niedrigste Frequenzen, wie es vom Dolby Digital-Format verlangt wird, wiedergegeben werden.

Das Bildschirm-Display ermöglicht eine komfortable Übersicht vom Betriebszustand bis zur Einstellung aller Komponenten des Systems. Das Sound Space 10 bietet zahlreiche Installationsmöglichkeiten und kann zu Sound Space 11 aufgerüstet werden.

™Neuheiten

MP3-Spieler von Grundig für PC und Mac

Mit dem neuen MP 150 präsentiert Grundig einen MP3-Player, der über eine USB-Schnittstelle PCund Mac-kompatibel ist. Das Lieferpaket des MP 150 enthält Software für Windows 98/2000 und Mac OS. Beim Laden von Musik aus dem Internet oder CD werden die Daten auf die Festplatte des Rechners übertragen, in einem Archiv verwaltet und auf die Infine-



on Multimedia Speicherkarten kopiert. Die Flash-Speicherkarten können bis zu 100.000mal wieder beschrieben werden. Sie sind nicht größer als eine Briefmarke. Neben diesen Multimedia Cards lassen sich auch fertig bespielte ROM-Cards mit dem MP 150 wiedergeben. Zudem bietet der Lieferumfang des Grundig MP 150 eine 32 MB Flash-Speicherkarte, einen Stereo-Kopfhörer, ein USB-Kabel, eine Software CD-ROM sowie eine Gürteltasche.



Brainblaster – Kopfhörer von Vivanco

Der SR 600 Brainblaster von Vivanco bringt die Baßvibration ans Ohr. Die Bassvibrationen können am Kopfhörer individuell reguliert werden. Der SR 600 wird über ein 2,70 m Kabel mit 3,5 mm Stereostecker mit der Musikquelle verbunden. Das Lieferpaket enthält einen Adapter mit 6,35 mm Stereostecker für stationäre HiFi-Anlagen sowie eine Batterie für die Bass-Vibrationskontrolle.

Canon erweitert Scannerpalette mit fünf neuen Modellen

Vom Einsteigermodell bis zur Profiliga – Canon erweitert im Herbst seine Scannerpalette mit fünf neuen Modellen. Die drei neuen Flachbettscanner der CanoScan N-Familie, mit den Bezeichnungen N 640P, N 650 U und N 1220U, verfügen über eine physikalische Auflösung von 600 x 1200 dpi bzw. 1200 x

2400 dpi (N 1220U). Bei allen drei Scannern ist die Farbtiefe von 42 Bit intern und 24 Bit extern die Grundlage für gute Scanergebnisse. Die Modelle N 650U und 1220 U sind zudem mit einer

USB-Schnittstelle und Treiber-Software für PC oder Mac ausgestattet. Auch die Stromversorgung erfolgt über die USB-Schnittstelle – ein zusätzliches Netzteil wird demnach nicht benötigt. Die Modelle N 650U und N 1220U sind ab September für den Handel lieferbar. Die Unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 199 und 399 DM. Den Scanner N 640 P gibt es im Oktober. Die unverbindliche Preisempfehlung für dieses Modell ist ebenfalls 199 DM.

Mit dem CanoScan D 660U erweitert Canon die Reihe der CCD-Flachbettscanner für fotografische Anwendungen um ein preiswertes Einsteigermodell für A4-Scans bis



1200 x 1200 dpi. Der Neue verfügt über eine integrierte Durchlichteinheit für die Digitalisierung von Kleinbildvorlagen. Zwei Scanbuttons und der USB-Anschluß vereinfachen Installation und Bedienung. Im Oktober ist das Modell zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 299 DM für den Handel lieferbar.

Der neue PR-200S ist ein Präsentationsscanner, der an Videoprojektoren angeschlossen werden kann. Mit dem Presentation Assistant können A4-Vorlagen digitalisiert und unmittelbar danach per Beamer projiziert werden. Präsentationen, bei denen zwischen Video- und

Overheadprojektion gewechselt werden muß, sind
somit überfällig. Der PR200S erfaßt die
Vorlagen bis zu
150 dpi bei 24
Bit Farbtiefe.
Damit können
selbst Fotos in

guter Qualität digitalisiert werden. Die Weitergabe des SVGA-Signals mit 800 x 600 Pixeln an den Projektor geschieht im 15 Bit RGB-Modus mit 32.768 Farben. Im Oktober kann der PR-200S für etwa 2.800 DM vom Fachhandel angeboten werden.

Vielfältige Handelsunterstützung und neue Produktlinien

Der PrePaid Markt boomt ungebremst. Neben den Netzbetreibern freuen sich darüber auch diejenigen Gerätehersteller, deren Produkte noch einige Monate zuvor unter "ferner liefen" in der Rangliste zu finden waren. Aber gute Qualität, cleveres Marketing und das rechtzeitige Erkennen von Trends sorgen dafür, daß viele der seinerzeitigen "Underdogs" plötzlich einen Boom erleben und am Sockel der bisherigen "Platzhirsche" rütteln. Eines der Unternehmen, auf das diese Entwicklung zutrifft, ist Alcatel.

Ende 1999 ging er gar auf vier Prozent zurück. Erst mit Beginn des Jahres 2000 schlug der Boom voll durch: Im Zeitraum Februar/März errechnete die Nürnberger GfK-Konsumforschung einen Anteil von 13 Prozent, Tendenz weiter steigend.

Grund genug für Optimismus im Hause Alcatel. "Wir planen, in diesem Jahr weltweit mehr als 20 Millionen Geräte zu verkaufen", erklärte Rainer Kauffmann, Country Manager Germany, Unternehmensbereich Terminals bei Alcatel, im Gespräch mit PoS-MAIL. "Deutschland soll dabei neben den traditionell starken Ländern Italien, Spanien und Frankreich einer der Schlüsselmärkte werden."

Für den derzeitigen Erfolg sieht

Marke in Schaufenster oder Laden zu präsentieren.

Geschulte Mitarbeiter

Weiterhin stellt das Unternehmen seinen Handelspartnern ein Team geschulter Mitarbeiter zur Verfügung, das ihnen beim Verkauf von Alcatel-Produkten behilflich ist. "Bei den Mitgliedern dieses Außendienstteams steht nicht das Verkaufen im Mittelpunkt, sondern die Unterstützung der Händler, die Lösung individueller Probleme", erläuterte Kauffmann. "Sie bilden die Nahtstelle zwischen dem Handel und Alcatel und sorgen dafür, daß eventuell auftretende Probleme auf kurzem Wege gelöst werden, sie helfen bei der Beschaffung von Verkaufsförderungsmateria-



Auch Alcatel hält für die verschiedenen Promotions im Handel attraktive Dekomaterialien bereit, zum Bespiel aufmerksamkeitsstarke Aufsteller für den Laden oder interessant gestaltete Dispenser für die Theke.

Alcatel plant den Aufstieg in die Mittel- und Oberklasse

Mitte der 90er Jahre im Mobilfunkmarkt gar nicht vertreten, reihte sich Alcatel 1997 mit dem ersten Modell der One Touch Easy Serie in die Riege der Handyhersteller ein. Weltweit stieg die Zahl der verkauften Geräte seitdem kontinuierlich an: 1997 wurden drei Millionen Geräte abgesetzt, 1998 über sieben und im vergangenen Jahr wurden bereits rund elf Millionen Endverbraucher mit einem Alcatel-Mobiltelefon ausgestattet. Trotz dieser internationalen Verkaufserfolge blieb der prozentuale Anteil am Gesamtmarkt in Deutschland lange

Zeit im einstel-

ligen Bereich: PART AND DE Bis zum Jahresende wird Alcatel die Han-0 dy-Serien One Touch @ C C 500 und 700 auf den 000 Markt bringen. Die neuen One Touch 300 Modelle wurden kurz nach Redaktions-

Kauffmann vor allem zwei Gründe. Zum einen sei Alcatel bislang oftmals in die Rolle eines Trendsetters geschlüpft. Erwähnenswert hier beispielsweise der Einsatz von Farbe und frischen Designs, die das klassische, funktionale Handy zu einem Lifestyle-Accessoire gemacht haben, der Einsatz eines benutzerfreundlichen Bedienkonzepts und die Einführung besonderer Features, etwa der Möglichkeit, handelsübliche Batterien zu benutzen.

Aktives Handelsmarketing

"Zum anderen gehört Alcatel zu den Herstellern, die sich nicht nur auf die Produktion von Geräten beschränken", meinte Kauffmann, "sondern auch aktives Handels-

> marketing betreiben." So sind gemeinsame Aktionen mit den Netzbetreibern Unternehmen das selbstverebenso ständlich wie die Unterstützung der Handelspartner am Point of Sale. Ob großformatige Plakate, aufmerksamkeitsstarke Displays oder auffällige Thekendispenser, Alcatel bietet Möglichkeiten genug, die



Rainer Kauffmann, Country Manager Germany, Unternehmensbereich Terminals bei Alcatel

lien und Give-aways und bieten Lösungen für Marketingfragen des Händlers."

Eine wichtige Funktion übernehmen die Teams darüber hinaus besonders bei der Koordination von Promotions, die in Zusammenarbeit mit Netzbetreibern durchgeführt werden. Kauffmann: "Die Teammitglieder sind jeweils Experten für einen der Netzbetreiber. Sie kennen deren Marktstrategie und sorgen dafür, daß die Marketingaussagen der verschiedenen Verkaufsförderungsaktionen übereinstimmen. Sie führen beide Seiten zusammen, weil sie sich intensiv mit deren Denkweise und Zielen auseinandersetzen."

Auf der Grundlage des Erreichten

sollen die Aktivitäten mit dem und für den Handel in Zukunft weiter ausgebaut werden. So plant Alcatel nach Kauffmanns Aussage verschiedene Veranstaltungen auf regionaler Ebene. Hier sollen Händler und Fachverkäufer einerseits über technische Grundlagen der kommenden Mobilfunkstandards und die Features der Alcatel-Geräte informiert werden, andererseits sollen sie im Verkauf von Handys und vor allem Zubehör geschult werden. "Zu wenig Händler haben erkannt, daß sie mit dem Verkauf von Zubehör vortreffliche Margen erzielen können", bedauerte Kauffmann. Dabei biete Alcatel ein umfangreiches Zubehör-Sortiment, das den Gerätenutzen für den Anwender deutlich steigern könne.

Neue Telefonlinien

Optimistisch blickte Kauffmann auf die zweite Jahreshälfte: In den kommenden Monaten wird von Alcatel eine neue Handyfamilie eingeführt, die Marktanteile in der Mittel- und Oberklasse sichern wird. So stand wenige Tage nach Redaktionsschluß für diese Ausgabe die Präsentation der neuen One Touch 300 Serie auf dem Programm, One Touch 500 und One Touch 700 Serien werden folgen. Die neuen Modelle sind kompakter und leichter als die bisherigen

Alcatel Handys. Sie zeichnen sich durch ein gradliniges Design und größere Displays sowie Funktionen wie WAP, Dualband, Vibrationsalarm, Navigationstaste, Freisprecheinrichtung und eine Vielzahl der üblichen Speicherfunktionen aus. Die Gogh-End-Geräte der Oberklasse werden darüber hinaus unter anderem mit einem sehr großen Vollgrafik-Display und Bluetooth-Funktionalität aufwarten.

Geräte für jeden Anspruch

"Am Ende des Jahres werden wir über eine Gerätepalette für jeden Anspruch verfügen", stellte Kauffmann fest. "Einsteiger werden bei Alcatel ebenso fündig wie Handybesitzer, die sich ein Neugerät anschaffen, weil sie neue Funktionen und neue Services nutzen wollen." Und auch diejenigen Käufer, die



Unter anderem durch die Zusammenarbeit mit T-D1 im PrePaid-Geschäft verzeichnete Alcatei ein deutliches Plus im Marktanteil.

Wert auf das Besondere legen, für die ein Handy ein Teil ihres individuellen Lebensstils ist, würden zukünftig im Alcatel-Sortiment Herbert Päge

Neuheiten

Casio stellt Digitalkameras mit schwenkbarer Optik vor



Eine einfache Bedienung dank Programmautomatik und umfangreicher Ausstattung sowie ein um 270 Grad schwenkbares Objektiv bieten die beiden neuen Digitalkameras QV-2300UX und QV-2800UX von Casio. Die beiden Modelle sind mit einem CCD-Chip mit rund 2,1 Mio. Pixeln aus-

gestattet, verfügen sowohl über manuelle als auch automatische Funktionen und bieten dem Anwender darüber

hinaus die Möglichkeit, von 28 programmierten Szenarios (Strand, Himmel, fließendes Wasser) zu profitieren, in denen alle Einstellungen optimiert bereit-



stehen. Die QV-2300UX verfügt über ein Dreifach-Zoom, das einem 41 bis 123 mm-Objektiv einer Kleinbildkamera entspricht. Die QV-2800UX ist mit einem Achtfach-Zoomobjektiv ausgestattet, das einem 40 bis 320 mm-Objektiv bei Kleinbildkameras entspricht. Beide Modelle eignen sich auch gut für Makroaufnahmen, wobei bis zu einem Zentimeter nah an die Motive herangegangen werden kann. Die Belichtung läßt sich sowohl über die ganze Fläche als auch per Spot oder Zentrumswert einstellen. Der Blitzbereich der QV-2300UX beträgt zwei Meter, bei der QV-2800UX 2,50 m. Die letztere erlaubt zusätzlich den Anschluß eines externen Blitzgeräts. Zur Motivkontrolle dient beiden Kameras ein 1,8 Zoll großes TFT-LCD-Farbdisplay. Zur Grundausstattung zählt unter anderem ein PC-Windows-Anschlußkit. Die QV-2300UX ist ab August, die QV-2800UX ab Oktober dieses Jahres lieferbar.

DVD-Heimkino-Soundsystem von Panasonic



Mit dem neuen DVD-Heimkino-Soundsystem SC-HT80 präsentiert Panasonic einen Multifunk-

tionsreceiver mit Fünffach-DVD-Video/





CD-Wechsler und eingebautem Dolby Digital Decoder. Das DVD-System ermöglicht das Abspie-

len der Filme aus unterschiedlichen Kameraperspektiven, in verschiedenen Sprachen oder mit diversen Untertiteln. In den Fünffach-Wechsler können nicht nur DVD-Videos, sondern auch CDs eingelegt werden. Für eine präzise Signalverarbeitung der Medien sorgt der 10-Bit-Video-D/A-Wandler. Dank der grafischen Benutzeroberfläche, der GUI (Graphical User Interface), kann das Gerät einfach konfiguriert und bedient werden. Funktionen wie Sprung- und Suchlauf, Zeitlupe vorwärts/rückwärts, Kapitelüberblick, Titel- und Kapitelsuchlauf mit Markierfunktion und Karaoke zählen zu der Komfortausstattung des SC-HT80. Zudem gibt das System auch das in Nordamerika verbreitete NTSC-Format wider.

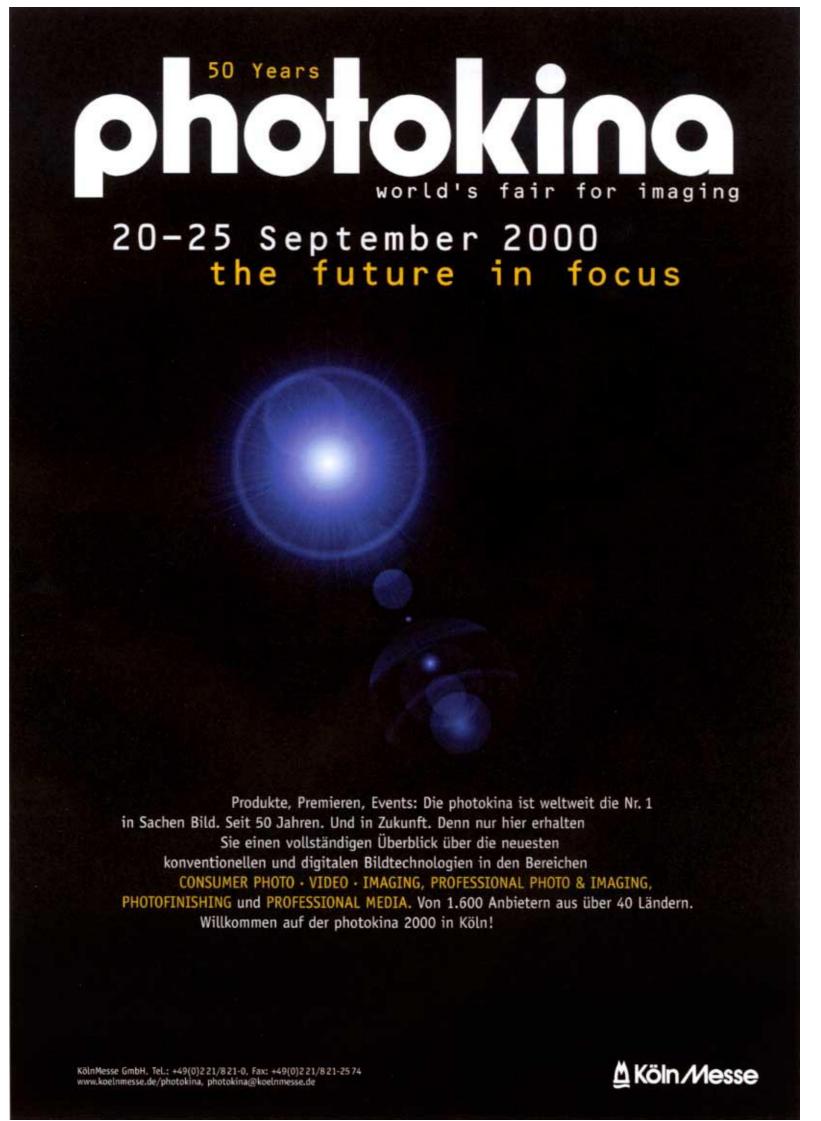
Der integrierte Dolby Digital Decoder in Kombination mit dem Sechs-Kanal Verstärker liefert ohne weiteres Zubehör einen dynamischen Raumklang. Des weiteren ist das Gerät mit fünf Satelliten-Lautsprechern (acht Zentimeter Konus) und einem Subwoofer (17 Zentimeter Konus) ausgestattet. Die Lautstärke des Subwoofers läßt sich auch per Fernbedienung in vier Stufen regulieren.

Tele Atlas erweitert Angebot an Navigations-CDs



Tele Atlas bietet eine Reihe aktualisierter und erweiterter Navigations-CDs für die Systeme von Blaupunkt, Clarion und Kenwood an. Das Angebot

reicht von digitalen Karten für einzelne Länder, zuzüglich vieler Zusatzinformationen, über landübergreifende CDs bis hin zu kombinierten Navigations-/Reiseführer-CDs. Auf diesem Gebiet arbeitet Tele Atlas mit renommierten Anbietern wie Michelin, Gräfe und Unzer, Varta, De Agostini und ANWB zusammen.

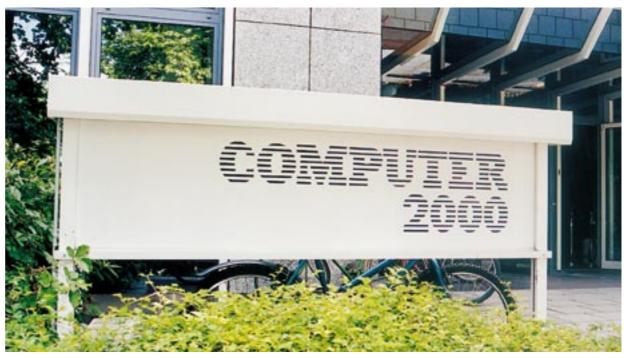


Computer 2000 GmbH gründete neue Abteilung

Mobile Sprach- und Datenkommunikation ist der Trend, der der Telekommunikationsbranche derzeit am meisten Freude bereitet. Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten wachsen, die Zahl entsprechender Geräte, Handys, PDAs, Notebooks etc., steigt von Tag zu Tag, das Angebot an Services und Funktionen ist für den einzelnen kaum noch zu überschauen. Als Reaktion auf diese Entwicklung hat der Münchner Distributor Computer 2000 Deutschland GmbH die Abteilung "Mobile Computing & GSM" gegründet. Sie soll die Vermarktung von Komplettlösungen im mobilen Sektor vorantreiben und den Vertriebspartnern Service- und Beratung im mobilen Lösungsgeschäft auf einem hohen Niveau anbieten.

"Mit der neuen Struktur wollen wir schnell und flexibel auf Markttrends und technische Entwicklungen reagieren und dem extremen Wachstumspotential des mobilen Sektors Rechnung tragen", stellte Matthias Felder, Manager Sales & Channel Marketing des neuen Unternehmensbereiches bei Computer 2000, im Gespräch mit PoS-MAIL fest. "Schon heute ist eine

nach dem Kauf mit seinem neuen Gerät arbeiten", so der Manager Sales & Channel Marketing. "Deshalb bieten wir unseren Vertriebspartnern mobile, plattformübergreifende Lösungen, bestehend aus Notebooks, PCMCIA-Karten, PDAs, Handys und dem entsprechenden Zubehör, zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis an."



Die Computer 2000 Deutschland GmbH ist in einem modernen Gebäude an der Baierbrunner Straße 31-35 in München zu finden.

ten könne, sei der Tk-Händler unter Umständen bei der Frage überfordert, welches Zubehör und welche Software notwendig sind,

demonstriert, daß die Lösung in der Praxis funktioniert. Felder: "Wenn wir uns auf einem solchen Seminar über ein Notebook und

informiert, Fachbegriffe erläutert und wichtige Adressen nennt – von Herstellern ebenso wie von den Ansprechpartnern bei Computer 2000. Für Endkunden stellt das Unternehmen seinen Handelspartnern kostenlos eine "Talking Point" Broschüre zur Verfügung. Hier werden etwa Handys mit und ohne Kartenvertrag ebenso angeboten wie PrePaid-Produkte, Festnetzgeräte- und -dienste oder andere High-Tech-Produkte, beispielsweise ein Palm IIIc Organizer, ein Siemens IC35 oder ISDN- und Internetlösungen von Elsa.

Besondere Unterstützung durch Computer 2000 genießt ein Kreis von Talking Point Top-Partnern, dem derzeit knapp 20 besonders

Engagement in GSM und Mobile Computing

Trennung von GSM und mobile Computing nicht mehr möglich, und in Zukunft wird die Kommunikation noch mobiler werden." Neue Datenübertragungsprotokolle wie HSCSD seien erst der Anfang, neue Standards wie Bluetooth werden nach Ansicht Felders alle Geräte kabellos miteinander verbinden.



Matthias Felder, Manager Sales & Channel Marketing der neuen Abteilung Mobile Computing & GSM bei Computer 2000.

Bei den Aktivitäten der Abteilung Mobile Computing & GSM stehe nicht der Verkauf einzelner Produkte im Vordergrund, sondern die Bereitstellung kompletter Lösungen für den Handelspartner, betonte Felder. "Der Anwender will nichts mit der Technik zu tun haben, er will möglichst direkt

Individuelle Probleme werden gelöst

Großen Wert lege man auf die Lösung individueller Kundenprobleme, die über die Standardausstattung der Geräte hinausgehe. "Was macht beispielsweise derjenige, der sich ein Tool zur Datenübertragung für sein Notebook gekauft hat, wenn er die erforderliche Software nicht aufspielen kann, weil sein Rechner kein CD-Laufwerk hat?", nennt Felder ein solches Problem. "Wir könnten die Software bereits vor dem Verkauf des Notebooks aufspielen und dann das Gerät inklusive des Datenübertragungszubehörs als attraktives Paket anbieten."

Als eine der wichtigsten Aufgaben der neu gegründeten Abteilung bei Computer 2000 neben der Bereitstellung von Lösungen bezeichnete Felder die Schulung der Vertriebspartner im Hinblick auf das neue Geschäft. "Unsere IT-Partner sind ebenso Experten auf ihrem Sektor wie unsere Telekommunikations-Partner", erläuterte er. "Unsere Aufgabe ist es jetzt, beiden die Verbindungen aufzuzeigen, die mit den neuen Möglichkeiten entstehen." Während beispielsweise einem IT-Experten das Freischalten eines Kartenvertrages Schwierigkeiten bereium ein Notebook eines ganz bestimmten Herstellers internetoder GSM-fähig zu machen."

Um derartige Fragen beantworten zu können, stehen im Innendienst bei Computer 2000 zahlreiche geschulte Mitarbeiter bereit. "Sie fungieren als Ansprechpartner und sollen den Händler dabei unterstützen, die Einstiegshürden für das neue Geschäft mit dem Mobile Computing zu überwinden", meinte Felder. "Unsere bisherigen Erfahrungen zeigen, daß kompetenter Support sich für beide Seiten bezahlt macht."

Zum Support gehören bei Computer 2000 auch Trainings für Händler und deren Mitarbeiter. Rund



Titel "Talking Point" sind stets Aktivitäten für den und Handel zu finden.

konnte man auf Veranstaltungen der jüngsten Zeit bundesweit begrüßen. Neben der Vorstellung einzelner Produktneuheiten steht auch bei den Trainings der Lösungsgedanke im Vordergrund. So werden beispielsweise zu einem Produkt wie dem Nokia Cardphone die nüchternen Daten und Fakten geliefert, es wird aber auch



Zur Abverkaufsunterstützung von Computer 2000 gehören auch Informationsmaterialien für Händler (o.) und Endverbraucher (r.).

das Nokia Cardphone in unsere Server einloggen, um beispielsweise den Warenbestand abzufragen oder die einfache Handhabung von Bestellungen vorzuführen, dann sind unsere Gäste überzeugt."

Informationsmaterial für Händler und Anwender

Um den Überblick über den Markt zu behalten, bietet Computer 2000 seinen Partnern weitere Unterstützung an. So gibt der Distributor beispielsweise zweimal jährlich einen "Telecom + Mobile Computing Guide" heraus, der ausführlich über neue Geräte und Zubehör



qualifizierte Händler angehören. Sie sind in der Lage, die zusammenwachsenden Märkte extrem profitabel zu nutzen und erfahren durch den Distributor umfangreiche Unterstützung. Diese beginnt beim Namensaufdruck auf den Talking Point Broschüren, setzt sich über eine spezielle Hotline und die Möglichkeit fort, Mitarbeiter zu Schulungen zu schicken, und endet bei der Ausstattung des Geschäftes mit Möbeln für ein Shop-in-Shop-Konzept.

Herbert Päge

™Neuheiten

Überall sichtbar mit **Philips Vesta Fun**



Philips ergänzt die umfangreiche Reihe der angebotenen Web-

cams mit der "Vesta Fun". Die Maximalauflösung beträgt 640 x 480 Pixel. Bei 352 x 288 Pixel kann die Vesta Fun pro Sekunde 30 Bilder aufnehmen und übertragen. Zum Betrieb erforderlich ist eine USB-Schnittstelle, Windows 98,



32MB RAM und eine Pentium CPU ab 166 MB. Zu einem Verkaufspreis von 109 DM wird als Software der ULead Photo Explorer, Microsofts Netmeeting für Videokonferenzen und Philips Videomail zur Erstellung eigener Video-E-Mails mitgeliefert.

Schnell und sicher brennen mit PlexWriter



Mit der sicher arbeitenden, von Sanyo entwickelten "Burn-Proof-Technology" ausgerüstet, kennt

der CD-R/RW Brenner PlexWriter 12/10/32A von Plextor den gefürchteten "Buffer Underun" nicht.



Er läßt sich deshalb durch (fast) kein Ereignis von der erfolgreichen Ausführung eines Brennauftrags abbringen. Das interne E-IDE/ATA Einbaulaufwerk überschreibt DC-RW Medien mit zehnfacher Geschwindigkeit, brennt CD's mit zwölffachem Tempo und erreicht eine Auslesegeschwindigkeit bis zu 32fach. Ausgerüstet mit umfangreicher Software und allen notwendigen Anschlußkabeln und Schrauben kostet der schnelle Brenner rund 650 DM.

Portable Radiorecorder von Sharp



Die beiden kompakten Geräte bringen ein Gewicht von 2,7 Kilogramm

auf die Waage und haben Maße von 400 x 158 x 212 Millimeter. Der QT-CD 250 bietet die Möglichkeit, die gewünschten Radiosender zu



speichern - bis zu 30 Radiosender stehen dem Benutzer dann zur Ver-

Beide Geräte sind komplett digital. Das automatische Programm-Suchsystem (APPS) ermöglicht, daß die Lieblingstitel auf CD automatisch ausgewählt werden. Der QT-CD 250 verfügt zusätzlich über eine Infrarot-Fernbedienung und einen Synthesizer-Tuner.

Das Modell QT-CD 220 ist in der Farbe Transparent blau verfügbar und kann zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 179 DM angeboten werden. Der Sharp QT-CD-250 ist in Silber gehalten. UVP: 199 DM.

Neues Diktiergerät von Sanyo



In punkto Handlichkeit und Bedienung den analogen Diktiergeräten ver-

wandt, präsentiert sich das neue ICR-B100 Diktiergerät von Sanyyo mit modernem digitalem Komfort. Statt auf Kassette werden die Aufnahmen auf einer auswechselbaren Smart Media Karte gespeichert. Die Aufzeichnung erfolgt über drei Mikrophone mit

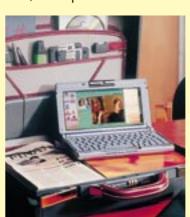
Sony stellt mobiles Videokonferenzsystem vor



Sony erweitert seine Videokonferenzfamilie um ein mobiles Sy-

stem im Taschenformat. Auf der Basis des Vaio kommt mit dem PCS-C1XD das nach Angaben des Herstellers weltweit erste tragbare Videokonferenzsystem auf den Markt. Der Laptop von der Größe eines Organizers ist ausgestattet mit einer CCD-Kamera, einer ISDN-Karte, einem Mikrofon und vorinstallierter Videokonferenzsoftware. Im Inneren sorgt ein 400 MHz-Pentium II-Prozessor Rechenpower, 64 MB RAM bzw. 12 GB-Festplatte bieten Raum für zahlreiche Anwendungen und Archivierung. Mitgeliefert werden Windows 98, Sony Mobile Videoconferencing, SmartCapture, Smart Write und CyberCode.

Als professionelle Videokonferenz-Lösung im Taschenformat schließt das Gerät eine Lücke innerhalb der Sony-Produktlinie, die speziell auf die An-



sprüche der Business-Anwender zugeschnitten wurde. Das mobile Videokonferenzsystem PCS-C1XD steht dem Handel ab sofort zum unverbindlichen Verkaufspreis von rund 9.050 DM zu haben.

unterschiedlichen Empfindlichkeitsstufen, die störende Hintergrunderäusche herausfiltern. Am Display können die Diktate dank Skip-Funktion und Edit-Mode einfach wiedergefunden und bearbeitet werden. Zudem zeigt das Display Datum, Uhrzeit, Kalender sowie Ladezustand der Batterie an. Die integrierte USB-Schnittstelle ermöglicht die Datenübertragung

mente auf dem PC zur weiteren Bearbeitung als Textdokument oder zum Versenden als E-Mail.

der Doku-



DVD-RAM Produkte von Panasonic



Matsushita Electronic Industrial Co. Ltd, unter anderem bekannt durch

Produkte unter dem Markennamen Panasonic und Technics, hat Ende Juni mit dem Vertrieb eines DVD-Videorecorders, eines DVD-RAM-Laufwerks der zweiten Generation und entsprechender DVD-RAM Discs begonnen. Die neuen Produkte sind zum neuen DVD-RAM-Standard kompatibel, der 4,7 Gigabyte Speicherplatz ermöglicht. Der Vertrieb der Neuheiten erstreckt sich bisweilen nur auf den japanischen Markt. Im Ausland soll der Vertrieb dieser Produkte später beginnen. Dort wird er separat angekündigt.



my-eXtra.com startet neue Händler-Aktion

Nachdem der Baiersdorfer Distributor my-eXtra.com erst vor kurzem gemeinsam mit Viag Interkom eine Händler-Aktion erfolgreich gestartet hatte, bei dem sich ein Händler mit Begleitung eine Reise nach Sydney im Wert von 42.000 DM erarbeiten konnte, ist nun ein weiteres Incentive für den Fachhandel angelaufen: Zusammen mit o.tel.o hat my-eXtra.com "einiges auf die hohe Kante gelegt". Das Distributionsportal fordert dieses Mal zur Freischaltung von o.tel.o-Aufträgen auf und belohnt die 40 besten Händler mit attraktiven Preisen, wie etwa Fernseher der Spitzenklasse oder Kameras. Um den Wettbewerb fair zu gestalten, gibt es drei verschiedene Klassen zur Punktevergabe: Händler, die bisher bis zu zehn Aufträge im Monat freigeschaltet haben, erhalten pro Aktivierung drei Punkte. Händler mit bisherigen 10 bis 50 Aufträgen erhalten jeweils zwei Punkte, und Vertriebspartner, die in der Vergangenheit über 50 Verträge im Monat aktiviert haben, werden mit einem Punkt je Neukunde belohnt. Die Aktion wurde am 1. Juli gestartet und läuft bis zum 30. November. Details können alle Interessierten unter 09133/ 7770-140 in Erfahrung bringen.

Marken-Imagestudie sieht AVM ganz vorn

Der Berliner ISDN-Hersteller AVM ist bei der größten internationalen Marken-Imagestudie im IT-Bereich mit der höchsten Auszeichnung geehrt worden. AVM gewann bei der jetzt veröffentlichten Untersuchung vor 232 anderen Unternehmen den Preis "Brand of the Year" und wurde als Gesamtsieger des Jahres 2000 ausgezeichnet. Eine weitere Auszeichnung erhielten die ISDN-Karten von AVM (Fritz!Card) für das beste Preis-/Leistungsverhältnis.

Uunet startet in Portugal mit Internet-Service

Uunet, die Internet Services Communications Company und ein Tochterunternehmen von World-Com, hat im Juli seine Geschäftsaktivitäten in Portugal gestartet. Das Portfolio an Dienstleistungen, die in Portugal verfügbar sind, umfaßt neben dem Internet-Zugang über Standleitungen auch die Uunet Wholesale-Produkte für Wiederverkäufer. In den kommenden Monaten will das Unternehmen das Portfolio weiter ausbauen.

Sonys Design-TVs mit neuer Technologie



Die neuen TV-Modelle der FQ-Serie von Sony zeichnen sich durch

ein neues Design und durch Sonys neueste DRC-MF-Fernsehtechnologie aus. DRC-MF steht für Digital Reality Creation Multi Function. Dabei vergleicht ein interner Prozessor die Echtzeit der eingehenden TV- oder Videosignale mit hochaufgelösten, vorher im "Gedächtnis" des Fernsehers gespeicherten typischen Bildmustern und er-



gänzt fehlende Bildpunkte. Die Auflösung wird so bis zum Vierfachen erhöht. Das Ergebnis ist ein scharfes und naturgetreues Bild. Dabei bietet sich dem Zuschauer die Möglichkeit, zwischen dem 50-Hertz-Modus -

keine Bewegungsschärfe beispielsweise bei Sportübertragungen – oder dem 100-Hertz-Modus – kein Flächenflimmern bei ruhigen Bildinhalten – zu wählen.

Neu ist auch die Optik der großformatigen Bildröhren. In hellem Silber gehalten, scheint der Bildschirm auf den ersten Blick zwischen zwei Säulen zu schweben. Der optional erhältliche Standfuß bietet Platz für Videorecorder oder DVD-Player. Ausgestattet ist die FQ-Serie mit zwei Tunern. Über die Funktion Dynamic Channel Index lassen sich bis zu 13 Programme gleichzeitig verfolgen. Auch Bild und Videotext finden auf der Bildschirmoberfläche nebeneinander Platz. Kinoähnlichen Sound bietet das Full Range Sound System mit fünf Lautsprechern und 70 Watt Gesamtmusikleistung

Für Spielfilmfreunde dürfte der 16:9-Kinoformat-Fernseher KV-32FQ75 (76 cm sichtbare Bilddiagonale) oder der KV-28FQ75 (66cm) geeignet sein. Für Freunde des klassischen 4:3-Formats eignet sich der KV-29FQ75 (68 cm sichtbar).

eb.liem-eog.www :ewel/ eribeiri ribiligēt iziel



Der Krefelder Service Provider Victorvox macht Besucher seiner Homepage schon auf der Startseite mit einem Link zu tuul.de auf das neue Angebot Applikation Service Providing aufmerksam.

"Software kaufen war gestern – Software mieten ist heute." Mit diesem Slogan wirbt das junge Unternehmen tuul, eine Tochter des Krefelder Service Providers Victorvox AG, für sein neues Angebot Application Service Providing (ASP). Als erstes Unternehmen in Europa macht tuul vielfältige Programme jetzt auch für Privatanwender online nutzbar. Nach einer erfolgreich verlaufenen Testphase, in der sich bis Ende Juli etliche Hundert Interessenten bei tuul anmeldeten, steigt tuul ab August in die Vermarktung des Angebotes ein.

lieren." Ein weiteres Plus des Angebotes ist die Zusammenarbeit mit renommierten Partnern wie Cornelsen oder

Microsoft. "Mit den Kooperationen stellt tuul sicher, daß ASP-Kunden nicht nur die neueste Software bekommen", so Wiers-Keiser, "sondern auch Spitzenprodukte, die sich weltweit bewährt haben." Derzeit stehen Programme aus zehn Rubriken auf dem tuul-Server zur Nutzung bereit:

- Office-Anwendungen wie Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentation
- Elektronische Kalender für Einzelnutzer und Gruppen
- Utilities wie Dateimanager und Anti-Viren-Programme
- Programme für Recht und Finanzen (Steuererklärung, Börse, Ratgeber ...)

Arbeit am Bildschirm des Kunden einschalten und dabei sogar den Cursor auf dem Monitor bewegen. Auf diese Weise kann der Kunde auf einfache Art geschult werden, die tuul-Mitarbeiter können aber auch problemlos und praxisorientiert in Zusammenarbeit mit dem Kunden bestimmte Aufgaben erledigen, etwa Grafiken erstellen. "Dieses Angebot trägt dazu bei, daß selbst Computerneulinge schnell und sicher mit großen Programmen umgehen können", stellte Wiers-Keiser fest.

Victorvox bietet ASP

auch für Privatanwender

Daß die Sicherheit gewährleistet ist, versteht sich von selbst. Die Daten des Kunden werden im zentralen tuul-Rechenzentrum ge-

schützt abgelegt und dort vor unberechtigtem Zugriff effektiv geschützt. Die system sehr einfach: Nach der Anmeldung zu ASP steht dem Kunden zur Speicherung der mit den tuul Software-Applikationen erstellten und bearbeiteten Dokumente ein persönlicher File-Ordner zur Verfügung. Die Dateien, die dort zur jederzeitigen Nutzung abgelegt werden, sind nur dem Kunden durch Eingabe seines Benutzernamens und eines individuell gewählten Paßwortes zugänglich.

Zusätzlich werden die Dokumente auf dem Server verschlüsselt gespeichert. Der Schlüssel ist nur dem Nutzer bekannt. Und auch beim Auf- oder Herunterladen werden die Dokumente mit dem eigens für sicheren Transport von Daten via Internet entwickelten SSL-Protokoll/Secure Socket Layer) verschlüsselt.

hepä

Zukunftstrend heißt Software mieten

"In den USA hat sich Application Service Providing inzwischen zu einer attraktiven Alternative im



Thilo Wiers-Keiser, Vorstandssprecher der Victorvox AG

Business-to-Business-Bereich und für Privatanwender entwickelt", erklärte Thilo Wiers-Keiser, Vor-

Was ist Application Service Providing?

Ein ASP "Application Service Provider" bietet seinen Kunden Zugang zu Software, die in einem leistungsfähigen, sicheren und zuverlässigen Rechenzentrum abgelegt ist. Die Kunden müssen diese Programme nicht mehr kaufen und auf ihrem Rechner oder in ihrem lokalen Netzwerk installieren, sondern können die Software-Anwendungen über das Internet oder Virtual Private Networks gegen eine Nutzungsgebühr beziehen und einsetzen.

standssprecher der Victorvox AG, gegenüber PoS-MAIL. "Wir wollen dem Service, bei dem unsere Kunden unterschiedlichste Programme auf unseren zentralen Rechnern gegen eine monatliche Gebühr nutzen können, jetzt auch in Deutschland zum Durchbruch verhelfen." Dabei liegt das Hauptaugenmerk derzeit auf dem privaten Nutzer, denn mit Business-Kunden hat Victorvox bereits seit Anfang 1999 gute Erfahrungen gesammelt: Rund 1.500 Vertriebspartner nutzen die ASP-Technologie für ihr Neukundengeschäft.

Zugriff auf die aktuellste Software

"Die Vorteile für den Nutzer liegen vor allem in Schnelligkeit und Zuverlässigkeit, in kalkulierbaren Kosten und einer großen Bequemlichkeit", erläuterte Wiers-Keiser. So brauchen sich ASP-Kunden beispielsweise keine teuren Programme mehr zu kaufen und auf ihrer Festplatte zu speichern. Über tuul haben sie sofortigen Zugriff auf den "virtuellen Schreibtisch" im Internet und damit auf die aktuellste Software - und das jederzeit und von überall. Insbesondere die Aktualität spiele eine wichtige Rolle. Wiers-Keiser: "Der Nutzer kann sicher sein, stets die letzte Version eines Programmes auf unserem Server zu finden. Er muß sich nicht um Updates kümmern und diese aufwendig instal-

- Kommunikationstools für E-Mail-Fax, SMS ...
- Wissenschaft und Technik: Mathematik, Physik, Chemie, Elektrotechnik ...
- Bildung und Karriere: Lernen, Schule, Fremdsprachen, Bewerbung ...





 Nachschlagewerke wie Enzyklopädien, Wörterbücher, Rechtschreibhilfen

- Hobby und Freizeit: Musik, Foto, Video, Reisen, Sport ...
- Spiele und Entertainment.

Um die Software nutzen zu können, muß der ASP-Kunde keine umfangreichen Handbücher lesen. Gibt es Probleme bei der Arbeit mit bestimmten Programmen, kann er über eine Hotline Hilfe durch die geschulten Mitarbeiter des Anbieters erhalten. Diese können sich von der Zentrale aus online in die

Anwendungen und das Betriebssystem bei tuul werden regelmäßig gesichert. Die Kundendaten sind durch moderne Sicherheitsalgorithmen zuverlässig gegen Mißbrauch gesichert. Um diesen Standard zu gewährleisten, setzt das Unternehmen eine Vielzahl von Sicherheitssystemen ein. So werden zum Beispiel alle Daten und Dokumente verschlüsselt, und State-of-the-Art Firewalls, redundant ausgelegte Systeme, regelmäßige Back-ups und Virenscanner sorgen für Schutz. Dabei funktioniert das SicherheitsMilliardenmarkt ASP

Experten sagen der ASP-Technologie eine große Zukunft voraus. So soll beispielsweise nach Untersuchungen von Forrester Research das weltweite Marktvolumen von ASP von rund 930 Mio. US-Dollar im Jahr 1999 auf etwa 11,3 Mrd. US-Dollar im Jahr 2003 steigen. Als Gründe dafür nennt das Marktforschungsinstitut unter ande-<mark>rem die sinkenden</mark> Gebühren für die Online-Nutzung und die wachsende Mobilität von Computernutzern. So wird Mobile Computing demnächst auch mit vielfältigen Softwareanwendungen mit Geräten wie Palm-Tops möglich sein, die wenig Speicherkapazität bieten. Außerdem, so Forrester Research, lasse sich der virtuelle Schreibtisch beliebig um jede betriebliche Anwendung ergänzen, sei es durch Enterprise Software, Time-Management, Groupware oder E-Business.

Die neuen Super Slim Micro Systeme von Aiwa

Wie aus dem Ei

gepellt

Mit der neuen µ-Line präsentiert Aiwa schlanke Compact-Tower in edlem Design. Das Unternehmen mit deutschem Sitz in Hürth bei Köln setzt in seinem breitgefächerten Unterhaltungselektronik-Sortiment auf ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis.



Wolfgang Götz, Vertriebsdirektor der Aiwa Deutschland GmbH, präsentierte der PoS-MAIL-Redaktion die kleinen HiFi-Systeme.

Die neuen Super Slim Micro-Systeme XR-

MS3 - mit CD, Tuner und Cassettenfach – und XR-MDS7 – mit CD, MD und Tuner ausgestattet – sind ohne Boxen lediglich 10 cm breit. Konzipiert sind die Geräte für all diejenigen, die von kompakten CD-Radiocassettenrecordern auf ein kleines HiFi-System umsteigen möchten. Gerade bei der jungen Zielgruppe erfreuen sich die kleinen und kompakten Anlagen großer Beliebtheit. Die gesamte



Mit den Lautsprechern ist das gesamte System nur 30 cm breit. Der CD-Slotin-Lademechanismus funktioniert genauso wie bei vielen Car-Audio-Modellen.

Einheit findet mit ihren 30 cm bequem in einem Bücherregal Platz. Nichtsdestotrotz legen die Kleinen Wert auf einen guten Ton. Sie sind mit einem 30 Watt-Verstärker ausgestattet. Das Klangverstärkungs-Feature Osurround erzeugt einen Umgebungs-Stereoeffekt, und der digitale Soundprozessor BBE sorgt insbesondere im Hochfrequenzbereich für eine klare und präzise Klangwiedergabe.

Das Modell XR-MS3 ist mit einem Minuten. Eine Doppelgeschwin-Cassetten-Toplader mit Full Logic-Mechanismus und Dolby B ausgestattet. Der MD-Recorder

XRMDS7 verfügt über ein multifunktionales MD-Deck, das digitale Aufnah-Bearbeitung sicherstellt. Mit der MDgetrennt und kombierweiterte Mono-Aufnahmemodus erlaubt auf einer 80-Minuten-MD eine Aufnahme bis zu 160

digkeits-Playbackfunktion ermöglicht eine schnelle Programmauswahl. Ein witziges Feature ist die dreifarbige Beleuchtung am Bedienfeld. Hier können je nach Laune und Raumgestaltung die Farben Blau, Orange oder Violett men und deren eingeschaltet werden. Die Fernbedienung legt nur die wichtigsten Bedientasten offen. Tasten, die Bearbeitungsfunk- nicht so häufig benötigt werden, tion kann nach Titeln sind unter einer Schutzabdeckung verborgen. Die Modelle XR-MS3 niert werden. Der und XRMDS7 sind in den Farben Silber/Schwarz und Silber lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 800 Mark (XR-MS3) und 1.200 Mark (XR-MDS77).



**Aktuell

Digitale Camcorder überholen Analoggeräte

Laut GfU (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik) wird schon in diesem Jahr die Digitaltechnik den Camcorder-Markt dominieren. Die GfU prognostiziert, daß rund 60 Prozent der erwarteten 690.000 Camcorder Digitalgeräte sein werden. Der wertmäßige Anteil wird rund 80 Prozent betragen. 1999 betrug der Anteil der Digitalgeräte 45 Prozent des 610.000 Geräte-Gesamtmarktes, was wertmässig 65 Prozent der insgesamt umgesetzten 1,12 Milliarden DM bedeutete. Für das laufende Jahr erwartet die GfU einen Gesamtumsatz von über 1,2 Milliarden DM.

Intel investiert in Halbleiter-Fabrik

Intel investiert in den Ausbau der Halbleiter-Fabrik in Rio Rancho (New Mexico, USA) zwei Milliarden US-Dollar. Das Unternehmen plant eine Erweiterung der bestehenden Ferti-

gungsanlage um mehr als 93.000 Quadratmeter, einschließlich eines 12.500 Quadratmeter großen Reinraumes für die Herstellung von Prozessoren. Die Erweiterung dient der Einführung von Intels neuer 0,13-Mikrometer Prozeßtechnologie und der Herstellung von Mikroprozessoren auf Wafern mit einem Durchmesser von 300 mm (zwölf Inch). Der Bau der Anlage hat Mitte Juni begonnen.

Viag Interkom erweitert Cityzone

Ab sofort erhalten auch die Mobilfunktarife businesspartner und Genion von Viag Interkom mit Business-Tarif eine Cityzone. Damit können Viag Interkom-Kunden innerhalb einer Stadt für 0,15 DM pro Minute vom Handy ins Festnetz telefonieren. Bei den Business-Tarifen kann sich der Kunde nun aus 250 Städten "seine" Stadt auswählen, in der er zum günstigen Citytarif telefonieren möchte.

Als Citygespräche gelten alle Telefonate von der gewählten Stadt ins Festnetz dieser Stadt. Das Display seines Handys zeigt dem Kunden durch die Anzeige "city" an, wo er zum Citytarif telefonieren kann. Mit der Einführung der Cityzone bei

den Tarifen businesspartner und Genion mit Business-Tarif überträgt Viag Interkom das erfolgreiche "city"-Konzept auf die Tarife für Vieltelefonierer. In der ausgewählten Stadt kostet das Gespräch an Wochentagen rund um die Uhr (Montag 0.00 Uhr bis Freitag 20.00 Uhr) nur noch rund die Hälfte (bisher 0,29 DM - jetzt 0,15 DM pro Minute).



Neuer Geschäftsführer bei Fujitsu Deutschland

Bei der Fujitsu Deutschland GmbH hat ein Führungswechsel stattgefunden: Im Juni wurde Ichiro Hirose (Bild oben) neuer Präsident und Geschäftsführer des Unternehmens. Er löste Hironobu Nishikori ab, der nach vierjähriger Amtszeit in München nach Japan zurückkehrte, um sich seiner neuen Aufgabe als General Manager der Fujitsu Hard Disk Division, Computer Business Group, im Fujitsu Konzern zu widmen. Hirose arbeitet seit 22 Jahren bei Fujitsu. Zu seinen beruflichen Stationen innerhalb des Unternehmens zählen Tokio/Japan, Connecticut/USA, London/UK und Kawasaki/Japan. Dort war er zuletzt als Director International Marketing und Director Enterprise Sales tätig. Als vorrangige Aufgabe will Hirose in seiner neuen Funktion in München die Business-Aktivitäten mit Peripheriegeräten in Europa ausdehnen und Fujitsu den Status eines "Center of Excellence" verleihen.

Verbesserte Spannen und Preiserhöhung

Aufgrund der aktuellen Wechselkursentwicklung von Euro und DM gegenüber dem US-Dollar hat die Aiwa Deutschland GmbH zum 01. Juli die Preise neu berechnet. "Unter Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und aufgrund der aktuellen Situation haben wir die Einkaufspreise für das gesamte Sortiment neu festgelegt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen wurden entsprechend angehoben. Die Handelsspannen sind dabei verbessert

worden", erklärte Wolfgang Götz, Vertriebsleiter der Aiwa Deutschland GmbH.

Nokia veranstaltet **Jugend-Lifestyle-Event**

Nokia will am 2. September im Centro Oberhausen einen außergewöhnlichen Jugend-Lifestyle-Event veranstalten. Unter dem Motto "Don't be bored. Be totally board!" steht die Veranstaltung ganz im Zeichen von jugendorientiertem Liefestyle-Entertainment. Zum weltweit ersten Mal präsentieren Top-Athleten verschiedener Board-Kategorien ihr Können an einem Ort: von Snowboarding und Wakeboarding über Skateboarding bis zu Inline-Skating. Neben diesen Fun-Sportarten bietet das Programm zusätzlich Live-Auftritte angesagter Bands, Game- und Fashion-Shows. Da Nokia in diesem Jahr zum dritten Mal den FIS Snowboard World Cup sponsert, präsentieren im Oberhausener Centro auch Mitglieder des Nokia-Snowboard-Rider-Teams dem Publikum ihr Können. Die Veranstalter erwarten zu dem Event rund 100.000 Besucher.



Neue Festnetzprodukte von Viag Interkom

Viag Interkom hat zwei neue Festnetzangebote auf den Markt gebracht: 01090 basic und 01090 extra. Mit beiden Produkten können Kunden im Preselection-Verfahren über das Festnetz von Viag Interkom telefonieren. Kunden, die mit 01090 basic telefonieren, zahlen wie bei Call-by-Call - keine Anschlußgebühr, keine monatliche Grundgebühr und keinen Mindestumsatz. Während jedoch beim Call-by-Call-Verfahren im marktüblichen 60-Sekunden-Takt abgerechnet wird, wird bei 01090 basic eine Zehn-Sekunden-Taktung zugrunde gelegt. 01090 extra ist das Preselection-Angebot für Vieltelefonierer, die günstig von ihrem Festnetzanschluß zum Viag Interkom-Mobilfunknetz (0179) telefo-

Walter Hühn leitet Motorolas PCS

Motorola hat den Bereich der Consumer-Produkte in Deutschland neu strukturiert: Mit sofortiger Wirkung leitet Walter Hühn (38) als General Manager den Personal Communications Sector (PCS) der Motorola GmbH. Mit Hühn zeichnet erstmals ein General Manager für alle Aktivitäten (Vertrieb,



Marketing und Service) im Bereich PCS verantwortlich. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Vermarktung von Mobiltelefonen, aber auch Freizeitfunkgeräten und Pagern für den deutschen Markt. Hühn berichtet im europäischen Board von Motorola PCS direkt an Rick Darnaby, Vice President und General Manager Motorola Personal Communication Sector EMEA in London. Seit Oktober vergangenen Jahres war Hühn bei der Motorola GmbH Direktor Vertrieb Netzbetreiber für Deutschland und Österreich. Vor seinem Wechsel zu Motorola war der diplomierte Wirtschaftsingenieur als Director Major Account Business bei der Fujitsu Computer GmbH tätig.

nieren möchten. Bei 01090 extra fallen ebenfalls keine Anschlußgebühr und kein Mindestumsatz an. Für die monatliche Grundgebühr von 8,95 DM kann der Kunde vom Festnetz zu allen 0179-Nummern rund um die Uhr für 0,29 DM pro Minute telefonieren. Ferngespräche innerhalb Deutschlands vom Festnetz kosten zur Hauptzeit (Montag - Freitag 8.00 - 18.00 Uhr) nur noch zehn Pfennig pro Minute. Und für fünf Pfennig pro Minute kann auch weiterhin in der "Traumzeit" (Montag bis Sonntag von 21.00 bis 6.00 Uhr) telefoniert werden.

Mit D2-CallYa im Ausland telefonieren

Wer sein D2-CallYa-Handy von Mannesmann Mobilfunk in den Urlaubskoffer packen möchte, profitiert ab 1. Juli von verbesserten Konditionen: Es fallen keine monatlichen Kosten für den Zusatzservice "Telefonieren im Ausland" mehr an, denn die Mindestnutzung von bislang 25 DM pro Monat wird aufgehoben. Der komfortable Zusatzservice kann kostenlos gebucht werden. Mit ihm können D2-CallYa-Kunden in allen Ländern mobil telefonieren, mit denen D2 ein oder mehrere Roaming-Abkommen hat. Derzeit sind dies 94 Länder auf allen Kontinenten. Der Zusatzservice "International Roaming" steht allen D2-CallYa-Kunden mit positiver Bonität zur Verfügung, sofern sie mindestens 18 Jahre alt sind und dem Lastschriftverfahren zugestimmt haben. Der D2-CallYa-Kunde braucht den Zusatzservice nur einmalig zu buchen und kann ihn dann dauerhaft nutzen. Die Gesprächskosten im Ausland werden nachträglich vom Bankkonto abgebucht.

Elmeg meldete Plus für das erste Quartal

Die Elmeg GmbH & Co. KG, Peine, hat ihr Planziel für das erste Quartal 2000 nach eigenen Angaben mit einem Umsatz von über 34 Mio. DM um mehr als 13 Prozent übertroffen. Als Gründe für diese Ergebnissteigerung und die positive Umsatz- und Ertragsentwicklung nannte das Unternehmen die erfolgreichen Produktkonzepte für die wachstumsstarken ISDN- und Online-Nutzer im SoHo- und Business-Markt. Auch bei der Deutschen Telekom AG konnte das ISDN-Geschäft im ersten Quartal weiter forciert und ein erhöhter Absatz der T-Concept-Anlagen realisiert werden. Seit der CeBIT 2000 liefert elmeg zudem an die Telekom eine neue, modulare ISDN-Produktlinie unter T-Concept XI721 mit neuen Systemtelefonen T-PX721.

Alcatel baut Netz für tesion

Der Telekommunikationsanbieter tesion hat Alcatel den Auftrag zum Aufbau eines deutschlandweiten Übertragungsnetzes erteilt. Der Auftragswert beträgt in der ersten Ausbaustufe 7,5 Mio. Euro. Bereits Anfang September soll das Glasfasernetz in Betrieb genommen werden. Es soll tesion ermöglichen, seine Tk-Dienste über Baden-Württemberg hinaus anzubieten. Das Glasfasernetz erstreckt sich über 14 Großstädte in Deutschland. Dazu gehören Frankfurt, Berlin, Köln, München und Hamburg. Alcatel liefert und installiert für den Ausbau des Netzes seine Systeme der neuen Optonex-Familie: SDH-Multi-Service-Knoten, DWDM-Systeme mit 32 Kanälen sowie Netzmanagementsysteme. Diese Komponenten übertragen bis zu zehn Gigabit in der Sekunde. Das entspricht einer Zahl von fünf Millionen gleichzeitig geführter Telefongespräche.

Drillisch verkauft Festnetz-Anteile

Die Drillisch AG hat ihre 100prozentige Beteiligung an der Drillisch Festnetz GmbH an die Elisa Kommunikations GmbH veräußert. Die Drillisch Festnetz GmbH war gemäß Hauptversammlungsbeschluß vom 9. Juni im Wege der Ausgliederung zur Neugründung als eigenständige Gesellschaft ausgegliedert worden. Unter der Drillisch Festnetz GmbH sind der Betrieb und die Investitionen des Festnetzbetriebes des Drillisch Konzerns zusammengefaßt. Elisa Kommunikations GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Helsinki Telephone Corporation, die Mobilfunk- und Festnetzbetreiber in Finnland ist. Gesamtumsatzerlöse der Helsinki Telephone Corporation lagen im Geschäftsjahr 1999 bei rund 2,13 Mrd. DM.

Viag Interkom startet GPRS-Testbetrieb

Viag Interkom hat in München den GPRS-Testbetrieb aufgenommen. Der kommerzielle Start wird noch im Sommer in Berlin folgen. Bundesweit werden die neuen Dienste bis Ende des Jahres eingeführt. Die praktische Nutzung von GPRS für einen breiten Markt hängt von der Verfügbarkeit entsprechender Endgeräte in ausreichender Stückzahl ab, die Ziermann erst für 2001 erwartet. Im Vorfeld der Versteigerung der UMTS-Lizenzen (Universal Mobile Telecommunications System) ab 31. Juli 2000 machte Hans-Burghardt Ziermann, Geschäftsführer Viag Interkom, auf die Bedeutung von GPRS (General Packet Radio Service) aufmerksam. GPRS steigert die Leistungsfähigkeit des bestehenden E2-Mobilfunknetzes und ist der Einstieg zur mobilen Nutzung des Internet. Die neue Übertragungstechnik GPRS bietet bisher unerreichte Übertragungsraten im Mobilfunk und macht unter anderem neue Abrechnungsmodelle bis hin zum Pauschaltarif möglich. Einen Quantensprung bei mobilen Internetanwendungen erwartet Hans-Burghardt Ziermann von der Einführung der dritten Mobilfunkgeneration UMTS. "Damit öffnen wir endgültig die Tür zur mobilen Multimediawelt", so Ziermann anläßlich eines Pressegesprächs in Dresden.

RegTP entscheidet sich wieder für Talkline

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) in Bonn hat sich im dritten Jahr hintereinander für die Talkline GmbH, Elmshorn, als alleinigen Lieferanten für Telefon-Dienstleistungen entschieden. Talkline konnte sich nach eigenen Angaben im Rahmen der Ausschreibung vor allem aufgrund der umfassenden Serviceleistungen, der Netzqualität und der Sicherheit gegen die Mitbewerber durchsetzen. Kunden dieser Größe werden bei Talkline von einem speziellen Betreuungsteam bearbeitet, das über eigens für solche Partner geschaffene Hotlines zu erreichen ist.

Freier Eintritt ins Internet

In Zusammenarbeit mit media-Ways hat das Internet-Suchportal AltaVista Deutschland jetzt ein eigenes deutsches Free-Access-Angebot gestartet. Unter dem Namen "Freeln" bietet AltaVista ein Modell für einen freien Internetzugang ohne Telefon-, Einwahlund Providergebühren. Nach Ablauf des Kontingents von zehn Minuten pro Tag und fünf Stunden pro Monat werden rund um die Uhr 4,9 Pfennig pro Minute abgerechnet. Weitere Zusatzkosten entstehen nicht.

Siemens liefert ADSL-Technologie

Das spanische Telekommunikationsunternehmen Telefónica Data España hat Siemens mit der Lieferung von 9.000 ADSL-Routern beauftragt. Telefónica Data España ist eine Tochterfirma des größten spanischen Netzbetreibers Telefónica de España. Für diesen Auftrag liefert Siemens die SpeedStream 5660 DSL-Router seines Partners Efficient Networks.

Motorola eröffnete Umweltlabor

Ende Juni hat die Motorola GmbH in Wiesbaden ihr neues Umweltlabor Real (Rapid Environmental Assessment Lab) eröffnet. Es ist Teil des Motorola Advanced Technology Centers Europe (MATC-E) und beschäftigt sich mit Fragen rund um umweltschonende Materialien, niedrigen Energieverbrauch und Abfallvermeidung, insbesondere bei der Herstellung von Mobiltelefonen. Oberstes Ziel ist es, umweltfreundliche Produkte zu realisieren. Die Ergebnisse von Real nutzt Motorola weltweit bei der Entwicklung neuer Produkte und für seine Fertigungsstätten.

Mit dem neuen Labor baut

Motorola sein umfassendes Umweltkonzept weiter aus. Das MATC-E beschäftigt sich schon seit langem mit umweltgerechtem Design, Ökobilanzierung und der Entsorgung von Mobiltelefonen am Ende ihres Produkt-Lebenszyklusses. An diese Aufgabenfelder knüpft Real an: Motorola-Mitarbeiter, Zulieferer und Händler können Material-Analysen und Studien in Auftrag geben. Eine einfache Material-Analyse, zum Beispiel die Bestimmung von Elementen in Kunststoffen, kann innerhalb eines Tages abgeschlossen sein. Analysen dieser Art sind notwendig, weil einzelne Inhaltsstoffe oft von Zulieferern aus dem Ausland stammen. Hier gelten in der Regel andere Vorschriften in bezug auf die Umweltverträglichkeit. Um Materialien auf ihre Inhaltsstoffe hin zu untersuchen, nutzt Real moderne Analysegeräte und Softwareprogramme. Die oben genannte Elemente-Bestimmung in Kunststoffen beispielsweise wird durch energiedispersive Röntgenfluoreszenzanalyse möglich. Auf Basis der Ergebnisse aktualisiert Motorola zum Beispiel das "Environmental Design Booklet", das alle Materialien beschreibt, mit denen Motorola-Designer arbeiten dürfen.

Mit Hilfe der Analysen des Labors will Motorola außerdem ein Recycling-System entwickeln. Das heißt, die Geräte werden von vornherein so gestaltet, daß nur wenige unterschiedliche Materialien verwendet werden, die möglichst sortenrein sind. Bereits heute ist Motorola gemeinsam mit anderen Herstellern Mitglied in einer Industrie-Initiative, die in Pilotprojekten bereits die Rücknahme von Handys organisiert. Ein Rücknahme-Projekt in Schweden war dabei so erfolgreich, daß es nach der Versuchsphase offiziell etabliert wurde.

Panasonic: Sponsorship stärkt die Marke

Kaum ist die Fußball-Europameisterschaft vorbei, steht mit den Olympischen Spielen im September das spektakuläre nächste Sportereignis ins Haus. Für den CE-Handel bedeutet dies nicht nur einen Nachfrageimpuls im Bereich Unterhaltungselektronik, sondern auch verstärkte Werbeunterstützung durch die Hersteller, die sich im Sport engagieren.

PoS-MAIL hat mit Christian T. Sommer, General Manager Corporate Advertising bei Panasonic, über die Ziele des Sportsponsoring gesprochen.

PoS-MAIL: Welche Sportereignisse stehen bei den Sponsoraktivitäten von Panasonic im Mittelpunkt?

Christian T. Sommer: Unser Unternehmen nutzt weltweit die große Medienresonanz von Sportereignissen für das Image der Marke Panasonic. Dabei konzentrieren wir uns – passend zur globalen Marke – auf die weltumspannenden Bereiche Fußball und Olympia.

So sind wir in Deutschland Partner des DFB und der Fußball-Nationalmannschaft und setzen zudem die Aktivitäten unserer Muttergesellschaft als einer der Hauptsponsoren der Olympischen Spiele vor Ort in Marketingaktionen um.

PoS-MAIL: Sportsponsoring ist teuer. Wo sehen Sie die Nutzen dieser Investition?

Christian T. Sommer: Sport ist ein Thema, das in praktisch allen Gesellschaftsschichten und Verbrauchergruppen auf großes Interesse stößt. Sport weckt Emotionen und hat durch seine Medienresonanz eine enorme Reichweite. Allein die Live-Übertragung des Europameisterschaftspiels Deutschland gegen England haben in der Spitze 20 Millionen Zuschauer in diesem Land verfolgt.

Der Nutzen für Panasonic geht dabei über diese quantitative Reichweite hinaus: Schließlich sind es ja

Mehrwert für den Handel

unsere Produkte, die bei vielen Menschen die Sportereignisse ins Wohnzimmer bringen.

Pos-MAIL: Waren die desolaten Leistungen der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, deren Partner Sie ja sind, nicht eher Anti-Werbung für Sie?

Christian T. Sommer: Zum Sport gehören nicht nur Siege, sondern auch Niederlagen. Das muß man akzeptieren, auch wenn wir uns natürlich ein besseres Abschneiden der deutschen Mannschaft gewünscht hätten. Trotzdem haben wir keinesfalls Schaden genommen. Im Gegenteil: Die Faszination "Nationalmannschaft" ist ja ungebrochen. Viele Menschen interessieren sich dafür, und damit ist Panasonic über die Europa-Meisterschaft hinaus aktuell im Tagesgeschehen. Das paßt zu unserer Marke, für die wir gerade in diesem Zusammenhang ein junges Publikum begeistern und damit neue Zielgruppen erschließen können. Diesen Effekt verstärken wir noch durch die Zusammenarbeit mit anderen Herstellern, die eine hohe Affinität zu dieser Zielgruppe aufweisen.

PoS-MAIL: Welche sind das?

Christian T. Sommer: Es gibt zum Beispiel eine Allianz mit Adidas, einer ausgesprochenen Jugendmarke. Dabei leisten wir technische Unterstützung bei Adidas Promotions und Events, zum Beispiel durch Videowände, und integrieren umgekehrt, wo es möglich ist, Adidas Elemente in unsere Deko-Materialien oder Werbeauftritte. Von diesem Image-Transfer profitieren beide Seiten. So erreichen wir aktuell in Zusammenhang mit dem europäischen Jugendturnier "Predator Cup" nicht nur 30.000 Kinder und Jugendliche bis 18 Jahre, sondern bei 16 Veranstaltungen auch insgesamt rund 400.000 Zuschauer.

PoS-MAIL: Das nächste große Ereignis heißt Olympia. Welche Aktivitäten haben Sie in diesem Zusammenhang geplant?

Christian T. Sommer: Die Olympischen Spiele sind für Panasonic von globaler Bedeutung. Darum setzen wir zum einen die von unserer Unternehmenszentrale entwickelte Werbekampagne für Plasma TV-Geräte in Europa und setzen zusätzlich international mit unseren Katalogen einen sichtbaren Akzent auf Olympia. Der Einzelhandel kann vor allem durch ein umfangreiches Angebot an Deko-Materialien von diesen Image-Maßnahmen profitieren.

Pos-MAIL: Welchen Vorteil hat dabei die Partnerschaft speziell mit Panasonic?

Christian T. Sommer: Sportsponsoring ist für uns keine Eintagsfliege. Unsere Handelspartner

haben darum die Sicherheit, über die gesamte Saison hinweg mit den richtigen Sortimenten attraktive Themen zu besetzen. Die Voraussetzungen dafür sind natürlich nicht nur unsere Deko-Materialien, sondern auch die erstklassigen Produkte, die unser Unternehmen anbietet.

PoS-MAIL: Welche Sortimentsteile stellen Sie bei Olympia in den Vordergrund?

Christian T. Sommer: Naheliegenderweise konzentrieren wir uns auf digitale Produkte mit einer Affinität zum Sport- und Medienereignis Olympia. Dazu gehören nicht nur Fernsehgeräte, sondern auch Decoder, Camcorder, Videorekorder und natürlich das aktuelle Thema DVD

PoS-MAIL: Welche Unterstützung kann der High-Tech-Handel konkret von Ihnen erwarten?

Christian T. Sommer: Die Verteilung unserer Deko-Elemente erfolgt durch geschulte Teams, die den Aufbau, die Pflege und – in Zusammenarbeit mit dem Vertrieb – auch die Bestückung übernehmen. Damit stellen wir sicher, daß durch optimale Präsentation im jeweiligen Geschäft der gewünschte Effekt in Richtung der Verbraucher erreicht wird. Dabei gehen wir davon aus, daß auch unsere Handelspartner Voraussetzungen schaffen, die der Bedeutung und



Christian T. Sommer, General Manager Corporate Advertising bei Panasonic

dem Image der Marke Panasonic entsprechen.

PoS-MAIL: Sportsponsoring ist für Panasonic kein neues Thema. Haben Sie bei Ihren bisherigen Aktivitäten Ihre Zielsetzungen erreicht?

Christian T. Sommer: Unsere Aktivitäten sind tatsächlich langfristig angelegt. Bereits seit 1988 ist Panasonic Olympia-Partner, seit 1990 arbeiten wir mit dem DFB zusammen. Den Erfolg können wir durchaus messen: Unsere Forschungsergebnisse zeigen steigende Sympathiewerte. Dabei entwickelt sich Panasonic immer stärker zu einer sportlichen Marke "zum Anfassen". Dieser Effekt hat sich in den letzten drei Jahren in Deutschland durch unser Engagement bei der aktuellen Sat1-Sendung "Ran" noch verstärkt.

PoS-MAIL: Heißt das, daß Sie auch in Zukunft auf Sportsponsoring setzen?

Christian T. Sommer: Solange wir damit unsere Ziele erreichen können, ja. Fest steht, daß in den kommenden Jahren die Marke der entscheidende Faktor sein wird, echten Mehrwert für Handel und Verbraucher zu realisieren. Technologischer Vorsprung ist immer nur kurzfristig; in vielen Segmenten ist die Technik im Grunde austauschbar. In einem solchen Umfeld ist die Verbindung von Technologie mit Inhalten die Kernkompetenz, die ein Weltunternehmen wie Panasonic von reinen Hardware-Herstellern unterscheidet. Sport bietet durch seine Kombination von Emotionen, Aktualität und der Technologie des Medienereignisses gute Voraussetzungen, diesen Anspruch unserer Marke darzustellen.

PoS-MAIL: Herr Sommer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Der Einzelhandel kann vor allem durch ein umfangreiches Angebot an Deko-Materialien von Panasonics Image-Maßnahmen profitieren.



Bundesliga noch

Spitzenleistungen für Ihren Umsatz.



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

www.premiereworld.de

Interesse? Rufen Sie gleich an:

08000/444546



unter anderem mit integrierten DVD-Playern, neue Videorecorder sowie einen neuen AV-Receiver erweitert.

udem hat Thomson für die 16:9-Extra Flat-TVs eine neue Bildröhre entwickelt. Die zweite Extra Flat-TV Generation mit den Bildschirmgrößen 81/76 cm und 70/66 cm ist mit den neuen Bildröhren ausgestattet. In Verbindung mit dem flachen Bildschirm ermöglicht die Tension Mask, die flache gespannte Maske, eine gleichmäßige Ausleuchtung der gesamten Bildschirmoberfläche. Unter dem Namen "Pure Picture+" faßt Thomson die neu entwickelten TV-Technologien zusammen, die bei den Extra Flat-TVs für die Bildqualität verantwortlich sind.

DVD-Player inklusive

Die beiden neuen 16:9-Extra Flat-TVs mit integriertem DVD-Player ergänzen die TV-DVD-Reihe, die im Juli dieses Jahres mit dem Modell 24 WT 25 ES auf dem Markt erschienen ist. Mit einer Bildschirmdiagonale von 81/76 cm bzw. 70/66 cm verfügen sie über eine Bild- und Tonqualität im DVD-Format. Somit kombinieren sie alle Funktionen, die auch ein einzelner TV und ein separater DVD-Player besitzen. Mit einer Auflösung von bis zu 500 Punkten pro Zeile ist die Bildauflösung eines DVD-Players doppelt so hoch wie die eines VHS-Videorecorders. Zudem können neben DVDs auch Video- und Audio-CDs auf dem Gerät abgespielt werden. Der integrierte Player ist zudem kompatibel zum Mehrkanaltonsystem Digital Theater Sound System (DTS). Durch das digitale 5.1-Multi-

kanal-Audio System wird ein Home Cinema Sound mit besonders hoher Qualität produziert. Das High End-Gerät verfügt über einen 96 kHz-24-bit Digital/Analog-Audiowandler. Je nach Informationen, die auf der DVD gespeichert sind, stehen folgende Funktionen, wie Bildwiedergabe Kinoformat 16:9, Aufrufen von einzelnen Szenen, Formatwahl, Übertragung des Films in unterschiedlichen Sprachen, verschiedene Kameraperspektiven sowie Zusatzinformationen über die Filme zur Verfügung. Außerdem besteht die Möglichkeit, die neuen Extra Flat-TVs mit integriertem DVD-Player auch an andere High End Geräte anzuschließen. Dafür stehen zwei Scart-Anschlüsse mit S-Video und RGB sowie ein optisch digitaler Audioausgang zur Verfügung, der dem Anschluß an alle Decoder oder Verstärker dient. Dem Anschluß eines Camcorders oder einer Spielkonsole dienen die AVund S-VHS-Eingänge, die sich an der Gerätevorderseite befinden. Die Extra Flat-TV Modelle mit integriertem DVD-Player und Virtual Dolby Surround werden ab September für den Fachhandel lieferbar sein.

Für den guten Ton sorgt bei diesen Thomson Fernsehgeräten das Virtual Dolby Surround. Das System ist komplett in den Fernseher integriert. Damit entfallen lästige Kabel und zusätzliche Lautsprecher.

Rahmenwechsel

Ein Highlight bei den neuen Extra Flat-TVs ist die Möglichkeit, die

Rahmen der Geräte einfach auszuwechseln.

"Neben den technischen Fortschritten sind wir bemüht, Atmosphäre zu schaffen. Die Zeit der schwarzen Kisten ist vorbei", erklärte Emanuel Funk-Moreau, European CTV Product Manager, Thomson Multimedia.

Scenium-Reihe wird durch die neuen 16:9-Extra Flat-TVs,

Die "Clip On" Wechselrahmen ermöglichen eine individuelle Gestaltung des Fernsehers. Je nach Wohnumfeld kann der passende Rahmen für den Extra Flat-TV angebracht bzw. ausgewechselt werden. Die Rahmen werden an der Frontseite des Geräts angebracht und sind in den Farben Beige, Schwarz, Pflaume, Weiß, Hellblau, Sand, Königsblau und Ziegelrot lieferbar. (UVP: 149,-DM). Für den Handel bietet dieses besondere Feature gute Verkaufsargumente: Gerade designorientierte Kunden werden viel Freude an den farbenfrohen Gestaltungsmöglichkeiten finden.

Aufzeichnung Digital

Qualitätsmessungen im analogen und digitalen Bereich zeigen grundsätzliche Unterscheidungsmerkmale. Während sich die Qualitätskriterien bei den Formaten VHS und S-VHS auf eine bestimm-

te Anzahl von Linien (240 bzw. 400) und einen bestimmten Störpegel des Bildes beziehen, beruhen sie digitalen Bereich auf der Anzahl der Bildschirmpixel und der Über-Mbps.

Analoge Formate erfahren im Laufe der Zeit einen Detailverlust und eine Bildinstabilität. Bilder im digitalen Format verändern sich dagegen nicht. D-VHS und die zukünftig beschreibbare DVD bieten zwar beide die Bildauflösung 780 x 480 Pixel, die Wiedergabe ist jedoch von der Übertragungsrate abhängig. Diese muß hoch genug sein, um auch in actionreichen Szenen ein verzerrungsfreies Bild zu ermöglichen. Qualität der Originalquelle. Auf einer DF 420-Cassette ist eine Aufzeichnungsdauer von bis zu sieben Stunden möglich. Der D-VHS-Video-

Mbps entspricht die Bildqualität der



Walter J. Struwe, Geschäftsführer der Thomson Consumer Electronics Sales GmbH Deutschland, präsentiert hier einen der neuesten Rückprojektion TVs aus der Serie Thomson Scenium.

recorder Thomson Scenium DVH 8090 basiert auf dem digitalen For-

mat MPEG-2. Mit einer konstanten Übertragungsrate von 14-Mbps liefert das neue Gerät eine Aufzeichnungsqualität, die der Originalquelle entspricht, ganz gleich ob diese analog oder digital ist. Der DVH-8090 ver-

fügt über einen integrierten

Ungeachtet der Originalquelle ermöglicht der Encoder die digitale Aufzeichnung von Bilddateien. Tatsächlich liefern die DVD-Player und die Kabel- und Satellitendecoder analoge Signale, obwohl die Signalverarbeitung digital erfolgt. Mit einer Aufzeichnungsdauer von sieben bis 21 Stunden in DVB Qualität auf einer einzigen Cassette (DF 420) bildet D-VHS den Standard für die größtmögliche Aufzeichnungskapazität. Der digitale Videorecorder ist darüber hinaus zu den analogen Formaten VHS und S-VHS kompatibel. Ein DV-Eingang an der Frontseite erleichtert den Anschluß eines Mini-DV-Camcorders und ermöglicht das Speichern der Bild-

> montagen. Für gute Bildqualität ist außerdem ein RGB-Ausgang zuständig. Der Thomson Scenium DVH 8090 ist zusätzlich mit

den Thomson-Features NaviClick für unkompliziertes Programmieren und TapeLibrary – für einfaches Verwalten des Vidoarchivs ausgestattet. Für den Fachhandel ist der digitale Videorecorder ab September dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 3.499,- DM.

Thomson Life

Life ist

die junge, farbenfrohe Produktserie von Thomson. TV- und Audiogeräte präsentieren sich in einer Form- und Farbgebung, die aktuellen Trends entsprechen. Neben den Transpartent TVs in Grün und Weiß und den Kitchen TVs, umfaßt die Serie nun die beiden neuen portablen TV-Geräte Smiling Orange und Mascara Blue.

Die Modelle verfügen über eine 37 cm Bildschirmdiagonale und finden in ihrer kompakten Form schnell ein Plätzchen.

Auch die zweite Generation der Thomson Life Kitchen TVs zeigt sich flexibel. Mit einer 25 cm Bildschirmdiagonale und dem integrierten Tragegriff eignen sie sich gut für den Transport. Mit einem speziellen 12/24 Volt-Anschluß versehen, können sie beispielsweise an den Zigarettenanzünder des Autos oder Wohnmobils angeschlossen werden, so daß Fernsehen auch unterwegs möglich ist.



Mit den Clip On Wechselrahmen kann den Extratragungsrate in Flat TVs ein individuelles Design verliehen werden. neue Thomson

MPEG-2 Encoder/Decoder. Bei einer MPEG-2-Aufzeichnung mit einer Übertragungsrate von 14



Farbenfroh und portabel sind die neuen TVs aus der Thomson Life Serie.



Zwei neue 16:9-Extra Flat TV-Modelle aus der Scenium Reihe verfügen über einen integrierten DVD-Player.

Mit der kompletten Fußball-Bundesliga spielt Premiere World jetzt voll auf Angriff

Pay-TV: Der Kick bringt's

Nach kurzem EM-Liebesentzug und Kaiser-Franz-sei-WM-Dank huldigt man hierzulande wieder König Fußball. Krone und Zepter sind frisch poliert, der Teppich, auf dem die Stars der Szene einlaufen, ist ausgerollt: Die Fußball-Bundesliga geht in eine neue spannende Runde. In den Stadien von Cottbus bis Unterhaching, von Hamburg bis München - und das alles exklusiv auf Premiere World.

Fußballer-Herz, was willst Du mehr!? Endlich gibt es alle 306 Spiele einer Bundesligasaison live auf dem Fernsehschirm! Ein Exklusivvertrag zwischen der Kirch-Gruppe und dem Deutschen Fußballbund (DFB) macht's möglich. Den ultimativen Fußball-Kick können sich jetzt alle Fans des runden Leders mit dem neuen Angebot im Sportpaket des Abonnentensenders ins Haus holen. "Kick – die ganze Welt des Fußballs" nennt Premiere World daher auch das sportive TV-Konzept, das noch mehr Abonnenten vor den Bildschirm und den Vertriebspartnern noch mehr Provisionen in die Kas-

sen bringen soll. Im Mittelpunkt der neuen Fußballwelt von Premiere World steht Kick - Bundesliga Live mit den Übertragungen aller Spiele der deutschen Elite-Liga. Neben den drei Bundesliga-Begegnungen in der Sports World mit Kick können über das Roberto Blickhan war hocherfreut, als die Pay-per-View-Angebot an je-

dem Spieltag die sechs weiteren Spiele verfolgt werden. Besonderes Highlight: eine Konferenzschaltung zwischen allen Spielen am Samstagnachmittag. Kick baut auf drei Säulen auf: Zur weiterhin boomenden Fußball-Bundesliga kommen mit Kick – ChampionsLeague alle 157 Partien – von der Vorrunde bis zum Finale – des wichtigsten europäischen Club-Wettbewerbs; Kick - Fußball International umfaßt pro Jahr 477 Begegnungen aus den stärksten Ligen der Fußballwelt.

Nachrichten meldeten, daß die WM 2006 in

Deutschland stattfindet.

Wer nicht auf Fußball steht, sondern mehr auf Formel 1, Tennis, Golf, Eishockey oder Boxen, kann die Sports World ab August auch als einzelnes Programmpaket abonnieren und erhält dafür die interessantesten nationalen und internationalen Sportereignisse außer Fußball – ins Haus geliefert. Die Sports World kostet im Monat 29,90 Mark; die Sports World mit Kick 39,90 Mark. Das Bundesliga-Saisonticket kostet für Frühbucher bis 10. August 299 Mark, dann 349 Mark. Einen kompletten Spieltag mit allen Partien eines Spieltags liefert Premiere World für 25 Mark ins Haus, das Einzelticket mit der Begegnung des Lieblingsvereins gibt's für 12 Mark.

Neue Verdienstund Vermarktungschancen

Mit dem populären Zugpferd Bundesliga erwartet Premiere World nicht nur einen kräftigen Schub für die Pay-TV-Idee, sondern eröffnet damit auch seinen Handelspartnern neue Verdienst- und Vermarktungschancen. Roberto Blickhan, Geschäftsleitung Vertrieb Premiere World: "Mit unseren individuellen Einstiegspaketen und

> dem Zugpferd Fußball, das wir durch eine starke Werbe- und Promotionkampagne im zweistelligen Millionenbereich promoten werden, liefern wir beste Argumente für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch." Was sich auch in den Kassen der Vertriebspartner be-



tionenspreizung kommt." Bislang ist dies gelungen. Für Christian Popp (siehe auch Interview) ist diese Politik "eine Grundvoraussetzung für die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Premiere World."

Intelligente d-box: Hightech-Hardware auch zum Verkauf

Zum 1. August gibt es die d-box als Verkaufsgerät. Premiere World hat sich nach intensiven Diskussionen mit Meinungsbildnern aus dem UE- und TK-Handel sowie auf vielfach geäußerten Wunsch der Abonnenten dazu entschlossen.

das kleine Gerät, das zum Empfang der verschlüsselten TV-Welt (auch anderer digitaler Anbieter) erforderlich ist, zum Kauf anzubieten. Die Kunden erhalten damit ein intelligentes Hightech-Gerät, das den höchsten technischen Ansprüchen entspricht und voll die programmlichen und sicherheitstechnischen Anforderungen von Premiere World erfüllt. So bietet z. B. nur die d-box wesentliche Features, wie etwa die elektronische Programmführung, die Multifeed-Funktion im Sport oder die Vorsperre, wie sie die gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen fordern.

Wie aus Handelskreisen zu erfahren

ist, beträgt der Einkaufspreis der d-box DM 750,- über alle Vertriebskanäle von Premiere World. Wer allerdings die Hardware mit der Software – sprich mit einem 12-Monats-Abonnement – an den Mann oder die Frau bringt, wird von Premiere World mit einer Provision belohnt. Diese ist so groß-zügig ausgestattet, daß sie viel Spielraum für eigene Marketing- und Bundle-Aktivitäten läßt. Natürlich kann die d-box aber auch weiterhin zum Mieten angeboten werden. Der Versand des Miet-Decoders erfolgt dann innerhalb von 48 Stunden. Der Handel erhält hierfür seine volle Aboprovision.



Christian Popp, TV-Markt 2000, Germering:

"Mit Premiere World verdienen wir jetzt zweifach"

PoS-MAIL: Laut Handelsblatt wird Premiere World den Bundesligastart von "KICK", das alle 306 Partien der deutschen Elite-Liga beinhaltet, mit einer 40 Mio.-DM-Werbekampagne begleiten. Wie beurteilen Sie als langjähriger Vertriebspartner das neue Sportpaket und die damit verbundenen Chancen?



Christian Popp: Eine hervorragende Idee und der absolut richtige Weg, um Premiere World weiter voranzubringen. Ich erwarte einen deutlichen Schub im Abo-Verkauf.

PoS-MAIL: Wie schaffen Sie die Rückkoppelung der starken Abonnenten-Werbung in Ihr Geschäft?

Christian Popp: Es geht um Wiedererkennung, die bei uns schon außerhalb der Verkaufsräume beginnt. Wir setzen daher Premiere World-Deko bereits im Schaufenster- und Eingangsbereich ein. Im Geschäft selbst ist der Premiere World-Stand einer der Anziehungspunkte für unsere Kunden. Dort liegt es allein an uns, den starken werblichen Vorverkauf erfolgreich zum Abschluß zu bringen.

PoS-MAIL: Zum Abschluß können Sie jetzt nicht nur den Verkauf der Premiere World-Programmwelten bringen, sondern auch den Verkauf der d-box. Wie stehen Sie zu der Entscheidung, den Decoder auch zum Kauf anzubieten?

Christian Popp: Grundsätzlich positiv. Wir können jetzt mit Premiere World ja zweifach verdienen. Außerdem ist die d-box nicht besonders erklärungsbedürftig, so daß sich der Beratungsaufwand hierfür in Grenzen hält.

PoS-MAIL: Premiere World verbindet den Verkauf der d-box mit sehr attraktiven Provisionen, die, wie wir von Kollegen hörten, bis knapp an 500 Mark reichen können. Ist hier nicht eine Entwicklung wie bei den Handys zu erwarten, wo an der Hardware kaum noch etwas zu verdienen ist?

Christian Popp: Ich hoffe nicht und wünsche mir, daß alle Kollegen so denken und danach handeln. Ich bin allerdings etwas skeptisch, in welche Richtung die Preisgestaltung laufen wird. Mal abwarten. Grundsätzlich sollte aber auch der Verkauf von Hardware Spaß machen – und der kommt nur bei entsprechenden Margen auf; nur hier muß jeder Händler selbst kalkulieren. Das ist auch der Grund, warum wir auf Wunsch unseren Kunden die d-box zu Hause auch anschließen – kostenpflichtig versteht sich...

PoS-MAIL: Womit Sie das Thema Service ansprechen. Wie geht Premiere World damit um?

Christian Popp: Wir haben mit dem Support, den wir erhalten, kein Problem und sind mit der Betreuung zufrieden. Wir müssen jedoch immer auf unsere Kunden blicken – sie vor allem müssen zufrieden sein. Da sich neue Abonnenten häufig auch sehr kurzfristig – meist vor Bundesligaspielen – für Premiere World entscheiden, traten bei deren Support manchmal Engpässe auf. Man hat uns von Premiere World versichert, diese Spitzenzeiten durch den Ausbau der Hotline jetzt besser abzudecken. Das wäre wünschenswert, denn oft sind wir – als Ansprechpartner für unsere Kunden – der Prellbock. Ich denke aber, man hat in der Zentrale bei Premiere World das Problem erkannt und entsprechend gegengesteuert.

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

Grundig investiert in die Zukunft

"Lösungen für komplexe Anwendungen"

Aufgrund des schnellen technischen Fortschritts gestaltet sich die Kommunikationswelt immer komplexer. Grundigs Ziel ist, sich mit Qualität und Design an der Spitze der einzelnen Marktsegmente zu etablieren. Mit dem Umzug von Fürth nach Nürnberg-Langwasser will Grundig nun die Basis für eine optimale Zusammenarbeit der einzelnen Unternehmensbereiche schaffen. Insgesamt 52 Millionen Mark hat das Unternehmen in dieses Projekt investiert. Konstruiert wurde eine zeitgemäße Büround Technikumslandschaft, eingebettet in moderne Architektur und präzise auf die Bedürfnisse der Kunden und des Unternehmens abgestimmt.

Die Verlegung der Unternehmenszentrale nach Langwasser fällt in einen Zeitraum, in dem die Grundig AG auch wirtschaftlich wieder Fuß gefaßt hat. So weist der kürzlich veröffentlichte Geschäftsbericht für das Jahr 1999 einen leicht gestiegenen Umsatz von 2,673 Milliarden Mark und ein Ergebnis von 15,4 Millionen Mark auf.

Im ersten Quartal dieses Jahres konnte Grundig seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 20 Prozent steigern. Da sich dieser Trend auch in den Folgemonaten fortsetzte, ist für das erste Halbjahr mit einem Umsatzzuwachs in ähnlicher Höhe zu rechnen.

Der Titel des auf der Medienkonferenz in Nürnberg gehaltenen Vortrags von Dr. Ulrich Schmidt, Leiter Entwicklung der Grundig AG, lautete: "Grundig-Technologie durchgängige Lösungen für komplexe Anwendungen." Die Vision ist, daß die Grundig-Technologie – die Nutzung von Kommunikations-, Informations- und Unterhaltungsdiensten für jeden, an jedem Ort und zu jeder Zeit ermöglichen soll. "Die Grundig-Technologie ist auf digitale, drahtlose und vernetzte Lösungen für Heim, Auto und Büro zugeschnitten. Doch die Technologie alleine reicht nicht.



Dr. Ulrich Schmidt ist Leiter der Gesamtentwicklung der Grundig AG. In seinem Vortrag auf der Medienkonferenz in Nürnberg sprach er über die Zukunft der Grundig Technologie.

Zusätzlich benötigt man wohldefinierte, skalierbare Systemarchitekturen, zuverlässige und robuste Produkte, eine benutzerfreundliche und konsistente Bedienlogik sowie smart features mit 'sex appeal' ", erklärte Schmidt.

fügt das Gerät jedoch über einen integrierten DVD-Player. Eine weitere Besonderheit ist, daß sich das Gerät über einen motorgetriebenen Standfuß via Fernbedienung nach seinem Benutzer ausrichtet. Auf Wunsch ist auch die Integration eines digitalen Satellitenempfängers möglich.

Ein Teil der Grundig Strategie und des Systemgedankens ist es, immer mehr TV-Geräte künftig mit integriertem DVD-Spieler auszustatten. Heute bereits für Fine Art erhältlich, wird diese Kombination bis zum Jahresende auch für die Serien Xentia und Arganto angeboten. Auch die Bedienfreundlichkeit der Geräte wird die Grundig AG weiter ausbauen. Zusammen mit einem komplett neuen 100 Hz-Chassis arbeiten die Techniker an einer anspruchsvollen und zukunftsweisenden Bedienerführung, mit der Grundig erneut einen Maßstab set-



Das Audio-/Video System Fine Arts verzichtet weitgehend auf Kabel und ist mit einer einzigen Fernbedienung zu steuern.

Produktoffensive

Die im vergangenen Jahr zur Internationalen Funkausstellung (IFA) fast vollständig überarbeitete Angebotspalette der Grundig AG ist - nach eigener Aussage - auf dem Markt auf positive Resonanz gestoßen. Ab Herbst startet das Unternehmen mit einer Produktoffensive. Es darf eine Fine Arts-Ausführung des Plasmafernsehers Planatron sowie ein 46" Rückprojektionsfernseher erwartet werden. Die Fine Arts-Version des Planatron fußt technisch auf dem Planatron 2. Darüber hinaus verzen wird. Dabei steht vor allem die Personifizierung der einzelnen Geräte im Mittelpunkt der Entwicklung. Auch in den Bereichen Videorecorder und dem Wachstumsmarkt DVD werden neue Produkte erwartet.

Mit Innovationen wie Settop-Boxen für den Empfang digitalen Fernsehens und TV-Geräten mit integrierten DVD-Playern sieht sich Grundig für künftige Marktentwicklungen gerüstet. Als eine der ersten europäischen Marken stellt Grundig zudem noch im Laufe dieses Jahres sogenann-



strategie schaffen.

Auch im Bereich Car Audio greift Grundig weiter an. In den kommenden drei Monaten werden drei neue Serien auf den Markt gebracht. Die erste Produktreihe ist die Serie 3000.

Für das Diktat stellt Grundig in diesem Jahr erstmals auch drei digitale Geräte vor. Zwei davon sind für den professionellen und eins für den privaten Einsatz konzipiert. Zudem ist in Zukunft die Kombination von Diktiergerät und MP3-Player geplant.

Werbemaßnahmen

Laut Pressemitteilung wird Grundig nicht nur in seine Produkte, sondern auch in Kommunikation

und Markenaufbau weiter investieren. In vielen europäischen Ländern, in Australien und den USA wird die Marke Grundig über einen einheitlichen Auftritt im Fernsehen und in Printmedien, an Verkaufsstellen und mit Hilfe von Events über die Begriffe Technik und Design emotional propagiert. Marke und Produkte sollen begeistern und faszinieren.

Mit dem neuen Atrium in Nürnberg-Langwasser möchte Grundig die Basis für die optimale Zusammenarbeit der einzelnen Unternehmensbereiche und die Umsetzung seiner Wachstums-

> Mit dem Informations- und Unterhaltungskanal "events today provided by Grundig" eröffnet das Unternehmen ab September ein völlig neues Geschäftsfeld. Vor allem die junge Zielgruppe soll von diesem Angebot Gebrauch machen und die Bindung zu Grundig als innovativer und zukunftsorientierter Marke stärken. Bei "events today" handelt es sich um eine Internet-Seite, die wie das Wort schon sagt, auf Events und Entertainment setzt. Darüber hinaus wird es Nutzern möglich, durch eigene Homepages, E-Mails, Chat-Räume oder Message-Boards miteinander zu kommunizieren. Zudem möchte Grundig über diese Seite einen "allesaus-einer-Hand"-Service bieten.





Ultra-ATA/100 – Abkehr von SCSI?

Die neue Schnittstelle für EIDE Festplatten trägt mit bis zu 100 MB/s den immer schneller werdenden Festplatten Rechnung und wird wohl die letzte abwärtskompatible Schnittstelle vor der geplanten Einführung von Serial ATA sein.

Mit den neuen Deskstar Harddisk-Modellen IBM Deskstar 75GXP und 40GV brachte IBM vor kurzem als erster Hersteller ATA-Festplatten mit Übertragungsgeschwindigkeiten bis zu 100 MB/s auf den Markt und sprengte damit die Grenzen der von Quantum entwickelten Schnittstelle Ultra-ATA/66. Dies forcierte die Verabschiedung von Ultra-ATA/100 (UDMA 5) und damit den Aufstieg



UDMA-100 Raid 5 Controller von Adaptec

der Festplatten nach ATA-Standard in Geschwindigkeitsbereiche, die bisher den SCSI-Festplatten vorbehalten waren.

Intels neuer Chipset i815 unterstützt bereits Ultra-ATA/100 und die Herstellerfirmen Promise Inc., Abit und Adaptec offerieren sowohl Controller-Karten für ein Nachrüsten der schnellen Schnittstelle wie erstmalig RAID-Adapter für Ultra-ATA/100 Laufwerke nach RAID Level 0, 1 und sogar 5 (Adaptec).

Übertragungsgeschwindigkeit erfordert neue Schnittstellen

Der schnelle Anstieg der erreichten Übertragungsgeschwindigkeiten bei EIDE-Harddisks führte 1997/98 zur Entwicklung von UDMA/66 durch Quantum und Intel. Nun ist die Marke von 100 MB/s erreicht und machte noch vor der langfristig geplanten Einführung von Serial-ATA ein Aufbohren der Ultra-ATA Schnittstelle erforderlich.

Der Patenthalter von Ultra-DMA, und damit auch des am 5. Juni verabschiedeten Standards UltraATA/100, ist Quantum, das selber im Herbst eigene Harddisks für Ultra-ATA/100 auf den Markt bringen wird. Fujitsu will ab August mit seiner PB16-Familie ATA-100 anbieten, Seagate, Samsung und WD wollen folgen. Damit werden schnelle Laufwerke mit bisher nur bei SCSI erzielten Geschwindigkeiten zum Preis von EIDE-Platten verfügbar, was Desktop-Rechnern im SoHo-Bereich einen Performancesprung bescheren wird.

Ultra-ATA/100 ist voll abwärtskompatibel

Die neue Schnittstelle und Laufwerke nach UDMA-100 Standard sind voll abwärtskompatibel. Die schnellen Festplatten können über das verbreitete 40-polige Festplattenkabel an jede EIDE-Buchse angeschlossen werden, übertragen dann aber Daten nur mit entsprechend geringerer Geschwindigkeit. An einem Ultra-ATA/66 oder /100 Controller werden diese Harddisks jedoch mit einem 80-poligen Kabel betrieben, bei dem jeweils eine geerdete Leitung zwischen den Signalleitungen liegt. Dadurch werden gegenseitige Beeinflussungen der Signale (Cross Talk) und Störeinstrahlungen vermin-

Alle bekannten Speicherlaufwerke mit ATA-Interface, wie ZIP, CD, CD-R/W und ATA-DVD-Player, können an einer Ultra-ATA/100 Schnittstelle problemlos weiter benutzt werden.



"Fast Track 100" RAID-Controller von Promise Inc.

Ultra-ATA/100-Karten zum Nachrüsten ab 80 DM

Der Mainboard-Hersteller Abit und die Promise Inc. wollen ab August PCI-Zusatzkarten für den Ultra-ATA/100-Standard anbieten, zum Beispiel Ultra 100. Damit lassen sich ältere Mainboards mit zwei zusätzlichen schnellen ATA-Kanälen, also für weitere vier Laufwerke, aufrüsten. Dem Vernehmen nach werden diese Controllerkarten ab 80 DM zu haben sein.

Preiswerte RAID-Arrays für Desktop-Rechner und Server

"RAID" (Redundant Array of Inexpensive Disks), eine Anordnung von mehreren Festplatten, die durch einen RAID-Controller zwecks Steigerung der Performance (Level 0) oder zwecks Erhöhung der Datensicherheit (Level 1) parallel angesprochen werden, war bisher nur mit SCSI-Festplatten und zu entsprechenden Preisen realisierbar.

Mit Ultra-ATA/100 hält RAID nun auch im Desktop-Bereich und bei der Konfiguration preiswerter Server mit ATA-Laufwerken Einzug. Damit werden Geschwindigkeit und Datensicherheit für kleinere Unternehmen oder Privatleute bezahlbar.

RAID-Controller für ATA/100 wird es in Kürze von Promise (Fast Track 100), Abit (Hot Road 100) mit Level 0, 1, oder 0+1 und vom bisherigen SCSI-Spezialisten Adaptec (AAA-UDMA RAID Card) sogar mit RAID Level 5 geben.

Erste Mainboards mit Ultra-ATA/100

Intels neuer Solano-Chipset i815 für Pentium III Socket CPU's unterstützt zwei Ultra-ATA/100 Kanäle und wird damit für eine schnelle Verbreitung der Ultra-ATA/100 Schnittstelle sorgen.

Abit ist als erster Hersteller mit sei-

nem UDMA-100 Board ABit KA7 100 liefer-fähig und kündigt mit dem BX-133 RAID auch ein Celeron/Coppermine Board mit integrierter RAID-Unterstützung und 133 MHz Bustakt an. Elitegroup bestückt sein P6ISM mit dem Solano-Chipset

und unterstützt ebenfalls Ultra-ATA/100.

Iwill plant bis Herbst, mit zwei Boards für den AMD Athlon marktreif zu sein, die jeweils mit einem VIA KT133 oder dem ALI M1647 bestückt zwei Ultra-ATA/100 Kanäle mit einem RAID-Controller in Level 0, 1 oder 0+1 unterstützen werden.

Ultra-ATA/100 und ATA-RAID sind damit auf dem Weg zum allgemeinen Standard. evo

[™]Neuheiten

Philips rundet die Magic2-Fax-Serie ab

Mit einem empfohlenen Verkaufspreis von zirka 400 DM rundet das Magic2Primo die Magic2-Fax-Serie aus dem Hause Philips Consumer Communications preislich nach unten ab. Das Gerät vereint die Funktionen Fax, Telefon, Kopierer und Schnurlos-Telefonverwaltung in einem kompakten Gehäuse. Das Philips-exklusive vertikale Papiermanagement sorgt dafür, daß Vorlagen und Ausdrucke nach oben ausgegeben werden – und nicht nach vorne, wie bei anderen Model-



len üblich. Vor dem Gerät brau-Magic2Primo-Besitzer deshalb keinen Platz für die Dokumentenausgabe freizuhalten. Mit integriertem Telefon und Managementfunktion für zusätzliche Schnurlostelefone bietet das Magic2Primo große Bewegungsfreiheit beim Telefonieren. Eine weitere Funktion ist die Anruferidentifikation: Das Magic2Primo zeigt – sofern das Netz die Funktion unterstützt die Nummer des jeweiligen Anrufers an. Das Magic2Primo arbeitet mit Normalpapier-Ink-Jet-Drucktechnik mit 16 Graustufen und liefert damit scharfe und gut lesbare Ausdrucke. Das Gerät faßt einen Papiervorrat von maximal 50 Blatt, zudem zieht es bis zu zehn Vorlagenseiten automatisch ein.

Hitachi Videorecorder filtert Werbung aus

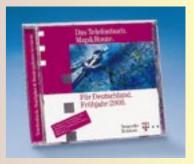
Mit dem neuen VHS-Recorder VT-FX980E mit "Commercial Advance System" hat Hitachi einen Videorecorder auf den Markt gebracht, der in der Lage ist, Fernsehsendungen und -filme ohne Werbung aufzuzeichnen. Der Besitzer eines solchen Videorecorders braucht sich nicht mehr über störende Werbeunterbrechnungen beim Betrachten eines aufgezeichneten Films, eines Sportereignisses oder einer Talkshow zu ärgern. Der Hitachi VT-FX980E erkennt die eingeblendeten Werbeblöcke bereits bei der Aufnahme an spezifischen Merkmalen der Einblendung in die laufende Sendung und registriert diese Punkte. Bei der späteren Wiedergabe spult das Gerät beim Erreichen eines solchen Werbeblocks selbsttätig im schnellen Suchlauf bis



zur Fortsetzung der Sendung vor und setzt dann die Wiedergabe der aufgenommenen Sendung fort. Darüber hinaus bietet der VT-FX980E dank Hitachis "Tape-Navigation" bequeme Bedienungsmöglichkeiten: Auf dem Fernsehbildschirm wird eine Inhaltsübersicht der eingelegten Videokassette angezeigt. Auf Wunsch können die Dauer jeder Aufnahme und der TV-Kanal, aus dem sie stammt, angezeigt werden. Für den punktgenauen Start der Wiedergabe einer ausgewählten Aufzeichnung bedarf es nur eines Tastendrucks. Das Gerät registriert sogar, welche auf dem Band befindlichen Aufnahmen bereits wiedergegeben wurden und wieviel Platz noch für weitere Aufnahmen zur Verfügung steht.

"Gelbe Seiten Map & Route für Deutschland"

Neben der Basisversion des elektronischen Branchenführers "Gelbe Seiten Frühjahr 2000", bietet DeTe Medien nun Gelbe Seiten mit integrierter



"Map & Route"-Funktion für Deutschland. Mit mehr als 15.000 wählbaren und alphabetisch sortierten Branchenkategorien findet der Anwender Zugriff auf sämtliche Teilnehmer der 103 Regionalausgaben der Gelbe Seiten mit über vier Millionen aktuellen Telefon-, Telefax-, Mobilfunk- und Servicerufnummern. Die integrierte Map & Route-Software bietet dem Benutzer die Möglichkeit, individuelle Geschwindigkeitsprofile oder Adressen unabhängig von den Gelben Seiten einzugeben und für die Routenplanung zu verwenden. Über 110.000 Ortseinträge in GPS-Qualität stehen bereit. "Gelbe Seiten Map & Route Frühjahr 2000 für Deutschland" kostet 49,95 DM (UVP).

Interview am Point of Sale: Frank Siml, Saturn in Köln



Die neue Generation von Rückprojektoren erobert den Fernsehmarkt. Toshiba, Sony und Thomson sind Marktführer in diesem Segment (siehe PoS-MAIL 7/2000). Die PoS-MAIL Redaktion besuchte den Kölner Saturn-Markt und interviewte Frank Siml, Einzelhandelskaufmann im Bereich Unterhaltungselektronik, zu Akzeptanz und Zielgruppe der Rückprojektion TVs.

PoS-MAIL: Herr Siml, Sie haben hier eine breite Auswahl an Rückprojektion TVs. Wieviele verschiedene Modelle bieten Sie an? Frank Siml: Wir bieten hier insgesamt zehn verschiedene Modelle an, von 41" (103 cm) bis 60" (155 cm) Bildschirmdiagonale, in den unterschiedlichsten Preiskategorien, und haben somit im Kölner Umkreis das größte Kontingent an Rückprojektions TVs.

PoS-MAIL: Wie ist die Zielgruppe strukturiert?

Frank Siml: Die Käuferschicht ist sehr gemischt. Wir verkaufen die Geräte häufig an Geschäftsleute – Köln ist ja eine Messestadt. Die Geräte werden gerne für Präsentationszwecke genutzt. Aber auch Privatanwender zeigen reges Interesse an den Großbildschirmen.

Für sogenannte "Kinosüchtige" eignet sich ein Rückprojektion TV alternativ zum qualitativ besseren, aber auch wesentlich teureren Plasma Bildschirm.

PoS-MAIL: Welche Verkaufsargumente setzen Sie ein?

Frank Siml: Das Preis-/Leistungsverhältnis ist für die Qualität und Größe des Bildschirms völlig akzeptabel. Wenn man sich beispielsweise diesen Rückpro von Toshiba hier anschaut, dann bekommt der Kunde etwas für sein Geld geboten – und das in einer guten Qualität. Heimkino ist gefragt. Der große Bildschirm steht immer im Mittelpunkt des Interes-



Frank Siml berät die Kunden bei Saturn in Köln in Sachen TV-Geräte.

ses, aber auch die hervorragende Akkustik – Dolby Surround – spielt eine wichtige Rolle.

Ich denke, daß Rückprojektion TVs nicht nur ein Trend sind, sondern daß sie mit fortschreitender technischer Entwicklung auch zukünftig weitere Marktanteile erobern.

PoS-MAIL: Welchen Service bieten Sie Ihren Kunden?

Frank Siml: Wir sind ein junges, dynamisches Team. Nun, es ist wichtig, sich in die Kunden hineinzuversetzen. Wir beraten sie, klären sie ausführlich über die Geräte auf, und wir stehen ihnen auch technisch mit Rat und Tat zur Seite, damit der Kunde das für ihn bestmögliche Gerät bekommt.

PoS MAIL: Liefert Saturn die Geräte auch aus?

Frank Siml: Ja, wir liefern in einem Umkreis von bis zu 50 Kilometern aus und installieren die Geräte auch.

PoS-MAIL: Herr Siml, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

[™]Neuheiten

Acer präsentiert 16fach High-End DVD-ROM



Mit 16facher Geschwindigkeitliestdas neue DVP 1640A von

Acer DVDs aus und erreicht bei normalen CDs 40fache Geschwindigkeit. Damit setzt sich Acer an die Spitze der aktuellen internen DVD-Laufwerke für PCs. Das DVP 1640A arbeitet bei DVD-Betrieb mit Übertragungsraten bis zu 21,6 MB/s



und benötigt lediglich eine Zugriffszeit von 95 ms. Dabei sorgt ein eingebauter Buffer in der Größe von 512 KB für ein unterbrechungsfreies Streaming. Das DVP 1640A kann vertikal und horizontal betrieben werden, wird an eine IDE/ATAPI Schnittstelle angeschlossen und unterstützt bereits das schnelle UDMA-33. Zu einem Verkaufspreis von rund 400 DM werden umfangreiche Software und der Cyberlink Power DVD Softwareplayer mitgeliefert. Acer gewährt in Garantiefällen

auf das DVP 1640A einen zwölfmonatigen Express-Austauschservice.



C-Pen 800 – mobiles Miniatur-Office

Dieses handliche Gerät

beschränkt sich keines-



wegs auf seine Hauptfunktion, das Scannen von Texten mit Schriften von 5 bis 22 Punkt Größe mittels einer im Stiftkopf integrierten Minikamera und die Speicherung auf einem eingebauten 8 MB Speicherbaustein mit Platz bis zu 3.000 Textseiten. Der C-Pen stellt seinem Besitzer außerdem auf einem großen Display einen Terminkalender und ein Adreßbuch zur Verfügung. Über eine eingebaute Infrarotschnittstelle kann das Gerät mit PCs, Notebooks oder Handys kommunizieren, die gleichfalls über eine Infrarotschnittstelle verfügen. Eingescannte Texte können auf diesem Wege per E-Mail, SMS oder Fax versandt werden. Eine Version mit Bluetooth-Schnittstelle ist in Vorbereitung. Zur Eingabe von Adressen oder Texten benutzt man den C-Pen wie ein Schreibgerät, mit dem man Buchstaben zeichnet, die von der Minikamera in Texte umgesetzt werden. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet rund 900 DM.

HP erweitert die CD-Brenner-Range



HP präsentiert eine komplette Produktrange von fünf neuen CD-Brennern,

die vom Einsteigermodell 9150i bis zu den High-End-Geräten 9600si und 9600se reicht. Damit will das Unternehmen der mit dem Aufkommen von aus dem Web herunterladbarer Musik und dem vermehrten Interesse an der digitalen



Fotografie gesteigerten Nachfrage nach CD-Brennern bei den Verbrauchern und in den Betrieben gerecht werden. Alle fünf Modelle sind mit einer MusicMatch Jukebox-Software ausgestattet, die es ermöglicht, MP3-Files aus dem Internet zu ordnen und in einem Format auf CD zu brennen, das in jedem handelsüblichen CD-Player abgespielt werden kann. Die vier

höherwertigen Modelle verfügen außerdem über die Broderbund Multimedia Organiser Software, ein Programm zur Archivierung von digitalen Aufnahmen, mit dem sich außerdem lustige digitale Bilderalben auf CD brennen lassen. Mit einer Leistung von 8fach

Schreiben, 4fach Wiederbeschreiben und 32fach Lesen gehören die drei Spitzenmodelle 9510i, 9600si und 9600se zu den CD-Brennern mit der schnellsten Verarbeitungszeit am Markt. Ab 1. September ist die neue Range erhältlich.

Samsung Handy SCH-V200 liefert Bilder mit 350.000 Pixeln zum Ton



Samsung verkauft seit Ende Juni auf dem koreanischen Markt ein Handy, mit dem der Anwender auch digitale Bilder mit einer Auflösung von 350.000 Pixeln aufneh-

men kann. Dazu besitzt das Gerät ein Aufnahmeobjektiv, das auf der Rückseite plaziert ist. Als Sucher dient ein TFT-Farbdisplay

(statt des üblichen LCD-Displays), das sich auf der Vorderseite befindet. 20 Schnappschüsse im Normalmodus haben im integrierten Speicher Platz. Sie lassen sich über ein mitgeliefertes Datenkabel vom SCH-V200 auf ein Notebook oder einen PC überspielen. Im Makro-Modus kann man auch von geschriebenem Text scharfe Aufnahmen machen. Zielgruppe ist vornehmlich die jüngere Käuferschicht, die stets ein Handy

mit sich führt und das SCH-V200 nun parallel dazu als Digitalkamera nutzen kann. Des weiteren hofft Samsung, auch junge Familien anzusprechen, die auf diese Weise öfter Aufnahmen von ihren Kindern machen können. Zur



Zeit ist das SCH-V200 nur in Korea erhältlich. Ob es eine Version geben wird, die auch mit den europäischen Mobilfunkstandards kompatibel ist, stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest.

Aktuelle Grafikkarten bestimmen in weit größerem Maße die Performance eines Rechners als die verwendete CPU und der Prozessortakt

"Schnelle Künstler" Die Grafikkarte macht das Tempo

Die Leistungsfähigkeit aktueller Rechnerkonfigurationen durch Office- und Business-Anwendungen schon seit längerem nur noch zu einem Bruchteil genutzt. Selbst anspruchsvolle professionelle Grafik-Software und Videoschnitt-Programme schöpfen die zur Verfügung stehende Rechenleistung nicht mehr aus. Gradmesser und Motor der permanenten Neuentwicklung schnellerer Prozessoren, Speicher und Grafikkarten sind 3D-Spiele und Animationen, deren ständig steigende Anforderungen die Hardware bis an ihre Grenze ausreizen und damit durch ständigen Wechsel und Neubedarf beim Handel Umsatz schaffen. So kann es passieren, daß soeben teuer erworbene Geforce 256 Grafikboards für die nächste Spielegeneration, die zur Weihnachtssaison in den Handel kommt, schon nicht mehr optimal geeignet sind.

Verkaufspreise von 700,- bis 1000,-Mark für aktuelle Grafikkarten sind inzwischen die Regel. Wer sich eine Ausgabe in dieser Höhe nicht leisten will oder kann, wartet, bis die nächste Generation von Grafikboards für Schnäppchenpreise bei den Auslauftypen sorgt. Doch nicht immer arbeitet jede Kombination von Mainboard, Grafikkarte, CPU und 3D-Game einwandfrei zusammen. Wer es sich leisten kann, gibt deshalb gleich der Anschaffung eines neuen, harmonisch konfigurierten Rechners den Vorzug gegenüber der Nachrüstung eines schnellen Grafikboards.

Formel I-Mentalität bei neuen Chip-Generationen

Ausschlaggebend für die erzielbare Gesamtleistung eines Grafikboards ist der verwendete Grafikchip. Jede



neue, von den jeweiligen Herstellern entwickelte Generation dieser Bausteine verfügt über typische Eigenschaften und Leistungen. Unter anderem ermöglichen höhere Taktraten und die schnellere Ansprechbarkeit des verwendeten Grafikspeichers ständige Verbesserungen an der erreichbaren Performance. Wie bei Formel I-Rennwagen setzt jeder Vorsprung eines Herstellers die Mitbewerber unter absoluten Zugzwang und treibt die Entwicklung in immer kürzer werdenden Intervallen voran. Inzwischen vergehen bei einigen Herstellern kaum mehr als sechs Monate bis zum Erscheinen der nächsten, noch leistungsfähigeren Grafik-Chips. Karten mit Nvidia TNT-2-, Matrox 400 oder ATI-Rage-128-Pro Chips, vorgestern noch Spitzenklasse, sind heute als Mittelklasse einzustufen und in naher Zukunft nur noch im Office-Bereich einsetzbar. 3dfx versucht durch zwei parallel arbeitende VSA-100-Chips auf seiner neuen Voodoo-5-5500 mit den etablierten Geforce-256-Karten und den neuen Geforce 2 GTS Produkten Schritt zu halten.

Zunehmende Dominanz des Chip-Herstellers Nvidia

Grafikkarten-Hersteller, wie 3dfx, S3/Diamond, Matrox und ATI, bestücken mit ihren produzierten Grafik-Chips ausschließlich die

eigenen Grafik-Boards. Nvidia beliefert im Gegensatz dazu mit seinen Chips auch andere Hersteller, so z.B. Guillemot, Leadtek, Asus,

Creative Labs und Elsa. Dadurch kommt es zu einer dominierenden Verbreitung von Grafikkarten, auf denen ein Chip von Nvidia seine Arbeit verrichtet, vom TNT2-Ultra über den Geforce 256 bis hin zum neuesten Geforce 2 GTS. Dies dürfte sicherlich auch Auswirkungen auf die Hersteller von Mainboards zur Folge haben, die sich bemühen, ihr Schaltungsdesign auf hohe Verträglichkeit und optimale

Zusammenarbeit mit den stark verbreiteten Nvidia-Chips abzustimmen.

Framerates unter 60 bereits ein Kompromiß

Während bei der Betrachtung eines Videofilms auf einem TV-Gerät auch bei 25 Bildern pro Sekunde gerade noch ein flüssiger Bewegungsablauf darstellbar ist, liegen die benötigten Bildwechsel (Frame-



rates) bei 3D-Animationen auf einem PC und mit einem Monitor betrachtet, bei 60/s oder höher. Das liegt sowohl an der größeren Informationsmenge und -geschwindigkeit, wie auch an der geringeren Nachleuchtdauer der fluoreszierenden Partikel von Daten-Monitoren. Die bei 3D-animierten Computerspielen erreichbare atemberaubende Realitätsnähe bricht im gleichen Moment zusammen, in dem die Szenerie infolge mangelnder Performance der Grafikkarte zu ruckeln

beginnt. Eine oft beobachtete Tatsache ist es, daß wirtschaftliche Er-

schaftliche Erw ä g u n gen, wie sie bei geschäftlichen

Investitionen üblich sind, bei Aufwendungen für Hobby, Vergnügen oder Unterhaltung eine untergeordnete Rolle spielen. Aus diesem Grund ist es keinesfalls widersinnig, wenn sich in Zeiten der allgemeinen Verbilligung von Rechner-Komponenten die Preise für leistungsfähige 3D-Grafikkarten erheblich nach oben bewegen.

DDR-RAM macht die Karte schnell

3D-Grafikboard mit

Nvidia Geforce2-Chip

Wie relativ Bewertungen in einem technologischen Sektor mit hohem Innovationstempo sind, wird deutlich, wenn man erfährt, daß SDRAM bei Grafikkarten inzwischen als "langsame" Speicherlösung gilt. Die Verwendung von DDR-RAM (Double Data Rate) erlaubt pro Taktzyklus das zwei-

malige Schreiben oder Auslesen von Daten. Im Aufbau identische Karten haben bei der Verwendung von DDR-RAM eine entsprechend höhere Leistung als mit SDRAM. Auch die Investition in einen doppelt so großen Grafikspeicher, z. B. von 32 MB auf 64 MB, macht sich

in einer Leistungssteigerung um circa 35 Prozent bemerkbar und ist besonders bei der hohen Auflösung von 1600 x 1200 (Open GL und Direct 3D) empfehlenswert.

Schnelligkeit allein ist nicht alles

Daß eine aktuelle 3D-Grafikkarte die Einzelbilder eines rasanten Bewegungsablaufs natürlich und ohne zu ruckeln darstellen kann, wird vorausgesetzt. Deshalb wird verstärkt besonderes Gewicht auf die Verbesserung der Bildqualität gelegt. Hierbei kommen der erreichbaren Farbtiefe und der Kantenglättung (Anti-Aliasing) hohe Bedeutung zu. Die für diese Punkte und für eine hohe Auflösung erforderliche Rechenleistung drückt jedoch die erreichbare 3D-Leistung auf niedrigere Werte. Das optimale Tuning der Grafikkarte erleichtert das Software-Tool "Powerstrip", das mit allen Grafik-Chips zusammenarbeitet und gefundene optimale Einstellungen für verschiedene Farbtiefen und Auflösungen abspeichern kann. (www.entechtaiwan.com).

Probleme durch zu hohe Leistungsaufnahme vermeiden

Manche Besitzer älterer Mainboards hatten in der Vergangenheit mit Stabilitätsproblemen zu kämpfen, die durch zu hohen Strombedarf nach Einbau eines neuen 3D-Grafikboards verursacht wurden. Nicht nur Netzteile mit unter 300 Watt Ausgangsleitung, sondern auch zu schwache Spannungswandler auf den Mainboards, die bei einer Stromstärke von 6 Ampere auf einer 3,3 Volt Leitung in die Knie gingen, waren dafür verantwortlich. Der Wechsel des Netzteils auf eines mit 300 bis 400 Watt Ausgangsleistung und das Upgrade mit einer Grafikkarte mit dem neuen Geforce2 GTS mit geringerer Leistungsaufnahme sind eine geeignete Lösung. Einige Grafikkarten beziehen auch die erhöhte Leistung direkt über einen Stecker vom Netzteil.

Ausstattung und Zukunftstrends

Mit einem bei den meisten Grafikkarten inzwischen zum Lieferumfang gehörenden DVD-Softwareplayer wird der zunehmenden Verbreitung von DVD im PC-Bereich Rechnung getragen. Aufmerksamkeit ist der Verfügbarkeit eventuell benötigter Video-Ein- und -Ausgänge zu widmen. Nachdem sich die Vertreter der Monitor-Industrie auf einen digi-Monitor-Eingang (DVI) geeinigt haben, der bei der Ansteuerung von TFT-Flachbildschirmen qualitative Verbesserungen ermöglicht, verwundert es, daß ein DVI-Ausgang noch nicht zum Standard neuer Grafikkarten gehört. DVI wurde inzwischen auch als digitaler Standard-Eingang für TV-Geräte erklärt.

Arbeit und Unterhaltung gleichzeitig mit Dual Head und DVD Max

Die für August dieses Jahres angekündigte neue Matrox G450 mit 32 MB DDR-RAM über 64 Bit-Schnittstelle und 360 MHz Ultrasharp-Ramdac wird bereits über einen DVI-Ausgang und einen TV-out Encoder verfügen. Mit der Funktion Dual Head DVD Max ist dann die Wiedergabe eines DVD-Films auf einem Monitor oder TV-Gerät möglich, während man parallel dazu auf einem anderen Monitor am PC arbeitet.





Das Creative Labs DVD-Kit

Vor allem junge Kunden wollen ihren PC zunehmend als Spielfilm-Abspielstation nutzen. Kein Problem: Mit den entsprechenden **Erweite**rungen lassen sich DVD-Scheiben ganz unkompliziert abspielen. Die einfachste Form ist ein Fenster auf der Windows Oberfläche. Interessant ist das aber nur als kleine Ablenkung neben der Bildschirmarbeit - wer will schon einen Filmabend vorm Computer im Arbeitszimmer verbringen. Je nach Aufwand, Geldbeutel und verwendeten Erweiterungen finden aber auch Fernseher und Projektor am Computer Anschluß.



So schauts aus: Fernsehgucken am PC mit dem Softwareplayer/Grafikkartenpaket von ATI

Den Filmton gibts – wie bei stationären Playern auch – entweder in analoger oder digitaler Form für den Surroundverstärker.

Der verwendete PC muß nicht einmal besonders modern sein. Einzige Voraussetzung ist ein DVD-ROM Laufwerk (ab 250 Mark VK), das jedes handelsübliche CD-ROM-Laufwerk ersetzt. Die Preise sind gestiegen, seit Sony den DVD-Markt für die Produktion seiner Playstation 2 leerkauft, dennoch gehört es bei zahlreichen aktuellen Komplettrechnern zum Standard. Ist das Laufwerk einmal vorhanden, reicht schon ein betagter Pentium mit 166 Megahertz für die DVD-Wiedergabe aus. Eine spezielle Erweiterungskarte für den PCI-Bus - der sogenannte Hardwaredecoder - übernimmt die Entschlüsselung der Videound Audiodaten in speziellen Chips. Moderne High-end Rechner sind auf solche Hilfe nicht mehr angewiesen. Der Hauptprozessor hat genug Power, alle nötigen Decodierungen selbsttätig durchzuführen. Ein Programm, der Softwaredecoder übernimmt die

> Steuerung. Ob und wie die Video- und Audiodaten TV und Verstärker erreichen, hängt dabei von der Computerausstattung ab.

> Bleibt nur noch eine Frage zu klären: Kann der Computer einen DVD-Player überhaupt ersetzen? Bestimmt nicht immer und überall. Ein PC ist ein viel zu komplexes Gebilde mit vielen Aufgaben. Ein DVD-Spieler ist nur auf eine Sache program-

miert: die Wiedergabe der kleinen Silberlinge. Er stürzt nicht wegen unbekannter Schutzverletzungen mitten im Betrieb ab, er muß nicht erst eine Minute das Betriebssystem starten. Er macht auch keinen Krach – wie beim Computer Lüfter und Festplatten. Trotzdem haben Computer ihre Daseins-

Spielfilme von der Scheibe kommen in Mode. Welche Ausstattung für das Videoerlebnis am PC notwendig ist,

hängt stark vom Rechner ab.



Dort werden die codierten Bilder entschlüsselt und zur Ausgabe an die Grafikkarte weitergereicht. Das alles läuft natürlich in Echtzeit ab. Der Film würde sonst mit ein paar Bildern pro Sekunde vor sich hin ruckeln.

Um den guten Ton muß sich ebenfalls der Prozessor bemühen – auch ihn muß er decodieren. Die Tonqualität hängt dabei stark von

schäft mit den Softwareplayern vom Internet hin zu Distributoren und schließlich dem Einzelhandel. Einige Hersteller von Grafikkarten liefern einen entsprechenden Abspieler gleich mit – wie Matrox oder ATI. Elsa bietet den Player Elsa Movie als Option für 30 Mark an. DVD-ROM-Laufwerke von Philips, Sony, Afreey und Aopen sind ebenfalls mit Softwaredeco-



So unterschiedlich kann der gleiche Software-Player aussehen. Die Querkantform ist die Variante von Elsa.

berechtigung. Nicht jeder hat Platz für zwei Geräte, außerdem kostet die Computerlösung unter Umständen weit weniger als ein Player fürs HiFi-Rack. Der PC ist offener für die Zukunft. Neuerungen lassen sich schnell einbauen, die Anschaffung eines eigenen Gerätes ist nicht erforderlich.

Softwaredecoder und Grafikkarten

In einem modernen Hauptprozessor – wie dem Pentium III von Intel oder dem Athlon von AMD – steckt jede Menge Rechenpower. Genug Potential also, um die codierten Daten einer DVD zu entschlüsseln. Diese Aufgabe übernehmen Softwaredecoder. Ein solches Programm fordert Informationen von der DVD an, die darauf eintreffenden Daten schickt es weiter an den Hauptprozessor

der verwendeten Soundkarte ab. Ist nur analoger Ton gewünscht, reicht die vorhandene Soundkarte aus. Um digitalen Ton zum Verstärker zu reichen, müssen fast alle Computer aufgerüstet werden. Nötig ist eine Soundkarte mit digitalem Ausgang, meist in Form einer Cinch-Buchse. Entsprechende Modelle gibts von Creative Labs und Terratec: der Soundblaster Live 1024 ab 120 Mark und die DMX für 230 Mark

Derzeit buhlen sieben Softwaredecoder um die Gunst der Anwender. Alle arbeiten unter dem Betriebssystem Windows 95/98, wenige auch unter der Profiversion NT und dem Nachfolger 2000. Käufer eines neuen Macintosh kommen ab Werk in den Genuß der Playersoftware – Apple legt allen Rechnern mit DVD Laufwerk ein passendes Abspielprogramm bei. Zögerlich verlagert sich das Ge-

der erhältlich. Der beschwerlichste Weg zum Software-Player führt über das weltumspannende Internet. Alle Hersteller bieten im Netz ihre Software feil. Die Adressen stehen im Info-Kasten.

Der Aufbau ist bei allen Playern gleich. Eine grafische Oberfläche sie ist bei fast allen Produkten mehr oder weniger der Form eines stationären Wohnzimmerplayers nachempfunden - ist die Schaltzentrale. Play, Pause und Stop, Kamerawinkel und Sprache, alle Funktionen werden mit der Maus angeklickt. Ein Display zeigt den Status der DVD. Die Unterschiede liegen im Detail: Nicht jedes Programm beherrscht die Dolby-Digital-Ausgabe - Varo DVD und Soft DVD geben den Ton nur analog aus. MPEG und DTS stellen fast alle Kandidaten vor unüberwindbare Hindernisse.

Beim Regionalcode treten eben-

odern sein. system starten. Er macht auch Programm fordert Informationen Planting ist ein keinen Krach – wie beim Computer von der DVD an, die darauf Recht 250 Mark Lüfter und Festplatten. Trotzdem eintreffenden Daten schickt es pastellsübliche haben Computer ihre Daseins- weiter an den Hauptprozessor. Zöch

falls Unterschiede auf. Fast alle Programme erlauben fünf Änderungen des Regionalcodes. Danach gilt der letzte als fest eingestellt. Einzig Power DVD und Varo DVD legen sich von Beginn an auf einen Code fest. Amerikanische Scheiben lassen sich nicht mehr anschauen, wenn vorher schon deutsche DVD's gelaufen sind. Clevere Computerdealer finden aber im Internet ein paar kleine Tools, die das Problem beseitigen. Ein sehr guter Player ist der Cinemaster von Ravisent – oder die nur optisch veränderte Version von ATI. Käuflich zu erwerben ist er bei Elsa unter dem Produktnamen Elsa Movie.

Ob das Video mit 25 Bildern pro Sekunde flüssig über den Bildschirm läuft, entscheidet nicht nur der Prozessor; die Hardwarebeschleunigung der Grafikkarte ist

@ Cyberlink

15

genau so wichtig. Es geht dabei aber nicht um die vielgepriesene 3D-Beschleunigung - sie hilft meist nur bei

Ballerspielen – sondern speziell auf die DVD-Codierung hin ausgelegte Fähigkeiten. Die Grafikkarten der Rage-Fury-Serie von ATI sind bei solchen Anforderungen erste Wahl. Gemixt mit weiteren hochwertigen Komponenten kann so schon ein Pentium II mit 300 Megahertz flüssige Bilder liefern. Andererseits können die Bilder auch mit dem neuesten Prozessor ruckeln, wenn die Einzelteile nicht harmonieren.

Wem das DVD-Vergnügen am Monitor zu unkomfortabel ist, der muß sich nach einer neuen Grafikkarte umschauen. Die meisten Modelle gibt es für einen Aufpreis auch mit TV-Ausgang. Cinch- oder Hosidenkabel schaffen dann eine Verbindung zum Fernseher. Unterschiede zeigen sich bei der Darstellungsqualität, fast alle Grafikkarten reduzieren die Bildfrequenz des Monitor bei angeschlossenem Fernseher auf 50 Hertz – vernünftiges Arbeiten, während im Nebenzimmer Video lauft, ist damit unmoglich. Es gibt aber Ausnahmen – wie die Erasor III Pro Video von Elsa (ca. 300 Mark), die bei der Videoausgabe die Monitoreinstellungen beibehält. Das Fenster mit dem DVD-Video läßt

sich formatfüllend an den TV ausgeben. Fensterumrandung oder ähnliche Computergrafiken sind nicht mehr sichtbar.

Für alle Heimvideofans noch viel interessanter ist die neue G450 Grafikkarte von Matrox. In der speziellen Dualhead-Version bietet sie zwei VGA-Anschlüsse. Sogar hochwertige Projektoren mit derselben Buchse finden hier parallel zum Computermonitor Anschluß. Das Besondere ist, daß beide Ausgänge völlig autark arbeiten. Während auf dem Monitor Windows eine anwenderfreundliche Auflösung von 1280 x 1024 Pixel bei 85 Hertz Bildfrequenz hat, zeigt der Projektor das Bild mit 800 x 600 Pixel bei einer anderen Frequenz. Datenprojektoren bauen ihr Bild im Gegensatz zum Fernseher nämlich nicht nach dem Halbbildverfahren auf - 50mal pro Sekun-

CD @ Esto & D ANENG DE

Der Cinemaster 2000 im edlen Player-Design.

de im Wechsel erst die ungeraden

Zeilen des Bildes, dann die

geraden. Sie projizieren immer

logic kaufen die Hardware zu und schnüren ihr eigenes Paket mit DVD-Laufwerk darum. Die Preise schwanken zwischen 350 und 500 Mark – einziger Unterschied ist der Umfang und die Qualität des mitgelieferten Zubehörs. Die PCI-Karte alleine kostet knapp 200 Mark Der Decoder ist eine Erweite-

decoder - übernimmt die Deco-

dieraufgaben. Der schwachbrüsti-

ge Hauptprozessor wird fast nicht

Alle universellen Decoder kom-

men aus einer Hardwareschmiede:

Sigma Design. Hersteller wie Crea-

tive Labs, Guillemot oder Video-

rungskarte für den PCI-Steckplatz. Für Fernseher oder Projektor gibt es einen S-Video-Ausgang, der Dolby Digital Verstärker freut sich über einen koaxialen Ausgang. Eine spezielle Soundkarte - wie

> bei den Softwaredecodern - ist also nicht nötig. Viele Kunden reklamieren, daß sie ihre

Filme nicht nur auf dem TV ansehen, sondern auch unter Windows genießen wollen: Dann müssen Grafikkarte und Decoder mit einen speziellen Kabel verbunden werden. Das Monitorsignal wird nun durch den Decoder geschleift,

darüber gelegt. Der Decoder führt



DVD-Laufwerk von Creative Labs mit Hardware Decoder Karte.

Vollbilder auf die Leinwand. Und sie beherrschen – im Gegensatz zu TV's – auch mehr als 50 Bilder pro Sekunde. Manche Projektoren schaffen bis zu 85 Hertz. Klar, daß das Bild dadurch viel ruhiger erscheint. Die mitgelieferte Software bietet sehr differenzierte Einstellmöglichkeiten. Das auf dem Windows-Bildschirm nur in einem Fenster sichtbare DVD-Bild läßt sich direkt auf den zweiten Anschluß lenken. Der angeschlossene Projektor zeigt nur das reine Video. Ist kein Projektor oder Fernseher mit VGA-Eingang vorhanden? Kein Problem, dafür liegt ein kleiner Adapter bei, er verwandelt das Monitorsignal in FBAS oder Y/C. So findet jeder Bildschirm Anschluß.

Hardwaredecoder

Nicht jeder nennt einen supermodernen Computer sein eigen. Aber auch mit älteren Rechnern bleibt der DVD-Spaß nicht außen vor. Schon ab einem Pentium mit 166 Megahertz ist das Videovergnügen ansehnlich. Ein spezieller Chip - der Hardwarezum Monitor. Je nach Qualität der mitgelieferten Verbindungsstrippe kann das Computerbild schlechter werden. Es wirkt verschwommener, wie von einem Grauschleier überdeckt.

Die Bedienung ist PC-typisch. Wie bei den Softwaredecodern auch, erscheint ein Fenster in Form eines DVD-Spielers. Ein Klick mit der Maus auf Play startet den Film, Stop macht genau das Gegenteil. Genau wie man es von den stationären Geräten kennt. Nur daß

man nicht mit den Fingern tippen kann, sondern mit der Maus agiert. Einen ganz anderen Weg beschreitet die Steckkarte 3-D-Fusion DIVA. Sie ist Grafikkarte und Hardwaredecoder in einem (Bezugsquelle: Video Electronic Service, Tel. 04174/71880). In Sachen Bildqualität behält sie sogar gegen einen 5500 Mark teuren DVD-Spieler von Denon die Oberhand.

DVD zum Nachrüsten

Ein DVD-Laufwerk bringt dem Computer die CD- und DVD-Fähigkeit. Wenn Sie wollen, können Sie das alte CD-Drive also gleich entsorgen. Die Geschwindigkeit im CD-Modus ist etwas geringer als bei topmodernen CD-Laufwerken, die Angaben bewegen sich zwischen 24fach und 40fach. Auch die DVD-Geschwindigkeit wird in einem Vielfachen stationärer Player angegeben. Die neusten Laufwerke erreichen hier eine 16fache Geschwindigkeit. Was bei DVD-Videos keinen Sinn macht - wer will schon einen Spielfilm in 9 statt 90 Minuten sehen. Wichtig ist bei allen Laufwerken die Regionalcodeprüfung: Laufwerke, die seit Beginn des neuen Millenniums verkauft werden, arbeiten im Regionalcode Playback Control-2 Modus (RPC-2). Das bedeutet, nach fünfmaligem Codewechsel speichert das Laufwerk den

aktuellen Code lebenslänglich,

> akzeptiert keine anderen Scheiben mehr. Viel benutzerfreundlicher ist der (noch) ak-

tuelle RPC-1. Der Co-

ist dem Laufwerk de schlicht egal

Gut dran ist, wessen Laufwerk die Wahl zwischen beiden Modi bietet, wie etwa das neue Pioneer mit einer Steckbrücke, dem Jumper, auf der Geräterückseite leider ist die Einstellmöglichkeit nirgends vernünftig beschrieben: das alte Problem mit der Dokumentation in der PC-Welt. Tips und Tricks zu diesen Problemen können sich interessierte Anwender auch auf Internetseiten wie www. dvdcopyworld.de holen.

Michael Ludwig

Regionalcodes

Nach dem Willen der Filmindustrie teilt sich die DVD-Welt in sechs Regionen mit den Regionalcodes eins bis sechs. Europa hat den Code zwei, America eins. Diese Aufteilung soll den interkontinentalen Handel mit DVDs unterbinden. Als Hauptgrund gibt das DVD-Konsortium dafür die unterschiedlichen Startzeiten der Filme an. Während ein Movie in den USA schon als DVD zu kaufen ist, steht der Kinostart in Europa unter Umständen noch aus. Der eigentliche Grund dürfte aber folgender sein: Nationale und internationale Verwertungsrechte liegen nicht immer bei demselben Verleih.

Dolby Surround

ist ein Mehrkanaltonstandard. Es gibt verschiedene Arten: Das veraltete, analoge Surround kann vier Kanäle verarbeiten, rechts, links, den Center und einen rückwärtigen Effektkanal, der per Phasenverschiebung auf zwei Lautsprecher aufgeteilt wird. Das neuere Dolby Digital arbeitet nach dem 5.1-Prinzip und bietet sechs unabhängige Kanäle, drei Lautsprecher vorne, zwei Rar-Speaker und einen Subwooferkanal, den sogenannten .1-Kanal.

Dolby Surround Verstärker

Zentrales Gerät Home-Cinema-Anlage. Der Dolby Surround- oder Dolby Digital Verstärker ersetzt den herkömmlichen Stereo-Verstärker. Er decodiert und verstärkt die via Digitalkabel vom DVD-Player übermittelten Toninformationen und gibt sie an bis zu sieben Lautsprecher weiter. Die zwei zusätzlichen Boxen sind weitere Effektlautsprecher für den vorderen Teil des Hörraums.

Ubersicht Software DVD-Player					
Produkt	Hersteller	Vertrieb	Preis	Telefon	http://
Cinemaster (Elsa Movie)	Ravisent	Elsa	29,95 DM	0241/6065112	www.ravisent.com; www.elsa.de
DVD Express	Mediamatics	k.A.	k.A.	001-510-668-4850	www.mediamatics.com
Power DVD	Cyberlink	BHV	59,95 DM	0800/5585795	www. Cyberlink.com.tw; www.bhv.net
Soft DVD Max	MGI Software	Koch Media	69,90 DM	0180/5585795	www.dvdmax.com; www.kochmedia.com
Varo DVD	Varovision	Markt + Technik	89,95 DM	-	www.varovision.com; www.mut.de
Win DVD	Intervideo	Sybex	79,95 DM	0211/97390	www.intervideo.com; www.sybex.de

Linux - Die Alternative zu Microsoft?

Ist Linux als Betriebssystem wirklich eine brauchbare Alternative zu den weltweit dominierenden Betriebssystemen von Microsoft? Oder handelt es sich nur um eine Art Protestbewegung von Leuten, die lieber komplizierte Installationsroutinen ertragen und diverse Treiberprobleme hinnehmen, als sich eine der diversen grafischen Benutzeroberflächen aus dem Hause Microsoft auf ihrem Computer zu installieren?

Eine aktuelle Situationsaufnahme zeigt auf, daß Linux inzwischen durchaus auch für den normalen User eine interessante Alternative zu bekannten Betriebssystemen darstellt und man keineswegs Informatikstudent sein muß, um Linux auf seinem Rechner zum Leben zu erwecken.

Begriffe wie "Distribution, Open Source, Unix, Kernel, KDE und GNU" klingen meist fremd und unverständlich für Benutzer von Rechnern, auf denen Windows installiert ist. Erfährt man dann noch von einer "abgetrennten oder gesplitteten Partition der Festplatte" und von einem "Bootmanager", die beide vor einem informierenden Blick über den Zaun des eigenen Betriebssystems errichtet sind, läßt die erweckte Neugier in der Regel schnell wieder nach. Doch in der letzten Zeit mehren sich in den Computer-Fachmagazinen Berichte aus der Linux-Welt, und auf den beigelegten Heft-CDs werden zunehmend diverse Linux-Distributionen unterschiedlicher Anbieter kostenlos zum "Ausprobieren" zur Verfügung gestellt. Hardware-Hersteller stellen immer öfter auch gleich die Treiber für Linux zur Verfügung, und namhafte Softwareunternehmen offerieren ihre Programme erstmals auch in einer Linux-Version, in vielen Fällen für den privaten Gebrauch – lizenzfrei.

Grund genug für PoS-MAIL, sich dieses Themas anzunehmen. Denn inzwischen sind der Umgang mit Linux und seine Installation nicht komplizierter, als mit einem Betriebssystem wie Windows.

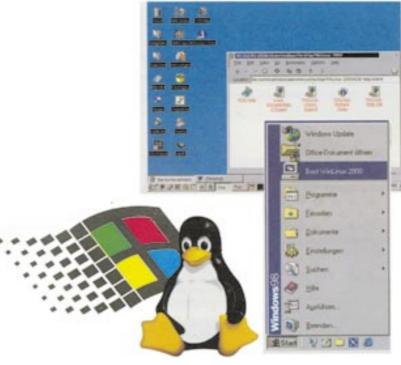
"Linux" steht ursprünglich für eine Verschmelzung von "Unix", einem Betriebssystem für Mainframes und Supercomputer, und dem Vornamen von "Linus Thorwald". Thorwald ist ein seinerzeit 21 Jahre alter Student der Universität von Helsinki, der im Herbst 1991 begann, ein eigenes Betriebssystem für seinen AT-386 Rechner zu entwickeln. Dieses wollte er für seine spezifischen Aufgaben so modifizieren, wie es ihm jeweils notwendig erschien. Den Quellcode seines "Linux" veröffentlichte er als "Open Source" und forderte weltweit alle Interessenten auf, Linux weiterzuentwickeln. Seine Bedingung war die lizenzfreie Veröffentlichung aller Veränderungen und Verbesserungen an Linux. Jeder, und das ist einer der wesentlichen Unterschiede zu Windows, kann Linux auf seinem Rechner installieren und benutzen, ohne etwas dafür zu zahlen. Linux ist "Freeware", und das soll nach dem Wil-

gefaßte, Kommerzialisierung von Linux erschien diesem Personenkreis undenkbar. Doch mit der parallel zur Weiterentwicklung des Programmkerns (Kernel) von Linux wachsenden Anzahl dafür geschriebener Pro-

selbst zu programmieren. Eine

eventuelle, auch eine nur ins Auge

entwicklung des Programmkerns (Kernel) von Linux wachsenden Anzahl dafür geschriebener Programme nahm die Anzahl der Stimmen zu, die sich für die Etablierung von Linux als eine Alternative zu dem die Computerwelt dominierenden Betriebssystem aus Redmond einsetzten. Dieser Weg wurde jedoch erst gangbar, als man begann, für Linux grafische Programm-Manager zu entwickeln, die eine ähnliche



Windows und Linux können problemlos auf ein und demselben Rechner installiert werden.

len seines Erfinders auch so bleiben. Die Verbreitung von Linux als "Open Source" (offengelegter Programm-Quellcode) ermöglichte unzähligen Informatik-Studenten und Programmierern rund um den Erdball die begeisterte Mitarbeit an dem Projekt. Linux war "ihr" Betriebssystem, das niemand allein gehörte, mit dem niemand ein Vermögen erwirtschaften konnte, das jeder verbessern durfte und zu dem jeder Erweiterungen programmieren durfte, wenn er es konnte. Voraussetzung war und ist bis heute die Veröffentlichung aller Veränderungen am Quellcode geblieben.

Das Insider-Image von Linux und seine hauptsächliche Verbreitung unter Informatik-Studenten und Professoren führte dazu, daß über viele Jahre hinweg nur Programmierer und IT-Studenten mit Linux umgehen konnten und nur sie in der Lage waren, das Betriebssystem auch ohne eine automatische Installationsroutine auf einem Rechner ans Laufen zu bringen und sich die notwendigen Treiber für die jeweilige Hardware

Bedienung wie bei Windows ermöglichten, zum Beispiel das "X-Windows" oder "Xfree86". Es gibt inzwischen Dutzende davon. Die zur Zeit populärste grafische Oberfläche für Linux ist "KDE" (K Desktop Environment), und mit ein paar Mausklicks kann man damit Linux wie MAC, Windows oder BeOS aussehen lassen.

Warum eigentlich Linux? Das ist eine berechtigte Frage, wenn man mal von der Lizenzfreiheit absieht und dem Wunsch, Monopole nicht zu mächtig werden zu lassen.

Der Linux Kernel ist sehr schlank und beansprucht wenig Hauptspeicher für die jeweiligen



Der Pinguin ist das Symbol von Linux.

Rechenoperationen. Und er macht den beanspruchten Speicher danach wieder frei und blockiert dadurch keine Ressourcen. Linux erlaubt eine beliebige Anzahl nebeneinander laufender Applikationen (Boxes) und damit echtes Präemptives Tasking.

Linux ist extrem schnell, weil es Speicher, CPU-Power und Diskspace optimal managen kann. Nur wenige vermuten, daß eine große Anzahl der Webserver im Internet auf alten 486er Rechnern unter Linux mit Apache Webservern läuft.

Linux ist ein Netzwerk-Betriebssystem, denn es basiert auf Unix, und Computernetzwerke wurden mehr oder weniger erst unter Unix entwickelt. Wegen der idealen Netzwerk-Eigenschaften von Linux formieren sich oft bei der NASA, bei Sandia, Fermilabs oder anderen Instituten leistungsfähige Supercomputer durch Cluster (zusammengeschaltet) aus Linux-Rechnern.

Linux ist sehr stabil und sicher. Linux-Rechner sind oft Monate und nicht selten Jahre lang in Betrieb, ohne abzustürzen. Weil Linux, im Gegensatz zu anderen Plattformen, sehr sicher ist, ist ein Virusbefall unter Linux eine Seltenheit. Linux-Distributionen sind auf einer CD-ROM zusammengefaßte Sammlungen eines aktuellen Linux-Kernels mit einer großen Anzahl verschiedener Anwendungsprogramme, einem grafischen Programm-Manager wie KDE und einer komfortablen Installationsroutine inklusive Offline-Dokumentation. Die Pressung und die Dokumentation der Distribution läßt sich der Verbreiter bezahlen. Für einen Preis von 50 bis 120 DM sind diese Zusammenstellungen ideal geignet, um in die Linux-Welt einzutauchen. Abgespeckte Demo-Versionen findet man nahezu überall kostenlos. Erfolgreiche Distributionen sind zur Zeit SuSe v.6.4 und Red Hat Linux v.6.1. Linux läßt sich auf nahezu allen Rechnern parallel neben anderen Betriebssystemen, wie MAC, Windows, Amiga, Atari, Dec, Sun Sparc, etc. installieren.

Linux unter Windows (WinLinux 2000) ist ein ganz einfacher Weg, um sich das erste Mal mit dem Programm bekannt zu machen. WinLinux benötigt ein knappes GB Platz auf der Festplatte, wird komfortabel ohne besondere Vorbereitungen unter Windows installiert und kann problemlos wieder deinstalliert werden. (http://www.winlinux.net)

Linux Distributor SuSe Mitglied bei CAPI

Als neues Mitglied begrüßte die Capi Association (Common-ISDN-API) auf der aktuellen Versammlung das Nürnberger Unternehmen SuSe. Wie der Pressesprecher von Capi erläuterte, haben die neu implementierten Erweiterungen das Ziel, den ISDN-Schnittstellen-Standard auf die zukünftigen Erfordernisse des Marktes auszurichten. Capi verabschiedete aus diesem Anlaß offiziell die Unterstützung von Linux. evo

StarOffice 5.2 für Linux ist fertig

Die aktuelle Version 5.2 des umfangreichen und leistungsfähigen Office-Pakets StarOffice ist nahezu fertiggestellt und soll ab sofort auf dem Sun-Webserver zum Download bereitstehen, (www.sun.com). StarOffice 5.2 wird wie bereits die vorangegangenen Versionen für die private und die geschäftliche Benutzung kostenlos zur Verfügung gestellt. Mit einem umfangreichen Support-Programm will Sun jedoch das Geld für diese Aktivitäten verdienen. Verbessert wurden gegenüber der Version 5.1 die diversen Import/Export-Funktionen für MS-Office-Dateien. Sämtliche Makros bleiben unverändert, werden beim Import auskommentiert und bei der Rückspeicherung in ein Office-Format wieder rekonstruiert. Die Rechtschreibprüfung von StarOffice 5.2 unterstützt als zusätzliche Sprachen u.a. Russisch, Tschechich, Griechisch und Ungarisch. Angesichts des gewaltigen Funktionsumfangs von StarOffice 5.2 wird das lizenzgebührenfreie Officepaket vermutlich eine oft wahrgenommene Alternative zu dem gerade vorgestellten Corel-Office für Linux werden.

IBM Netfinity-Server nun auch mit Linux

Auf Wunsch liefert IBM seine Netfinity-Server künftig auch mit Linux von Caldera, Red Hat oder Turbo Linux aus. In Japan wird der Netfinity 1000 nur in der Linux-Version erhältlich sein. Darüber hinaus will IBM mit einer Reihe von Produkterweiterungen und Software Promotions für Linux das Betriebssystem Unternehmen jeder Größe näher bringen. Unter anderem gibt es eine neue, verbesserte Version des Web Sphere Application Servers für Linux sowie das IBM Small Business Pack für Linux, ein Promotion-Paket aus E-Business-Applikationen für 499 US-Dollar.

Hier können Sie Ihr Abo





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

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

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

☐ 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. Liefe-

rung und Rechnung an folgende Anschrift:

Vorname

Straße/Haus-Nr

PLZ/Wohnorf

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

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

Datum Unterschrift

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

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

Datum Unterschrift

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

☐ Consumer Electronics-Fachhandel ☐ Telekom-Fachhandel ☐ PC + Peripherie-Fachhandel

☐ Foto-Fachhandel

Kaufhaus Versender ☐ E-Commerce □ Großfläche

☐ Fachmarkt Dienstleister:

■ Netzbetreiber Distributor

□ TK-Provider ☐ Foto- und Imaging Service

Lieferanten:

□ Hersteller

□ Distributor/Großhandel

□ Kooperationen □ sonstige (Schulen, Verbände etc.)



WipEout 3

- Destruction Derby Raw
- Ecco the Dolphin
- ChuChu Rocket
- StarLancer

WipEout 3 Special Edition

kämpft

PlayStation_® Spieler

poliert und zusätzlich mit einigen Tricks versehen. Wipeout 3 Special Edition bietet insgesamt 16 fantastische Kurse mit engen Kurven, Steilkurven, Berg- und Talfahrten und spektakulären Sprungschanzen. Neben Talon's Reach und Gar Deuropa, den Highlights aus Wipeout 2097, kann der Spieler auch auf

Die futuristischen Terramax oder dem Sagarmartha-Track sein Können rem vom Technokult-DJ Paul van Dyk. Raumgleiter von zeigen. Das Gameplay wurde den Wünschen vieler Fans Überarbeitet wurden bei Wipeout 3 Special Edition Wipeout sind wie- entsprechend noch einmal verbessert, so lassen sich jetzt die Highscore- und der unterwegs. beispielsweise nach Einzelrennen auch Folgestrecken aus- Memory card-Ver-Bei Wipeout 3 wählen. Neue Cheat-Crafts erleichtern das Leben auf der waltung und Special Edition Strecke. Durch schlagkräftige Cheats kann man dem Steuerung. Mit der der Gegner das Rennen schwer machen. Nach dem Überfahren Steuerung der Raumnicht von Bodenmarkierungen stehen dem Spieler z. B. ziel- gleiter kommen nun wie bei anderen Renn- suchende Raketen, Minen oder auch Energiebarrieren zur auch Anfänger gut zuspielen auf PS-Bolliden mit dicken Rennreifen, Verfügung. Zum eigenen Schutz gibt es verschiedene Arten recht. Die Vectorsondern bei Wipeout wird mit futuristischen Gleitern um von Schutzschilden. Dem Spieler stehen am Anfang vier Klasse ist für Anfänger den Sieg gekämpft. Verschiedene Kurse der ersten Wipe- Gleiter zur Verfügung, wobei der Fuhrpark bei fortlaufen- ideal geeignet. In den weiteren Klassen werden aber sogar

> Special Edition ist eine einmalige zeitig ins Rennen gehen. vermittelt jede einzelne Strecke ein dieser Art für die Playstation.



trotzdem ihren klassischen Charakter bei. Der Sound kommt unter ande-

out Spiele wurden überarbeitet, grafisch noch einmal auf- dem Spielfortschritt auf acht Gleiter anwächst. Highlight Spieleprofis gefordert. Wipeout 3 Special Edition ist desder Special Edition sind die neuen halb sowohl für Anfänger als auch für Profis geeignet. Ovalstrecken, die zusätzlich mit neuen Mit dem optional erhältlichen Linkkabel für das Verbinden Gleitern gefahren werden. Wipeout 3 von zwei Playstations können bis zu vier Spieler gleich-

> Zusammenstellung der besten Wipeout Wipeout 3 Special Edition ist ein Muß für alle Fans von Tracks. In aktueller High-End-Grafik Future-Rennspielen und wohl zur Zeit das beste Spiel

ultimatives Renngefühl und behält USK: ab 6 Jahre • Preisempfehlung: 59,95 DM

Destruction Derby Raw



Destruction Derby Raw ist das neue Blechspektakel für die Playstation von den Entwicklern Psygnosis/Studio 33. Die Fortsetzung der erfolgreichen Destruction-Derby-Serie auf Play-Station bietet in beeindruckender grafischer Umsetzung Crashs Blechschäden, realistische Überschläge und Drehungen oder Kollisionen mit alten Ölfässern, bei denen das Auto auch mal Feuer fängt. Im Laufe eines Rennens kann es darüber hinaus schon einmal passieren, daß sich die

Frontscheibe verabschiedet oder der Spieler mit plattgefahrenen Reifen zurechtkommen muß. Für Nervenkitzel sorgen insgesamt 31 Tracks und unterschiedliche Spielemodi.

Hauptmodus des Spieles ist der Raw-Wettbewerb. Der Spieler bestreitet hier Einzelrennen, bei denen jeweils eine Punktehürde zu knacken ist. Punkte erhält der Spieler durch eine gute Plazierung im Rennen, aber insbesondere auch durch spektakuläre Unfälle. Im Modus Skyscraper befinden sich zwei Autos in schwindelerregender Höhe auf dem Dach eines Wolkenkratzers: Der geschicktere, schnellere Fahrer bleibt oben – der andere verliert und stürzt spektakulär den Wolkenkratzer herunter. Im Modus pass-the-Bomb muß der Spieler versuchen, mit seinem Fahrzeug eine Bombe kurz vor der Explosion einem Gegenspieler unterzuschieben. Im Mehrspieler-Modus können bis zu vier Personen (mit optionalem Multi-Tap) gegeneinander antreten. Durch gutes Abschneiden im RAW-Wettbewerb können insgesamt acht Bonuswagen erspielt werden. Unter den Bonuswagen befinden sich unter anderem ein Polizeiauto und ein VW-Bus.

Das Fahrverhalten der Autos bei Destruction Derby Raw entspricht dem Aussehen der Fahrzeuge – man spürt beim Spielen förmlich die kaputte Federung der Fahrzeuge. Die Steuerung ist unkompliziert, und auch Anfänger kommen sofort damit zurecht.

Mit Destruction Derby Raw präsentiert Sony ein Spiel für jedermann mit einem abwechslungsreichen Gameplay, das das Zeug hat, zum Sommerhit zu werden. USK: ab 6 Jahre • Preis von 89,95 DM

Ecco the Dolphin

Das Game Ecco the Dolphin beeindruckt durch eine großartige 3D-Grafik. Durch etwa 100 Animationsphasen wird das Spiel extrem realistisch in Szene gesetzt. Von verspielten Pirouetten am Meeresgrund, über akrobatische Flugeinlagen, bis hin zur beeindruckenden Darstellung der virtuellen Unterwasserwelt mit all ihren Korallen, Algen und bunten Fischen, überzeugen die Szenarien grafisch auf der ganzen Linie. Mit Ecco the Dolphin werden eingefleischte Spieler wie auch Neueinsteiger in die atemberaubend schöne und wunderbare virtuelle Welt des Meeres entführt. Der Schwierigkeitsgrad ist kontinuierlich ansteigend. Für zusätzliche Atmosphäre sorgt der faszinierende Soundtrack des Unterwasserabenteuers. Ecco the Dolphin beschreitet neue Wege im Action-Adventure-Genre. Die Geschichte wird in aufwendigen Videosequenzen erzählt. Ausgangspunkt ist die friedliche Gemeinschaft von Menschen und Delphinen am Ende des 3. Jahrtausends. In dem Glauben, daß ihr gemeinsames Schicksal in den

die Galaxie zu erforschen. Nur eine kleine Gruppe von Delphinen bleibt zurück, um die Welt zu schützen. Sie werden jedoch durch einen geheimnisvollen Widersacher in einen Zeittunnel gelockt und in ihrer Psyche manipuliert. Allein Ecco entkommt dem geheimnisvollen Gegner und muß nun selber in den Zeittunnel, um sicherzustellen, daß die Delphine ihre ursprünglichen Fähigkeiten wiedererlangen. Während des Abenteuers und seiner Zeitreise hat Ecco Einfluß auf den Verlauf der Geschichte, und je nach Geschick entstehen so harmonische oder entsetzliche Welten. Insge-

samt gilt es vier Episoden zu mei-

stern: Paradise Island, Man's Nightmare, Dolphins's Nightmare und Foe's Lair.

> Bei Duellen mit aggressiven Haien oder bei der Berührung mit giftigen Quallen verliert Ecco an Lebensenergie. Da der kiemenlose Meeressäuger auf Atemluft angewiesen ist, muß der Spieler ständig die Sauerstoffleiste im Auge behalten. Gefüllt wird die Lunge durch einen Abstecher an die Oberfläche oder durch Luftblasen, die dem zerklüfteten Meeresboden entwei-

chen. Zur Verteidigung und zur Verständigung setzt Ecco sein Ortungssystem, den Sonar, ein. Damit kann er nicht nur mit Artgenossen ein Schwätzchen halten, sondern auch die nähere Umgebung abscannen, Feinde orten und die Umrisse von Küstenlinien und Felsformationen erkennen. Die 30 verschiedenen Levels, die das Spiel zu bieten hat, halten den Spieler in Atem. Mit der ausgefallenen Story und dem innovativen Spielprinzip ist Ecco the Dolphin eine Klasse für sich und eignet sich auch hervorragend für Kinder. USK: ohne Altersbeschränkung

Unverbindliche Preisempfehlung:

99,95 DM

Sternen liegt, brechen sie auf, um

ChuChu Rocket



ChuChu Rocket ist das erste Online-Spiel für eine Spielekonsole. Sega betritt damit Neuland. Jetzt können sich auch Besitzer einer Dreamcast Spielekonsole mit Gegnern weltweit (zur Zeit europaweit) messen. Dieses war bisher Besitzern von PC's vorbehalten.

Die Story spielt in ferner Zukunft, irgendwo auf einem weit entfernten Planeten. Tausende kleiner Space-Mäuse bevölkern einen Raketenlandeplatz. Hier leben die ChuChus glücklich und zufrieden, bis ihr Leben eines Tages durch eine Invasion gefährlicher Space-Katzen, den Kapukapus, bedroht wird. Die einzige Rettung für die Space-Mäuse ist die Flucht in die bereitstehenden Raketen. Das futuristische, im Pop- und Techno-Stil entworfene Katz-und-Maus-Spiel kann beginnen. Auf der Suche nach Schutz in den Raketen laufen unzählige kleine ChuChus durch die quadratische, zweidimensionale Arena. Ziel des Spiels ist es, die kleinen Nager mit Hilfe von Hinweispfeilen an den gefräßigen Katzen, klaffenden Löchern und anderen Hindernissen vorbei in die rettenden Raketen zu lotsen.

Im Single-Player-Modus stehen den Spielern drei Schwierigkeitslevel mit mehr als 75 Stages zur Auswahl. Ein integrierter Mehrspielmodus erlaubt sogar bis zu vier Spielern, sich gleichzeitig in den Wettstreit um die begehrten Nagetiere zu begeben. Beim Vierspieler-Modus kommt es auf Grips und Geschicklichkeit an. Einen strategischen Vorteil beim Spiel bringen beispielsweise solche kleinen Gemeinheiten, wie das Umlenken einer Katze in die gegnerische Rakete.

ChuChu Rocket ist grafisch recht einfach gestaltet, hat aber durchaus das Zeug dazu, Kultstatus zu erreichen, denn weder Pacman noch Tetris waren grafische Leckerbissen. Besonders spannend ist der zur Zeit laufende europaweite Online-Wettbewerb. Bis zum 29. Juli haben Spieler die Möglichkeit, sich für einen europaweiten Online-Wettbewerb zu qualifizieren. Über die Sega-

Dreamarena werden bis zum 29. Juli die besten Ergebnisse in der ChuChu Rocket-Rangliste registriert. Die vier Topscorer treten dann beim nationalen Finale am 26. und 27. August gegeneinander an, um den deutschen Champion zu ermitteln. Im September spielen die nationalen Champions aus Deutschland, Spanien, Frankreich und Großbritannien im Millennium-Dome in London um Gewinne, wie zum Beispiel ein Astronautentraining in den USA.

Registrierte Spieler der Dreamarena können ChuChu Rocket im Internet bei www.sega.de kostenlos bestellen. Bei den neuen Segakonsolen ist das Spiel bereits enthalten.



Microsoft StarLancer •

StarLancer heißt der neue Softwarehit von Microsoft. diesem

Game festigt Microsoft seinen Ruf, eine der besten Softwareschmieden für Spiele zu sein.

Im Jahr 2160 haben die mächtigsten Länder der Erde Bündnisse geschlossen, um die Kontrolle über die Erde, Venus und andere Planeten des Sonnensystems zu erlangen. Die USA, Großbritannien und andere Staaten der Westlichen Allianz stellen sich der Östlichen Koalition entgegen. Vor diesem Hintergrund spielt StarLancer, ein packendes Science-Fiction-Abenteuer. Der Spieler heuert als Pilot beim 45. Freiwilligen-Schwadron an, wo er sich bewähren muß. Die Missionen sind in eine spannende Geschichte eingebettet, die einen nicht mehr losläßt. Durch die dynamische Struktur der Missionen hat man den Ausgang der Geschichte in der Hand: Verpatzte Einsätze machen spätere Missionen um so schwerer, eine Serie von Fehlschlägen bringt die Allianz auf die Verliererstraße.

Das Spiel umfaßt mehr als 25 herausfordernde und abwechslungsreiche Einsätze. Das Spektrum reicht von der Eskorte für Landungsschiffe über die Befreiung von Gefangenen bis zum Anflug auf Raumstationen in einem Asteroidenfeld. Zur Erfüllung der verschiedenen Missionen stehen verschiedene Schiffstypen zur Verfügung, von leichten bis schweren Raumschiffen hat der Spieler freie Auswahl. Die Ausstattung des gewählten Raumschifftyps ist leicht veränderbar.

StarLancer bietet eine Grafik, wie sie bisher bei Weltraum-Spielen noch nicht zu sehen war. Partikel-Effekte, Beleuchtung und realistische Schiffsexplosionen machen das Spiel zu einer Augenweide. Cineastische Kameraperspektiven verstärken das Gefühl, sich in einem Kinofilm zu befinden. Die mehr als 80 verschiedenen Schiffstypen sind animierte 3D-Modelle, die durch Positionslichter und realistische Schäden so authentisch aussehen, daß sie einem Science-Fiction-Film entsprungen sein könnten. Neutrale Schiffe gehen abseits des Geschehens ihren eigenen Aktivitäten nach; Frachter werden entladen und Konvois eskortiert. Es entsteht der Eindruck eines belebten Universums. Die herausragende Präsentation erschöpft sich nicht nur in den Raumflug-Szenen. Es wird das Gefühl vermittelt, mittendrin statt nur dabei zu sein. Die wichtigsten Teile des Mutterschiffes sind durch 3D-Umgebungen miteinander verbunden, komplett mit animierten Besatzungsmitgliedern. Der Spieler hat auch eine eigene Kabine mit Spind, CD-Spieler und Flugsimulator.

Mehr als 4.000 Sprach-Samples hoher Qualität sorgen für die richtige Atmosphäre. Der Spieler wird während der Missionen von Funksprüchen und Kommentaren der anderen Piloten unterhalten und informiert. Eigens für StarLancer komponierte Musikstücke runden das Spiel ab.

Über die MSN Internet Gaming Zone oder ein lokales Netzwerk können bis zu acht Spieler in einem Deathmatch gegeneinander antreten oder bis zu vier Spieler kooperativ eine ganze Kampagne durchspielen.

Systemanforderungen:

ab Pentium II 233 und höher, Microsoft Windows 95, Windows 98, 32 MB RAM, 8x CD-ROM, SVGA Graphikkarte mit 256 Farben oder mehr, Windows 95 kompatible Soundkarte; Preis: 99,- (unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt.) Lanz

Microsoft kauft **Spiele-Entwicklungshaus**

Microsoft verstärkt seine Spiele-Entwicklungsabteilung durch den Kauf der Chicagoer Spiele-Entwicklungsfirma Bungie. Wie der Leiter der Spiele-Entwicklung bei Microsoft, Ed Fries, mitteilte, soll Bungie ein eigenes Entwicklungsstudio innerhalb der Microsoft Spieleabteilung bleiben. Der Softwaregigant wird fast alle der 50 Mitarbeiter von Bungie übernehmen.

Bungie wurde bekannt durch die Entwicklung der Spiele Marathon, Minotaur und dem Topseller Myth. Microsoft hat das Bungieteam offensichtlich übernommen, um vorrangig Spiele für die Ende kommenden Jahres geplante X-Box zu entwickeln. Nach FASA-Interactive und Access Software hat Microsoft innerhalb kurzer Zeit ein weiteres Topteam für seine Spiele-Entwicklung hinzugekauft.

Im Zusammenhang mit dem Kauf von Bungie stehen jedoch auch die Rechte an den Topsellern Myth und Oni. Die Spielerechte werden noch von Take-Two-Interactive, dem bisherigen Bungie Distributor, beansprucht. Microsoft soll jedoch den 20 Prozent Anteil, den Take-Two-Interactive an Bungie hatte, in einem separaten Geschäft ebenfalls übernommen haben. Allerdings soll das Spiel Oni unter Take-Two-Interactive auch in einer Version für die PlayStation 2, einem der Konkurrenten der X-Box, erscheinen.

Die Konzentration auf dem Spielentwicklungsmarkt geht weiter. Macht Microsoft mit der X-Box ernst, so wird sich die Tendenz der Konzentration noch verstärken und das Tempo erhöhen. Für einen erfolgreichen Start der X-Box braucht Microsoft Topspiele, und diese nach Möglichkeit exklusiv für die X-Box.

Loewe präsentiert neue moderne Fertigungslinie für TV-Geräte

Seit Mai dieses Jahres verfügt die Bereits für Mitte dieses Monats ist Loewe AG, Kronach, über eine eine Erhöhung der Produktionsneue Produktionsanlage für TV-Geräte, die laut Pressemitteilung zu den modernsten der Welt gehört. Die neue Fertigungslinie hat die älteste Einbaubahn abgelöst, die nach insgesamt 28 Jahren Laufzeit trotz durchgeführter Modernisierungen nicht mehr dem heutigen Stand der Technik entsprach. Die neue Bahn verfügt über Kapazitäten für die Produktion von über 800 Geräten pro Schicht und damit 1.600 Geräten pro Tag. Damit arbeitet die neue Bahn 20 bis 30 Prozent wirtschaftlicher, wodurch sich das Unternehmen auch für zukünftige Anforderungen gewappnet fühlt.

menge auf über 600 Geräte pro Schicht geplant, womit eine Kapazitätsauslastung von über 75 Prozent erreicht wird. Bei einer

vollen Auslastung der Doppelschicht bietet die Anlage je Schicht 40 Ar-

Zwei Jahre währte den Linie

beitsplätze.

die Vorbereitungszeit für die neue Fertigungslinie, die parallel zu der bereits bestehenaufgebaut wurde. Das Projekt,

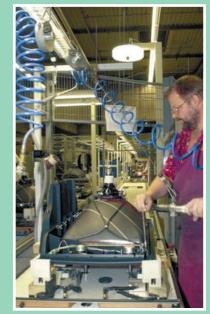


An der neuen modernen Fertigungslinie für TV-Geräte bei Loewe dessen arbeiten Menschen und Computer "Hand in Hand".

Gesamtkosten sich auf sieben Millionen DM belie-

fen, wurde von den Teamleitern Wolf-Dieter Gerke, Herbert Ströhlein und Hermann Zeuß zusammen mit Mitarbeitern des Meßgerätelabors, der Arbeitsvorbereitung und der Fertigung realisiert. Das junge Engineering Unternehmen Industrial Process Automation (IPA) aus Holland wurde mit dem Bau beauftragt, der nach sorgfältigen Planungen und Vorbereitungen im April dieses Jahres in Kronach begonnen hatte.

Die neue Fertigungslinie ist geeignet für alle Tischgeräte der Bildschirmklassen 55 bis 82 cm. Der Wechsel von einer Klasse auf ein anderes Modell ist mit nur geringer Rüstzeit möglich. Damit kann Loewe weiterhin die hohen Ansprüche der Endabnehmer nach individuellen Geräten erfüllen. "Größte Flexibilität bei gleichzeitig hoher Automatisation ist deshalb eine wesentliche Anforderung an die neue Linie", betonte in diesem Zusammenhang Vorstandsmitglied Gerhard Schaas. Zu den wesentlichsten technischen Verbesserungen der neuen Bahn zählen größere Werkstückträger für alle Geräte bis 82 cm



Vor allem, wenn es um schwere Bauteile wie die Bildröhre geht, erleichtern Roboter die Arbeit bei der neuen Fertigungslinie. Auf dem Foto führt ein Loewe-Mitarbeiter die Vormontage durch, bei der die Bildröhre ins Gehäuse geschraubt wird.

Bildschirmgröße sowie drei Roboterstationen. Zwei davon sind in der Vormontage, einer im Verpackungsbereich.



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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



Digitally yours

Wir sind einer der weltweit größten Hersteller von Elektronikgeräten. Ständige Innovationen und ein hoher Qualitätsanspruch haben uns in diese führende Marktposition gebracht. Um auch in Zukunft der digitalen Herausforderung gerecht zu werden, müssen wir unser Team in Willich verstärken. Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt jeweils eine/n

Servicetechniker/in (Hotline)

In unserem Serviceteam übernehmen Sie die telefonische Betreuung unserer Kunden. Aufgrund Ihrer sehr guten technischen Kenntnisse im Bereich Unterhaltungselektronik und/oder Hausgeräte sind Sie in der Lage, Defekte selbständig zu analysieren und die Reparaturen durchzuführen. Sie haben eine abgeschlossene technische Ausbildung und bereits mehrjährige Berufserfahrung im Kundenservice gesammelt. Ihre guten Englischkenntnisse werden Ihnen dabei behilflich sein

Netzwerk-Administrator/in

In unserem EDV-Team übernehmen Sie den Network- und PC-Support. Sie sind verantwortlich für die Beschaffung und Verwaltung von Hard- und Software. Darüber hinaus stehen Sie unseren Mitarbeitern als kompetenter Ansprechpartner zur Seite und entwickeln gemeinsam Lösungen. Neben einer abgeschlossenen Ausbildung im EDV-Bereich, verfügen Sie bereits über erste Berufserfahrungen sowie ausgeprägte Englischkenntnisse.

Interesse? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen bitte an unsere Personalabteilung. LG Electronics Deutschland GmbH, z. Hd. Frau Gisela Schimski/ Herrn Christoph Zimmermanns Jakob-Kaiser-Str. 12, 47877 Willich, Tel. 02154 / 492-183
HYPERLINK http://www.lge.de.; http://www.lge.de.; e-mail:zimmermanns@lge.co.kr.

Sie und wir - die Zukunft liegt bei uns

Wir suchen zum schnellstmöglichen Termin...

1 Rundfunk-Fernsehtechniker

(Informationstechniker)

für alle anfallenden Aufgaben eines Serviceund Dienstleistungsbetriebes im Bereich der Unterhaltungselektronik.

MEGASTORE by SCHEUERL

Tel.: 02195/9191-0

Fax: 02195/9191-20

e-mail: Scheuerl-Radio@t-online.de



Wir verstärken unser Team:

Großflächiges Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener

Großraumwerkstatt sucht für sofort oder später

Radio- u. Fernsehtechniker

für die Reparatur von Fernsehgeräten

Wir bieten: leistungsbezogene, übertarifliche Bezahlung, besondere Sozialleistungen, ständige Schulungen, gutes Betriebsklima in einem jungen dynamischen Team.

Wir erwarten: solide Fachkenntnisse u. schnelle Auffassungsgabe, Führerschein Klasse III, eigenverantwortliches Arbeiten, Teamgeist.

Bewerbungsunterlagen an: Herrn Weidisch Kaiserswerther Str. 95 40880 Ratingen www.johann-wittmer.de

Ort, Datum





Als ein junges, in Wien beheimatetes Unternehmen produzieren wir neue, innovative Produkte für die Telekommunikations- und IT-Branche.

Um unserer starken Expansion auch personell folgen zu können, suchen wir

für den Bereich Produkt-Support

zur Verstärkung unseres jungen, engagierten Teams in Deutschland und zum Ausbau unserer Vertriebsaktivitäten über den regionalen Fachhandel

INGENIEURE/TECHNIKER/ELEKTRONIKER

aus den Bereichen Elektronik /Informatik/Telekom. denen der Umgang mit immer neuen Produkten und Technologien und deren Einsatz eine Herausforderung und Motivation bedeutet.

Kenntnisse der Branche sind von Vorteil, aber kein Muß, wenn Softwarewissen vorhanden ist. Eine Einarbeitung in das neue Aufgabengebiet ist selbstverständlich und verbunden mit dem Freiraum für erfolgreiches Arbeiten und der Umsetzung Ihrer Ideen und Anregungen. Für den Anfang könnte hier auch eine nebenberufliche Teilzeittätigkeit für Studenten der Fachrichtung Informatik eine reizvolle Alternative sein.

Wenn Sie diese Aufgabe reizt und Sie Interesse an eigenverantwortlicher Tätigkeit in einem erfolgreichen, jungen Team haben, dann rufen Sie an oder bewerben Sie sich bitte mit den üblichen Unterlagen bei

z. Hd. Hr. Schiffer Königswinterer Str. 667 email: HansJSchiffer@t-online.de 53227 Bonn

Tel.: 0228 9449725 Fax: 0228 9449700

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht

genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet

werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits-

oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden

Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher

gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur

hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders

günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von

50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine

1/8 Seite im Textteil 1.200,- DM / 614,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigenteil 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 Gelegen-

Auftrag

Größe:



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigen	text in
---	---------

o einmal in der nächstmöglichen Ausgabe

in den Ausgaben

Breite 277,0 mm, je mm Höhe12,00 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 angebenen 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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:
PoS-MAIL 8/2000
POS-MAIL 8/2000

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

Für Bestellungen aus der Europäischen Union:

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

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

heits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 300,- DM / 153,50 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 1 v. 01.01.2000.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare



Digitally yours

Wir sind einer der weltweit größten Hersteller von Elektronikgeräten. Ständige Innovationen und ein hoher Qualitätsanspruch haben uns in diese führende Marktposition gebracht. Um auch in Zukunft der digitalen Herausforderung gerecht zu werden, müssen wir unser Team in Willich verstärken. Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt jeweils eine/n

Debitorenbuchhalter/in

In unserem Vertriebsteam übernehmen Sie einen Debitorenbereich selbständig und eigenverantwortlich. Der enge Kontakt mit unseren Kunden sowie die Unterstützung des Außendienstes erfordern ein hohes Maß an Kundenorientierung und sicheres Auftreten. Von der fachlichen Seite her haben Sie eine kaufmännische Ausbildung absolviert und erste Erfahrungen in einer vergleichbaren Position gesammelt. Selbstverständlich verfügen Sie über fundierte Englischkenntnisse. Idealalter bis Mitte 30 Jahre.

Vertriebsassistenten/in

Mit Engagement und Flexibilität sind Sie in der Lage, das gesamte Spektrum der Auftragsabwicklung eigenverantwortlich zu übernehmen. Hierzu gehören auch die Erstellung von Angeboten und die Überwachung der Aufträge. Neben einer kaufmännischen Ausbildung erwarten wir von Ihnen Erfahrung im Telefonvertrieb sowie ein gutes technisches Verständnis. Englischkenntnisse in Wort und Schrift runden Ihr Profil ab.

Interesse? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen bitte an unsere Personalabteilung.

LG Electronics Deutschland GmbH, z. Hd. Frau Gisela Schimski/ Herrn Christoph Zimmermanns Jakob-Kaiser-Str. 12, 47877 Willich, Tel. 02154 / 492-183

 $HYPERLINK\ http://www.lge.de.;\ http://www.lge.de.;\ e-mail:zimmermanns@lge.co.kr.$

Sie und wir – die Zukunft liegt bei uns



Wir verstärken unser Team

Großflächiger Fachmarkt für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte sucht für sofort:

Mitarbeiter(in)

für unseren Kassen- u. Infothekenbereich

WIR BIETEN: abwechslungsreiche Tätigkeit in einem jungen und dynamischen Team, leistungsbezogene u. übertarifliche Bezahlung (besondere Sozialleistungen, ständige Schulungen)

WIR ERWARTEN: solide Fachkenntnisse u. eine schnelle Auffassungsgabe, Sicherheit im Umgang mit Kunden, eigenverantwortliches Arbeiten, Teamgeist, Bereitschaft, auch samstags zu arbeiten (40,5h Woche), Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit, um auch in turbulenten Zeiten nie die Übersicht zu verlieren

Bewerbungsunterlagen bitte an:

Herrn Wittmer Kaiserswerther Str. 95 40880 Ratingen www.johann-wittmer.de



Wir sind seit über 20 Jahren ein erfolgreiches mittelständisches Unternehmen im Markt-Segment Neue Medien und Visuelle Kommunikation mit hohen Qualitätsansprüchen an uns und unsere Dienstleistungen. Unsere Stärke ist die Flexibilität und Dynamik, mit der wir Kundenwünsche und -aufgabenstellungen aufnehmen und effizient lösen.

Wir suchen eine(n) KONTAKTER(in).

- Sie verfügen über eine werbewirtschaftliche Ausbildung?
- Sie haben Berufserfahrung in einer Agentur?
- Sie denken strategisch, beraten kompetent und sind zugleich hoch motiviert?
- · Sie bringen konzeptionelles Denken und Englischkenntnisse mit?
- Sie haben Lust auf eine neue Aufgabe mit Verantwortung?
- Dann kommen Sie zu uns!

Schriftliche Kontaktaufnahme per e-mail oder snail-mail an:

Atelier Eschenbach GmbH - Die Werbef@ctory® Sohlstaettenstrasse 123 - D-40880 Ratingen Mail: eschenbach@eschenbach.de







WerbeF@ctory:



Integrative Kommunikationslösungen



- Fotostudio (24x36mm bis 8x10inch) mit angeschlossenem Fachlabor
- **Bildverarbeitung und Retusche** Grafik, Satz und DTP
- **CD-Rom und DVD-Produktionen** Videoproduktion

Image und Produktfilme

 Internetdesign und -Hosting Werbemittel

Multimedia

Mediaplanung und PR

Alles aus einer Hand?







- Telefon: 02102-9404-0
- Telefax: 02102-49 99 74



http://www.eschenbach.de



 Postanschrift: Atelier Eschenbach GmbH Sohlstättenstrasse 123 D-40880 Ratingen





Spinnen die Finnen?

Manchmal kann man andere Märkte nur beneiden. In Finnland, so ist zu hören, wurden im vergangenen Jahr mehr Mobiltelefone verkauft, als das Land Einwohner hat. Das gibt zu denken. Zum einen, weil selbst phantasievolle Zeitgenossen sich schwer vorstellen können, was Säuglinge und der Sprache noch nicht machtige Kleinkinder mit einem Handy tun. Und was die Erwachsenen angeht: Mit wem telefonieren die eigentlich? Oder telefonieren die am Ende soviel, daß ein Zweitgerät her muß, damit die anderen nicht ausschließlich das Besetztzeichen zu hören kriegen. Und überhaupt: Warum hinken die deutschen Handyverkäufe so hinter den Finnen hinterher, wie die Fußball-Nationalmannschaft hinter den Portugiesen? Natürlich braucht man mehr als nur ein Handy: Wie soll man sonst während des Telefonierens SMS verschicken oder im Internet herumwapen? Genau betrachtet braucht man dafür sogar schon drei.

Wer auch immer im Lande Nokias, wo zur Zeit die Sonne nicht untergeht, fürs Mobilfunkmarketing zuständig ist: Werbt ihn ab! Wir brauchen ihn nicht nur zum Verkauf von Handys. Auch bei DVD-Spielern, Fernsehgeräten und Konzertflügeln kann der Mann segensreich wirken. Wenn das nicht reicht, lassen wir ihn einfach die Fußball-Nationalmannschaft trainieren.

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich) Franz Wagner

Dipl. Journ. Herbert Päge Dipl. rer pol. Karla Schulze Birgit Hölker, M.A. Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath, Michael Ludwig Georg Reime

Anzeigen:

Franz Wagner Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1 v. 1. Januar 2000

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruß, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem Köln-Mülheim

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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

ISSN: 1615-0635

Look and Touch: TOSHICAM®

TOSIMBA





In Touch with Tomorrow **COSHIBA**

■ 3,37 Mio. Pixel

optischer Zoom

■ USB-Schnittstelle

■ Externer Blitzanschluß