PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

August 2001

ISSN 1615 - 0635 • 9,78 DM • 5,– €

2. Jahrgang • G 51612

http://www.pos-mail.de

INHALT

Funkwerk Dabendorf: Freisprechanlagen für jeden Bedarf ...8

AVM: Fachhandel bleibt der wichtigste Absatzkanal ...10

Metz: Free-to-Air Receiver-Modul für TV-Geräte . . . 1 1

Grundig: DVD-Player in Eigenregie ...12

Premiere mit neuem Provisionskonzept ...12

Thomson kooperiert auf der IFA mit der ARD ...14

Nokia Media Terminal: Einfache Bedienbarkeit ist Teil des Konzepts ...16

Grundig SeleXX: TV-Programm nach Maß ...18

Zum Herausnehmen in der Heftmitte:
PoS-MAIL IFA Guide ...19

Guide@IFA

Grußwort zur IFA von Raimund Hosch ...20

Stimmen der Industrie ...20

Geländeplan ...22

Wichtige Aussteller nach Hallen ...23

Aussteller nach Produktgruppen ...24

Die wichtigsten Aussteller von A–Z ...25

Zwanzig Jahre High End ...27

Toshiba: Neue Stars im TV-Bereich ...28

Canon: Camcorder mit Ambitionen ...29

Casio kommt mit drei neuen Digitalkameramodellen ...30

Hinter den Kulissen der Philips Bildröhrenfabrik Aachen ...32

Iomega setzt verstärkt auf optische Speichermedien ...33

Neues von MP3 ...34

LG mit neuem Auftritt ...36

Games ...38, 39

Samsung: IFA Eröffnungs-feuerwerk mit voller Palette ...40

Hama: Zubehör per Mausklick ...41

Tk-Nachrichten ...6

Neuheiten ...9, 13, 30, 31

Aktuelles ...4, 6, 7,15, 17

Kleinanzeigen ...42

No(?)sense ...43

Impressum ...43

Strategische Partnerschaft zwischen Loewe und Bose:

Spitze bei Bild und Ton

Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, gab es anläßlich der Hauptversammlung am 26. Juni dieses Jahres in Berlin als Erster bekannt, bei der deutschen Bose GmbH war man dagegen deutlich zurückhaltender und rückte erst aufgrund von Anfragen der Presse mit einer praktisch gleichlautenden Bestätigung heraus. Man hatte dort zunächst die bereits in der Endphase befindlichen, ersten Produkte abwarten wollen, die zur IFA in Berlin vorgestellt werden. Nun aber ist es von beiden Seiten offiziell: Loewe AG und Bose Inc. haben eine strategische Partnerschaft im Bereich Heimkino, neudeutsch Home Cinema, vereinbart und wollen ihre jeweiligen besonderen Stärken in eine umfassende Zusammenarbeit einfließen lassen.

Wie Dr. Hecker in seiner Rede mit einem Rückblick auf das außerordentlich erfolgreich verlaufene Geschäftsjahr 2000 (siehe Kasten) weiter ausführte, soll am Beginn der für beide Seiten zukunftsträchtigen Zusammenarbeit die Angleichung der Bedienkonzepte für die HiFi-Anlage Lifestyle 50 und die Fernsehgeräte von Loewe stehen, um deren Steuerung mit einer einzigen Fernbedienung, etwa der Loewe Control, zu gewährleisten. Die Markteinführung dieses gemeinsamen ganzheitlichen Konzepts soll bereits im August – und zwar zunächst über den Bose-Fachhandel – erfolgen.

Mit dieser – ausdrücklich langfristig orientierten – Allianz treffen zwei zwar ungleiche, sich aber dennoch gegenseitig geradezu ideal ergänzende Partner aufeinander. Auf der einen Seite das urdeutsche, 1923 gegründete Traditionsunternehmen Loewe, Pionier der Rundfunk- und Fernsehtechnologie, auf der anderen Seite der multinational operierende Bose-Konzern mit Sitz in Framingham/USA, einer der absoluten Marktführer im Audio-Bereich, der bezüglich Forschung, Technologie und Vermarktung innerhalb seiner Tätigkeitsfelder Maßstäbe setzt.

Eine gemeinsame Stärke beider Partner ist neben der meisterhaften Beherrschung der hauseigenen Technologie und Innovationskraft ganz zweifellos das attraktive und am Markt sehr erfolgreiche Produktdesign. Das verrät nicht nur die Regelmäßigkeit, mit der Erzeugnisse beider Unternehmen Design-Preise einheimsen dürfen. So ergatterte Bose zuletzt den Red Dot Award für sein Lifestyle 50 digital und Loewe beispielsweise den 2000er Bundespreis Produktdesign für sein Plasma-TV Spheros.

Die überaus erfolgreichen, vom Nachfragesegment des anspruchsvollen Konsumenten offenbar heißgeliebten Produkte gilt es nun lediglich optisch, haptisch, funktionell und bedienungstechnisch anzugleichen, um schnellstmöglich audiovisuelle Komplettsysteme realisieren und vermarkten zu können. Denn Systeme sind es,

Grundig DVD-Player in Eigenregie

Im walisischen Werk Llantrisant hat die Grundig AG mit der Herstellung der ersten eigenproduzierten DVD-Range begonnen. Die ersten Xenaro Geräte sind jetzt da. **... S. 12**

Nokia Media Terminal

Der Digitalempfänger mit integrierter Festplatte und Internetzugang verknüpft die unterschiedlichen Übertragungswege so, daß man die Quelle der Inhalte nicht unterscheiden kann. **... S. 16**

Canon Camcorder mit Ambitionen

Canon stößt auf der IFA in die Megapixel-Klasse vor und will mit zwei hochkarätigen Camcorder-Modellen den erfolgreichen Weg im Videosegment fortsetzen. **... S. 29**

Samsung: IFA Eröffnungsfeuerwerk

Mit der Vorstellung einer fast neuen Produktpalette im UE-Bereich unterstreicht Samsung zur IFA seine Zielsetzungen auf dem europäischen und deutschen Markt. **... S. 40**

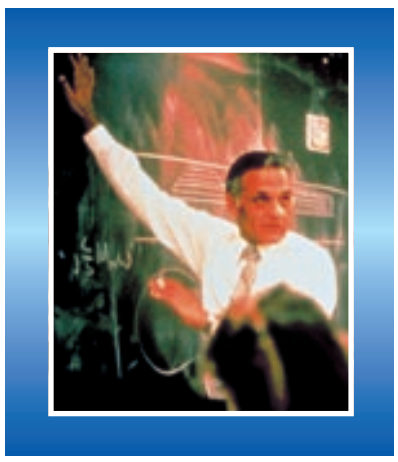
die beide Unternehmen anbieten und verkaufen wollen.
Im Anschluß an diese von Dr. Hecker angekündigte erste Stufe der Zusammenarbeit wird es im zweiten Schritt auch eine Reihe gemeinsamer Produktentwicklungen geben. Erste Einzelheiten sind bereits zur IFA in diesem Jahr zu erwarten. Dazu steuert Loewe – in innovativem hauseigenen Design – die Audio- und Home Cinema Sound-Komponenten bei, während das zugehörige Satelliten-Lautsprechersystem eine Bose-Kreation darstellt. Die Lautsprecher werden deshalb auch allesamt mit dem Hinweis Sound by Bose gekennzeichnet sein.

Große Chance

Beide Unternehmen versprechen sich natürlich von der weitgehenden Zusammenarbeit Synergieeffekte, wie etwa die Einsparung von Aufwendungen für Forschung und Entwicklung. Dabei partizipiert jeder Partner vom entsprechenden Technologievorsprung und Know-how des anderen. Während Loewes gewachsene Domäne nach wie vor im Bild-/Displaysektor, sprich im analogen wie digitalen TV, zu finden und Bose hier gewissermaßen unbeleckt ist, macht den Amerikanern so schnell keiner etwas vor, wenn es um den guten Ton geht. Zwar ist Loewe der Audiosektor traditionell keineswegs fremd, doch stellt gerade die enorm boomende, aber sehr kurzlebige, weil rasend schnell neue Standards und Tonformate entwickelnde Home Cinema-Landschaft vollkommen andere Anforderungen an Produktzyklen und Innovationsgeschwindigkeit sowie den finanziellen Background der Marktteilnehmer. Zudem stoßen immer mehr Mitbewerber aus verwandten Bereichen wie der Computerperipherie hinzu, die zwar im klassischen Audiosektor wenig Kompetenz haben, sich aber bestens etwa mit Digitaltechnologie und DVD-Laufwerken auskennen und über den Preis zu Markterfolgen kommen. Da kommt die geballte Wirtschaftsmacht Boses mit ihrem umfassenden wissenschaftlich-technischen Background und der Beherrschung insbesondere der digitalen und akustischen Schlüsseltechnologien als Ergänzung zu Loewes visuellen Stärken gerade recht. Das erklärte Ziel lautet, die Kräfte zu bündeln und aufgrund komplementärer Synergie mit ganzheitlichen Konzeptionen an der Spitze des technisch Machbaren zu operieren – das Ganze ist hier mehr als die Summe beider Teile: Es geht um die Kombination von Spitzenleistungen in Bild und Ton.
Die Stoßrichtung dürfte dabei für die Premiummarke Loewe sicherlich auch einen satten Schritt Richtung des gehobenen, internationalen Massenmarktes bedeuten, auf dem sich Bose geradezu lehrbuchmäßig etabliert hat. Es gibt wohl kaum ein anderes Unternehmen, dem man ein – zugegeben gut klingendes – Stereo-Küchenradio für vierstellige Beträge in utopischen Stückzahlen aus der Hand reißt.

Aktuelles Loewe TV-Gerät der Aconda-Serie.

Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG: „Beide Partner haben ihre kreativen Stärken zusammengeführt, um auf einem der am schnellsten wachsenden Märkte – Home Cinema und Home Entertainment – bestes Bild und besten Ton anzubieten."


Dr. Amar Bose bei Vorlesung am MIT in Boston.

Bose war zudem einer der ersten Hersteller, der erkannte, daß der moderne Konsument nicht mehr wie noch in den 70er und 80er Jahren mit seinen übergroßen Lautsprechern als funktionelles Möbelstück protzt – die legendären Bose 901 mit Direct/Reflecting-Technologie eingeschlossen –, sondern mehrheitlich, schon aufgrund des weiblichen Einflusses, die Boxen lieber unsichtbar in den Wohnraum integriert. Das gilt natürlich besonders für Mehrkanalsysteme mit ihren mindestens fünf und mehr Lautsprechern. Und ungeachtet aller mittlerweile vorhandenen Imitatoren ging dabei kein anderer so konsequent und erfolgreich vor wie die Bose Corporation mit ihren aufstellungsunkritischen, zum Teil sogar durch Drehung eines Gehäuseteils ausrichtbaren und in jede Bücherwand passenden Miniaturboxen nebst Subwoofer, alles zusammen kaum größer als eine Kiste Sprudel. Und dabei klingt es wesentlich erwachsener als es aussieht!
Gemeinsamkeiten gab es – neben der Beschäftigung exquisiter Designteams wie dem von John Grinkus (Bose Wave Radio, 1994) oder Phoenix Product Design Stuttgart (Loewe) – auch in den Firmenphilosophien. So betreiben beide Unternehmen Ambiente-Schauräume, Loewe in Form von Galerien in Berlin und Paris, Bose darüber hinaus als Ladengeschäfte, vor allem in den USA.

Weitere Partner

Die bestehenden Allianzen Loewes, etwa die weitläufig bekannte Zusammenarbeit mit der über einen beinahe mythologischen Status verfügenden schottischen HiFi/High End-Edelschmiede Linn im besonders hochwertigen Audio-Umfeld, mit dem japanischen Technologie-Giganten Sharp bei fortschrittlichen LCD-Bildschirmtechnologien, zu denen Loewe die digitale Signalverarbeitung beisteuert, mit dem ZDF beim TV-Gerät mit Internetzugang per Knopfdruck oder – weitgehend unbekannt – mit dem Haaner Lautsprecherspezialisten Visaton bei einigen Schallwandlern, tangiert dieses neue Bündnis ausdrücklich nicht. Es ist vielmehr als logische Ergänzung zu sehen, und die Deutschen – wie auch die Amerikaner – hätten dafür kaum einen besser geeigneten Partner finden können.

Multimedialer Blitzstart

Natürlich läutet diese Kooperation in Kronach eine neue Ära ein. Die Welt wächst immer mehr zusammen. Das gilt besonders für die Welt des Entertainments, in der künftig nicht nur die Unterscheidung zwischen Bild (TV/Video/DVD-Video) und Ton (HiFi-Anlage, DVD-Audio) fallen wird, sondern zu der inzwischen selbstverständlich auch Multiroom, Tele-/Bildkommunikation, Computer, Internet/

Fachhandel @ IFA

Kein Zweifel: Wenn es die Internationale Funkausstellung nicht gäbe, müßte man sie sofort erfinden. Wie keine zweite Messe führt sie das gigantische Angebot der „New Consumer Electronics", wie man die Multimedia-Welt der Unterhaltung auf neudeutsch nennt, zusammen. Davon profitiert der High-Tech-Fachhandel gleich doppelt: Zum einen ist diese Messe eine unübertroffene Informationsquelle über die Produkte und Trends, die heute, morgen und übermorgen das Geschäft bestimmen. Zum anderen erzeugt die Internationale Funkausstellung durch die vielen Besucher und die große Medienresonanz Nachfrage – diese Messe bringt die Kunden ins Geschäft.

Wer nicht will, daß diese Kunden schlauer sind als er selbst, kommt um die Reise nach Berlin nicht herum. Aus erster Hand bieten die mehr als 900 Aussteller einen umfassenden Überblick über die Zukunft der Unterhaltungselektronik: von DVD zum Weihnachtsgeschäft, über die Zukunft des digitalen Fernsehens, die in Berlin beginnt, bis zur Telekommunikation mit GPRS und UMTS. Erstmals sind Inhalte, auf neudeutsch Content, ein wichtiger Schwerpunkt der IFA. Mit Recht – denn im Zeitalter der Digitaltechnik entscheiden Inhalte, Programme und Dienstleistungen immer mehr über die Vermarktung der Geräte.

Die neuen Technologien sorgen für Wachstum in unserem Markt – das ist auch nötig. Denn mit den traditionellen Geschäftsbereichen ist immer weniger Geld zu verdienen – Fernseher in Standard-Version oder kompakte Audioanlagen stehen unter starkem Preisdruck, der nur durch Innovationen aufgefangen werden kann.

Die wird es in Berlin reichlich geben. Um Ihnen die Messevorbereitung zu erleichtern, finden Sie in dieser Ausgabe einen umfangreichen IFA-Guide – damit Sie Ihren Weg durch das weitläufige Messegelände im voraus planen können. Auch aktuelle Neuheiten, die zum Besuch in Berlin motivieren, stellen wir bereits jetzt vor. Mehr folgt in unserer umfangreichen Messe-Ausgabe – pünktlich zum IFA Start am 25. August.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

Täglich frische News: www.pos-mail.de

E-Mail und Elektronik-Spiele – komfortabel gebündelt – gehören. So wird endlich verschmelzen, was eigentlich immer schon zusammengehörte und was auch immer sonst noch hineinpaßt.
Jedenfalls kann kein Händler mehr erwarten, daß die Kunden von heute und morgen weiterhin verschiedene Räume oder zumindest Raumecken für Musik, TV und Computer unterhalten und mit separaten Geräten zustellen.
Konvergenz von Produkten, Netzen und Inhalten nennt Loewe-Chef Hecker treffend diesen täglich zu beobachtenden, unaufhaltsamen Prozeß. Loewe hat für seine eigenen Multimedia-Lösungen, also integrierte Systeme für Unterhaltung, Information und Kommunikation im Haushalt, den Oberbegriff ihome mit eigenem Logo entwickelt.

Design und High-Tech: Loewe Spheros Plasma TV.

Als erster Schritt der Zusammenarbeit werden die Bedienkonzepte der Loewe Fernsehgeräte und der Bose Lifestyle 50 HiFi-Anlage zusammengeführt – eine Fernbedienung soll genügen.

Die Kehrseite dieser Entwicklung ist die Tatsache, daß der traditionelle Audiobereich markenübergreifend schon seit Jahren stagniert, zum Teil sogar heftig kriselt, denn die sogenannte Mittelklasse ist geradezu weggebrochen. Dagegen konnte der die deutsch-amerikanische Allianz betreffende Bereich Heimkino, der ja nichts anderes ist als eine Erweiterung hochwertiger TV-Bilder um mehrere Soundkanäle, allein in Deutschland im Jahr 2000 einen Umsatzzuwachs um atemberaubende 62 Prozent verbuchen. Gemäß Intelect Marktforschung sind die Wachstumsprognosen für Heimkinosysteme auch in den USA enorm. Und deshalb ist der Schritt zweier so hochkarätiger Spezialisten aufeinander zu nur folgerichtig. Zum ganzheitlichen Ansatz paßt natürlich auch die fast zeitgleich zur Ankündigung begonnene neue Markenkampagne Loewes unter dem Motto „Erlebnis für die Sinne“, zu der auch der weitere Ausbau des klassischen TV-Gerätes zur Kommunikationszentrale im Wohnzimmer gehört. Mittlerweile sind zum Beispiel alle (seit April) von Loewe produzierten Multimedia-TV-Modelle für die Verbindung mit dem Internet ausgerüstet, etwa um zusätzliche Informationen zum laufenden TV-Programm abzurufen.

Angst vorm Bose-Wolf?

Profitabel muß eine solche Allianz aber auch für den weitaus größeren Partner, insbesondere einen mit allen Wassern dieser Welt gewaschenen Giganten wie Bose, schon sein, sonst würde er sie nicht ohne Not schmieden. Dahinter steckt mehr als die Aussicht auf ein paar Tausend mehr mit der Marke Loewe und über deren Vertriebskanäle abgesetzte Lifestyle-Systeme oder Lautsprecher. Dieser Schritt stößt für Loewe zweifellos schon mittelfristig die Tür in den internationalen Markt, vor allem den der Vereinigten Staaten (und darüber hinaus) ein gutes Stück weiter auf, als dies ohne einen amerikanischen Partner dieses Kalibers möglich wäre. Darauf wird man in Kronach durchaus spekuliert haben. Gleichzeitig macht diese strategische Partnerschaft aber auch den bisherigen Audio-Spezialisten Bose praktisch zum Vollsortimenter. So profitieren beide Unternehmen. Das theoretische Potential dieser aus deutscher Sicht geradezu sensationellen Zweckgemeinschaft ist sehr hoch. Andere europäische Unternehmen wären diese Liaison mit dem US-Giganten wohl auch zu gerne eingegangen. Man darf gespannt sein, ob Loewe und Bose die Chance auch in realitas voll auszuschöpfen vermögen.

Wer ist Bose?

Bose wurde 1964 von Dr. Amar G. Bose, Professor am Massachusetts Institute of Technology, gegründet und ist eines der weltweit größten Unternehmen der Audio-Technologie. Bekannt sind vor allem die sich beinahe unsichtbar in den Wohnraum integrierenden Lifestyle-Anlagen, das Bose Wave Radio, die in der Luftfahrt eingesetzten, geräuschabsorbierenden Kopfhörer, aber auch die gemeinsam mit führenden Automobilherstellern wie Audi, Cadillac, Chevrolet, Mercedes, Lancia oder Opel bereits bei der Fahrzeugentwicklung in die Gesamtkonzeption des jeweiligen Typs einbezogenen Soundsysteme. Egal, ob bei Olympischen Spielen, im Space Shuttle oder in der Sixtinischen Kapelle, Bose Soundsysteme sind nahezu omnipräsent. Das Unternehmen befindet sich in Privatbesitz, produziert wird in acht Werken. Der Hauptsitz befindet sich in Framingham nahe Boston, Massachusetts/USA. Der weltweite Gesamtumsatz beträgt rund 1 Mrd. $ (US-Dollar) und wird von 6000 Mitarbeitern erwirtschaftet.

+++ Strategische Partnerschaft zwischen Loewe und Bose +++ Strategische Partnerschaft zwischen Loewe und Bose +++

Loewe geht es gut

Das Unternehmen Loewe, heute bestehend aus der Loewe AG und der Loewe Opta GmbH, wurde 1923 von Dr. Sigmund Loewe gegründet und beschäftigt über 1100 Mitarbeiter. Sein Sitz befindet sich in Kronach. Zu den frühen Pionierleistungen zählt beispielsweise das erste vollelektronische Fernsehgerät der Welt von 1931, entwickelt von Manfred von Ardenne und Dr. Sigmund Loewe. Heute ist Loewe als Premium-Anbieter ganzheitlicher Audio/Video/TV-Konzepte für den gehobenen Lebens- und Wohnstil bekannt. Die Loewe AG ist im amtlichen Handel an der Frankfurter Börse notiert.
Im zurückliegenden Geschäftsjahr konnte Loewe ein sowohl deutlich über der eigenen Planung als auch der Einschätzung der Analysten und auch über dem Rest des Marktes liegendes Ergebnis erzielen. Das Rekordjahr 2000 bescherte dem deutschen Traditionshaus den größten substantiellen Unternehmenserfolg seiner Geschichte. Der Konzernumsatz stieg um 17 Prozent auf 363,6 Mio. Euro, was gegenüber dem Vorjahr (9 Prozent) fast eine Verdopplung der Wachstumsrate bedeutet. Im Jahr 2000 konnte zudem der Exportanteil am Gesamtumsatz auf 42 Prozent ausgeweitet werden – in spätestens zwei Jahren soll die 50-Prozent-Marke überschritten werden. Das Auslandsgeschäft legte nach Zahlen um 37 Prozent auf 151,8 Mio. Euro zu. Regional aufgeschlüsselt entfallen bislang (noch) unter zehn Prozent Umsatz auf Fernost und Übersee, der wichtigste Markt ist und bleibt Europa, wobei der auf Deutschland bezogene Umsatz um 7 Prozent auf 211,8 Mio. Euro ausgedehnt werden konnte.
Aber auch beim Profit konnte Loewe – sogar überproportional zum Umsatz – zulegen. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 22 Prozent auf 21,9 Mio. Euro, während sich der Jahresüberschuß von 5,3 (1999) auf 12 Mio. Euro mehr als verdoppelte. Somit erhöhte sich auch der bereinigte Gewinn pro Aktie um fast 50 Prozent auf 1,70 Euro. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich auf 34 Prozent, die Eigenkapitalrendite lag bei 17,3 Prozent, der Free Cash Flow lag im Jahr 2000 bei 8 Mio. Euro.

Aktuelles Loewe TV-Gerät der Aconda-Serie mit Internetanbindung per Knopfdruck.

Der erst im Jahre 1998 hinzugekommene Geschäftsbereich Multimedia explodierte förmlich von 2,9 Mio. Euro im Anfangsjahr über eine Verdopplung auf 5,8 Mio 1999 auf nunmehr 50,9 Mio. Euro, was Loewe vor allem auf die in das Fernsehgerät integrierten Zusatzfunktionen sowie die Digitalisierung des Gesamtsystems durch Innovationen wie Digital-TV/Rundfunk und Dolby Digital/DTS-Ton zurückführt.
Der Bereich Unterhaltungselektronik konnte trotz erwarteter Substitutionseffekte mit dem Geschäftsbereich Multimedia um drei Prozent wachsen. Den Grund dafür sieht man bei Loewe in der strategischen Besetzung wachsender Marktsegmente wie Großbild-/16:9-TV und der flimmerfreien 100-Hertz-Technologie. Hierdurch sowie durch die von der GfK festgestellte außergewöhnliche Preisstabilität konnte auch der im Jahre 2000 pro Gerät erzielte Durchschnittspreis – entgegen dem weiter rückläufigen Gesamtmarkt (956 Mark) – nochmals von 2084 auf 2133 Mark gesteigert werden.
Bei der Telekommunikation machte sich der geplante Ausstieg bei schnurgebundenen Geräten bemerkbar, der aufgrund verspäteter Markteinführung der neuen schnurlosen Telefonmodelle nicht ganz kompensiert werden konnte. So ging der Gesamtumsatz um 5 Prozent auf 23,9 Mio. Euro zurück. Loewe geht aber davon aus, die Gewinnschwelle hier im Jahre 2001 zu erreichen.
Auch für das erste Quartal 2001 meldet Loewe einen sehr guten Start mit einer Umsatzsteigerung von 12 sowie einem Gewinnzuwachs vor Zinsen und Steuern um 28 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum, was – vorbehaltlich der möglichen europäischen Elektronikschrottverordnung – in einer leichten Erhöhung der mittelfristigen Finanzziele auf 10 Prozent Umsatzwachstum/Jahr, 20 Prozent Ergebnissteigerung für die Aktie und 22 Prozent Eigenkapitalrendite resultiert. Loewe bewirbt sich zudem mit der Implementierung des auf die eigenen Strukturen maßgeschneiderten Loewe (Business) Excellence Programms um den Europäischen Qualitätspreis und arbeitet an einer durchgängigen e-business-Lösung vom Lieferanten über die eigenen Wertschöpfungsstufen bis hin zu den Kunden.

PoS Aktuell

Siemens Business Service wird zum Support Provider von HP

Ab sofort ist Siemens Business Services (SBS) zusammen mit ihren deutschen IT-Service-Töchtern Sintec „Autorisierter Support Provider“ der Hewlett-Packard GmbH. Das Service-Angebot von SBS erstreckt sich nun auch auf die Personal-Computing-Produkte von Hewlett-Packard, darunter sämtliche Desktop-PCs, Mobile Computer, Netserver, die Drucker Laserjet und Inkjet sowie die neuen „All-in-One“-Officejets. Gleichzeitig übernimmt SBS den gesamten Post-Sales-Support für die Abwicklung von Gewährleistungsfällen bei diesen Produkten.

Im Rahmen des gemeinsamen Abkommens erhält Siemens Business Service Zugang zu speziellen Websites und Informationsdiensten von HP, um mit Servicedokumentationen, Diagnosesystemen, Treibern und Tools die Betreuung für die HP-Produkte abwickeln zu können. Darüber hinaus wird das Service-Personal von SBS in besonderen Zertifizierungsprogrammen auf HP-Produkte geschult und hat Zugriff auf das HP-Onlinesystem für die Bestellung von Original-Ersatzteilen. Die Serviceleistungen von SBS stehen den Kunden rund um die Uhr und sieben Tage in der Woche zur Verfügung. Hewlett-Packard und Siemens Business Service planen, die Kooperation weltweit auszubauen.

Philips Videowürfel schwebt in der Arena „AufSchalke“

Seit dem 13. Juni ist die Gelsenkirchener Arena „AufSchalke“ mit dem größten Video-Würfel Europas ausgestattet. Das aus vier Philips „Alfresco“ bestehende Vidiwall schwebt knapp 26 Meter über dem Anstoßpunkt des Spielfelds im neuen Stadion des FC Schalke 04. Seit Anfang Januar arbeitete ein Dutzend Handwerker im niederländischen Udenhout an diesem bisher größten Projekt für Fußballstadien. Vor vier Wochen transportierten zehn Lastwagen den aus vier jeweils 35 Quadratmetern großen und acht Meter hohen Bildschirmen bestehenden Videowürfel aus dem niederländischen Eindhoven nach Gelsenkirchen. Eine der größten Herausforderungen war die Frage der Statik. Ein Konstrukt dieser Art durfte maximal 32 Tonnen wiegen. Mit elf Tonnen für die Haltekonstruktion, neun Tonnen für die Bildschirme, circa je drei Tonnen für die Aufhängung, Kabel und Fassade konnte

diese Vorgabe um drei Tonnen unterboten werden. Die Plazierung des Videowürfels in der Arena erforderte logistische Feinarbeit. Mit Hilfe eines 17 Tonnen schweren Hebe-Dreiecks konnten drei Mobilkrane den Bildschirmkoloss in der Arena auf eine Arbeitsbühne wuchten, auf der die letzten Schritte zur Installation in die Wege geleitet wurden.

„Die Bildschirme sind mit den neuesten LED-Moduleinheiten von Philips ausgestattet. Eine brillante Bildqualität, eine Bildfläche von jeweils 35 Quadratmetern und ein Sichtbereich von jeweils 160 Grad sorgen dafür, daß das Bild auf dem Videowürfel von jedem der 62.000 Plätze in der Arena gut zu sehen ist“, so Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips GmbH. „Die vier Displays im Look eines Philips TV-Gerätes haben jeweils eine Bilddiagonale von 8,55 Metern und dienen keineswegs nur als Anzeigetafel. Es ist auch möglich, auf allen vier Monitoren jeweils unterschiedliche Bilder zu zeigen.“

Neben dem Riesenwürfel stattet Philips die Arena AufSchalke auch mit Licht und Sicherheitstechnik aus. Zudem sorgen 500 normale Monitore für Bilder auch außerhalb der Stadionarena.

Pioneer legt positives Geschäftsergebnis für 2000–2001 vor

Die Pioneer Corporation, Tokio, hat für das Geschäftsjahr 2001, das am 1. April 2000 begann und am 31. März 2001 endete, eine positive Bilanz bekanntgegeben. Danach hat die Pioneer-Gruppe (Pioneer Corporation einschließlich Tochtergesellschaften) einen Umsatz (Nettoumsatz plus Lizenzeinnahmen) von 647 Milliarden Yen (circa 5,2 Milliarden US-Dollar oder circa 11,5 Milliarden DM) erreicht und damit die bisher höchste Umsatzsteigerung von 5,1 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum erzielt.

Während in Japan eine Steigerung des Nettoumsatzes von 11 Prozent auf 231 Milliarden Yen (circa 1,86 Milliarden US-Dollar oder circa 4,1 Milliarden DM) verzeichnet werden konnte, stieg der Nettoumsatz außerhalb Japans – trotz der Wertsteigerung des Yen gegenüber dem Euro – in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2001 um 1,9 Prozent auf 395,6 Milliarden Yen (circa 3,19 Milliarden US-Dollar oder circa 7 Milliarden DM).

Bei den Lizenzeinnahmen für Patente konnte Pioneer eine Steigerung von 5,5 Prozent auf 20,5 Milliarden Yen (circa 165,6 Mio. US-Dollar oder circa 364 Mio. DM) verzeichnen.

Der operative Ertrag der Pioneer-Gruppe stieg auf 33,8 Milliarden Yen (circa 272,7 Mio. US-Dollar oder circa 600 Mio. DM) – eine Steigerung um 43,4 Prozent gegenüber dem Rekordergebnis vom letzten Jahr von über 23,6 Milliarden Yen. Der Netto-Ertrag stieg um 39,9 Prozent auf 18,3 Milliarden Yen (circa 147,6 Mio. US-Dollar oder 324, 7 Mio. DM) gegenüber 13,1 Milliarden Yen im Vorjahresvergleich.

Miro Display GmbH zeigt sich mit dem Jahresstart zufrieden

Die Miro Display GmbH ist mit der Entwicklung der ersten fünf Monate des neuen Geschäftsjahres 2001 zufrieden. Der Umsatz von 34,0 Mio. DM bedeutet ein Plus von 45 Prozent im Vergleich zu den 23,6 Mio. im gleichen Vorjahreszeitraum. Insgesamt verkaufte das Unternehmen 70.100 Geräte – sowohl Röhrenmonitore als auch Flachbildschirme. Das bedeutet eine Steigerung von 47 Prozent gegenüber den Monaten Januar bis Mai des Vorjahres. Der Umsatz bei den LCD Flachbildschirmen stieg überproportional – Miro konnte ihn bislang mit acht Mio. DM im Vergleich zum Jahr 2000 mehr als vervierfachen. Somit lag der Umsatzanteil bei 23,5 Prozent des Gesamtumsatzes der ersten fünf Monate des Geschäftsjahres 2001 gegenüber 7,5 Prozent im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auf Grund des schwachen Euros gegenüber dem US-Dollar und der dadurch verteuerten Warenbezüge konnte die Bruttomarge lediglich um 23 Prozent gesteigert werden.

Iomega ernennt Werner T. Heid zum President und CEO

Iomega International S.A., Hersteller von Datenmanagement-Lösungen, gibt die Ernennung von Werner T. Heid als neuen President und Chief Executive Officer bekannt. Werner Heid war zuvor President der Proxima Corp., einem Hersteller von Multimedia Projektoren. Nach dem Zusammenschluß von Proxima mit InFocus bekleidete er den Posten des Executive Vice President of Worldwide Sales, Marketing und Service bei InFocus, ehe er zu Iomega wechselte. Die ersten zwölf Jahre verbrachte Heid in Marketing Positionen bei Hewlett-Packard, wo er international für Produkte wie InkJet, LaserJet, Farbkopierer und All-in-One-Geräte verantwortlich war. Er nahm eine führende Rolle beim Ausbau des LaserJet Geschäftszweiges in Europa ein und leitete die Marketingstrategie zum Aufbau der OfficeJet Professional- und Personal Color Copier-Serie. Das Marketing-Fachwissen Heids wird durch ein Elektrotechnikstudium an der Universität Karlsruhe abgerundet.

Michael Schultze neuer Senior Marketing Manager bei Epson

Michael Schultze hat Anfang Juni die Position eines Senior Marketing Managers bei der Epson Deutschland GmbH eingenommen. Der Wirtschaftsingenieur verantwortet die Bereiche Marketing Communications, Planning & Research, Public Relations und Produktmarketing für Scanner, Multimediaprojektoren, Drucker und Digitalkameras aus dem Hause Epson. In dieser Position berichtet Schultze an Siegfried Heimgärtner, Vize-Präsident der Epson Deutschland GmbH. Vor der Zeit bei Epson verantwortete Schultze ein Jahr lang den Bereich Farb- und Netzwerkdrucker als General Manager bei Xerox Office Printing. Zuvor war er dreieinhalb Jahre lang als Vertriebsdirektor bei Oki tätig, nachdem er unter anderem bei Toshiba und Telenorma Erfahrungen in Marketing und Vertrieb sammeln konnte.

Thomas Schlichting leitet den Vertrieb bei Thomson

Thomas Schlichting ist neuer Vertriebsleiter für die Marke Thomson in Deutschland und Österreich. Er übernimmt damit die Leitung des Vertriebs für den Fachhandel, den Großhandel und die Capital Chains. Somit berichtet Schlichting direkt an Jürgen Gelber, Leiter Gesamtvertrieb Thomson. Thomas Schlichting ist Wirtschaftsinformatiker und war von 1991 bis 1999 bei Canon. Zuletzt war er bei Sony Deutschland als Channelmanager Consumer Audio Video tätig.

Dr. Werner Saalfrank kehrte als Vorstand zu Grundig zurück

Dr. Werner Saalfrank ist seit dem 1.7.2001 Vorstand für den Bereich Entwicklung und Produktion bei der Grundig AG. Der promovierte Nachrichtentechniker war bereits von 1988 bis 1996 für Grundig tätig. Danach arbeitete er bis Dezember 2000 als Executive Vice President bei der World Space Corporation in Washington DC. Nach einer Zwischenstation bei Sony Europe als Direktor e-Car business Europe kehrte Saalfrank nun als Vorstand zu Grundig zurück. „Ich glaube an die Zukunft von Grundig und möchte mitverantworten, daß von dem Unternehmen neue Impulse ausgehen und der Erfolg sich wieder einstellt“, so Saalfrank.

Henrik Ask jetzt Product Manager bei Toshiba

Henrik Ask ist neuer Product Manager des Geschäftsbereiches Professional Visual Products bei der Toshiba Europe GmbH. Ask ist seit Oktober 1999 für Toshiba tätig. Der Diplomkaufmann war zuletzt als Marketing und Sales Specialist im Bereich Professional Visual Products für die Regionen

Nord- und Osteuropa verantwortlich. In seiner neuen Position ist er für die Planung und Einführung neuer Produkte in den europäischen Markt zuständig.

Nobuyuki Sugano ist neuer Europachef bei Sharp Electronics

Nobuyuki Sugano ist neuer europäischer Chairman von Sharp Electronics und Chief Executive Officer aller europäischen Niederlassungen. Er ist Nachfolger von Shingo Itakura, der im Februar in den Ruhestand gegangen ist. Sugano ist seit 1971 für Sharp tätig. Seine Karriere begann er bei der Muttergesellschaft Sharp Corporation Japan. Es folgten Führungsaufgaben in verschiedenen Ländern Afrikas, Europas und Asiens. Zuletzt war Sugano Chairman der britischen Sharp-Niederlassung.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

FLATRON™

stereo lcd-tv LE-15 A10

kdl++p

das objekt der begierde.

digital. design. deluxe.

es sieht sehr gut aus. es hat sehr viel zu bieten. es ist das absolute objekt der begierde für ihre kunden mit dem großen 38,5 cm lcd-bildschirm, dem hyperbandtuner, der automatischen lautstärkeanpassung und den av-, s-video, xga- und scart-eingängen sowie der möglichkeit der nutzung als pc-monitor mit einer bildauflösung von 1024 x 768 pixeln bei 16 mio farben.

es kommt von LG. es zeigt die marktkompetenz des führenden herstellers von lcd-bildschirmen weltweit.

IFA 2001 · Halle 11.2 · Stand 01

LG Electronics Deutschland GmbH

Jakob-Kaiser-Straße 12 · D-47877 Willich
Telefon (02154) 492-105 · Telefax (02154) 42 87 99
info@lge.de
www.lge.de

LG

Digitally yours

PoS Aktuell

T-Mobil baut Roaming für Xtra-Kunden aus

Pünktlich zur Hauptferienzeit hat T-Mobil sein Leistungsspektrum bei T-D1 Xtra Roaming erweitert: Xtra-Kunden können jetzt nicht nur in 30 Ländern rund um den Globus telefonieren, sondern auch aus elf Urlaubsländern (Belgien, Dänemark, Frankreich, Marokko, Norwegen, Österreich, Portugal, Schweiz, Spanien, Tschechien, Ungarn) Kurznachrichten verschicken. Pro SMS entstehen Kosten von 79 Pfennig. Xtra SMS aus dem Ausland gilt zunächst im Rahmen eines Pilotprojektes bis zum 31. Oktober.

Arcor startet neuen Dienst mit Servicerufnummern

Arcor hat sein Dienstespektrum als erster Anbieter um eine vollkommen neue Variante erweitert: Unternehmen können künftig beispielsweise unter der Frankfurter Vorwahl 069 erreichbar sein, auch wenn sie ihren Sitz gar nicht in der Mainmetropole haben. Dabei verfügt der neue Dienst „Lokale Servicenummer“ über die volle Funktionalität von klassischen Servicenummern. Neben verschiedenen Vorteilen, wie der Präsenz in lokalen Telefonbüchern oder der Erreichbarkeit eines Filialunternehmens unter einer einzigen Rufnummer, ist die Erreichbarkeit aus dem Ausland ein weiterer Vorteil: Klassische Servicerufnummern sind nicht immer aus dem Ausland erreichbar, lokale Servicenummern schon. Damit können Kunden beispielsweise von überall her mit ihrem Reiseveranstalter, ihrer Bank oder ihrer Versicherung in Kontakt treten. Mit der lokalen Servicenummer können die eingehenden Anrufe variabel geroutet und vom Inhaber über eine gesicherte Internet-Verbindung jederzeit geändert werden.

Motorola unterstützt deutsches Surf-Nationalteam

Während der Wellenreit-Europameisterschaften vom 24. bis 30. September im französischen Hossegor stattet Motorola die deutschen Surfer und Organisatoren mit Kommunikationsgeräten aus. Bereits zum zweiten Mal unterstützt Motorola die deutsche Surf-Nationalmannschaft nach der Weltmeisterschaft in Porto de Galhinas/Maracaipe, Brasilien, im vergangenen Jahr. „Wir möchten jungen Sportlern die Chance geben, internationale Wettkämpfe besuchen zu können und somit Erfahrungen im weltweiten Sport zu erlangen“, erklärte Carsten Schmidt, Marketingleiter des Personal Communications Sector der Motorola GmbH Deutschland, das Engagement beim Deutschen Wellenreit Verband (DWV). Bei den Europameisterschaften in Hossegor werden rund 300 Surfer, darunter zirka 20 deutsche Teilnehmer, an den Start gehen.

Panasonic startete DECT-Promotion-Tour 2001

Mit insgesamt 15 extra für diese Aktion gestylten Audi A2 ist Panasonic derzeit auf einer Promotion-Tour durch Deutschland unterwegs. Insgesamt sechs Wochen läuft die Aktion, bei der die Panasonic Promotoren 900 Händler ansteuern, um dort die neue Serie von Panasonic DECT-Telefonen vorzustellen. Jeweils 30 Minuten lang erhalten die Händler aktuelle Informationen, außerdem wird PoS-Material zu den neuen Produkten übergeben.

Mit Loop im Ausland einfacher telefonieren

Ab sofort bietet Viag Interkom seinen Loop Kunden noch mehr Service im Ausland: der Auslandsvoucher speziell für die Urlaubszeit und der SMS-Versand aus dem Ausland verbessern den Komfort beim Telefonieren außerhalb Deutschlands. Der Auslandsvoucher ist eine Karte zum Aufladen im Wert von 50 DM. Führt der Kunde dann im Ausland einen kostenpflichtigen Anruf, so erhält er zehn DM auf sein Loop-Konto gutgeschrieben. Zwischen dem Aufladevorgang und dem Anruf dürfen maximal drei Monate liegen. Diese Aktion läuft noch bis September 2001; der „Call“ muß daher bis spätestens 31. Dezember geführt worden sein.

Auerswald schnürt Paket speziell für Urlauber

Unter dem Motto „Sorglos in den Urlaub“ hat Auerswald eine Verkaufsaktion mit dem Commander Guard gestartet, einer ISDN-Telefonanlage mit eingebautem, professionellen Einbruchmeldesystem. Im Aktionszeitraum bis Ende August wird das System komplett mit einem Systemtelefon zur Bedienung und einem Blitzschutzmodul angeboten. Bei einem empfohlenen Verkaufspreis von zirka 2.120 DM liegt der Händler-Einkaufspreis bei etwa 1.000 DM – genau dem Preis, den das Paket ohne Einbruchmeldeanlage außerhalb des Aktionszeitraumes kostet. Das Aktionsbundle kann über den Großhandel bezogen werden.

otelo überarbeitet das Call-by-Call-Angebot

Der Kölner Tk-Anbieter otelo hat sein Call-by-Call-Angebot (01011) übersichtlicher gestaltet. Der Kunde braucht seit Anfang Juli lediglich zwischen der Geschäftszeit (Montag bis Freitag von sieben bis 18 Uhr) und der übrigen Zeit zu unterscheiden. Der Wochenendtarif wurde im Zuge der Zusammenlegung der bisherigen Zeitzonen auf 4,3 Pfennig für bundesweite Ferngespräche gesenkt. Dieser Minutenpreis gilt für die gesamte Freizeit, also täglich von 18 bis sieben Uhr, am Wochenende und an gesetzlichen Feiertagen.

PoS Neuheiten

Chatpen digitalisiert die Handschrift

Ericsson hat mit dem Chatpen CHA-30 den weltweit ersten Stift vorgestellt, der Handschriftnotizen digitalisiert und über Bluetooth und GPRS mit Mobiltelefonen, Computern und dem Internet korrespondiert. Obwohl der Chatpen rein äußerlich wie ein normaler Stift aussieht und auch so schreibt, hat er es in sich: Infrarotkamera, Bildprozessor und Bluetoothsender ermöglichen das Einlesen und Übertragen der Daten. Dank der nahezu unsichtbaren, sehr feinen Musterung des Papiers erkennt der Stift seine Position. Diese Informationen werden über Bluetooth und ein GPRS-Mobiltelefon an andere

Mobiltelefone, PC oder PDAs versendet. Beim Schreiben von SMS oder E-Mail ist der Nutzer jetzt nicht auf den Text eingeschränkt, sondern kann alles, was sich mit dem Stift schreiben und zeichnen läßt, verschicken. Auch Texte in Sprachen, die nicht das römische Alphabet nutzen, können so problemlos übermittelt werden. Der Chatpen wird Anfang 2002 erhältlich sein.

Ericsson T29s mit EMS ist jetzt im Handel

Ericsson hat mit dem T29s das zweite Handy auf den Markt gebracht, mit dem über EMS (Enhanced Messaging Service) auch Bilder und Töne in einer SMS verschickt werden können. Das Dualband-Handy verbindet viele neue Funktionen mit elegantem Design. Chatten über

SMS ist mit dem T29s sehr einfach und komfortabel, denn der gesamte Dialog wird fortlaufend auf dem Display dargestellt. Das Gerät verfügt über WAP 1.1 mit Verschlüsselung über WTLS, fünf Spiele und den erweiterten Kurzmitteilungsdienst EMS. Dieser benutzt den vorhandenen Short Messaging-Service (SMS) und ermöglicht den Nutzern, kleine Bilder und Töne wie zum Beispiel Klingelsignale in ihre SMS zu integrieren. Zusätzlich bietet das T29s die Möglichkeit, Text-Kurzmitteilungen an Gruppen zu versenden. Das T29s ist in zwei dezenten silbernen Grundfarben mit dunkelvioletten und dunkelblauen Einlagen erhältlich. Die Aktivklappe läßt sich dank der geschwungenen seitlichen Ausbuchtungen leicht öffnen. Einschließlich des leichten Akkus wiegt das T29s nur 105 Gramm, hat eine Bereitschaftszeit von bis zu 150 Stunden und eine Sprechzeit von bis zu 7 Stunden. Das T29s ist zu sämtlichem 3-Volt-Ericsson-Zubehör wie dem Bluetooth-Headset, dem FM-Radio, MP3-Player, Chatboard und verschiedenen Freisprecheinrichtungen kompatibel.

Trium Neptune Handy in trendiger Transparenz

Das neue Neptune Einsteiger-Handy von Trium präsentiert sich nicht nur im transparenten i-Mac-Design, sondern es ermöglicht dem Besitzer mit einfach austauschbaren Klappen für Tastatur und Akku auch, weitere farbliche Akzente zu setzen. So kann der Besitzer seine jeweilige Stimmung oder seine Individualität ausdrücken. Die technische Ausstattung des Dual-Band-Handys wurde auf die Zielgruppe der Mobilfunk-Novizen abgestimmt. Dazu gehören Vibrationsalarm, Telefonbuch, verschiedene Klingeltöne sowie eine integrierte Freisprech- und Konferenz-Funktion. Mit Hilfe des Wap-Browsers kann der Anwender Informationen aus dem Wap-Internet abrufen. Das Gerät bietet bis zu drei Stunden Gesprächs- und bis zu 130 Stunden Stand-by-Zeit. Zum Neptune liefert Trium vielfältiges Zubehör: Neben farbigen Front- und Akkudeckeln gibt es eine Freisprecheinrichtung mit integriertem UKW-Radio, ein Tischladegerät und einen Kfz-Schnelleinbausatz. Das Trium Neptune wiegt 115 Gramm inklusive Vibrationsakku und ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung ohne Kartenvertrag lautet zirka 390 DM.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Aktuell

Motorola baut GSM-Netz für British Telecom Cellnet

Der Bereich Global Telecom Solutions Sector – Netzwerkinfrastruktur – der Motorola Inc. hat von dem britischen Mobilfunknetzbetreiber British Telecom (BT) Cellnet einen Auftrag im Wert von 150 Millionen US-Dollar erhalten. Damit ist Motorola weiterhin Hauptlieferant für die Basisstationen und die dazugehörigen Anlagen und Dienstleistungen für das GSM-Mobilfunknetz von BT Cellnet. Dieses steht 99 Prozent der Bevölkerung Großbritanniens zur Verfügung.

Fujifilm-Kampagne weist positive Ergebnisse aus

In einem Copy-Test des Nachrichtenmagazins Der Spiegel sind 100 Personen zu verschiedenen Anzeigenmotiven und auch zur „Grüne-Augen-Kampagne“ von Fujifilm befragt worden. Die Ergebnisse sind nach Ansicht Fujifilms extrem positiv. Die Beachtung liegt bei 83 Prozent, das ist 36 Prozent höher als bei sonstigen Vergleichen im Bereich Foto, Film und Video. 74 Prozent erkannten beispielsweise auf Anhieb das Produkt und den Hersteller Fujifilm, 38 Prozent lasen den Text durch – während der Durchschnittswert sonst bei 21 Prozent liegt. Das Motiv der FinePix 6800 erreichte damit den besten Wert aller bislang in dieser Form getesteten Fujifilm-Anzeigen.

Macromedia beteiligt sich an Online-Bestellsystem IM.license

Nach Microsoft, Symantec und Lotus hat sich jetzt auch Macromedia dazu entschlossen, am Internet-Bestellsystem für Software-Lizenzen von Ingram Macrotron teilzunehmen. Mit IM.license wird dem Kunden eine schnelle, direkte und papierlose Auftragsbearbeitung geboten. Macromedia verspricht dabei noch ein Extra: Das Macromedia-Volumenprogramm (MVLP). Im Rahmen dieses Programms werden für vorhandene wie auch neu bestellte Lizenzen Punkte vergeben, für die dem Händler Rabatte eingeräumt werden. MVLP ist eine einfache, kostengünstige und effiziente Lösung zur Verwaltung von Softwarekäufen. Das Online-Tool IM.license vereinfacht die Lizenzbestellung von Software und reduziert den Zeitaufwand und die Kosten. Unabhängig von den Geschäftszeiten können Händler die gewünschten Lizenzen der genannten Hersteller schnell und problemlos bestellen. Eine Stichwort- und Artikelnummernsuche erleichtert dabei die Produktauswahl. Mit der intelligenten Warenkorbfunktion können jederzeit regelmäßig wiederholte Bestellungen nach persönlichen Wünschen gespeichert, aktualisiert und aktiviert werden. Sogar zeitversetztes Bestellen ist möglich. In diesem Fall geht die Bestellung erst zum Wunschtermin beim Händler ein. Eine Bestellnummer ermöglicht dem Kunden eine lückenlose Nachverfolgung. Weitere Pluspunkte sind die Eingabe von abweichenden Lieferadressen sowie die Abfrage des Auslieferstatus.
Macromedia bietet innovative Software-Lösungen für das Internet. Das Produktportfolio, das ab sofort über IM.license bestellt werden kann, umfaßt neben Lizenzen für PCs auch solche für Internetgeräte, Handhelds, Telefone, ITVs und Unterhaltungsgeräte.

Photo Porst unterstützt Tigerenten Club Aktion

Seit März 2001 läuft die diesjährige Tigerenten Club Aktion „Freunde ohne Grenzen“. An der Aktion können sich Kinder beteiligen, die mit einem selbstgemalten Bild, einer Fotografie, einer Geschichte oder einem Videofilm ihre Freunde mit anderer Hautfarbe, anderer Sprache oder

Matthias Sawatzky (l.), Vorstandsvorsitzender der Photo Porst AG, und Dr. Rolf Moser, Geschäftsführer der Bavaria Sonor.

anderen Sitten vorstellen. Die Beiträge sollen dokumentieren, woher die Freunde kommen, wie die Freundschaft entstand und wieviel Spaß Kinder aus aller Welt miteinander im Alltag haben können, aber auch, welche Probleme es zu meistern gibt. Photo Porst hat von Bavaria Sonor die Lizenzrechte erworben und unterstützt die Aktion seit Anfang Juli. Ab diesem Datum können alle, die mitmachen wollen, in Photo Porst-Läden kostenlos einen schicken Tigerenten Rahmen erhalten. Damit die Fotos der Freunde auch passend eingerahmt an den Tigerenten Club geschickt werden können. Die Aktion läuft noch bis zum 15. September.

Philips und Pro 7 kooperieren in Sachen DVD

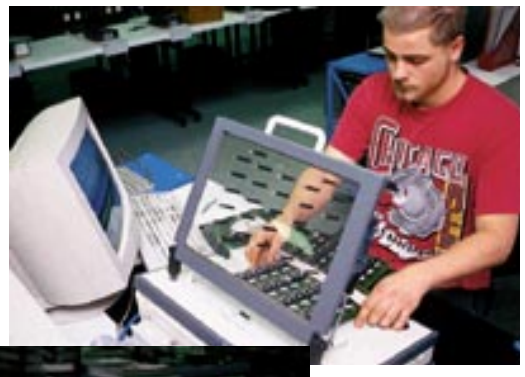
Im Rahmen einer Sonderaktion bietet Philips in Zusammenarbeit mit Pro 7 und Warner Vision ein DVD-Komplettpaket. Dieses besteht aus einem Philips-DVD-Player, drei DVD-Videos, einem Musik-DVD-Sampler und einer Musik-CD. Als Begrüßungsgeschenk erhält der Kunde

eine Pro 7 Club-Mitgliedschaft. Den Abverkauf des umfangreichen Sets wird eine TV-Spot-Kampagne zur besten Sendezeit auf Pro 7 unterstützen. Aufmerksamkeitsstarke Aufsteller und Banderolen sorgen zudem für Wiedererkennung am Point of Sale. Das Komplett-Paket ist seit Mitte Juli lieferbar.

Für das Funkwerk Dabendorf ist der direkte Vertrieb kein Thema

Die Geschäfte laufen noch besser, seit Anfang April das Telefonieren ohne Freisprechanlage im Auto mit einem Bußgeld bedroht ist. „Zwar wirkt sich die Gesetzesänderung nicht so stark aus, wie wir anfangs erwartet hatten, aber die Verkaufszahlen sind in den vergangenen Monaten doch deutlich nach oben gegangen“, stellte Michael Zander, beim Funkwerk Dabendorf für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich, im Gespräch mit PoS-MAIL fest.

Die Funkwerk AG ist heute eines der wenigen am Neuen Markt in Frankfurt notierten Unternehmen, die den Aktionären allen Trends zum Trotz noch sehr viel Spaß bereiten. Doch daß der Aktienkurs nach der Erstnotierung im November 2000 nicht nur um mehr als hundert Prozent gestiegen ist, sondern daß er sich, von einer kurzen Schwächephase abgesehen, kontinuierlich im Bereich über 30 Euro hält, hat seine Ursachen sicherlich nicht in der zufällig entstandenen Gesetzeslage. Vielmehr dürften sich hier die konsequente Produkt- und Vertriebsphilosophie zum Wohle des Unternehmens ausgewirkt haben.



Modern eingerichtete Arbeitsplätze sind beim Funkwerk Dabendorf Garant für Produkte auf dem Stand der Technik.

„Seit der Neugründung des Funkwerks Dabendorf im Jahr 1990, damals als GmbH, haben wir unser Geschäft auf zwei Standbeine gestellt, das After-Sales-Geschäft für Mobiltelefon- und Autokäufer und das OEM-Geschäft als Partner der Autoindustrie“, berichtete Zander. Gleichzeitig habe man sich dafür entschieden, die eigenen Produkte ausschließlich indirekt zu vertreiben. Derzeit arbeiten die Dabendorfer mit etwa 20 Distributoren zusammen. „Diese sind nicht nur Ansprechpartner in Fragen unseres Sortiments, sondern sie übernehmen auch die Lagerhaltung, den Service und die Werbung für unsere Geräte und Zubehörprodukte“, so Zander. „Diese Politik hat sich für alle Partner bewährt, und wir sehen keinen Grund, daran etwas zu ändern. Oder anders gesagt: Der direkte Vertrieb ist für uns kein Thema.“

Obwohl die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel über Distributoren abgewickelt wird, arbeitet das Funkwerk Dabendorf doch bei verschiedenen Themen immer wieder direkt mit dem Handel zusammen. So bietet der Hersteller seinen Handelspartnern beispielsweise im Rahmen eines vor zwei Jahren eingeführten Partnerprogramms die Möglichkeit, sich auf der Homepage www.funkwerkdabendorf.de (ohne Bindestrich) als authorisierter Händler zu registrieren und dadurch von den Online-

Typische Produkte von Funkwerk Dabendorf: der Dual Band Compenser MC 2000 (oben) und eine Radiostummschaltung.

Angeboten zu profitieren, die im paßwortgeschützten Bereich zu finden sind.

„Im Händlerbereich kann der Handelspartner beispielsweise Werbe- und Informationsmaterialien für den Point of Sale bestellen“, erläuterte Zander, „die auf diese Weise wesentlich schneller bei ihm sind, als wenn er zunächst einen Distributor dazwischenschalten müßte.“

Doch die Internetseite bietet noch mehr. So sind etwa in einer Datenbank sämtliche Produkte mit ihren Artikelnummern und dem jeweils dazugehörigen Zubehör zu finden. Außerdem können Händler sich hier Informationen zu den technischen Details abholen und tagesaktuell erfahren, ob es Neuheiten gibt. Zander: „Gerade die Tagesaktualität ist ein Pluspunkt unserer Internetseite, denn vor dem Hintergrund der Modellwechsel bei den Handybesitzern und der Geschwindigkeit, mit der Handyhersteller neue Geräte auf den Markt bringen, ist es für den Händler enorm wichtig, genauestens darüber informiert zu sein, ob es zu dem Handymodell seines Kunden auch eine passende Freisprechanlage gibt.“

Dafür, daß Händler und Verbraucher mit den Funkwerk Dabendorf Produkten nicht allein gelassen werden, sorgt weiterhin eine Hotline. Sie ist von montags bis freitags zwischen acht und 18 Uhr zu erreichen und steht sowohl Handelspartnern als auch Endkunden zur Verfügung.

Um technische Probleme, um die es in der Regel bei Anrufen bei der Hotline geht, gar nicht erst aufkommen zu lassen, haben die Dabendorfer „Einbauvideos“ und „Einbau-CD-ROMs“ entwickelt. „Diese geben zunächst einmal Antwort auf allgemeine Fragen, wie ‚Was ist Freisprechen‘, ‚Welche Produkte gibt es‘ oder ‚Welche Funktionen stehen beim Freisprechen zur Verfügung‘, bevor sie detailliert die einzelnen Schritte darlegen, die beim Einbau einer Freisprecheinrichtung oder eines Verstärkers zu beachten sind“, erläuterte Zander.

„Beide Medien, Videofilm oder CD-ROM, bieten dem Händler einen doppelten Nutzen: Zum einen erfüllen sie sein Informationsbedürfnis hinsichtlich der technischen Aspekte, zum anderen kann er sie als ‚Endlosschleife‘ in seinem Geschäft oder Schaufenster laufen lassen, um die Aufmerksamkeit des Kunden auf das Produkt Freisprecheinrichtung zu lenken.“ Abgerundet wird das Angebot an verkaufsunterstützenden Materialien durch verschiedene Produktflyer. So gibt es aktuell eine Broschüre, die einen Überblick über das gesamte Produktprogramm an Freisprechanlagen, Radio-Umschaltboxen und Leistungsverstärkern gibt, und eine Broschüre für die universelle Freisprechanlage Audio 2000.

„Nicht vergessen werden dürfen die hervorragenden Testergebnisse, die Produkte aus unserem Hause immer wieder erzielen“, betonte Zander abschliessend. „Wir haben den Ruf, eher teuer zu sein. Gute Testresultate, wie sie etwa die Freisprechanlage Audio 2000 von der Stiftung Warentest (Test-Ausgabe 4/2001) und von der Publikumszeitschrift Connect (26/2000) erhalten hat, zeigen aber, daß der hohe Preis durch eine überdurchschnittliche Qualität gerechtfertigt ist. Somit bieten diese Tests dem Handel ein ausgezeichnetes Argument dafür, Produkte mit guter Marge zu verkaufen.“ *Herbert Päge*

Im Gewerbegebiet Märkische Straße in der Kleinstadt Dabendorf, südlich von Berlin gelegen, ist das Funkwerk Dabendorf zu Hause. *Foto: hepä*

Freisprechanlagen für jeden Bedarf

Bild oben: Die Fun Line II, hier im Einsatz mit einem Sony Handy, wird in den kommenden Wochen von der Fun Line III abgelöst. Bild rechts: Audio 2000 repräsentiert eine neue Generation von universal einsetzbaren Produkten.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Neuheiten

Drei Sharp Camcorder im Miniformat

Sharp Electronics hat sein MiniCam-Angebot der VL-WD-Serie um die Modelle VL-WD250S, VL-WD450S und das Topmodell VL-WD650S erweitert. Bereits das Basismodell der von Sharp auf den Namen ViewCamSlim getauften handlichen Camcorder verfügt über einen hochauflösenden CCD mit 540.000 Pixeln, integrierte Bild-

stabilisierung und Gamma-Korrektur, durch die Veränderungen der Lichtverhältnisse kompensiert werden. Ein aufsteckbares Zoom-Mikrofon (VL-WD450S und VL-WD650S) sorgt dafür, daß der Ton immer dem Bild folgt und Störgeräusche herausgefiltert werden. Alle Modelle verfügen außerdem über ein „Super-Cats-Eye“, das kontrastreiche Aufnahmen auch bei schlechten Lichtverhältnissen oder Dunkelheit ermöglicht. Die beiden Modelle VL-WD450S und VL-WD650S sind zusätzlich mit einem SmartMedia Card-Einschub und einer Fotosoftware für die Aufnahme von Fotos ausgestattet. Die Preise liegen für das Einsteigermodell VL-WD250S bei 1.954 DM, für das Modell VL-WD450S bei 2.277 DM und für das Topmodell VL-WD650S bei 2.443 DM.

Samsungs CD-Player mit MP3-Funktion

Mit dem MCD-MP65 präsentiert Samsung einen portablen CD-Player, der das Abspielen von MP3-Formaten unterstützt. Neben dem Abspielen von normalen CDs, CD-Rs und CD-RWs ermöglicht der MCD-MP65 das Abspielen von bis zu zwölf Stunden MP3-Sound. Dabei bietet die Album-Funktion für MP3-CDs besonderen Komfort. Die Titel können damit in Verzeichnissen abgelegt und einfach angewählt werden. Der 1 Bit D/A Wandler sorgt mit Achtfach-Oversampling für HiFi-Qualität. Für vollen Klang läßt sich der SBS (Super Bass Sound) zuschalten. Zufallsauswahl der Songs über die Repeat-Random-Taste sowie die Tastensperre über die Hold-Funktion runden das Gerät ab. Auf dem LC-Display wird neben Titelnummer und Abspiel-Zeit der aktuelle Funktionsstatus des Gerätes angezeigt.
Der CD-Player MCD-MP65 ist ab Juli lieferbar (UVP: 429,- DM).

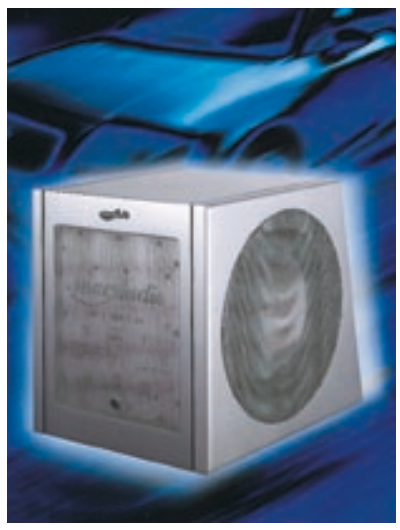
Toshiba stellt neuen Heimkino-Projektor vor

Toshiba präsentiert mit dem TLP-MT7 einen neuen Projektor. Im 16:9-Format sorgen drei 1,2 Zoll große LCD-Panels bei einer Auflösung von 1.280 x 720 Pixeln für ein Kinoerlebnis in den eigenen vier Wänden. Als technische Neuerung bietet das Gerät die Möglichkeit,

zwischen drei verschiedenen Bildmodi zu wählen. Neben dem Standardmodus steht dem Anwender der Cinemamodus zur Verfügung, der eine Staffelung der Schwarz- und Grautöne ermöglicht. Der Sportmodus sorgt für eine klare Farbwiedergabe. Der TLP-MT7 verfügt über eine Lichtstärke von 1000 ANSI-Lumen, die bei einem Kontrastverhältnis von 400:1 sowohl eine exzellente Farbausleuchtung als auch einen guten Schwarzweiß-Kontrast gewährleisten. Dank seiner automatischen Erkennung der Anschlußgeräte (Auto-Adjustment) ist der TLP-MT7 leicht zu installieren. Zur Inbetriebnahme wird eine beliebige Datenquelle wie beispielsweise ein DVD-Player oder ein Videorekorder an den Projektor angeschlossen. Das Gerät ist mit drei Eingängen für die Verbindung mit einem DVD- oder Videogerät, einem RGB-Eingang sowie einem Anschluß für die Anbindung externer Lautsprecher ausgestattet.
Darüber hinaus verarbeitet der TLP-MT7 alle üblichen Videosignale, er ist HDTV-tauglich und zu PC und Macintosh kompatibel. Zudem verfügt er über die Funktion der digitalen Trapez-Entzerrung, die exakte Bildränder gewährleistet. Das Gerät hat die Abmessungen 345 x 104 x 281 mm. Es eignet sich auch für Decken- oder Wandmontagen. Der TLP-MT7 ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 13.390 DM. Auch für dieses Modell gewährt Toshiba eine Garantie von 24 Monaten.

Auto-Subwoofer von Mac Audio

Mit dem Mac Compact 220 präsentiert der deutsche Auto-HiFi-Hersteller Mac Audio einen besonders kompakten Gehäuse-Subwoofer. Das Gerät vereint auf kleinstem Raum (Maße: 245 x 265 x 290 mm)



ein 20 cm-Hochleistungschassis, eine gleich große Passivmembran und eine 200 Watt-Digitalendstufe. Neben einem regelbaren Eingangspegel bietet der Verstärker ein variables Tiefpaßfilter und die Möglichkeit, die Phase stufenlos zu variieren, um einen möglichst homogenen Anschluß der vorhandenen Mittel-Hochsysteme zu gewährleisten.

Highspeed surfen,
Festpreis zahlen:
DSL.

HIGHSPEED-ANSCHLUSS
FÜR NUR 48,70 DM PRO MONAT*

Schneller surfen, schneller sparen:
DSL-Technik und Internet-Flatrate
von o.tel.o machen's möglich.

Ein Preis, viele Vorteile:
- Superschnelle DSL-Technik zum Festpreis von nur 48,70 DM* im Monat (in Verbindung mit einem o.tel.o ISDN-Komfortanschluss)
- Ohne Zeit- oder Volumenbegrenzung
- Inkl. DSL-Modem und Splitter
- Bis zu 12-mal schneller als ISDN (64 Kbit/s)

o.tel.o dsl-flat
jetzt auch in Ihrer Stadt?
Infos unter www.otelo.de/locator

www.otelo.de

* 'o.tel.o dsl flat' gilt nur bei Einwahl von Ihrem o.tel.o DSL-Komfortanschluss für 30,90 € (60,44 DM) monatlicher Grundpreis, Mindestvertragslaufzeit 12 Monate, Einrichtungsentgelt für ISDN-Anschluss einmalig ab 25,05 € (49,– DM). Einmaliger Bereitstellungspreis (inkl. DSL-Modem und Splitter) 24,90 € (48,70 DM). Ob diese Produkte in Ihrem Vorwahlgebiet verfügbar sind, erfahren Sie unter www.otelo.de/locator.

o.tel.o
For a better understanding.

Direkt an der Spree gelegen befindet sich der Sitz des Berliner Herstellers AVM. Wer nicht mit dem Schiff anreisen will, erreicht das Domizil an der Straße Alt Moabit 95 auch über die Straße.

Bei AVM steht der persönliche Kontakt ganz hoch im Kurs

Mit deutlichem Abstand ist an der Spitze des deutschen ISDN-Marktes ein Unternehmen zu finden: AVM aus Berlin. Nach Untersuchungen des Marktforschungsinstituts IDC betrug der AVM Anteil am deutschen ISDN-Markt im Mai 2001 beinahe 75 Prozent. Damit stammten rund drei von vier ISDN-Controllern, die hierzulande gekauft wurden, von AVM. Wesentlichen Anteil an diesem Erfolg hat der Fachhandel, wie PoS-MAIL bei einem Besuch am AVM-Sitz in Berlin erfahren konnte.

„Fachhandel bleibt der wichtigste Absatzkanal“

„Fast 80 Prozent unseres Umsatzes erwirtschaften wir im Fachhandel. Der Fachhandel hat seit der Unternehmensgründung im Jahr 1986 die größte Bedeutung für uns und wird auch in Zukunft unser wichtigster Absatzkanal bleiben“, meinte AVM-Gesamtvertriebsleiter Ulrich Müller-Albring, der im Team mit Michael Dopmeier, seit März Leiter Distribution und Retail, und Gerald Meiser, Leiter Fachhandel, für die Verkaufsaktivitäten des Berliner Herstellers zuständig ist. Im Laufe der vergangenen Jahre nahm der Anteil der Flächenmärkte am Gesamtumsatz stetig zu, und derzeit sind AVM-Produkte nicht nur bei rund 16.000 klassischen Fachhändlern, sondern auch bei allen großen Ketten zu finden. Und zwar gleichermaßen im IT- wie im Tk-Bereich. „Wir machen hier keinen Unterschied und sind in beiden Segmenten zu Hause“, so Müller-Albring. „Denn für uns ist es wichtig, daß unsere Produkte dort gekauft werden können, wo der Endkunde sie haben will.“

Ulrich Müller-Albring, AVM-Gesamtvertriebsleiter

Dafür, daß AVM im ISDN-Markt das Topunternehmen ist, gibt es vor allem zwei Gründe. Zum einen die breite Produktpalette, zu der zahlreiche ausgezeichnete Geräte gehören. Besonders erfolgreich, und bei PC-Besitzern sicherlich auch am bekanntesten, sind die Produkte der Fritz!-Familie. Als ISDN-Controller plus Software stellt Fritz! eine Komplettlösung für die Datenkommunikation dar. Mit Ken! und Ken! DSL hat AVM darüber hinaus in den vergangenen Monaten innovative Netzwerklösungen für ISDN und ADSL in den Markt eingeführt.

Grund zwei ist die intensive Zusammenarbeit mit den Partnern im Fachhandel. „Wir haben schon immer großen Wert auf den persönlichen Kontakt zu den Mitarbeitern am Point of Sale gesucht“, sagte Michael Dopmeier. Deshalb baute AVM sehr schnell ein dezidiertes Außendienstteam auf, das sich vor Ort den Wünschen und Bedürfnissen der Partner annimmt und gleichzeitig bei jedem Besuch für Know-how-Transfer sorgt.

Ein mehrstufiges Unterstützungssystem sorgt nicht nur dafür, daß den Mitarbeitern im Verkauf die beratungsintensiven AVM-Produkte nähergebracht werden, sondern auch dafür, daß eine Identifikation mit dem Unternehmen AVM erleichtert wird. So gehören beispielsweise verschiedene Aktionen, Events und Incentives zu den Aktivitäten des Berliner Unternehmens. War es im Jahr 2000 der „Retail Cup“, der von Teams aus unterschiedlichsten Handelsunternehmen per Go-Cart ausgefahren wurde, so wird AVM in diesem Jahr eine Reihe von sportlichen Aktivitäten wie Freeclimbing oder Laufen am Bungee-Band für die Mitarbeiter des Verkaufs veranstalten. Neben Sport und Spaß gehören bei diesen Veranstaltungen auch stets Produktschulungen zum Programm.

Direkte Unterstützung für den Point of Sale gibt es bei AVM auch. So steht einerseits die gesamte übliche Palette von Werbe- und Verkaufsmaterialien für ISDN- und ADSL-Produkte zur Verfügung, von Postern und Deckenhängern bis zu Broschüren und Displays. Andererseits führen AVM-Mitarbeiter Promotions im Hause des Handelspartners durch. „Dabei greifen wir ausschließlich auf unsere eigenen Leute zurück“, betonte Müller-Albring. „Denn diese können unsere Botschaften viel gezielter und überzeugender rüberbringen als die Mitarbeiter einer Promotionagentur.“

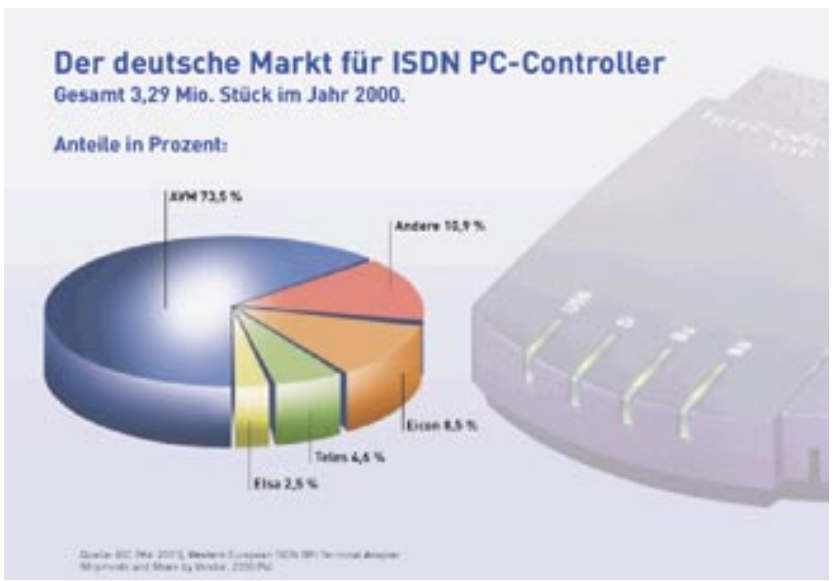
Weitere Unterstützung erfährt der Handel durch die Telefonhotline, die an sechs Tagen pro Woche für Händler und Endkunden offen ist. Müller-Albring: „Die Hotline ist kompetent, ausgesprochen gut zu erreichen und gibt den Händlern die Gewißheit, daß auch der Support nach dem Kauf funktioniert.“

Schließlich stellt AVM seinen Handelspartnern innerhalb des AVM Internetauftritts einen paßwortgeschützten Bereich zur Verfügung. Hier können nach der Anmeldung beispielsweise Datenblätter und Produktfotos heruntergeladen oder PoS-Materialien angefordert werden. „Inter- und Intranet werden für AVM in der Beziehung zu den verschiedenen Handelskanälen immer wichtiger“, stellte Müller-Albring fest, „aber dennoch werden wir unser Face-to-Face-Konzept nicht aufgeben und unsere Handelspartner auch zukünftig persönlich vor Ort besuchen.“

Herbert Päge

AVM-Produkte in über 60 Ländern

AVM unterstützt und verkauft seine Produkte in über 60 Ländern weltweit. Der Vertrieb erfolgt über nationale und internationale Distributoren, Retailer und mehr als 10.000 autorisierte Fachhändler. Mit zahlreichen europäischen Telekom-Gesellschaften wie der Deutschen Telekom, KPN in Holland oder British Telecom bestehen OEM-Partnerschaften. Während der vergangenen Jahre konnte AVM kontinuierlich wachsen. Im vorigen Geschäftsjahr erwirtschafteten rund 450 Mitarbeiter einen Jahresumsatz von 360 Millionen DM.



Nach Untersuchungen des Marktforschungsinstituts IDC ist AVM in Deutschland und Europa deutlicher Marktführer im ISDN-Markt. In Deutschland, dem größten ISDN-Markt in Europa, liegt der Anteil den Untersuchungen zufolge bei über 60 Prozent, in Europa stammt rund die Hälfte aller verkauften ISDN-Controller aus dem Hause AVM.

Metz: Free-to-Air Receiver-Modul für TV-Geräte

Mit einem neuen Modul für das seit vielen Jahren bewährte und zukunftssichere modulare Konzept bei der individuellen Erstausstattung und Nachrüstung von TV-Geräten stellt Metz jetzt auch die Option zur Bestückung oder Nachrüstung mit einem integrierbaren Free-to-Air Receiver für den digitalen Sat-Empfang bereit. Mit dem DVB-S Modul (DVB = Digital Video Broadcast) wird die Auswahl an Ausstattungsoptionen um eine wichtige und wesentliche Komponente erweitert, mit deren Einsatz sich ein leistungsfähiger digitaler Satelliten-Receiver direkt in das Fernsehgerät integrieren läßt.

Die neue Einbaueinheit ist das erste voll integrierbare DVB-S Modul, bei dem fünf Empfangsmöglichkeiten auf einem Platinenlayout zusammengefaßt sind: analoger Sat-Empfang für TV und Radio, digitaler Sat-Empfang für TV sowie Radio und Astra Digital Radio (ADR).

Serienmäßig sind Metz TV-Geräte bereits für den Empfang von Sendestationen über terrestrische Antennen und über Kabelnetze ausgelegt. Die zusätzliche Ausstattung mit dem neuen Modul führt zu größtmöglicher Flexibilität bei der Auswahl der Signalquellen.

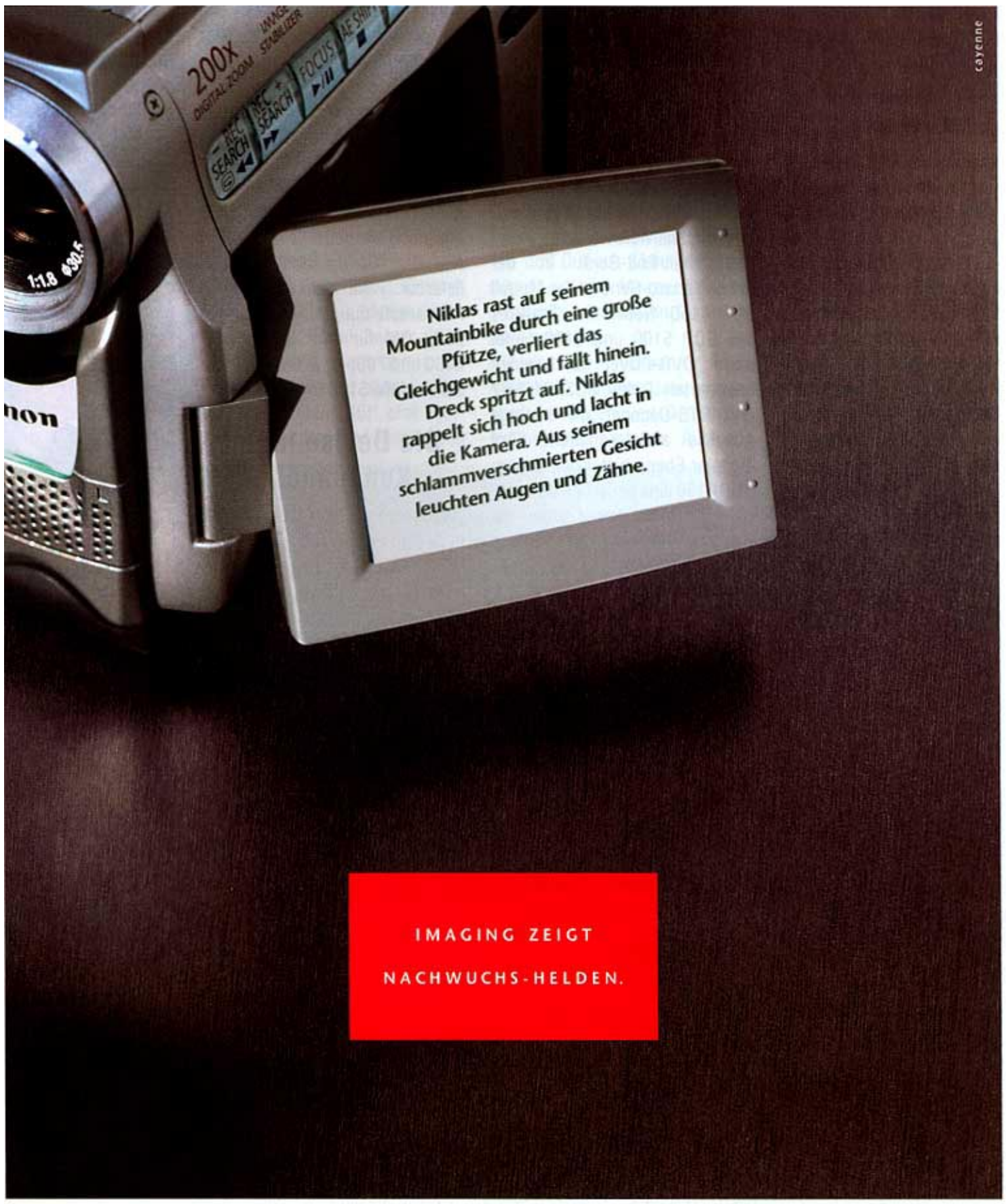
Unkomplizierter Einbau

Der Einbau eines digitalen Satelliten-Empfängers ist auf unkomplizierte Weise durch den Fachhandel durchführbar. Mit Hilfe eines bei Metz erhältlichen DVB-S Service-Kits und der erforderlichen Schnittstellen können Fachhändler auch die notwendigen Software-Updates durchführen.

Ein Prototyp des neuen DVB-S Moduls wurde schon zur Funkausstellung 1997 erstmals von Metz der Öffentlichkeit vorgestellt. In den folgenden Jahren wurde es durch die Metz TV-Labors ständig weiterentwickelt und neuesten Spezifikationen angepaßt. Nach einer Reihe erfolgreich abgeschlossener Feldversuche wird das Metz DVB-S Modul nun ausgeliefert.

Metz Nachrüstsatz DVB-S für mehr Video- und Radioprogramme

Besonders bemerkenswert ist die Möglichkeit der Nachrüstbarkeit aller ab April 1997 bei Metz gefertigten Fernsehgeräte mit Plus-Chassis. Nach dem Einbau können zusätzlich zu den in der Grundausstattung 225 analogen Programmplätzen bis zu 1600 freie unverschlüsselte Video- und 1000 Radioprogramme ausgewählt und abgespeichert werden. Davon sind 250 direkt über die Zifferntastatur anwählbar. Der Metz DVB-S Nachrüstsatz ist zu einem UVP von 899,- Mark für den Handel verfügbar. *evo*



Die neue Xenaro-Range von Grundig

DVD-Player in Eigenregie

Im walisischen Werk Llantrisant hat Grundig mit der Produktion der neuen DVD-Range Xenaro begonnen.

Im walisischen Werk Llantrisant hat die Grundig AG mit der Herstellung der ersten eigenproduzierten DVD-Range begonnen. Mit insgesamt drei neuen DVD-Playern – vom Basismodell Xenaro GDP 5100 über den Xenaro GDP 5120 bis zum High-End-Gerät Xenaro GDP 6150 – möchte Grundig höchste Ansprüche in digitaler Bild- und Tonqualität erfüllen.

Das Basismodell Xenaro GDP 5100 verfügt über einen Zweifach-Laser, mit dem neben DVD-Videos und Video CDs (2.0, S-VCD) auch Audio CDs (CD-R oder CD-RW) abgespielt werden können. Doch auch Internet-User kommen mit diesem Gerät auf ihre Kosten. Der Xenaro GDP 5100 liest auch MP3-Cds. Dabei sind auch längere Dateinamen im Display anzeigbar. Dank integriertem Dolby-Surround erzeugt der DVD-Player einen satten Klang, der auch ohne zusätzliche externe Lautsprecher entsteht. Optional bietet sich die Möglichkeit, einen externen Decoder anzuschließen.

Basierend auf dem Modell 5100 bietet der Xenaro GDP 5120 zusätzliche Klang-Features. Über das Digital Surround Processing (DSP) können je nach Geschmack verschiedene 3D-Klangeffekte wie beispielsweise Action, Drama oder Theater ausgewählt werden. Programmierte Einstellungen der Höhen und Tiefen untermalen somit das Bild-Vergnügen.

Eine weitere Klangoption ist Dynamic Range, diese bietet die Möglichkeit, durch Anpassung des Bass-Volumens störende Umgebungsgeräusche im Wohnraum einzudämmen. Mit dem Anschluß eines externen Subwoofers an den externen Subwoofer-Ausgang des Xenaro GDP 5120 kann der Klangeffekt intensiviert werden.

Das High-End-Gerät in der neuen Xenaro-Serie ist das Modell GDP 6150. Neben den Features des GDP 5100 und 5120 bietet dieser DVD-Player durch einen integrierten Dolby AC3, MPEG2 und DTS-Decoder die analoge Ausgabe aller Kanaltöne. Auf digitaler Ebene bietet der Xenaro GDP 6150 eine neuartige Gammakorrektur. Mit dieser kann die Farbabstimmung des Bildes durch die Einstellung der Grautöne in hellen und dunklen Filmpassagen manuell angepaßt werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Fernsehbild in hellen oder abgedunkelten Räumen betrachtet wird, dank Gammakorrektur bleibt das Bild kontrastreich und scharf. Zu den üblichen Wiedergabefunktionen wie Bildsuchlauf in verschiedenen Geschwindigkeiten, Zeitlupe oder Standbild ist der Xenaro GDP 6150 mit einem sogenannten Video-Strobe ausgestattet. Die Darstellung dieses Effekts zeigt einzelne Standbilder – Video-Frames – der DVD-Player nacheinander in einer Neuner-Gruppe auf dem Bildschirm. Dank eines vertikalen und horizontalen Filters können die einzelnen Bilder flimmerfrei und in guter Bildqualität analysiert werden.

Alle drei Geräte sind seit Juli lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 999,- DM für den Xenaro GDP 6150 und 799,- bzw. 699,- DM für die Modelle 5120 und 5100.

Die Devise lautet Kundennähe

„Wir haben uns zum Ziel gemacht, in Design und Qualität neue Maßstäbe zu setzen sowie mit drahtloser Daten-, Bild- und Tonübertragung eine technologische Marktführerschaft anzustreben. Die Umsetzung in den entsprechenden Markterfolg wird unsere starke Vertriebsposition speziell auf dem deutschen Markt gewährleisten“, erklärte Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Vorsitzender des Vorstandes der Grundig AG, im Rahmen einer Fachpressekonferenz. Ertragsstärke, Kundennähe und die traditionell enge Verbindung zum Fachhandel sind auch nach Meinung von Helmut Koch, Leiter Vertrieb Deutschland, die entscheidenden Faktoren in der künftigen Vertriebspolitik der Grundig AG. „Mit der Eroberung einer starken Position im TV-Segment in Deutschland haben wir bereits ein wichtiges Ziel erreicht, um den Stellenwert der Marke zu dokumentieren“, so Koch.

„Unser Ziel ist es, in Design und Qualität neue Maßstäbe zu setzen. Darüber hinaus streben wir mit drahtloser Daten-, Bild- und Tonübertragung die Marktführerschaft an“, erklärte Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Vorsitzender des Vorstandes der Grundig AG.

Zur Internationalen Funkausstellung in Berlin will sich das Unternehmen deutlicher als je zuvor als kompetenter Hersteller von Home Infotainment Produkten mit starkem Design präsentieren.

Traditionell ist Grundig mit dem mittelständischen Fachhandel besonders eng verbunden. Mit CityLine und Super Elite bietet das Unternehmen seinen Fachhandelspartnern attraktive Konzepte. „Wir verfügen über exzellente Bindungen, die wir künftig weiter festigen und ausbauen wollen“, so Helmut Koch. *miz*

Premiere mit neuem Provisionskonzept

Zum 1. Juli 2001 hat Premiere World ein neues Bonussystem eingeführt. Damit möchte der Pay-TV-Sender seine Händler noch intensiver als bisher in den Vertrieb der Abonnements involvieren.

Das neue Provisionssystem setzt sich aus den Instrumenten Verlängerungsbonus, Laufzeitbonus und Aktivitätsbonus zusammen.
Der Verlängerungsbonus wird mit dem Abschluß des „All-in-One-Superpakets“ gültig.

Für eine Zeitdauer von 18 statt sechs Monaten wird der Händler für seine Beratungsleistung mit einer Provision von 80,- DM pro Abo belohnt. Bleibt der Kunde automatisch über den sechsten Monat der Abolaufzeit treu, erhält der Händler danach eine einmalige Summe von 20,- DM pro Abo.

Schließt der Kunde bereits am Point-of-Sale ein Abo für eine Laufzeit von zwölf oder 24 Monaten ab, bezieht der Händler einen Bonus von bis zu 160,- DM. Das ist der sogenannte Laufzeitbonus.

Der Aktivitätsbonus beläuft sich in Abhängigkeit von den jeweiligen Aktivitäten des Händlers auf bis zu 50,- DM. Die genaue Zusammensetzung definiert der Gebietsverkaufsleiter. Dieses Bonussystem ersetzt ab dem 1. Juli den bisherigen PoS- und Connect-Bonus und setzt sich aus folgenden Kriterien zusammen:

- der PoS-Qualität. Die Plazierung und Aktualität der Premiere World PoS-Materialien wird beurteilt.
- der Zweitplazierung. Setzt der Händler das Premiere World-Angebot in anderen Bereichen oder Medien ein, so wird dies mit einem Bonus honoriert.
- der Verkäuferprämie. Sie bietet einen zusätzlichen Anreiz für das Verkaufsteam, Premiere World zu vermarkten und somit das Aboziel des Händlers zu erreichen.
- dem Abschluß eines Satelliten-Abos
- der Online-Anmeldung über Connect

„Wir wollen Leistung und Einsatz der Premiere World-Händler systematisch fördern“, so Thomas Mischek, Geschäftsleiter Vertrieb bei Premiere World. „Neue, differenzierte Provisionen versetzen uns in die Lage, Engagement entsprechend zu honorieren.“ *miz*

Mehr Transparenz für Paketangebot und Preisstruktur

Zum 1. Juli hat Premiere World sein Angebot vereinfacht. Bessere Orientierung und schärfere Programmprofile sind das erklärte Ziel der Maßnahmen, die die Geschäftsführung von Premiere World beschlossen hat. Auch der Markenbestandteil „Premiere“ soll gestärkt werden. Bei allen Paketen und eigenen Programmangeboten von Premiere World wird „Premiere“ ein fester Bestandteil des Namens.

Der Abonnement-Sender wird künftig sein Angebot in drei statt vier Programmwelten konzentrieren: Premiere Movie, Premiere Family und Premiere Sport. Auch einige Kanäle mit ähnlicher Ausrichtung werden zusammengelegt. So wandern die Inhalte von Romantic Movies und Star Kino zu Premiere Star, und aus Cine Comedy und Comedy wird Premiere Comedy.

Den Premium Kanal Premiere gibt es nun gleich dreimal und zwar als Premiere I, Premiere II und Premiere III. Auch die Sportberichterstattung wurde auf drei Kanäle gebündelt, wobei die Top-Events alle auf Premiere Sport I zu sehen sind. „Wir haben festgestellt, daß die Pakete nun klarer konturiert sind, unsere Zuschauer finden somit schneller, was sie sehen möchten“, so Klaus Seeger, Produkt-Geschäftsführer bei Premiere World.

Auch bei der Preisstruktur setzt das Unternehmen seit Anfang Juli auf mehr Transparenz. Nun gibt es einen Komplettpreis, der die bisher getrennt ausgewiesenen Abo-Kosten und die Decoder-Miete zusammenfaßt. Auch der Zugang zu Pay-per-View-Angeboten wurde vereinfacht.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Neuheiten

Komplettlösung für Streaming-Media

Cyber Link, Entwickler von Softwarelösungen in den Bereichen digitales Video und Streaming Media, stellt mit Stream Author eine Komplettlösung zur Erstellung von Streaming Media-Präsentationen im

Netz vor. Mit Stream Author können Videos aus den unterschiedlichsten Quellen kodiert und in Streaming-Dateien umgewandelt werden. Diese wiederum können mit Power Point Files kombiniert werden. Bewegte Bilder auf dem Bildschirm lassen sich in eine Videodatei konvertieren, und existierende Videodateien können in Streaming-Format umgewandelt werden, um Präsentationen im Internet darzubieten. Mit diesen zahlreichen Konvertierungsmöglichkeiten bietet Stream Author die Grundlage für eine flexible und gezielte Erstellung von Rich Media Präsentationen im Internet bzw. Intranet.

Fotodruck mit persönlicher Note

Sony hat mit dem DPP-SV77 einen Fotodrucker vorgestellt, über dessen 3,2“ LCD-Monitor der Anwender mittels eines mitgelieferten Spezialstiftes direkt auf der Bildschirmoberfläche persönliche Anmerkungen oder Widmungen hinterlassen kann. Diese werden mit Hilfe der druckereigenen Software auf das Foto übertragen und direkt mit ausgedruckt. Innerhalb von nur 90 Sekunden spuckt der Drucker brillante Farbbilder im Format 10 x 15 Zentimeter (7 x 9,5 Zentimeter/60 Sekunden) aus.
Durch das eingebaute Display ist der Drucker sowohl für den stationären als auch mobilen Einsatz geeignet. Die Prints werden in einer Auflösung von 403 x 403 dpi und 16,77 Millionen Farben ausgegeben. Die Fütterung des Thermosublimationsdruckers mit

digitalen Bilddaten erfolgt über Sonys Universalspeichermedium Memory-Stick, den PC-Card-Slot oder per USB-Schnittstelle direkt vom PC. Der Sony DPP-SV77 ist seit Juli dieses Jahres lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 1.399 DM.

Produktivitätslösungen von Microsoft

Im Rahmen der Markteinführung von Office XP Ende Mai hat Microsoft die allgemeine Verfügbarkeit sechs weiterer Produktivitätslösungen angekündigt. Front Page 2002, Map Point 2002, Outlook Mobile Manager, Publisher 2002, Share Point Portal Server 2001 und Visio 2002, die in den neuen Office XP integriert sind, stellen die Infrastruktur für eine effizientere Nutzung und Verwaltung von Informationen bereit. Die Webdesign-Lösung Front Page 2002 ermöglicht, über die einfach zu bedienende Benutzeroberfläche, die in Aufbau und Menüsteuerung den vertrauten Oberflächen der Office Applikationen entspricht, ohne Programmierkenntnisse voll funktionierende Websites zu entwickeln.
Map Point 2002 stellt Unternehmen umfassende geo- und demografische Daten zur Verfügung. Auch diese Lösung ist eng mit Office XP verbunden, so daß sich zum Beispiel geografische Daten aus Word oder Excel in übersichtliche Landkarten umwandeln lassen. Zudem können die Funktionen von Map Point 2002 auch in unternehmenseigene Lösungen eingebunden werden.
Beim Outlook Mobile Manager handelt es sich um eine Ergänzungslösung für Outlook, den im Office-Paket enthaltenen E-Mail Client von Microsoft. Die Version 1.0 des Outlook Managers steht derzeit auf der Microsoft Homepage zum kostenlosen Download zur Verfügung.
Mit dem DTP-Programm Publisher 2002 können Unternehmen Ihre Unterlagen und Dokumente professionell gestalten. Auch das Publisher Service Provider Programm, das Unternehmen die Suche nach geeigneten Druckereien oder Service-Anbietern erleichtert, steht weiterhin zur Verfügung.
Der Share Point Portal Server 2001 ermöglicht die Einrichtung flexibler Intranetportale, die die Zusammenarbeit in Unternehmen optimieren und Mitarbeiter bei der effizienten Durchführung von Aufgaben unterstützen. So können über die mit dem Share Point Server 2001 erstellten Portale Informationen gesucht, freigegeben und veröffentlicht werden. Dank der Integrierbarkeit mit Office- und Windows-basierten Desktop-Umgebungen stellt der Share Point Portal Server 2001 zudem Dokumenten-Management-Funktionen bereit.
Bei Visio 2002 handelt es sich um eine Lösung zur Erstellung von Diagrammen und Zeichnungen. Benutzer, die bereits mit Office Anwendungen vertraut sind, können Visio 2002 fast ohne Lernaufwand einsetzen. Die neue Applikation bietet zahlreiche bereits aus Word oder Excel bekannte Funktionen: personalisierte Menüs, Rechtschreibprüfung, Autokorrektur Tastenkombinationen oder Hilfeassistenten.

Thomson kooperiert auf der IFA mit der ARD

Zahlen und Fakten zum Unternehmen und zum Markt, Informationen zum Produktmarketing, eine Übersicht über Innovationen und Technologien sowie ein Ausblick auf den Auftritt des Unternehmens auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin haben im Mittelpunkt des Pressegespräches gestanden, zu dem die Thomson multimedia Sales Germany GmbH Ende Juni nach Hannover eingeladen hatte.

Am Rande des Pressegespräches konnten die Teilnehmer die Bildqualität des neuen Chasis im Vergleich zu den Mitbewerbern „live" in Augenschein nehmen.

Walter J. Struwe, Geschäftsführer Deutschland & Österreich, berichtete unter anderem, daß Thomson multimedia im Jahr 2000 dynamisch und profitabel gewachsen sei. Mit einem Plus von 90 Prozent gegenüber dem Vorjahr schlugen dabei vor allem Consumer Produkte beim Nettoergebnis positiv zu Buche.

Präsentierten beim Pressegespräch in Hannover aktuelle Marktdaten und die IFA-Neuheiten der Thomson multimedia Sales Germany GmbH: Walter J. Struwe, Geschäftsführer Deutschland & Österreich, Emanuel Funk-Moreau, Marketingleiter Deutschland & Österreich, und Jürgen Gelber, Vertriebsleiter Deutschland & Österreich

Weiterhin gab es Wissenswertes zur Integration von Philips Professional Broadcast zu Thomson multimedia Broadcast Solutions und zum geplanten Kauf der DSL Aktivitäten von Alcatel. Durch die Erweiterung der Allianz mit Microsoft Xbox werde Thomson eine weite Range aus Technologie, Komponenten, Hardware und Services anbieten können, führte Struwe weiterhin aus.

Jürgen Gelber, Vertriebsleiter Deutschland & Österreich, vertiefte anschließend die Marktzahlen und unterstrich mit detaillierten Darstellungen der einzelnen Produktbereiche und Distributionskanäle die erfolgreiche Marktstellung des Unternehmens.

Und Emanuel Funk-Moreau, Marketingleiter Deutschland und Österreich, zeichnete schließlich den Weg nach, den Thomson seit 1999 vom Spezialisten zum Vollsortimenter beschritten hat. „Wir haben stark distribuierte, gut in Hitlisten plazierte und von prominenten Testhäusern honorierte Starprodukte", erklärte Funk-Moreau. Weiterhin skizzierte der Marketingleiter den Aufbau der Produktpalette, die aus Thomson Wysius, Thomson Scenium, Thomson Life, Thomson Lyra und Tak besteht, nach Marktpositionierung und Zielgruppen.

Abschließend stellte der Marketingleiter den IFA-Besuchern einen starken Messeauftritt des Unternehmens in Aussicht. Einen der Schwerpunkte wird auf der Messe die Kooperation mit der ARD bilden, die täglich mehrere Stunden lang (Morgenmagazin, Mittagsmagazin, Sportschau) aus der Thomson Halle senden wird. Darüber hinaus stehen in Berlin die Key Innovationen im Mittelpunkt. Dazu zählen die neueste Bildtechnik für alle bestehenden Display-Formen, MP3 und MP3pro Technologie, Home Entertainment & Home Cinema als Strategie-Segment mit immer raffinierteren Lösungen und die rasche Fortsetzung der Entwicklung der Extra-Flat-Bildröhren.

Natürlich gab es auch Interessantes zu den neuen Produkten zu hören. So wird Thomson beispielsweise ab Spätsommer eine komplett neue DVD-Player-Range anbieten. Sie umfaßt ein Einsteiger-, ein Standard- und ein Topmodell, die den Angaben zufolge eindrucksvolle räumliche Klangqualität ermöglichen und eine brillante Bildwiedergabe bieten. Die neuen Modelle DTH 5000, DTH 5200 und DTH 5400 können alle gängigen Ton- und Videoträger wie DVDs, Video- und Audio-CDs wiedergeben. Darüber hinaus spielen sie auch die meisten CD-R, CD-RW und Musikstücke im MP3 Format. Alle Modelle liefern kinoreifen Surround Sound, sie sind mit Digital Theater System (DTS), Dolby Digital (AC-3), 3-D Virtual Surround und MPEG-2 Audio kompatibel.

Als Standardmodell verfügt der Thomson DVD-Player DTH 5200 über einen MP3-Decoder und zahlreiche Anschlußmöglichkeiten.

Bei Fernsehgeräten kombiniert Thomson multimedia die beiden Trends hin zu Geräten mit Flachbildschirmen und zu Geräten mit 55 cm Bildschirmdiagonale: Vier neue 55 cm Extra Flat-TVs werden auf der IFA zu sehen sein. Die 4:3 Geräte mit einer sichtbaren Bildschirmdiagonale von 51 cm geben ein kontrastreiches und verzerrungsfreies Bild wieder. In bezug auf Preis, Technologie und Design werden die vier Modelle unterschiedlichen Ansprüchen gerecht, hieß es. Deshalb wird es die neuen TV-Geräte in Mono oder Stereo, mit und ohne integrierten DVD-Player und wechselbaren Rahmen geben.

Originelle Formen, neuartige Materialien und Trendfarben kombiniert mit pfiffigen Funktionen – so beschrieben die Thomson Manager die Attribute der Produktfamilie Thomson Life. Zur IFA führt das Unternehmen die neue und inzwischen dritte Generation der Life Serie ein: sechs TV-Portables in verschiedenen Größen und Farben, eine TV-DVD- und zwei TV-Video-Kombinationen sowie zwei CD-Player.

Home Entertainment & Home Cinema mit immer raffinierteren Lösungen

Bild oben: Der Thomson 21 CT 17 E ist TV-Gerät und DVD-Player in einem.

Bild links: Die neuen TV-Geräte der Thomson Live Serie gibt es unter anderem in der Farbe Limone.

Iced Sugar und Trekking heißen die beiden neuen TV-Geräte in den Farben Kristallweiß und Khaki für unterwegs. Sie haben eine Bildschirmdiagonale von 23 cm, wiegen neun Kilo und besitzen einen integrierten Tragegriff sowie einen 12/24 Volt-Stromanschluß. Neben den 23 cm-Modellen gibt es auch vier neue portable Fernsehgeräte mit einer sichtbaren Bildschirmdiagonale von 34 cm. Mit ihren Farben Limone, Perlmutt, Hellblau und Brillantschwarz lehnen sich diese Modelle an aktuelle Modetrends an.

Alle sechs Modelle der Thomson Life III Serie sind Mono-TVs, die über einen Euro-AV-Eingang an der Rückseite, einen Video- und Audioeingang an der Frontseite, Kopfhöreranschluß, Videotext, 99 Programmspeicherplätze und Kindersicherung verfügen.

Neuartige Materialien und witzige Farbkombinationen (Milky Red und Milky Blue) zeichnen auch die beiden neuen portablen CD-Player der Life Serie von Thomson aus. Sie wurden speziell für eine junge, trendige Zielgruppe entwickelt.

Neu in diesem Segment sind auch noch die TV-Video-Kombinationen Tekno und Kid sowie die TV-DVD-Kombination Digital. Sie besitzen eine sichtbare Bildschirmdiagonale von 34 cm und bieten neben dem TV-Gerät einen integrierten DVD-Player bzw. Videorecorder.

Die neuen portablen CD-Player der Thomson Life Serie werden in attraktiven, auf eine junge Zielgruppe ausgerichteten Farben angeboten. Hier das Modell LAD 890 RC in Milky Blue.

Abgerundet wird das Thomson Neuheitenangebot zur IFA durch die beiden portablen CD-Player Lyra PDP 2080 und LAD 790. Beide Geräte heben sich den Angaben zufolge vor allem durch das Material, die interessante Farbgebung und ihre technische Ausstattung hervor.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-Aktuell

Daewoo Electronis mit Überraschung auf der IFA

Was sich hinter der Produktionsbezeichnung DV-115 genau verbirgt, mochte Daewoo Electronics bis Redaktionsschluß noch nicht verraten. Nur so viel wurde bekanntgegeben: Daewoo präsentiert eine neuartige Kombination von Kino und Konzert im Wohnzimmer. Dabei handelt es sich um ein, so die Pressemitteilung, „kompaktes Gerät mit attraktivem Äußeren; vielseitig einsetzbar für digitalen Ton und digitales Bild; alleinstehend, aber mit sechs Angehörigen für Sound; erfüllt alle Wünsche zu einem erschwinglichen Preis; langfristige, erfüllte Beziehung garantiert.“ Wer wissen will, was sich hinter dieser Überraschung verbirgt, sollte sich auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin am Daewoo-Stand informieren – oder die Berichterstattung über die Messe in PoS-MAIL lesen.

Philips Patentverwaltung in Aachen feierte Richtfest

Ende dieses Jahres soll der Neubau der Philips Patentverwaltung in Aachen auf dem Gelände des Philips Forschungslabors bezugsfertig sein. Am 19. Juni feierten die Philips Patentverwaltung und das Philips Forschungslabor Richtfest für das neue Gebäude. Für den Standort der neuen Patentverwaltung war nicht zuletzt entscheidend, daß die Mehrzahl der deutschen Patentanmeldungen aus dem Aachener Forschungslabor kommt. Zu den neuesten Highlights zählen unter anderem die weltweit kleinste Antenne für die mobile Kommunikation, die UHP-Lampe für Projektionsfernseher, der flache dynamische Röntgendetektor für die medizinische Bildgebung und Spracherkennung für benutzerfreundliche Gerätebedienung.

BVT kritisiert Elektroschrott-Beschluß des EU-Ministerrates

Die ungeklärte Verantwortung und Finanzierung der haushaltsnahen Altgerätesammlung bleibt aus Sicht des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels e.V. der Knackpunkt der im Entscheidungsprozeß befindlichen Elektronik-Schrott-Verordnung. Die von der Europäischen Union am 15. Mai 2001 verabschiedete Richtlinie sieht vor, daß die Mitgliedsstaaten von der nationalen Rücknahmepflicht des Handels absehen können, sofern den Verbrauchern ein geeignetes Entsorgungssystem zur Verfügung gestellt wird. Laut diesem Vorschlag kann der Handel auf freiwilliger Basis die Geräte zurücknehmen. Auch das Bundesumweltministerium verfolgt diese Zielsetzung, konnte sich jedoch nicht gegen die Mehrheit der EU-Umweltminister durchsetzen.

Das EU-Ministerium hält nach seiner Entscheidung vom 7. Juni 2001 an der Richtlinie fest, den Handel grundsätzlich zur Rücknahme von Altgeräten zu verpflichten. Dabei sollen zwar nationale Sonderregelungen zugelassen werden, die allerdings auf fünf Jahre befristet sind. Anschließend soll der Fortbestand nationaler Lösungen von der Zustimmung der EU-Kommission abhängig gemacht werden. Hintergrund ist die Sorge, daß unterschiedliche nationale Regelungen zu Wettbewerbsverzerrungen führen.

„Aus Sicht des Elektronik-Fachhandels ist es bedauerlich, daß sich das Bundesumweltministerium mit seiner Forderung nach einer dauerhaft freiwilligen Einbindung des Handels in Europa nicht durchsetzen konnte. Die Haltung des EU-Parlaments entspricht zwar nicht vollständig unserer Forderung nach einer freiwilligen Einbindung. Aber diese Regelung ermöglicht den Mitgliedsstaaten den Erhalt oder Aufbau individueller, an den nationalen Erfordernissen ausgerichteter Rückführungssysteme für Elektroaltgeräte“, so Willi Klöcker, BVT Vorsitzender.

HP Arbeitsplatzdrucker mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet

Auch die drei neuesten HP Arbeitsplatzdrucker LJ 1200, LJ 2200 und LJ 4100 aus der LaserJet Familie wurden jetzt mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Ab sofort dürfen sie das Umweltgütezeichen mit der Umschrift „emissionsarm und recyclinggerecht“ tragen. Damit sind nun neun HP LaserJet Drucker mit einer Druckleistung von bis zu 25 Seiten pro Minute mit dem begehrten Umweltzeichen zertifiziert. Seit zwei Jahren läßt HP alle zertifizierbaren monochromen HP LaserJet Modelle nach den Richtlinien des Umweltbundesamts (UBA) für die Vergabe des Blauen Engels testen.

Das Verfahren ist umfangreich: Nach einem Prüfkatalog mit insgesamt 81 Kriterien werden die Drucker auf Aspekte wie Recyclingfreundlichkeit, Langlebigkeit, Energieverbrauch, Schadstoffarmut, Verwendung umweltverträglicher Bauteile und Lärmemissionen überprüft.

Anzeige

+++ FUJIFILM +++ Aktuell +++ für den High-Tech-Fachhandel +++

Digitalkameras verkaufen – am Service verdienen

Kompetenz für digitale Bilder auf der IFA in Halle 3.2 b01

Fujifilm, der Systemanbieter für Imaging und Information, zeigt Ihnen auf der IFA Wertschöpfungskonzepte mit digitalen Bildern: die erfolgreichen Digitalkameras der FinePix Serie mit dem einzigartigen Super CCD, zusammen mit dem Fujifilm Digital Imaging Services (FDi) Konzept für digitale Bilder. Ob schnelle Bilder direkt am PoS mit der Digital Print Station, Pictrography oder den Frontier Minilabs oder das Digitalfoto aus dem Großlabor – Fujifilm entwickelt alle wichtigen Technologien für Digitalfotografie selbst – und ist damit Ihr Partner für das Geschäft mit digitalen Bildern.

Auf der IFA Digitalkameras kostenlos testen und Fotos bestellen

Gegen Vorlage des Personalausweises können IFA-Besucher die Fujifilm Kameramodelle FinePix 4800 und FinePix 6900 kostenlos testen. Die Bilder können im Anschluß über die Fujicolor order-it Station sofort bestellt werden und kostenlos auf echtem Fotopapier geprintet.

Fujifilm Digital Show 2001 von August bis Oktober unterwegs

Die IFA ist der Auftakt für die Digital Show 2001, die nach der Funkausstellung in acht deutschen Städten das komplette Sortiment von digitalen Kameras und Foto Services präsentiert.

Datum	Veranstaltungsort
25.08. - 02.09.'01	Berlin Messedamm 22 14055 Berlin Int. Funkausstellung (IFA)
05.09. - 06.09.'01	Potsdam Jägerallee 20 14469 Berlin Dorint Sanssouci
12.09. - 13.09.'01	Hamburg Billwerder Neuer Deich 14 20539 Hamburg Forum Hotel Hamburg
19.09. - 20.09.'01	Leipzig Georgiring 13 (Nähe Hbf) 04103 Leipzig Victor's Residenz
26.09. - 27.09.'01	Neuss Rheinallee 1 41460 Neuss Swissôtel Neuss
01.10. - 02.10.'01	Wiesbaden Auguste-Viktoria-Str. 15 65185 Wiesbaden Dorint Wiesbaden
05.10. - 07.10.'01 (nur für Mitglieder)	Erlangen Ringfoto-Messe Beethovenstr. (Rathausplatz) 91053 Erlangen Heinrich-Lades-Halle
10.10. - 11.10.'01	München Arabellastr. 5 89125 München Arabella Sheraton Bogenhsn.
17.10. - 18.10.'01	Ludwigsburg Stuttgarter Str. 33 – 35 71606 Ludwigsburg Forum am Schlosspark

Entdecken Sie Fujifilm als Ihren Partner für das Geschäft mit digitalen Kameras und Bildern. Fujifilm Handelspartner melden sich zur Digital Show 2001 in der Partner Lounge unter www.fujifilm.de an. Zukünftige Fujifilm Partner sind herzlich willkommen für einen renditebringenden Kontakt unter digitalshow@fujifilm.de.

Nokia Media Terminal: Einfache Bedienbarkeit ist Teil des Konzeptes

Digitalempfänger mit integrierter Festplatte und Internetzugang

Man nehme einen digitalen Fernsehempfänger, eine integrierte Festplatte und breitbandige Telekommunikationsnetze und kombiniere diese Zutaten mit einer einfachen Bedienerführung, die sich an die Gewohnheiten des TV-Konsumenten anlehnt. Man erhält ein Gerät, das die unterschiedlichen Übertragungswege so miteinander verknüpft, daß der Anwender gar nicht unterscheiden kann oder muß, welche Inhalte von welcher Quelle kommen. Oder kurz gesagt: ein Gerät wie das Nokia Media Terminal.

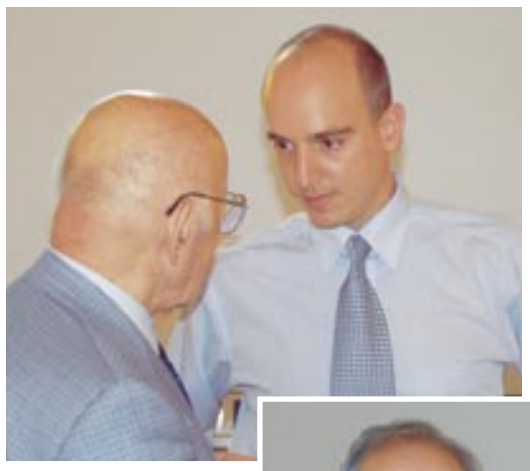


Bild oben: Am Rande des Nokia Pressetreffs in Berlin blieb Zeit für individuelle Gespräche. Hier beantwortet Marcus Störkel, Marketing Manager Nokia GmbH, Nokia Home Communications, die Frage eines Teilnehmers.

Bild rechts: Dr. Helmut Stein, Chief Technical Officer, Nokia Home Communications, informierte über Nokias Ideen zur Integration der neuen Medienwelten.

Dr. Hartmut Voß, Director Sales and Marketing, Nokia GmbH, Nokia Home Communications, zeigte auf, warum Nokia im Media Terminal den Schlüssel zu neuartiger TV-Unterhaltung sieht.

Dieses stand im Mittelpunkt eines Pressetreffs unter dem Motto „Das Wohnzimmer der Zukunft – Unterhaltung in einer neuen Dimension“, zu dem Nokia Home Communications im Vorfeld der Internationalen Funkausstellung nach Berlin eingeladen hatte. „Im Media Terminal verschmelzen digitales Fernsehen, Internet und die vom PC her bekannte Festplattentechnologie“, erläuterte Dr. Hartmut Voß, Director Sales and Marketing, Nokia GmbH, Nokia Home Communications. „Und genau das ist der Punkt, auf den die Welt meiner Ansicht nach gewartet hat.“

Voß stellte in seinem Referat vor allem das preisgekrönte Bedienkonzept des Media Terminals heraus. „Im Zuge der Weiterentwicklung unserer Empfangsgeräte haben wir für das Media Terminal das Konzept der Navi Bars eingeführt“, so Voß. „Seit mehr als 20 Jahren entwickeln wir Produkte für den privaten Entertainmentbereich. Dabei war Benutzerfreundlichkeit seit jeher unser oberstes Gebot. Mit den Navi Bars haben wir jetzt eine Bedienoberfläche geschaffen, die so selbsterklärend ist, daß jeder Anwender spielend damit zurecht kommt.“

Unter Navi Bars versteht Nokia eine waagerecht über den Bildschirm laufende Menüleiste mit sogenannten Ordnern, die von einer senkrechten Menüleiste mit „Lesezeichen“ gekreuzt wird. Ordner können beispielsweise TV, Shopping oder Sport heißen; Lesezeichen wären dann die einzelnen Sender, virtuelle Kaufhäuser oder Kataloge oder Verknüpfungen zu verschiedenen Sportangeboten, etwa der Homepage des Lieblingsvereins, dem auf eine Sportart spezialisierten TV-Sender oder eine Sammlung eigener Sport- und Actionfotos, die zuvor von einer Digitalkamera oder einem beliebigen Speichermedium auf die Festplatte überspielt wurden.

Um zu einem der Punkte zu gelangen, braucht der Anwender lediglich die Navigationstasten der Fernbedienung zu drücken und die beiden Achsen am gewünschten Punkt übereinander zu bringen. Das Gerät sucht sich dann selbst den Ort, an dem die Verküpfung zu finden ist. Dabei ist es gleichgültig, ob die Quelle das Fernsehen, das Internet oder die Festplatte ist, der Nutzer erhält genau das, was er sucht.

„Nokia sieht in der Festplatte den wichtigsten Ansatz zu einer TV-typischen, also vom Fernsehgerät her bekannten Bedienung eines solchen integrierten Medienempfängers“, betonte Dr. Helmut Stein, Chief Technical Officer, Nokia Home Communications. „Von einer Festplatte kommen Inhalte, Programme oder Daten tatsächlich auf Knopfdruck herunter, und zwar weit schneller als aus jedem Netzwerk.“

Die Zauberformel für das Media Terminal laute Broadcast + Harddisc + Breitbandtelco. Erst diese Kombination biete tatsächlich die Möglichkeit, alle Dienste auf den Fernsehschirm zu bringen, für die sich der Nutzer interessieren könnte. Stein: „Allerdings andere Dienste, als er auf seinem PC nutzt. Er wird nämlich kaum eine PowerPoint Präsentation auf seinem Fernseher gestalten wollen. Dafür wird er sich mehr unterhalten lassen. Er wird Medieninhalte herunterladen, Programme, Musik, vielleicht auch Videos und was sonst noch im Zusammenspiel der Medien für ihn interessant ist.“

Um die Möglichkeiten des Media Terminals kennenzulernen, müsse man sich vorstellen, einfach zwischen Internetseiten und Fernsehkanälen hin und her zu schalten, die Lieblingssendung aufzuzeichnen oder die aktuellen Hits in digitaler Qualität abzuspielen. Stein: „Vom Wohnzimmer aus kann der Anwender ebenfalls interaktive Spiele spielen, E-Mails versenden, chatten und auf der integrierten Festplatte TV-Programme, Musik und Bilder in digitaler Qualität speichern.“

Die Möglichkeiten des Nokia Media Terminals lassen sich unter zwei Punkten zusammenfassen:

- Interaktives Digitales Fernsehen und Multimedia: Die Kombination digitalen Fernsehens und der Internet-Technologie eröffnet eine große Auswahl an für das Wohnzimmer optimierten Diensten und Angeboten: vollwertiger Internetzugang, E-Mail, Chat, Video on Demand, Interaktive Spiele, MP3 Player, digitale Videoaufnahme, Online Support und einen ausführlichen Programmführer.

Bild oben: Die neuentwickelte Menüführung mit Hilfe sogenannter Navi Bars knüpft an die Gewohnheiten des TV-Konsumenten an und soll dem Anwender die Benutzung des Media Terminals so komfortabel wie möglich machen.

Bild links: Das neue Nokia Media Terminal verknüpft Übertragungswege über Satellit, Breitband-Fernsehkabel und breitbandige Telekommunikationsnetze wie DSL.

Technische Daten Nokia Media Terminal

Software: Linux Betriebssystem, Mozilla Open Source Browser, DVB System auf separatem RTOS, Nokia Navi Bars Lite (Benutzer Interface), HTML 4.0, CSS 1, HTTP 1.1 und JavaScript 1.5 kompatibel, Netscape kompatible Plug-Ins, Unterstützung von GIF, JPEG, PNG, MIDI, Macromedia Flash und PDF; E-Mail Client: SMTP, POP3, IMAP4 und NNTP Protokolle; Unterstützung von Chat Funktionen, IP über MPEG (DVB Standard), IP Multicast und Unicast, SSL und TSL Sicherheitsprotokolle; lokale und Netzwerkspiele in 2D und 3D, Unterstützung von IR und USB Game Pads, Software Update möglich; Conditional Access (Pay TV), DVB, ATVEF und MHP kompatibel; Kindersicherung; Unterstützung von USB Geräten, z. B. Druckern; Unterstützung von Geräten mit IEE 1394 Anschluß, z. B. digitale Camcorder.

Hardware: Intel Celeron 366 Mhz CPU oder schneller, 20 Gigabyte Festplatte oder größer, voll MPEG2/DVB kompatible Grafikengine, Nokia Fernbedienung.

Speicher: 32-64 MB Systemspeicher, 4 MB SDRAM für Video und Systemspeicher (DVB Subsystem), 1+1 MB Flash Memory für Boot Loader und DYB System.

Grafik- und Videoverarbeitung: beschleunigte 3D Grafiken, Grafik und Video Stream Mixing, per Pixel Alpha Blending, Spezialeffekte, programmierbare 2D Skalierung (1:64 beliebig), fortschrittlicher Flimmerfilter, Macrovision 7 kompatibel, PAL und NTSC.

Netzwerk Interfaces: 2x (QPSK/QAM/OFDM) DVB Frontend Tuner, digitaler Satelliten-, Kabel- und terrestrischer Empfang, ISDN, ADSL, Ethernet und Kabelmodem, Audio/Video Ausgang, Multistandard-Anschlüsse, Unterstützung für Composite Video, S-Video oder RGB, SCART Signale für Fernseher oder Videorecorder, 2x RCA Anschluß (Analog Audio L/R), 1x S/PDIF digitaler koaxial Audio Ausgang

Externe Anschlüsse: 2x ISO 7816-3 Smart Card Leser (für Pay TV und E-Commerce), 1x PCMCIA Anschluß (WLAN, GPRS), 2x USB Anschluß, 2x IEEE 1394 Anschluß, 1x RJ11 Telefon Anschluß, 1x IR Empfänger (unterstützt RC-MM Protokoll), 1x RJ45 Ethernet Adapter (10/100 Baset), 1x Common Interface Anschluß

Abmessungen: 262 x 104 x 314 mm (B x H X T)

Täglich frische News: www.pos-mail.de

• Personal Video Recorder: Das Media Terminal bietet die Vorteile der digitalen Videoaufnahme. Durch die Pause-and-Play-Funktion kann eine Sendung aufgezeichnet und ohne Unterbrechung oder Wartezeit weitergeschaut werden. Während die Wiedergabe am Beginn der Aufnahme startet, verpaßt der Zuschauer nichts von der Sendung, denn das Media Terminal zeichnet weiter auf.
Außerdem kann der Anwender mit dem Media Terminal Video on Demand Dienste nutzen. Die integrierte Festplatte speichert abhängig vom Datenformat bis zu 15 Stunden Film. Wird der Platz trotzdem knapp, kann ohne Probleme eine zusätzliche Festplatte extern angeschlossen werden. Die Filme können in eigene Ordner abgelegt werden, hierdurch erhält der Nutzer einen optimalen Überblick über die gespeicherten Daten.

Media Terminal ist eine offene Plattform

„Damit auf einer derart universellen Plattform bzw. mit einem solch umfassenden Bedienkonzept auch Zugang zu möglichst vielen Inhalten besteht, hat sich Nokia entschieden, das Gerät als offene Plattform zu realisieren“, führte Stein weiter aus. Dementsprechend würden als CPU ein Celeron-Prozessor von Intel, als Betriebssystem Linux und andere offene Standards wie MHP oder HTML verwendet (siehe Kasten links). Zu den konzeptionellen Überlegungen bei Nokia gehörte nach Steins Worten auch, allen interessierten Diensteanbietern auf dieser Plattform die Realisierung eigener Anwendungen zu ermöglichen.

Neues Geschäftsmodell zur Subventionierung

„Angesichts der reichhaltigen technischen Ausstattung stellt sich bei jedem für Konsumenten bestimmten Produkt schnell die Frage nach dem Preis“, meinte Stein weiter. „Um hier den Interessenten – sowohl Nutzern als auch Anbietern – entgegenzukommen, hat Nokia ein neues Geschäftsmodell entwickelt. Es sieht vor, daß Diensteanbieter auf der Bedienplattform Navi Bars ein kostenpflichtiges Bookmark als Teil eines Folders einrichten können, das per Klick zu den eigenen Angeboten führt. Außerdem wird dem Anbieter auf Wunsch ein Teil der Kapazität auf der Festplatte zugewiesen.“ Die Einnahmen, die auf diese Weise erzielt werden, senken den Verkaufspreis des Gerätes.
So könne beispielsweise ein Versandhaus sein Bookmark auf der Navi Bars-Oberfläche mit Formularen, Bezugsbedingungen und sonstigen Dingen, die für Bestellungen gebraucht werden, verknüpfen. Zusätzlich könnten nach Bedarf mehrere MByte auf der Festplatte angemietet werden, um dort den Katalog abzulegen.
Je mehr „Sponsoren“ sich finden, um so preiswerter kann das Gerät verkauft werden. Derzeit laufen nach Steins Ausführungen „ernsthafte“ Gespräche mit über 20 interessierten Unternehmen.

Vermarktungsaktivitäten für das Jahr 2001

Zum Abschluß des Pressetreffs faßte Marcus Störkel, Marketing Manager Nokia GmbH, Nokia Home Communications, die Ziele und Aufgaben sowie die Vermarktungsaktivitäten für das laufende Jahr zusammen. Seinen Worten nach will Nokia Home Communications in diesem Jahr dem digitalen Fernsehmarkt zum Durchbruch verhelfen und selbst einen Marktanteil von über 25 Prozent erringen. Außerdem sollen das Sortiment und die Serviceangebote für Handelspartner und Endkonsumenten ausgeweitet werden. Und schließlich will das Unternehmen, nicht zuletzt bei der Vermarktung der Navi Bar Folder, mit starken Marktpartnern zusammenarbeiten. Mit 25jähriger Erfahrung im Bereich digitaler Fernsehübertragung und einer Modellpalette, die im Laufe der Jahre stets an die technischen Erfordernisse angepaßt wurde, fühlt sich Nokia derzeit im Markt gut positioniert. Im Mittelpunkt der Vermarktungsaktivitäten stehen neben dem Nokia Media Terminal, das zur IFA eingeführt wird, die beiden Digitalreceiver Mediamaster 9650 S, Mediamaster 9902 S Pad und Mediamaster 9450 S, die unter anderem an populärer Stelle der Nokia Homepage im Internet zu finden sind, bzw. für die spezielle Salespromotions entwickelt wurden.
Die Unterstützung für den Handel besteht laut Störkel unter anderem aus umfangreichen Informationen zu den einzelnen Produkten im Internet, durch Messeauftritte und eine kompetente Service-Hotline, deren Erreichbarkeit seit Mai auch am Samstag (8–14 Uhr) sichergestellt ist. Weiterhin bietet Nokia Home Communications seinen Händlern Schulungen, in denen beispielsweise die Grundlagen des digitalen Fernsehens, Tips zur Vermarktung oder die Nokia Produkte thematisiert werden.
Broschüren, Verkaufshilfen und Aktivitäten des Handelsmarketings runden die Handelsunterstützung ab. Dazu zählen zum Beispiel Mailingaktionen, die ständige Betreuung und der Aufbau eines Extranets mit Zusatzinformationen für Handelspartner. *Herbert Päge*

PoS Aktuell

Privatel und Drillisch arbeiten zusammen

Mit der Unterzeichnung des Kooperationsvertrags bezüglich der Vermarktung von 24-Monatsverträgen der Alphatel GmbH aus Maintal bei Frankfurt, einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft der Drillisch AG, hat der Hamburger Mobilfunk-Distributor Privatel einen weiteren Serviceprovider in sein Produkt-Portfolio aufgenommen. „Wir wollen uns zukünftig auf breiter Front aufstellen, weitere

Daniel Debes, Vorstand der Privatel AG

Serviceprovider an uns binden und somit unseren Fachhändlern ein stark erweitertes Angebot offerieren. Die jetzige Kooperation mit Alphatel ist ein weiterer Schritt in diese Richtung“, erklärte Daniel Debes, Vorstand der Privatel AG.

Erster UMTS-Call unter Praxisbedingungen

D2 Vodafone hat Anfang Juli einen weiteren Meilenstein beim Aufbau seines UMTS-Netzes gesetzt: Auf dem Gelände der Münchner D2-Niederlassung konnte am frühen Nachmittag erstmals eine UMTS-Verbindung zwischen zwei Handys über die sogenannte Luftschnittstelle (over the air) erfolgreich aufgebaut werden. „In erster Linie wollten wir mit diesem Sprach-Call testen, ob das reibungslose Zusammenspiel der Endgeräte mit der von uns eingesetzten Systemtechnik funktioniert“, erläuterte D2-Technik-Geschäftsführer Helmut Hoffmann. „Alles hat in exzellenter Qualität funktioniert. Das ist umso wichtiger, da die Infrastruktur des Münchner Pilotsystems später in den UMTS-Regelbetrieb übergehen soll.“ Den kommerziellen Start seines Multimedia-Netzes plant D2 Vodafone voraussichtlich in 2002. Dann sollen den Kunden neue mobile Services, wie zum Beispiel Video- und Audio-Streaming, Bildtelefonie, Picture Messaging oder auch interaktive Spiele angeboten werden.

Viag Interkom ordnete Geschäftsführung neu

Zum 1. Juli hat Keith Cornell, derzeitiger Vorsitzender der Geschäftsführung von Viag Interkom und in Personalunion President Europe von BT Wireless, wie geplant die Geschäftsführung von Viag Interkom neu ausgerichtet: Joachim Preisig, bisher zuständig für Finanzen und Controlling, steigt zum Geschäftsführer für die Bereiche Marketing und Vertrieb auf. Dietrich Beese wird Mitglied der Geschäftsführung und ist dort für Finanzen und Administration zuständig. Preisig, seit Gründung von Viag Interkom Mitglied der Geschäftsführung, ist in Zukunft für die Vermarktung und den Vertrieb von Loop und Genion verantwortlich. Er soll zusätzlich zum Privatkundensegment den Geschäftskundenbereich erweitern und Vertriebskanäle und Produkte ausbauen, die den speziellen Anforderungen der Geschäftskunden entsprechen. Eine weitere Aufgabe ist die Entwicklung des Wholesale-Geschäfts, bei dem Viag Interkom Geschäftskunden ohne Mobilfunknetz Übertragungskapazitäten zur Verfügung stellt. Preisig, 1962 in der Schweiz geboren, hat in Zürich das Studium der Betriebswirtschaft absolviert und arbeitete bereits in unterschiedlichen internationalen Managementpositionen.
Dietrich Beese, der bei Viag Interkom seit drei Jahren Generalbevollmächtigter und für den Bereich Recht und Regulierung zuständig war, rückt in die Geschäftsführung auf. Der gelernte Jurist wird die Finanzpolitik von Joachim Preisig fortsetzen und auch weiterhin für Recht und Regulierung verantwortlich sein. Zudem soll er die finanziellen Mittel für die Entwicklung neuer Dienste und den Weg in die dritte Mobilfunkgeneration optimal einsetzen. Dietrich Beese, seit 1992 in verschiedenen Managementpositionen im Telekommunikationsbereich erfahren, war unter anderem bereits fünf Jahre Geschäftsführer der Talkline Infodienste GmbH und schon dort für Finanzen und Controlling verantwortlich.
Karl-Wilhelm Rohrsen wird weiter als Geschäftsführer Technik den Ausbau der Mobilfunknetze für die zweite und dritte Generation vorantreiben.

Neuer Telefonservice für den Mittelstand

Ob Fertigungsbetrieb, Handwerksunternehmen oder Dienstleister, ein Unternehmen, das heute am Markt bestehen will, muß nicht nur Kernkompetenz besitzen, sondern auch mit begleitendem Service überzeugen. Der richtige Umgang mit eingehenden Telefonaten gehört dazu. Das badische Telekommunikationsunternehmen frs bietet jetzt einen neuen Anrufannahme-Service für mittelständische Unternehmen. Dessen Funktion ist einfach: Ist die Telefonzentrale eines Unternehmens nicht besetzt, etwa nach Betriebsschluß oder am frühen Morgen, laufen eingehende Anrufe im frs Service Center auf. Dort meldet sich eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter mit dem Namen des angerufenen Unternehmens, nimmt das Gespräch entgegen und hilft dem Anrufer zumindest ein Stück weiter. Der Anrufer läuft damit weder ins Leere, noch landet er in einer Warteschleife oder auf einem Anrufbeantworter. Mit dem Unternehmenskunden, der diesen Service in Anspruch nimmt, vereinbart das frs Service Center einen Aktionsplan, in dem detailliert festgelegt wird, wie mit den Anrufen außerhalb der Geschäftszeiten verfahren werden soll. So können Anrufe entweder auf zuvor definierte Anschlüsse weitergeleitet werden, oder frs notiert Namen und Rufnummer des Anrufers und leitet diese Daten an das Unternehmen weiter. Die frs-Anrufannahme steht an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr zur Verfügung. Infos bei: frs Service Center, Ottmar Brugger, Telefon 07804/9128-10.

Nokia Media Terminal integriert RealPlayer

Nokia und RealNetworks, Spezialist für die Übertragung von Multimedia-Inhalten über das Internet, haben eine Partnerschaft für die Integration der RealPlayer Technologie in das Nokia Media Terminal geschlossen. „Es ist unser Ziel, innovative Lösungen anzubieten, die das Unterhaltungserlebnis steigern. Durch den RealPlayer kommen die Anwender in den Genuß einer neuer Dienstevielfalt im Wohnzimmer“, erklärte Heikki Koskinen, Vice President und General Manager, Nokia Home Communications.

Nokia Media Terminal mit Linux-Spielen von Loki

Nokia und Loki Software haben angekündigt, Linux-Spiele von Loki Software auf dem Nokia Media Terminal zur Verfügung zu stellen. Im Rahmen der Vereinbarung wird Nokia das Gerät mit vorinstallierten Linux-Spielen ausliefern. „Das Nokia Media Terminal erhält durch die Spiele von Loki einen beträchtlichen Mehrwert“, sagte Rikard Nelgér, Head of Product Manager, Nokia Home Communications. „Nokia und Loki werden eng zusammenarbeiten, um vom Wohnzimmer aus den Zugang zu weiteren Linux-Spielen bereitzustellen.“

Nokia Media Terminal für den britischen Markt

Nokia und ONdigital, führender britischer Anbieter von digitalem Bezahlfernsehen über terrestrische Netzwerke, haben angekündigt, das Nokia Media Terminal gemeinsam auf dem britischen Markt einzuführen. „Nokia und ONdigital sind zwei der größten Namen im Bereich des digitalen Fernsehens. Diese Partnerschaft unterstreicht unser Ziel, die digitale Technologie einem breiteren Publikum zugänglich zu machen“, betonte Frances Food, Country Manager, Nokia Home Communications.

Grundig SeleXX:

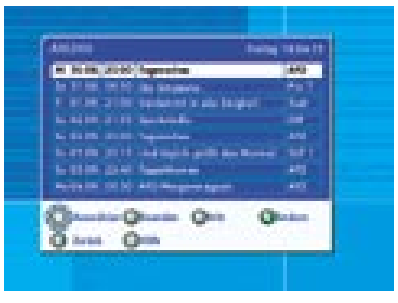
TV-Programm nach Maß

Die völlig neue und individuelle Nutzung des Mediums Fernsehen

PDR 5000 S DIG SeleXX

Der Erwerb eines Grundig Personal Digital Recorders PDR 5000 S DIG SeleXX ist in keiner Hinsicht mit dem Kauf eines weiteren neuen Videorecorders gleichzusetzen, sondern ist der entscheidende Schritt zu einer völlig neuen und individuellen Art der Nutzung des Mediums Fernsehen.

Diese Aussage ist, wie im weiteren Verlauf dieses Beitrags deutlich werden wird, keine Übertreibung. Der sensationelle und gravierende Unterschied zur konventionellen analogen Technologie der Aufzeichnung von Videosignalen liegt weniger in der Tatsache, daß ein PDR ausschließlich digital ausgestrahlte Fernsehsignale aufzeichnet und verarbeitet, als in den zusätzlichen Möglichkeiten, welche die digitale Signalverarbeitung für den Fernsehzuschauer erschliessen kann. Ein Personal Digital Recorder wie der Grundig SeleXX macht seinen Benutzer frei von den Zwängen des festgelegten Programmablaufs und ermöglicht es, das TV-Angebot den Lebensgewohnheiten des Zuschauers anzupassen, statt wie bisher den Ablauf der eigenen Lebens- und Freizeit mit den Sendezeiten bevorzugter Fernsehsendungen synchronisieren zu müssen. Personal Digital Recorder lassen sich so programmieren, daß sie selbständig die Angebote der Fernsehstationen nach Sendungen durchsuchen, die den Interessen des Benutzers entsprechen. Diese TV-Beiträge werden auf einer Festplatte abgespeichert und als selektive Programmauswahl zur Verfügung gehalten. Außerdem bieten PDRs eine sogenannte „Time Shift Funktion“, die es ermöglicht, die Betrachtung einer gerade laufenden Sendung ein- oder mehrmalig zu unterbrechen und sie sich zeitversetzt zu Ende anzusehen.



Die Dialogoberfläche des Electronic Programm Guide.

Satelliten-Receiver mit Festplatten-Videorecorder

In dem durch klare Linien geprägten Metallgehäuse ist ein digitaler Satelliten-Receiver mit einer 20 GB Festplatte und der erforderlichen Steuerelektronik untergebracht. Die Speicherkapazität ermöglicht die digitale Aufzeichnung von bis zu 12 Stunden Videoprogramm. Auffällig sind das Fehlen jeglicher Bedienelemente und der geringe Umfang der nur einige Seiten umfassenden Bedienungsanleitung. Eine detaillierte und klar gegliederte, auf Tastendruck in das Fernsehbild eingeblendete Benutzerführung leitet sicher durch alle Konfigurations- und Auswahlmenus. Die Bedienung des SeleXX erfolgt über eine mitgelieferte drahtlose Fernbedienung. Angeschlossen wird der Grundig SeleXX an ein Universal-LNC, das zusammen mit dem Empfangsspiegel auf Astra oder wahlweise Eutelsat ausgerichtet wird. Mit seinem Digital-Tuner empfängt der Grundig SeleXX eine Vielzahl freier Sendestationen (aktuell ca. 45), zu denen unter anderem alle öffentlich-rechtlichen TV-Sender gehören.

Elektronischer Programmführer vom Satelliten

Parallel zu den empfangenen Fernsehsendungen wird vom Astra-Satelliten aus ein elektronischer Programm-Führer (Electronic Programm Guide/EPG) übertragen. Ein EPG ist der Schlüssel zur effektiven Nutzung eines Personal Digital Recorders. Die umfangreichen Informationen des EPG stehen jederzeit auf Tastendruck zur Verfügung und werden fortlaufend aktualisiert. Die Programmvorschau erstreckt sich auf 28 Tage im voraus. Auch über kurzfristige Programmänderungen und eingeschobene Sondersendungen informiert der EPG unverzüglich und aktualisiert entsprechend die Programmvorausschau. Komfortable Suchfunktionen in themenbezogenen oder nach individuellen Kriterien zusammengestellte Auswahlgruppen erleichtern das Auffinden von Sendungen. Programme, die man auf der bis zu 12 Stunden Videoprogramm fassenden Festplatte des Geräts zwischen-speichern möchte, können direkt im elektronischen Programmführer markiert werden.

Die Auswahl von aufzuzeichnenden Sendungen, die den speziellen Vorlieben des Benutzers entsprechen, kann auch automatisch erfolgen, wobei programmierbare selbstlernende Software-Routinen ein individuelles Benutzerprofil ermitteln und dieses bei der Aufzeichnung der Sendungen berücksichtigen können.

Auf diese Weise würde ein an alternativen Energien interessierter Benutzer auf seinem Gerät stets auch die aktuell zu diesem Themenbereich von diversen Stationen gesendeten Beiträge vorfinden.

Sendungen oder Fernsehfilme, die man für längere Zeit archivieren möchte, muß man vom Personal Digital Recorder aus zu einem angeschlossenen Videorecorder überspielen.

Mit „Time Shift“ die Kontrolle behalten

„Time Shift“ ist eine zuschaltbare Funktion des SeleXX Personal Digital Recorders, mit der sich, je nach Einstellung, bis zu 60 Minuten einer empfangenen Sendung zwischenspeichern und gleichzeitig zeitversetzt anschauen lassen. Das bedeutet, daß man während eines spannenden Fußballspiels in Ruhe einen wichtigen Anruf entgegennehmen und über eine längere Zeit ein Gespräch führen kann.

Nach der Rückkehr zum Fernsehgerät läßt sich das Fußball-Match weiter ab dem Zeitpunkt betrachten, an dem der Zuschauer durch das Telefonat unterbrochen wurde. Da beim Time Shift immer 60 Minuten Videoprogramm im Puffer gehalten werden, sind auch mehrere Unterbrechungen möglich. Nach den Unterbrechungen setzt man die Betrachtung fort, ohne eine Szene verpaßt zu haben. Mit der Zuschaltung „Instant replay“ werden bei der Fortsetzung der unterbrochenen Sendung jeweils die letzten sieben Minuten wiederholt.

Der Grundig Personal Digital Recorder PDR 5000 S DIG SeleXX nimmt mit seinen Abmessungen von 360 x 68 x 260 mm (B/H/T) kaum Platz in der Wohnung in Anspruch. Für den Anschluß der SeleXX an ein Fernsehgerät und eine HiFi-Anlage oder einen Mehrkanalverstärker stehen auf der Rückseite des Geräts zwei EURO AVI Out (Scart) Buchsen, S-Video Out, Video out Cinch, Audio out Cinch Stereo und ein optischer digitaler Audio-Ausgang zur Verfügung.

Der Grundig SeleXX 5000 S ist zu einem UVP von 1.699,– DM verfügbar. *evo*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS-MAIL

Guide@IFA

Der Wegweiser für den High-Tech-Fachhandel

Internationale Funkausstellung • Berlin • 25. August – 2. September 2001

GRUSSWORT

Raimund Hosch Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin

Die Internationale Funkausstellung – in aller Welt kurz IFA genannt – startet vom 25. August bis 2. September in ein neues Jahrhundert. Was 1924 im „Haus der Funkindustrie“ mit der vielbestaunten Präsentation der ersten Detektor-Geräte und Röhren-Rundfunkempfängern begann, hat sich zur Leitmesse der Consumer Electronics entwickelt.

Größer und internationaler als je zuvor präsentiert sich der IFA-Jahrgang 2001: Die rund 900 Aussteller aus über 30 Ländern werden auf dem erneut ausgebuchten Messegelände unter dem Funkturm ein multimediales Feuerwerk abbrennen. So gut wie alles, was in der Branche Rang und Namen hat, ist auf der weltweit größten Messe für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik vertreten.

Apropos Feuerwerk: Bei der ersten IFA-Night am 31. August, bei der die Messe bis Mitternacht geöffnet bleibt, können die Besucher zum Abschluß das Event „Funkturm in Flammen“ erleben.

Trotz ihrer mittlerweile 77 Jahre ist die IFA jung und dynamisch geblieben, weil sie immer mit der Zeit gegangen ist. Vielfach war sie ihrer Zeit als Startplatz neuer Technologien für Hörfunk und Fernsehen um Jahre voraus. Aufgeschlossen, innovativ und modern – so wird sich auch die erste IFA im neuen Jahrhundert präsentieren. Auch die Frischzellenkur, der sich die IFA auf ihrem Weg von der Industrie- zur Informationsgesellschaft unterzogen hat, verlief erfolgreich. Unter dem Motto „Zukunft@IFA“ ist sie auf dem besten Wege, zu neuen Ufern aufzubrechen.

Unter dem Funkturm kann man den Wandel der Zeiten sichtbar erleben. Hier wächst zusammen, was zueinander paßt und was in der Branche als die vier C's bezeichnet wird: Consumer Electronics, Communication, Computer und Content. Wir alle können uns auf eine Fülle an Neuheiten freuen, die uns die digitale Welt ermöglicht.

Stimmen der Industrie ++ Stimmen der Industrie ++ Stimmen der Industrie

Die Internationale Funkausstellung ist sowohl für den Handel als auch für die Industrie eine der bedeutendsten Messen im Bereich Consumer Electronics. PoS-MAIL sprach mit Entscheidern führender Hersteller über die Ziele und Prognosen für die diesjährige IFA.

„Neue Chancen wahrnehmen“

Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division Fuji Photo Film (Europe) GmbH

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Helmut Rupsch: Die IFA ist für uns eine der wichtigsten Messen. Immerhin sind wir zum ersten Mal mit einem eigenen größeren Auftritt dabei – und das heißt: neue Chancen wahrnehmen! Die IFA erschließt uns neue Zielgruppen, Zielgruppen, die sich mit der Fotografie bisher nur wenig beschäftigt haben.

PoS-MAIL: *Was werden Ihrer Meinung nach in diesem Jahr die wichtigsten Trends in Berlin sein?*

Helmut Rupsch: In der Multimediawelt ist die Fotografie als zentrales Thema hinzugekommen. Dies halte ich für einen wichtigen Trend, der viele neue Chancen bietet.

PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstellen? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?*

Helmut Rupsch: Wir stellen neue Digitalkameras vor und zeigen, wie Fujifilm hierzu die Infrastruktur aufbaut: Wir erweitern die Fujifilm Digital Imaging Services, die die gesamte Bandbreite der Foto Services umfassen. Hierzu gehören Kiosksysteme, an denen Fotos bestellt werden können, digitale Minilabs, die Foto-Bestellung über das Internet, wie auch der Ausdruck im eigenen Heim. Hiermit dürfte Fujifilm der einzige Anbieter sein, der das komplette Spektrum der Digitalfotografie abdeckt.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Helmut Rupsch: Vertreter der Unterhaltungselektronik-Industrie, der Telekommunikation, der IT- und natürlich der Fotobranche. Hierzu werden Repräsentanten aller Handelsformen gehören.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Helmut Rupsch: Ein entscheidender Schub wird von dieser Messe ausgehen. Hier informieren sich Entscheider und Einkäufer, welches die Trends sind, was die Käufer in den letzten Wochen des Jahres haben wollen. Die IFA ist sicherlich nicht mehr die klassische Ordermesse – aber der Auftakt zu einer der wichtigsten Perioden des Jahres. Für Fujifilm ist sie außerdem der Auftakt zu einer Roadshow, die gleich im Anschluß startet: die Digital Show in acht deutschen Städten von Anfang September bis Mitte Oktober.

„Die IFA ist für uns ein Saisonauftakt“

Dr. Raimund Hecker, Vorstandsvorsitzender Loewe AG

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Dr. Raimund Hecker: Die Internationale Funkausstellung ist die weltweite Leitmesse der Consumer Electronics. Sie entwickelt sich immer mehr – und sehr deutlich in diesem Jahr – zur Multimediamesse mit dem Schwerpunkt Unterhaltung. Mit den sogenannten vier „C“s (Consumer Electronics, Computer, Communication und Content) hat die IFA ein deutlich erweitertes Angebot. Deshalb hat die IFA für Loewe auch wachsende Bedeutung. Wir entwickeln uns immer mehr zum Lösungs- und Systemanbieter für Home Multimedia. Unsere Fernsehgeräte erschließen neben dem Empfang digitaler Programme auch den Zugang zum weltumspannenden Internet. Das alles paßt sehr gut zusammen.

PoS-MAIL: *Was werden Ihrer Meinung nach in diesem Jahr die wichtigsten Trends in Berlin sein?*

Dr. Raimund Hecker: Wir werden in Berlin eine Technologie-Show erleben, die bestimmt wird von der zunehmenden Konvergenz und Digitalisierung. Konvergenz bedeutet das Zusammenwachsen von Unterhaltung, Information und Kommunikation sowohl auf der Inhalteseite, bei den Netzen wie bei den Endgeräten. Die Digitalisierung schafft die gemeinsame Basis für diese Entwicklung. So entstehen ganz neue multimediale Produkte vom Autoradio mit Internet-Zugang bis zum Multimedia-Fernseher, zusammengefaßt unter dem Themenpfad „Internet für alle“. Wir werden außerdem unter dem Schlagwort „Konzert und Kino zu Hause“ neue attraktive Home Cinema-Lösungen sehen mit brillantem, großem Bild und perfektem Raum-Klang. Mobilfunk der nächsten Generation und das intelligente Heim sind weitere wichtige Schwerpunkte.

PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstellen? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?*

Dr. Raimund Hecker: Bei Loewe wird es den Fernseher mit Europas größter Bildröhre und Multimedia-Ausstattung zu sehen geben. Wir werden eine neue Home-Cinema-Design-Linie mit Soundkomponenten unseres neuen Partners Bose vorstellen. Darüber hinaus geben wir einen Einblick in unsere „Technologie-Werkstatt“. Dazu gehört auch das Thema „zap2web“, der direkte Draht zum Internet – auf einen Knopfdruck aus dem laufenden Fernsehprogramm heraus; dazu gehören die attraktiven Möglichkeiten des digitalen terrestrischen Fernsehens sowie eine Referenzimplementierung der Multimedia Home Platform (MHP) mit einer Software vom Institut für Rundfunktechnik (IRT), München. Ein

weiteres Highlight wird die Präsentation des neuen Loewe Channels sein. Dieses Portal zum Internet verbindet sehr benutzerfreundlich die Welt des Fernsehens mit der des Internet und ist Bestandteil aller Loewe Multimedia-Fernseher.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Dr. Raimund Hecker: Auf unserem Messestand erwarten wir wieder alle wichtigen Handelspartner unseres Hauses aus Deutschland. Darüber hinaus werden Händlergruppen aus allen wichtigen europäischen Ländern sowie Distributionspartner aus Asien und USA den attraktiven Loewe Stand besuchen, den wir übrigens in diesem Jahr gemeinsam mit dem ZDF betreiben.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Dr. Raimund Hecker: Die IFA ist für uns der Saisonauftakt. Hier plazieren unsere Partner wieder ihre Aufträge nicht nur für die Neuheiten, die wir dort präsentieren werden, sondern ordern auch ihren Bedarf aus dem bereits bekannten Loewe Sortiment für das Weihnachtsgeschäft. Wir erwarten mit der IFA eine Belebung der Nachfrage auf breiter Basis.

„Die IFA-Besucher können mit vielen neuen Impulsen rechnen“

Dietrich Nedele, Geschäftsführer Panasonic Deutschland GmbH

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Dietrich Nedele: Die IFA ist im Segment Consumer Electronics die größte Messe weltweit. Für uns ist es selbstverständlich die wichtigste Messe, was das Auftragsvolumen betrifft.

PoS-MAIL: *Was werden Ihrer Meinung nach in diesem Jahr die wichtigsten Trends in Berlin sein?*

Dietrich Nedele: Speichermedien mit hoher Kapazität nehmen aus unserer Sicht eine immer zentralere Rolle ein. Flash Memory Cards und SD Produkte werden wie schon auf der CeBIT ein zentrales Thema sein. DVD-RAM und DVD-Audio-Produkte werden ebenfalls ein wichtiger Schwerpunkt auf der IFA sein, ebenso wie Digital TV und Digitale Netzwerke.

PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstellen? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?*

Dietrich Nedele: Im Bereich MHP werden interessante Produkte und Konzepte zu sehen sein. Dazu gehört beispielsweise auch die Settop-Box TU-DSF41. Zudem präsentieren wir auf der IFA das interaktive Fernsehen im Rahmen eines internationalen MHP Partner Networks. Verschiedene Softwareentwickler und Dienstanbieter zeigen hier, wie MHP das digitale Fernsehen revolutionieren wird.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Dietrich Nedele: Wir erwarten auf unserem Messestand Entscheider und Spezialisten der Fachabteilungen des High-Tech Einzelhandels. Aber auch interessierte Endkunden werden vieles an Innovationen zu sehen bekommen. Die IFA ist eine der interessantesten und eindrucksvollsten Messen im Bereich Consumer Electronics, und der Panasonic-Auftritt wird dem Besucher viele neue Impulse vermitteln.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Dietrich Nedele: Sowohl dem Handel als auch den Endverbrauchern wird die IFA neue Inspirationen für das Weihnachtsgeschäft bieten.

„IFA – Die Messe für alle Facetten unseres Marktes“

Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer Philips GmbH

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Hans-Joachim Kamp: Die größte Consumer Electronics Messe der Welt ist für Philips – als einer der weltweit führenden Consumer Electronics Hersteller – selbstverständlich von herausragender Bedeutung.

PoS-MAIL: *Was werden Ihrer Meinung nach in diesem Jahr die wichtigsten Trends in Berlin sein?*

Hans-Joachim Kamp: Die IFA steht auf der Basis von vier „C“s. Dabei stehen die vier „C“s für Consumer Electronics, Communication, Computer und Content. Über allem wird aber das „D“ für Digital stehen. Im Bereich der Musik ist Digitaltechnik bereits etabliert, wie z. B. CD-Recording oder MP3 zeigen. Auf der IFA werden wir sehen, daß auch beim Bild das digitale „D“ in den Vordergrund rückt: DVD bekommt die rote Aufnahmetaste und macht digitale Aufnahmen möglich, und auch das digitale Fernsehen wird auf der IFA ein Thema sein.

PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstellen? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?*

Hans-Joachim Kamp: Wichtigstes Thema bei uns wird der DVD-Recorder sein. Der Philips DVDR 1000 arbeitet mit wiederbeschreibbaren DVDs (DVD+RW), die auf den meisten herkömmlichen DVD-Playern wiedergegeben werden können. Eigene Camcorder-Aufnahmen lassen sich jetzt in höchster Digitalqualität auf DVD speichern. Aber auch Aufnahmen des Fernsehprogramms sind natürlich möglich.

Zur Funkausstellung präsentiert Philips außerdem einen 32" (82 Zentimeter) Flat-TV, der über einen deutlich gesteigerten Kontrast und eine hohe Bildauflösung verfügt. Jetzt ist das flache Bild so detailscharf, daß selbst die hohe Auflösung von DVDs oder Computergrafiken ohne Einschränkung wiedergegeben werden kann.

Zum Thema MP3 präsentiert Philips auf der IFA unter anderem den eXpanium 401. Er arbeitet mit 8-Zentimeter CDs, die eine Kapazität von 200 Megabyte haben, was mehr als drei Stunden Musik entspricht. Aber auch bei DVD-Playern und HiFi- und Portable-Audio-Systemen wird MP3-Wiedergabe mehr und mehr zum Standard.

Hohes Interesse erwarten wir außerdem für das erste TV-Gerät von Philips mit integriertem DVD-Player. Beim 32 PW 6826 deutet nur eine unauffällige Schublade darauf hin, daß in ihm mehr steckt, als in Geräten mit vergleichbaren Abmessungen. Schublade auf DVD eingelegt und schon startet das Heimkinovergnügen.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Hans-Joachim Kamp: Die IFA ist die Consumer Electronics Messe für die gesamte Branche, die für alle Facetten unseres Marktes Innovationen zu bieten hat. Wir erwarten daher, daß auch das Fachpublikum die ganze Breite des Marktes abdeckt.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Hans-Joachim Kamp: Wir gehen davon aus, daß die IFA viele Kaufimpulse für das Weihnachtsgeschäft 2001 liefern wird. Die IFA ist immer ein Komplettpaket der Superlative: der größte Branchentreff und die größte Konsumentenveranstaltung in Sachen Consumer Electronics. Nicht zu vergessen ist außerdem die Medienpräsenz zur IFA und die daraus erfolgende Berichterstattung, die unsere Branche und unsere Produkte stark in den Vordergrund stellen wird.

„Zukunftsträchtige Technologien für den Fachhandel“

Helmut Engel, Geschäftsführer Sharp Electronics Europe GmbH

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Helmut Engel: Sharp hat die IFA auch immer als Ordermesse kultiviert. Wir nutzen die IFA als Plattform zur Vorstellung unserer Strategien und Technologien, unserer Produkte und Sortimente – und treten in einen fruchtbaren Dialog mit dem Handel. Und natürlich wollen wir neben den Produktmerkmalen auch Anreize zum Ordern geben. Nicht zuletzt deshalb ist die IFA die wichtigste Leitmesse innerhalb Europas im UE-Bereich. Und genau das gibt ihr auch einen hohen Stellenwert im internationalen Messegeschehen.

PoS-MAIL: *Was werden Ihrer Meinung nach in diesem Jahr die wichtigsten Trends in Berlin sein?*

Helmut Engel: LCD TV, Home Cinema

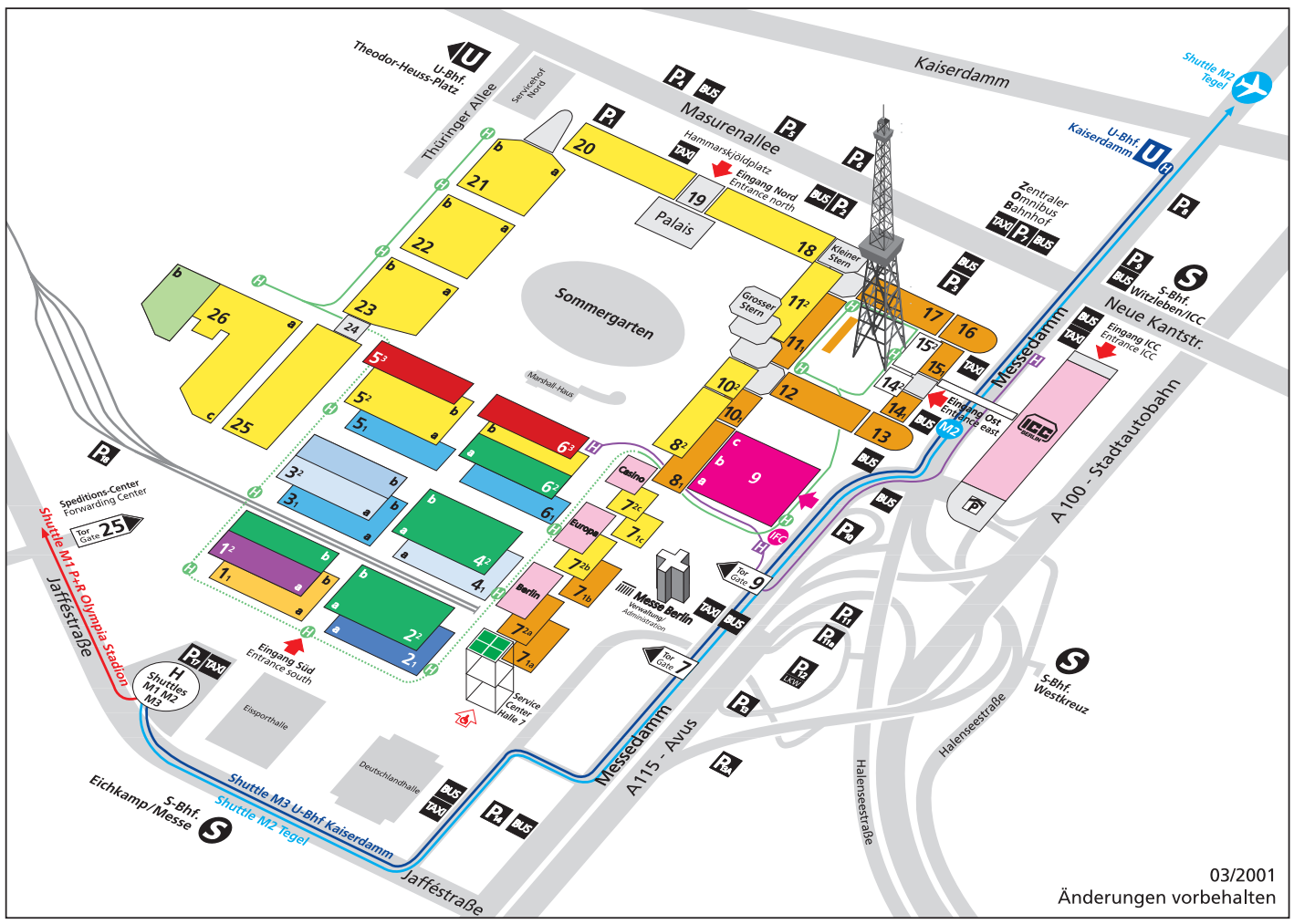
PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstel-*

Fortsetzung nächste Seite ▶

Gut geplant ist halb gewonnen

Internationale Funkausstellung
Your world of consumer electronics
Berlin, 25.8. – 2.9.2001

Geländeplan



- Consumer Electronics – Vollsortiment
- HiFi/Home-Cinema/HighEnd/Auto-HiFi/Telematik
- Telekommunikation
- Multimedia
- Digitale Fotografie
- EntertainmentWorld
- OnlineWorld
- NewMediaWorld
- Young Media Park
- Young IFA World
- Technisch-Wissenschaftliches Forum/ Pressezentrum
- IFA-Convention
- Eingänge
- Internationales Fachbesucher Centrum (IFC)
- Fachbesuchereingang (Halle 9)
- H Shuttle für Fachbesucher 10–19 Uhr (Vom Haupteingang Süd zum IFC Halle 9 schon ab 8 Uhr)
- H Express Presseshuttle (22. Aug. bis 02. Sept. 8–19 Uhr)
  - Pressecentrum
  - Internationales Fachbesucher Centrum (IFC)
  - ICC Berlin

Veranstalter:
gfu
Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu)
Frankfurt am Main

Organisation:
Messe Berlin
Messe Berlin GmbH · Messedamm 22 · D-14055 Berlin
Tel. +49 (30) 30 38-0 · Fax +49 (30) 30 38-20 59
www.ifa-berlin.de · ifa@messe-berlin.de

len? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?

Helmut Engel:
Bereich LCD Fernsehen:
Vor nicht einmal einem Jahr haben wir mit einem Paukenschlag drei hochwertige LCD Fernseher in den deutschen Markt eingeführt, gerade nun erweitern wir unser Sortiment um drei weitere, die erneut Maßstäbe in puncto Design und Technologie setzen. Kaum ein anderes Produkt der UE weckt derzeit solche Emotionen, wie es unsere LCD Fernseher tun. Seit jeher war es ein Traum, einen Fernseher wie ein Bild an die Wand hängen zu können – wir haben ihn wahrgemacht. Jahrzehntelang stand der Fernseher an ein und derselben Stelle im deutschen Wohnzimmer – nun endlich kann der Konsument nach Herzenslust den Fernseher als gestalterisches Element zu Hause einsetzen. Eine Verführung der Sinne. Und zur IFA gehen wir wieder einen Schritt weiter – wir werden das Sortiment der schicken, flachen LCD Fernseher erneut erweitern. Wir bieten nicht „auch einen“ LCD Fernseher an (neben den alten Röhrengeräten) – mit uns kann der Fachhandel jetzt in zukunftsträchtige Technologien einsteigen und den Konsumenten in eine atemberaubende Zukunft führen. Dieser Umbruch ist so gewaltig wie der Umstieg der Konsumenten vom Schwarz/Weiß Fernsehen auf Farbe.

Bereich 1 Bit Audio/ Home Cinema

Doch auch im Audio Segment ist es Sharp, das eine ebenso bahnbrechende Entwicklung vorantreibt. Mit der von Sharp entwickelten 1 Bit Technologie werden Klangerlebnisse möglich, die noch bis vor kurzem als nicht erreichbar galten! Trauen Sie Ihren Ohren und erleben Sie 1 Bit selbst auf unserem Stand – tauchen Sie ein in neue Klangwelten in unserem 1 Bit Dream Studio – wir werden Sie verführen!

Und nun, erstmals zur IFA 2001, führen wir diese beiden Technologien, die schon jetzt so unvergleichliche Produkte hervorgebracht haben, zusammen! 1 Bit Digital Surround Sound mit der SD – HAT 100 und Aquos, das Sharp Label für alle LCD Fernseher aus unserem Hause – das ist das HomeCinema, das die Konsumenten verzaubern wird!
Kristallklarer, natürlicher Sound – raumfüllend, und dazu ein Fernsehbild, das in seiner Reinheit und Brillanz so noch nie dagewesen ist – dafür steht unser Slogan „EXTEND your Senses!“
Wegweisende Technologien, gepaart mit wunderschöne Design zu Produkten, die Konsumenten begeistern – „EXTEND your Senses“ – Lassen Sie Ihre Sinne mehr erleben als je zuvor. Das meinen wir, wenn wir von Visual Sound reden!

Bereich DVD

Zur Zeit erleben wir einen ungehemmten Boom im Bereich DVD. Nur konsequent ist es da, dieses Medium weiterzuentwickeln. Die Aufnahme auf DVD ist hier eine natürliche Evolution. Sharp wird hier wieder einmal Trends mit gestalten und den Kunden Mehrnutzen in einem interessanten Produktbereich bieten.

Mobile Connectivity / Mobile Entertainment

Mit dem Multimedia Tool wird Sharp als erster Hersteller ein Produkt anbieten, das die Grenzen zwischen Business Tool und Entertainment Tool aufhebt! Ein Gerät, das alle Optionen eines modernen Business Tools bietet. Zur Anzeige gebracht auf einem modernen High Reflective TFT Display, das unter allen Umgebungslicht-Bedingungen optimale Ablesbarkeit garantiert. Und zusätzlich ausgestattet mit einem MP3 und Mediaplayer, der es erlaubt, bis zu einer Stunde Video auf dem Gerät zu sehen.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Helmut Engel: Wir erwarten auf unserem Stand sowohl den breit ausgerichteten Fachhandel als auch den auf High End spezialisierten. Für beide Bereiche bieten wir interessante Neuheiten. Unser Auftritt im High End Bereich durch die 1 Bit Audio Geräte dürfte seinesgleichen suchen.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Helmut Engel: Wir rechnen mit einem sehr erfreulichen Weihnachtsgeschäft für Sharp. Begründet sehen wir dies zum einen in den Innovationen, die direkt ab der IFA lieferbar sein werden, zum anderen in der Währungsumstellung auf den Euro. Hier werden sicher Effekte auftreten, die Investitionen gerade im High End Segment erwarten lassen.

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 1

Arcor AG & Co.	1.2 b 02
Axcent Media AG	1.2 a 04
Fujitsu Siemens Computers	**1.2 b 07**
Mobilcom GmbH	1.2 b 03

Halle 2

Mitsubishi Electric Telecom S.A.	2.2 b 02
Nokia GmbH	2.2 a 06
Vivanco AG	2.2 b 04

Halle 3

Epson Deutschland GmbH	3.2 a 07
Fuji Photo Film Europe GmbH	3.2 b 01
Fujitsu Siemens Computers	**3.2 a 06**
Kodak AG	3.2 a 05
Nikon GmbH	3.2 b 02
Sharp Electronics Europe GmbH	3.2 a 01

Halle 4

AS + T (Unaohm) GmbH	4.1 a 26
Astro Strobel GmbH	4.2 a 13
Galaxis Technology AG	4.2 b 03
Hauppauge Computer Works GmbH	4.1 a 17
Imation Deutschland GmbH	4.1 b 03
Met@box AG	4.1 a 04

Halle 5

Blaupunkt GmbH	5.2 b 03
Panasonic Deutschland GmbH	5.2 a+b

Halle 6

Loewe AG	**6.2 b 02**

Halle 7

Daewoo Electronics Deutschland GmbH	7.2 b
JVC Deutschland GmbH	7.1 c 01
Quadral GmbH & Co. KG	7.1 b 01
Sherwood Electronics Europe GmbH	7.1 b 09
Toshiba Europe GmbH	7. 2. c

Halle 8

Electronic-Design GmbH	8.2 02
Hitachi Sales Europe GmbH	8.2 *
Marantz GmbH	8.1 01
Pinnacle Systems GmbH	8.2 07

Halle 10

Aiwa Deutschland GmbH	10.2 01
Hama GmbH & Co.	10.2 02
Revox GmbH	10.1 09

Halle 11

Audiotechnik Dietz	11.1 *
LG Electronics Deutschland GmbH	11. 2 01

Halle 12

Alpine Electronics GmbH	12 03
Heco Audio Produkte GmbH	12 01
Mac Audio Electronic GmbH & Co. KG	12 01
Magnat Audio Produkte GmbH	12 01
Recoton German Holding GmbH	12 01

Halle 14

Eagle Cable GmbH	14. 1 10

Halle 15

AKG Acoustics GmbH	15. 1 05

Halle 17

Clarion Europa GmbH	17 06
Denon Electronic GmbH	17 03
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	**17 02**
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	17 01

Halle 20

Canon Deutschland GmbH	20 01
Canon Euro Photo GmbH	20 01

Halle 21

Metz-Werke GmbH & Co. KG	21a 02
Thomson multimedia	21

Halle 22

Philips GmbH	22

Halle 23

Grundig AG	23a/b 02/03
Schneider Technologies	23 a 01

Halle 25

Samsung Electronics GmbH	25 02

* Die Stand-Nr. war bei Redaktionsschluß noch nicht bekannt.

Die Konvergenz der Technologien ist unsere zentrale Botschaft“

Leopold Bonengl, Vorsitzender der Geschäftsführung der Sony Deutschland GmbH

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Leopold Bonengl: In Europa ist die IFA die wichtigste Messe für Consumer Electronics. Daran ändern auch die rückläufigen Besucherzahlen seit Mitte der 90er Jahre nichts. Für Sony sind internationale Messeereignisse wie die Funkausstellung in Berlin hervorragende Plattformen, um unseren Handelspartnern und dem Konsumenten ein klares Bild von der anhaltenden Innovationskraft und Ausrichtung des Unternehmens zu vermitteln. Deshalb ist in diesem Jahr das Thema Konvergenz der Technologien die zentrale Sony-Botschaft. Bereits im Jahr 1999 interessierten sich mehr als 25 Prozent der IFA-Besucher in erster Linie für Computertechnologie.
Im Unterschied zur CeBIT hat sich die IFA bis heute den Status einer Ordermesse bewahrt. Ich gehe davon aus, daß in Berlin die Weichen für das diesjährige Saisongeschäft gestellt werden. Und hier haben wir uns engagierte Ziele gesetzt.

PoS-MAIL: *Welchen Stellenwert hat die Internationale Funkausstellung für Ihr Unternehmen im internationalen Messegeschehen?*

Leopold Bonengl: Die Vernetzung von Audio/Video, IT-Technologie, Telekommunikation und Foto stellt für mich den generellen Trend in der Branche dar, der durch das VAIO World Konzept von Sony maßgeblich geprägt wird und der auf der IFA grundsätzlich zum Ausdruck kommen wird. In diesem Zusammenhang wird der Einführung des frei empfangbaren Digitalen Fernsehens auf Basis von MHP (Multimedia Home Plattform) eine zentrale Rolle zukommen.

PoS-MAIL: *In welchen Bereichen wird Ihr Unternehmen besonders interessante Neuheiten vorstellen? Können Sie schon erste Einzelheiten über die wichtigsten Produkte bekanntgeben?*

Leopold Bonengl: Die im Zeitalter der Konvergenz immer schneller werdenden Innovationszyklen nehmen eigentlich keine große Rücksicht mehr auf Messegroßereignisse. Trotzdem wird Sony auch bei der diesjährigen Funkausstellung wie erwartet ein wahres Feuerwerk an neuen Produkten und Anwendungen für Handel und Publikum bereithalten. Dabei stehen die Produktgruppen Fernsehen, Camcorder, digitale Fotokameras und Super Audio CD mit Sicherheit im Mittelpunkt. Mehr möchte ich zum heutigen Zeitpunkt nicht verraten.

PoS-MAIL: *Welche Zielgruppen aus dem High-Tech-Einzelhandel erwarten Sie auf Ihrem Messestand?*

Leopold Bonengl: Hier werden wir keine Überraschungen erleben. Alle Top-Entscheider aus sämtlichen Handelsstrukturen nutzen die IFA, um sich zu informieren und das Saisongeschäft 2001 vorzubereiten. In diesem Jahr gehe ich davon aus, daß die Zahl der Einzelhändler aus dem Fotofachhandel, der IT-Distribution und die der Kunden aus dem Corporate Business ansteigen wird.

PoS-MAIL: *Welche Effekte wird die diesjährige IFA Ihrer Einschätzung nach auf das Weihnachtsgeschäft haben?*

Leopold Bonengl: Ich gehe davon aus, daß trotz des schwierigen Konsumklimas, in dem wir uns zur Zeit befinden, die IFA für eine nachhaltige Stimulanz des Geschäftes sorgen wird und dadurch zu einem nachhaltigen Anstieg der Nachfrage beiträgt.

Aussteller nach Produktgruppen

Consumer Electronics

Audio

Portable Audio
Aiwa Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia

HiFi
Aiwa Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Denon Electronic GmbH
Eagle Cable Vertriebs GmbH
Grundig AG
Heco Audio Produkte GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Mac Audio Electronic GmbH & Co. KG
Magnat Audio Produkte GmbH
Marantz GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Recoton German Holding GmbH
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG
Sharp Electronics Europe GmbH
Sherwood Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia

CD
Aiwa Deutschland GmbH
Alpine Electronics GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Denon Electronic GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Marantz GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Thomson multimedia

DVD
Aiwa Deutschland GmbH
Alpine Electronics GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Denon Electronic GmbH
Grundig AG
Hitachi Sales Europe GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Marantz GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Revox GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

Surround
Aiwa Deutschland GmbH
Alpine Electronics GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Denon Electronic GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Grundig AG
Heco Audio Produkte GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Magnat Audio Produkte GmbH
Marantz GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Recoton German Holding GmbH
Revox GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sherwood Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH
Vivanco AG

DAB
Alpine Electronics GmbH
Blaupunkt GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Zubehör
Aiwa Deutschland GmbH
AKG Acoustics GmbH
AS & T (Unaohm) GmbH
Denon Electronic GmbH
Eagle Cable Vertriebs GmbH
Hama GmbH & Co.
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Philips GmbH
Revox GmbH
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Vivanco AG

TV

Fernsehgeräte
Aiwa Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

Rückpro
Grundig AG
LG Electronics Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

Beamer
Canon Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics Europe GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

Plasma
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Grundig AG
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Marantz GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics Europe GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

TV Combo
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Grundig AG
LG Electronics Deutschland GmbH
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia

Sat-Receiver
Astro Strobel GmbH
Axcent Media AG
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Galaxis Technology AG
Grundig AG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Nokia GmbH
Philips GmbH
Schneider Technologies AG
Thomson multimedia
Vivanco AG

Set-Top-Boxen
Astro Strobel GmbH
Axcent Media AG
Fujitsu Siemens Computers
Galaxis Technology AG
Grundig AG
Heco Audio Produkte GmbH
Magnat Audio Produkte GmbH
Met@box AG
Nokia GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Recoton German Holding GmbH
Thomson multimedia
Vivanco AG

Heimkino
Aiwa Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Deutschland GmbH
Grundig AG
Heco Audio Produkte GmbH
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Magnat Audio Produkte GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Recoton German Holding GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Vivanco AG

Zubehör
Axcent Media AG
AKG Acoustics GmbH
AS & T (Unaohm) GmbH
Astro Strobel Kommunikationssysteme GmbH
Eagle Cable Vertriebssysteme GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Nokia GmbH
Vivanco AG

Video

Videorecorder
Aiwa Deutschland GmbH
Axcent Media AG
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH
Schneider Technologies AG
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

DVD
Aiwa Deutschland GmbH
Alpine Electronics GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Grundig AG
Hitachi Sales Europe GmbH
Imation Deutschland GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Marantz GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Schneider Technologies AG
Sharp Electronics Europe GmbH
Sherwood Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Thomson multimedia
Toshiba Europe GmbH

Camcorder
Canon Euro Photo GmbH
Hitachi Sales Europe GmbH
JVC Deutschland GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH
Thomson multimedia

Video-Nachbearbeitung
Panasonic Deutschland GmbH
Vivanco AG

Zubehör
Canon Euro Photo GmbH
Electronic-Design GmbH
Hama GmbH & Co.
JVC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pinnacle Systems GmbH
Thomson multimedia
Vivanco AG

Digital-fotografie

Digitalkameras
Aiwa Deutschland GmbH
Canon GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Europe GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kodak AG
Nikon GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Speichermedien
Fuji Photo Film Europe GmbH
Grundig AG
Hama GmbH & Co.
Imation Deutschland GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kodak AG

Software
Canon Deutschland GmbH
Canon Euro Photo GmbH
Fuji Photo Film Europe GmbH
JVC Deutschland GmbH

Zubehör
Canon Deutschland GmbH
Canon Euro Photo GmbH
Hama GmbH & Co.
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Vivanco AG

Mobile Media

Car Stereo
Aiwa Deutschland GmbH
Alpine Electronics GmbH
Audiotechnik Dietz Vertriebs GmbH
Blaupunkt GmbH
Clarion Europa GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

Car Navigation
Alpine Electronics GmbH
Blaupunkt GmbH
Clarion Europa GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH

Lautsprecher
Alpine Electronics GmbH
Audiotechnik Dietz Vertriebs GmbH
Blaupunkt GmbH
Clarion Europa GmbH
Grundig AG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

Zubehör
Alpine Electronics GmbH
AS & T (Unaohm) GmbH
Audiotechnik Dietz Vertriebs GmbH
Blaupunkt GmbH
Clarion Europa GmbH
Hama GmbH & Co.
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Vivanco AG

Computer

Hardware

Desktop
Electronic-Design GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Toshiba Europe GmbH

Notebook
Electronic-Design GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Panasonic Deutschland GmbH
Sharp Electronics GmbH
Toshiba Europe GmbH

PDA/Handheld
JVC Deutschland GmbH
Vivanco AG

Peripherie

Monitore
Fujitsu Siemens Computers
Hitachi Sales Europe GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH

Drucker
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Europe GmbH
JVC Deutschland GmbH
Sharp Electronics Euurope GmbH

Scanner
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Sharp Electronics Europe GmbH

Zubehör
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fujitsu Siemens Computers
Hama GmbH & Co.
Hauppauge Computer Works GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Philips GmbH
Vivanco AG

Software & Games

Software
Electronic-Design GmbH

Konsolen
Fujitsu Siemens Computers
Vivanco AG

Zubehör
Hama GmbH & Co.
Vivanco AG

Communication

Telefone

Festnetz
Arcor AG & Co.
Loewe AG
Mobilcom GmbH
Vivanco AG

DECT
Grundig AG
Loewe AG
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH

Freisprechanlagen
Alpine Electronics GmbH
Hama GmbH & Co
Philips GmbH
Vivanco AG

Faxgeräte
Canon Deutschland GmbH

Mobilfunk
E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG
Mitsubishi Electric Telecom S.A.
Mobilcom GmbH
Nokia GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Philips GmbH

Zubehör
Arcor AG & Co.
Hama GmbH & Co.
Vivanco AG
Philips GmbH
Sony Deutschland GmbH
Vivanco AG

Die wichtigsten Aussteller von A–Z

A
Aiwa Deutschland GmbH 10.2 01
Aiwa-Platz 1
50354 Hürth
Tel.: 02233/96 78-0 • Fax: 02233/9678-1
Internet: www.aiwa.de; www.aiwa euro-com

AKG Acoustics GmbH 15.1 05
Alpine Electronics GmbH 12 03
Arcor AG & Co. 1.2 b 02
A S & T (Unaohm) GmbH 4.1 a 26
Astro Strobel Kommunikations GmbH 4.2 a 13
Olefant 1-3
51472 Bergisch-Gladbach
Tel.: 02204/405-0 • Fax: 02204/405-10
Internet: www.astro.de

Audiotechnik Dietz Vertriebs GmbH 11.1*
Axcent Media AG 1.2 a 04

B
Blaupunkt GmbH 5.2 b 03

C
Canon Deutschland GmbH 20 01
Canon Euro Photo GmbH 20 01
Clarion Europa GmbH 17 06

D
Daewoo Electronics Deutschland GmbH 7.2 b
Denon Electronic GmbH 17 03

E
Eagle Cable Vertriebs GmbH 14.1 10
Electronic-Design GmbH 8.2 02
Detmoldstr. 2
80935 München
Tel.: 089/351 50 18 • Fax: 089/ 354 35 97
Internet: www.electronic-design.com

E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG 2.2 b 01
Epson Deutschland GmbH 3.2 a 07

F
Fuji Photo Film Europe GmbH 3.2 b 01
Fujitsu Siemens GmbH **1.2.b 07 + 3.2 a 06**
Siemensstr. 21
61350 Bad Homburg
Tel.: 06172/1886103
Fax. 06172/ 1886480
Internet: fujitsu-siemens.de

G
Galaxis Technology AG 4.2 b 03
Grundig AG 23 a/23 b 02/03
Beuthener Str. 41-43
90471 Nürnberg
Tel.: 0911/703-0 • Fax: 0911/703-8500

- Pünktlich zur IFA 2001 stellt Grundig seine zukünftigen Aktivitäten unter eine neue Leitidee:„Home Infotainment“ mit digitaler Technologie, kabelloser Vernetzung und Internetzugang.

H
Hama GmbH & Co. 10.2 02
Hauppauge Computer Works GmbH 4.1 a 17
Heco Audio Produkte GmbH 12 01
Hitachi Sales Europe GmbH 8.2

I
Imation Deutschland GmbH 4.1 b 03

J
JVC Deutschland GmbH 7.1 c 01

K
Kenwood Electronics Deutschland GmbH **17 02**
Rembrücker Str. 15
63150 Heusenstamm
Tel.: 06104/6 90 10 • Fax: 06104/ 6 39 75
Internet: www.kenwood.de

Kodak AG 3.2 a 05
Hedelfingerstr. 60
70327 Stuttgart
Tel: 069/500 700 35 • Fax: 0044/131/4 58 69 62

L
LG Electronics Deutschland GmbH 11.2 01
Loewe AG **6.2 b 02**
Industriestr. 11
96317 Kronach
Tel.: 09261/99-0 • Fax: 09261/ 954 11
Internet: www.loewe.de

M
Mac Audio Electronic GmbH & Co. KG 12 01
Magnat Audio Produkte GmbH 12 01
Marantz GmbH 8.1 01
Met@box AG 4.1 a 04
Metz-Werke GmbH & Co. KG 21a 02
Mitsubishi Electric Telecom Europe S.A. 2.2 b 02
Mobilcom GmbH 1.2 b 03

N
Nikon GmbH 3.2 b 02
Nokia GmbH 2.2 a 06

O/P
Panasonic Deutschland GmbH 5.2 a+b
Philips GmbH 22
Pinnacle Systems GmbH 8.2 07
Pioneer Electronics Deutschland GmbH 17 01

Q
Quadral GmbH & Co. KG 7 1b 01
Am Herrenhäuser Bahnhof 26 - 28
30419 Hannover
Tel.: 0511/ 79040 • Fax: 0511/ 753528
www. quadral.com

R
Recoton German Holding GmbH 12 01
Revox GmbH 10.1 09

S
Samsung Electronics GmbH 25 02
Schneider Technologies AG 23 a 01
Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG 15.1 02
Sharp Electronics Europe GmbH 3.2 a
Sonninstr. 3
20097 Hamburg
Tel.: 040/23 76-0 • Fax: 040/23 76-2510
www.sharp.de/ifa

Sherwood 7.1 b 09
Sony Deutschland GmbH 18
Hugo-Eckener-Str. 20
50823 Köln
Tel. 0221/537-0 • Fax: 0221/537-349
www.sony.de

T
Thomson multimedia 21
Toshiba Europe GmbH 7.2 c

U/V
Vivanco AG 2.2 b 04
Ewige Weide 15
22926 Ahrensburg
Tel.: 04102/231-0 • Fax: 04102/231-160

HOME ENTERTAINMENT BY TOSHIBA

SB Konzept

TOSHIVISION®
by TOSHIBA

Gute-Nacht Geschichten mit Format

Es gibt Tage, da bleibt man am liebsten im Bett. Und was gibt es denn schöneres als ein gutes Buch oder einen spannenden Film.
Mit einem Toshivision Großbild-TV von Toshiba haben Sie noch dazu Kinoformat für zuhause. Mit Bildschirmdiagonalen von 97 - 155 cm und einem Super Sound, ganz so wie im Kino!

MILANO
43 PH 14 P

- 110 cm Bildschirmdiagonale
- Digital 100 Hz DFS-Dynamic Frame Scan
- 2 x 65 Watt Musikleistung
- Bassverstärker
- Component Video In (YUV)
- Megatext (500 Seiten)
- Digital Natural Motion

MODERN ART Design

100 Hz DFS

Internationale Funkausstellung 2001
Your world of consumer electronics

DIGITAL FUTURE
Home Entertainment 2001

bei TOSHIBA
Halle 7.2.c vom 25.08. - 02.09.01

In Touch with Tomorrow
TOSHIBA

www.toshiba.de/consumer

Die Ausstellung des guten Tons

Zwanzig Jahre High End

High End Event

Die Super-Lautsprecher der Firma A Capella waren auch in diesem Jahr ein absoluter Blickfang.

Vom 14. bis zum 17. Juni 2001 präsentierte sich die High End-Audio Messe wie jedes Jahr im Hotel Kempinski Frankfurt. Die Audio-Messe gilt als größte High End Show Europas und hat sich mittlerweile zum etablierten Treffpunkt der Branche entwickelt. Rund 200 Aussteller zeigten auf circa 8.000 qm ihre Innovationen. Dabei vermittelte die Präsentation hochwertiger HiFi-Komponenten einschließlich Tonträgern und Zubehör den technik- und musikbegeisterten Besuchern einen umfassenden Marktüberblick.

„Die High End bringt Licht in das Dunkel unterschiedlicher Systeme und Bezeichnungen der modernen Unterhaltungsindustrie“, so Branko Glisovic, Geschäftsführer der High End Society Marketing GmbH.

„Die Branche der hochwertigen Unterhaltungselektronik wird in weitem Maße von mittelständischen Unternehmen geprägt, die sich insbesondere durch Flexibilität und Innovationsreichtum auszeichnen. Gerade für jene Unternehmen der Branche, die bereit sind, sich mit Engagement auf neue Herausforderungen einzustellen, werden die Aussichten für wirtschaftlichen Erfolg in Zukunft eher noch positiver zu bewerten sein“, so Kurt W. Hecker, Vorsitzender des Vorstandes der High End Society e.V.

Auf der diesjährigen High End boten sich den Besuchern wieder zahlreiche Highlights. Neben den ausgefeiltesten HiFi-Komponenten nahm auch das Zusammenspiel von Ton und Bild eine wesentliche Rolle ein. Speziell entwickelte Elektronik und passende Lautsprechersysteme begeisterten bei den ausgestellten Heimkino-Anlagen Auge und Ohr zugleich. Namhafte Hersteller wie JVC, Marantz und Sharp präsentierten die Bildqualität der neuesten DVD-Recorder auf Plasma-Bildschirmen und lockten mit zahlreichen Innovationen für das neue Heimkino-Erlebnis zahlreiche Besucher an ihre Stände. Auch die High End Gäste, die nicht zu der Gruppe der zahlreichen Audiophilen, die die Ausstellung besucht haben, zählten, kamen auf ihre Kosten. Ausführliche Beratung an den Ständen war ein Selbstverständnis und bot somit Gelegenheit, neue Klangwelten zu entdecken. Die Messe so aufschlußreich und informativ wie möglich zu gestalten, liegt den Ausstellern der High End Society e.V. am Herzen. „Die High End bringt Licht in das Dunkel unterschiedlicher Systeme und Bezeichnungen der modernen Unterhaltungsindustrie. Sie hat nie bestimmte Gerätearten in den Mittelpunkt gestellt, sondern den Nutzen – also das, wofür die Produkte entwickelt und gebaut wurden: zum Musik hören. Das Wofür steht im Mittelpunkt und nicht das Womit“, erklärt Branko Glisovic, Geschäftsführer der High End Society Marketing GmbH.

Im Eingangsbereich der diesjährigen High End stimmten Unikate und Extremkomponenten die Audiophilen auf einen interessanten und vielseitigen Besuch auf der Messe ein.

Freunde hochwertiger Tonwiedergabe treffen die High End Society mit all ihren Mitgliedsfirmen auch auf der diesjährigen IFA. Auf einer Flächenlandschaft von 1.100 qm bietet sich hier dem Besucher eine großzügige Exponaten-Landschaft mit edlen und ausgesuchten Produkten.

Auf einer Bühne werden **Live-Konzerte** täglich um 12.00, 14.00 und 16.00 Uhr den Besucher in schöne Klangwelten entführen und zum Entspannen einladen. *miz*

Edler Heimkino-Receiver von JVC

Die High End in Frankfurt hat JVC zum Anlaß genommen, den RX-DP10 vorzustellen, einen THX-Heimkino-Receiver, der es mit den Besten der Branche aufnehmen soll. Das besonders Interessante an diesem Gerät ist der Preis: Etwa 3000,- DM soll der RX-DP10 kosten und damit deutlich weniger als vergleichbare Geräte. Zudem bietet der JVC auch noch THX EX, also zwei zusätzliche Kanäle für die Wiedergabe eines hinteren Surroundsignals. Und das mit schon integrierten Endstufen und nicht, wie bei vielen anderen Geräten, nur mit Vorverstärker-Ausgängen, an die man noch zusätzliche, extra zu kaufende Endstufen anschließen muß. Mit siebenmal 130 Watt Endstufenleistung kann er auch große Heimkinos problemlos beschallen. Einen optischen Gag bietet er auch noch: Eine per Motor zweistufig ausfahrbare Bedienfeld-Abdeckung macht das Wohnzimmer zum Show-Room.

Ist dieses Gerät für JVC schon ungewöhnlich – bisher hat JVC in Sachen Heimkino immer eher die unteren Preisklassen bedient –, so ist die neue 9000er Geräteserie für diesen Hersteller hierzulande ein absolutes Novum: Beim DVD-Audio und -Video-Spieler XV-D9000 (10.000,- DM), dem Mono-Vollverstärker AX-M9000 (7500,- DM) und der Bedieneinheit RM-RE900 (1000,- DM) durften sich die Entwickler mal so richtig austoben. Kein kleinliches Budget begrenzte die Höhenflüge der Ingenieure, so daß am Ende dabei eine zwar sehr teure, aber auch überaus edle Anlage herauskam. Sie läßt sich sowohl als Stereo-Anlage konfigurieren – dann benötigt man zwei AX-M9000 – als auch als Heimkino-System – dann sind allerdings fünf der AX-M9000 nötig. High End-Freaks werden sich beim Namen JVC zwar schon ohne nähere Beschäftigung mit dem Produkt mit verzogenem Gesicht abwenden, was der Qualität und auch dem edlen Design für den unvoreingenommenen Musik- und Heimkinofreund mit dicker Brieftasche aber keinen Abbruch tut. *no*

Endlich bezahlbar bei Sony: SACDs und Video-DVDs mit einem Gerät abspielen

Einen Schritt weiter beim Versuch, den eigenen High End-Audiostandard SACD durchzusetzen, geht Sony mit der neuen DVD-Spieler Produktpalette: Zwei der neuen Geräte können nämlich neben dem normalen DVD-Video auch SACD-Scheiben abspielen. Und das durchaus, anders als bei Sony bislang üblich, im bezahlbaren Bereich: So soll der DVP-NS900V etwa 1500 Mark kosten und bietet dafür sogar die Wiedergabe von SACD-Mehrkanal-Scheiben, was noch nicht einmal teure High End-Player von Sony beherrschen. Um Software für das SACD-Multichannel muß man sich übrigens keine Sorgen machen: Sehr viele Plattenaufnahmen sind auch in der Vergangenheit als Mehrkanal-Aufnahmen durchgeführt worden. So ist zum Beispiel gerade „Tubular Bells“ von Mike Oldfield als Mehrkanal-Version erschienen, eine Aufnahme, die mehr als 15 Jahre alt ist.

Auch über SACD hinaus glänzen der DVP-NS900V und der DVP-NS700V durch Eigenschaften, die auf dem DVD-Markt sehr geschätzt sind: So können beide sowohl CD-Rs als auch CD-RWs sowie DVD-Rs und DVD-RWs problemlos wiedergeben und besitzen einen eingebauten Decoder sowohl für Dolby Digital als auch für DTS. Mit den Video- und Audio-Schaltkreisen haben sich die Entwickler besondere Mühe gegeben. Für ein hervorragendes Bild soll der Video-D/A-Wandler mit 10 Bit und 54 MHz sorgen, die Töne übersetzt ein ebenso edler mit 24 Bit und 192 kHz. Der Anreiz für die Kunden, sich einen DVD-Spieler mit Wiedergabemöglichkeit von SACD zu kaufen, wird größer. *no*

Bereits vor der offiziellen Eröffnung der Funkausstellung gibt Toshiba den Blick auf seine neuen Stars im TV-Bereich frei und startet mit beispielhaft neuen Ideen und Produkten in die kommende Saison. Besonderes Augenmerk verdienen der 97 cm LCD-Projektions TV „Miami“ und der 110 cm Großbild-TV „Milano“ sowie zwei flache Plasma Displays mit 127 cm und 107 cm im 16:9 Format, die im Unterschied zu den bereits verfügbaren beiden Großbild-TVs ab September 2001 lieferbar sein werden.

IFA Stars 2001 – by Toshiba

Milano 43 PH 14 P – Großbild-Home Entertainment

Auf einem New Black Strip Screen (antireflex) mit der beeindruckenden Bildschirmdiagonale von 110 cm stellt Toshibas neuer Großbild-TV Milano 43 PH 14 P auf überzeugende Weise Bildwiedergabe für perfektes Home Entertainment bereit. Dem in schlicht-elegantem „Modern Art Design“ entworfenen Gerät gibt Toshiba seine gesamte Palette an qualitätssteigernden Features mit auf den Weg und verleiht damit dem Toshivision-Slogan Nachdruck: „Vergessen Sie alles, was Sie über Fernsehen wissen.“ Absolute Bildstabilität garantieren Digital 100 Hz DFS und ein Dynamic Frame Scan. Flankierend werden sämtliche Videosignale, bevor sie den Bildschirm erreichen, durch den Einsatz diverser Technologien optimiert und konditioniert. Digitale Kammfilter, digitale Rauschunterdrückung, Perfect Contrast, Premium Scan Control, Colour Transient Improvement und Digital Natural Motion tragen dafür Sorge, daß sich der Zuschauer in die Mitte des Geschehens versetzt fühlt und durch keinerlei Unvollkommenheiten mehr an die Existenz eines TV-Geräts erinnert wird. Unterstützt wird das Cinema-Erlebnis durch zwei Ton-Endstufen mit je 65 Watt Musikleistung und einem zusätzlichen Bassverstärker.

Seiner Funktion als zentrales Bildausgabegerät wird der Milano 43 PH 14 P durch ein Multisystem gerecht, das alle gängigen Videosignal-Normen als Eingangssignal

akzeptiert und verarbeiten kann: PAL BG, I, DK / SECAM BG, DK, L / NTSC BG 4,43 / NTSC Video. Für optimalen Bedienkomfort sorgen das Auto Tuning System Deluxe, Megatext mit 500 Seiten Zwischenspeicherung, 16:9 Formatumschaltung, ein Bildschirm-Dialog-System und die All in One Fernbedienung sowie die Front-Bedienfeldsperre mit Kindersicherung.

Gleichermaßen offen für unterschiedliche Eingangssignale und Steckernormen präsentiert sich das Anschlußfeld mit 3 x Scart (1 x RGB, 2 x S-VHS, 3 x AV), Front-AV-Cinch + S-VHS, Component Video In, Subwoofer- und Kopfhörer-Ausgang. Der in der Farbe Moonlight-Silver gehaltene Milano mit seinen Abmessungen von 958 x 1159 x 443 mm (B/H/T) wiegt 50,7 kg, die auf Wunsch auch von einem optionalen Unterschrank MV 43 PH 14 getragen werden. Zu einem moderaten UVP von 5.999,- DM ist dieser interessante Großbild-TV ab sofort verfügbar.

Miami 38 VL 14 P: 97 cm LCD-Projektions-TV

Vollkommen neue Qualitätsstandards setzt Toshiba mit diesem LCD-Projektions-TV mit einer Bildschirmdiagonale von 97 cm. Durch eine beachtliche weitere Steigerung der Brillanz bei gleichzeitiger Absenkung der Pixel-Fehlerrate um 5,5 % auf < 2 % und einer Erhöhung der Lampen-Lebensdauer um das Dreifache auf jetzt 6.000 Stunden erreicht dieser 97 cm Großbild-TV „Super High Quality 2.5“ (SHQ). Ein weiteres Novum ist die Semi-SVGA-Schnittstelle des Miami für professionelle PC-Kommunikation, die die denkbaren Einsatzgebiete für dieses Gerät um neue Dimensionen erweitert. Sein dezentes Äußeres verdankt der Miami 38 VL 14 P dem „New Art Design“, bei dem man das Bild in den Vordergrund stellt und auf den Betrachter wirken läßt, während dem Geräte-Design die Rolle einer edlen Fassung zugewiesen wurde.

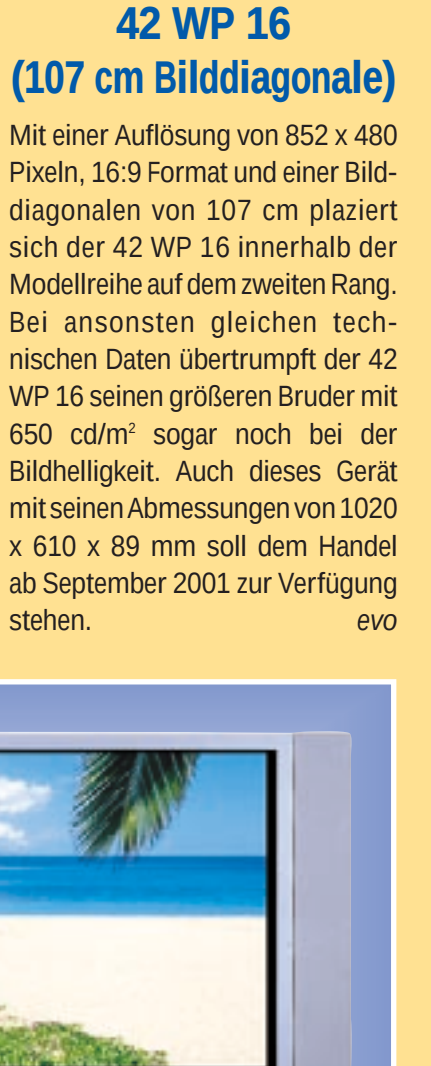
Für perfektionierte Signalverarbeitung sorgen Premium Black Screen – antireflex, digitale Kammfilter, digitale Rauschunterdrükkung, Perfect Contrast, Premium Progressive Scan, Colour Transient Improvement und Digital Natural Motion. Die Soundverstärkung mit 2 x 50 Watt Musikleistung sowie ein zusätzlicher Bassverstärker stellen einen der Bildqualität ebenbürtigen Ton bereit. Das Auto Tuning System des Miami LCD-Projektions-TV mit 100 Programmspeicherplätzen unterstützt die Normen PAL BG, I, DK / SECAM BG, DK, L / NTSC BG 4,43 / NTSC Video. An Komfort-Merkmalen sind zu nennen: 16:9 Formatumschaltung, Abschaltautomatik, schaltbare Anpassung an das Umgebungslicht, On/Off-Timer, Blue Screen-Automatik, ein Bildschirm-Dialog-System und die All in One Fernbedienung sowie die Front-Bedienfeldsperre mit Kindersicherung. Die Anschlüsse umfassen: Semi-SVGA-Frontanschluß, 3 x Scart (1 x RGB, 2 x S-VHS, 3 x AV), Front-AV-Cinch + S-VHS, Component Video In, Subwoofer-Cinch und Kopfhörer-Ausgang. Das 30,4 kg schwere Gerät mit seinen Abmessungen von 831 x 795 x 462 (B/H/T) kann bei Bedarf auf einem optional erhältlichen passenden Untergestell RLD 38 G plaziert werden. Zu einem UVP von 7.499,- Mark ist der Miami LCD-Projektions-TV ab sofort verfügbar.

„Plasma Cinema“ – superflache Bilder an der Wand

Mit „Plasma Cinema“, einem von Toshiba kreierten neuen Begriff, wird die ideale Form des Heimkinos zur Wirklichkeit: leuchtende, farbgesättigte, scharfe und brillante Bilder einfach an der Wand, scheinbar ohne umgebendes Gehäuse und aus jedem Blickwinkel zu betrachten. Dem ästhetischen Eindruck dieser flachen Displays an der Wand, die sich wie selbstverständlich harmonisch in jede Wohnumgebung integrieren, kann sich wohl kaum jemand entziehen. Für die Realisierung visueller Träume stellt Toshiba ab September 2001 zwei Plasma Displays mit Hochtechnologie bereit:

Plasma Display 50 WP 16 (127 cm Bilddiagonale)

Mit einer Auflösung von 1366 x 768 Pixeln, 16:9 Format und einer Bilddiagonalen von 127 cm vermittelt der Bildschirm bei den in Wohnzimmern üblichen Betrachterabständen nahezu die Atmosphäre eines Lichtspiel-Theaters. Dazu tragen nicht zuletzt die hervorragenden Bild-Eigenschaften der Toshiba Plasma-Displays bei. Mit einer Helligkeit von 500 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 3000:1 bei horizontalem und vertikalem Sichtwinkel von 160° stellt dieser Bildschirm fast alle aktuellen TV-Geräte und Digital-Projektoren in den Schatten. Außer einem Tuner-Eingang stellt der 50 WP 16 eingangsseitig bereit: 1 x S-Video, 1 x Video BNC, Audio, Component, RGB-Input Y, / G, Pb / Cb / B, Pr / Cr / R, Audio, PC-In, D-Sub 15 pin PC, Audio PDP Control RS 232 C. Die Universalität der Eingangsschnittstellen ermöglicht den Anschluß aller gängigen Peripheriegeräte. Das Plasma Display mit den Abmessungen 1210 x 724 x 98 mm (B/H/T) soll ab September 2001 lieferbar sein. Preisangaben lagen zum Redaktionsschluß noch nicht vor.



Plasma Display 42 WP 16 (107 cm Bilddiagonale)

Mit einer Auflösung von 852 x 480 Pixeln, 16:9 Format und einer Bilddiagonalen von 107 cm plaziert sich der 42 WP 16 innerhalb der Modellreihe auf dem zweiten Rang. Bei ansonsten gleichen technischen Daten übertrumpft der 42 WP 16 seinen größeren Bruder mit 650 cd/m² sogar noch bei der Bildhelligkeit. Auch dieses Gerät mit seinen Abmessungen von 1020 x 610 x 89 mm soll dem Handel ab September 2001 zur Verfügung stehen. *evo*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Canon stößt auf der IFA in die Megapixel-Klasse vor

Camcorder...

Bild rechts: Der Canon MV X1 ist der erste Megapixel-Camcorder des Unternehmens. Bild links: Der neue Canon XL-1S löst den erfolgreichen XL-1 für professionelle Anwender und ambitionierte Amateure ab.

...mit Ambitionen

Mit zwei hochkarätigen Camcorder-Modellen will Canon auf der IFA den erfolgreichen Weg im Videosegment fortsetzen. Dabei stößt das Unternehmen mit dem neuen MV X1i erstmals in die Megapixel-Klasse vor und präsentiert mit dem einzigartigen XL-1S ein neues Gerät für semiprofessionelle Ansprüche.

Der Camcorder-Bereich hat Canon in der jüngeren Vergangenheit in Deutschland besondere Freude gemacht. Das Unternehmen schnitt deutlich besser ab als der Markt und konnte so seinen Anteil besonders in den letzten Monaten deutlich steigern. In der jüngsten GfK-Berichtsperiode belegte das Unternehmen mit einem Marktanteil von 16,8 Prozent bei den Camcordern erstmals Platz 2 hinter Marktführer Sony. „Dabei konnten wir im Digital-Video-Segment sogar einen Anteil von 23,2 Prozent erzielen“, erklärte Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Products bei Canon, auf einer Pressekonferenz in München.

Mit 1,3 Megapixel-CCD

Auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin wird Canon ein besonderes Highlight für das obere Marktsegment vorstellen. Der neue MV X1i ist mit einem 1,3 Megapixel-CCD-Chip ausgestattet. Mit 10fach-Zoomobjektiv, optischem Bildstabilisator und anspruchsvoller Fotofunktion mit eingebautem Blitzgerät läßt er kaum Wünsche ambitionierter Camcorder-Anwender offen. Zudem dürfte sein designorientiertes Gehäuse auch Ästheten ansprechen.

Das 10fach-Zoomobjektiv mit optischem Bildstabilisator, der eine weitgehende Neutralisierung von Verwacklungsunschärfen ohne die bei elektronischen Systemen unvermeidliche Beeinträchtigung der Auflösung gewährleistet, bietet einen Brennweitenbereich von 4,2–42 mm (entsprechend 48–480 mm im Kleinbildformat). Durch die unterschiedliche Ausnutzung der Fläche des Chips in der Fotofunktion beträgt der Brennweitenbereich bei Digitalfotos 5,25–42 mm (entsprechend 45–360 mm im Kleinbildformat). Ergänzt wird das leistungsfähige Objektiv, bei dem der erfolgreiche Kamerahersteller besonderen Wert auf hohe Auflösung gelegt hat, um der Leistungsfähigkeit des Chips zu entsprechen, durch eine 40fach bzw. 200fach Digitalzoom-Funktion.

Der neue Canon MV X1i bietet sieben Aufnahmeprogramme, mit denen der Anwender auch speziellen Situationen gerecht werden kann, die sich mit der Automatik nicht optimal bewältigen lassen. So sind auch bei Action, Portrait, Spotlight, Sand, Schnee oder bei ungünstigen Lichtverhältnissen gute Aufnahmen leicht zu erzielen. Zu den kreativen Möglichkeiten gehören die Digitaleffekte Art, Schwarz/Weiß, Sepia, Negativ und Mosaik, Fading-Möglichkeiten wie automatisches Auf- und Abblenden, vertikale Wisch- bzw. Streifenblende, horizontale Streifenblende, Schachbrett- und Fensterblende.

Anvisiert werden können die Motive wahlweise mit dem eingebauten Farbsucher (0,55“/113.000 Pixel mit Dioptrinausgleich) oder über ein 2,5“ großes LCD mit 200.000 Pixeln. Das Gerät ist mit einem erweiterten Zubehörschuh ausgestattet, an dem zum Beispiel das Richtmikrofon DM-50 oder die Videoleuchten VL3 angeschlossen und mit Strom versorgt werden können.

Die hohe Auflösung des 1/3,6“ Chips mit 1,3 Megapixeln kann der handliche MV X1i besonders bei der Aufnahme von Digitalfotos ausspielen, die in einer maximalen Auflösung von 1.280 x 960 Pixeln (JPEG Format) entweder auf der DV-Kassette oder auf einer Multimedia- oder SD-Karte gespeichert werden. Diese Auflösung ist erfahrungsgemäß für fotorealistische Digitalprints aus dem Drucker oder dem Großlabor bis zu einem Format von 10 x 15 cm vollkommen ausreichend. Für gute Ausleuchtung sorgt das eingebaute Blitzgerät des neuen Camcorders.

Zum Canon MV X1i stehen verschiedene Zubehörteile wie Weitwinkel- und Telekonverter, ein Filterset, separate Ladegeräte und Autobatterie-Kabel-Sets zur Verfügung. Ende September dieses Jahres, so erwartet Canon Produktmanager Video Kai Kester Löhle, wird das Gerät für 3.999,- DM (UVP) erhältlich sein.

Für professionelle Ansprüche: der neue Canon XL-1S

Für Profis und besonders ambitionierte Videofilmer stellt Canon auf der IFA den neuen XL-1S 3-Chip Camcorder mit Wechselobjektiven vor, der den erfolgreichen XL 1 ablöst. In der überarbeiteten Version hat Canon dieses einzigartige Camcorder-System in wichtigen Ausstattungsmerkmalen verbessert.

Canon wird auf der IFA Imaging-Kompetenz auf allen Ebenen präsentieren, vom hochwertigen fotorealistischen Ausdruck aus einem der erfolgreichen Inkjet-Drucker bis zum professionellen Camcorder. Auf einer Pressekonferenz in München standen Harald Horn, Direktor Sales der Canon Euro-Photo GmbH, (links), und Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Products der Canon Deutschland GmbH, zahlreichen Fachjournalisten Rede und Antwort.

So reduziert der überarbeitete Super Range Optical Image Stabilizer Verwacklungsunschärfen jetzt noch effektiver. Das ist besonders deshalb wichtig, weil für den semiprofessionellen Camcorder eine ganze Palette anspruchsvoller Objektive bis zum extremen Telebereich zur Verfügung steht. Neu ist zum Beispiel das neue manuelle 16fach-Zoom, dessen Brennweitenbereich 39–1.248 mm im Kleinbildformat entspricht. Es ist serienmäßig mit einem ND-Filter ausgestattet, das die Lichtfülle im Bedarfsfall drosselt und damit für satte Farben auch bei großer Helligkeit sorgt. Die Zoomgeschwindigkeit kann von 1,7 bis 60 Sekunden für das Durchfahren des gesamten Brennweitenbereichs variiert werden.

Neben den speziellen Videoobjektiven können mit dem Canon XL-1S alle der über der 60 Spiegelreflexobjektive aus dem umfangreichen Canon EF-Programm verwendet werden (mit einem als Zubehör lieferbaren EF-Adapter). Damit steht ein Brennweitenbereich von 24 mm bis über 4.000 mm (umgerechnet auf Kleinbildformat) zur Verfügung. Professionellen Ansprüchen genügt die umfangreiche Ausstattung des Canon XL-1S, die nahezu unbeschränkte Kreativität durch manuelle Einflußmöglichkeiten bietet, darunter drei manuell einstellbare Farbtemperaturwerte für den Weißabgleich. Drei verschiedene Aufzeichnungsverfahren – Normal Movie Mode für den Standardbetrieb, Frame Movie Mode mit Aufzeichnung von 25 Vollbildern in der Sekunde für extrem scharfe „Freeze“-Aufnahmen bewegter Objekte und Photo Mode für perfekte, digitale Stehbilder – sorgen für Flexibilität bei unterschiedlichen Aufgabenstellungen. Darauf braucht auch bei der Tonaufzeichnung nicht verzichtet zu werden: Der Anwender hat die Wahl zwischen 16-Bit-Ton (48 kHz, zwei Kanäle) für höchste Qualität, 12-Bit-Stereoton 1 (32 kHz, 2 von 4 Kanälen mit der Möglichkeit der Nachvertonung auf den verbleibenden zwei Kanälen) und 12-Bit-Stereoton 1 plus Stereo 2 (32 kHz, vier Kanäle). Lieferbar ist der neue Canon Spitzencamcorder bereits im August. Der unverbindliche Verkaufspreis beträgt 9.999,- DM.

Weitere Canon Neuheiten zur Internationalen Funkausstellung stellen wir in der kommenden Ausgabe vor.

Zwei Einstiegsmodelle von Casio mit Acht- und Dreifach-Zoom und 2-Megapixel-Auflösung

Casio hat drei neue Digitalkameramodelle vorgestellt, an deren Spitze die QV-4000 mit einer Auflösung von 4,13 Megapixeln steht. Die QV-2900UX und die QV-2400UX sind mit einem 2.110.000 Pixel-CCD ausgestattet und unterscheiden sich im wesentlichen durch ihre Objektivleistung. So verfügt die QV-2900UX über ein Achtfach-, die QV-2400UX über ein Dreifach-Zoomobjektiv.

QV-4000 mit 4,13 Megapixeln

Der Bildwandler des neuen Spitzenmodells QV-4000 erlaubt Aufnahmen in einer Auflösung von bis zu 2.240 x 1.680 Bildpunkten. Je nach Anwendungszweck der Bilder stehen auch weitere Auflösungen zur Verfügung, darunter mit 2.256 x 1.504 Pixeln auch solche im 3:2-Format. Unterstützt wird die hohe Auflösungsleistung durch ein lichtstarkes, dreifach optisches Canon-Zoom-Objektiv, das eine Brennweite entsprechend dem Kleinbildformat von 34 mm bis 102 mm bietet. Die Kamera, die im „Look-and-Feel“ einer analogen Spiegelreflexkamera gestaltet wurde, bietet zahlreiche Features, die auch ambitionierte Anwender ansprechen. Dazu zählen beispielsweise eine Blende, die automatisch und manuell zwischen 2 und 8 einstellbar ist, eine Entfernung, die im Normalbereich von 30 cm bis unendlich, im Makrobereich sogar herunter bis 6 cm reicht, ein integrierter Blitz und ein Blitzschuh für den Anschluß eines externen Blitzgerätes. Die Belichtungszeit kann durch den CCD-Verschluß und den mechanischen Verschluß zwischen 60 Sekunden und 1/1000 Sekunde variiert werden. Zusätzlich steht ein Bulb-Verschluß zur Verfügung.

Die QV-2900UX ist mit einem Achtfach-Zoom ausgestattet und wurde im Gegensatz zum silberfarbenen Äußeren der QV-2400UX mit einem schwarzen Gehäuse versehen.

Der kreative Einsatz der Kamera kann mittels eines optionalen Adapters durch Filter oder Konverter auf einzigartige Funktionen über die neue grafische Benutzerschnittstelle (GUI), das Zusammenwirken der Kodak Professional DCS Photo Desk und Camera Manager Software, die Bildschutzfunktion zur Speicherung und zum Schutz der digitalen Rohdaten und eine wesentlich verbesserte IEEE 1394 (Firewire) Verbindung. Dem Anwender steht mit der DCS 720x die gesamte Funktionsvielfalt der bewährten Nikon F5 Kamera und deren große Objektivauswahl zur Verfügung. Die Kamera wird voraussichtlich Ende Juli im autorisierten Fachhandel erhältlich sein. Der Preis steht noch nicht fest.

Um die digitale Fotografie auch für Anfänger möglichst einfach zu gestalten, verfügen die QV-4000 sowie die beiden anderen Neuvorstellungen aus dem Hause Casio über die Bestshot-Funktion, die alle Einstellungen (Blende, Verschlußzeit, Brennweite etc.) für häufig fotografierte Motive bereits automatisch voreingestellt hat.

Consumer-Klasse

Die QV-2900UX und die QV-2400 UX verfügen beide über einen 2.110.000-Pixel-CCD, der Bilder in verschiedenen Auflösungen erzielen kann, maximal bis 1.600 x 1.200 Pixel pro Bild.

Die QV-2900UX ist mit einem optischen Achtfach-Zoom mit einer Brennweite, verglichen mit dem Kleinbildformat, von 40 bis 320 mm, die QV-2400UX mit einem Dreifach-Zoomobjektiv, das eine Brennweite entsprechend dem Kleinbildformat von 41 bis 123 mm hat, ausgestattet. Beide Kameras verfügen über die bereits erwähnte, um 270 Grad stufenlos schwenkbare Optik. Gespeichert werden können die Aufnahmen in verschiedenen Auflösungen im bewährten JPEG-Format oder wahlweise als unkomprimierte TIFF's. Für die Auswahl der Lichtempfindlichkeit stehen die Werte ISO 80, 160 und 320 zur Verfügung. Ein integrierter Blitz sorgt für die passende Ausleuchtung der Motive, bei der QV-2900UX steht zusätzlich ein Anschluß für ein externes Blitzgerät zur Verfügung. Beide Kameras werden mit umfangreichem Zubehör, wie einer 8 MB-Speicherkarte oder dem PC-Windows-Anschlußkit, das neben dem USB- und dem seriellen Anschlußkabel auch die Software (Photo-Loader) zur Übertragung und Archivierung der Bilddaten enthält, ausgeliefert.

Die QV-2900UX ist ab diesem Monat für 670 Euro erhältlich. Die QV-2400UX ist bereits seit Juli lieferbar und kostet 620 Euro.

höl

PoS Neuheiten

Kodak DCS 720x

Die von Kodak Professional angekündigte neue Professional DCS 720x Digitalkamera ist die ideale Kamera für Action-Fotografie oder Aufnahmen unter schlechten Lichtbedingungen. Die DCS 720x ist auf ISO 4000 kalibriert, bietet aber einen Belichtungsspielraum von ISO 400 bis 25.600. Damit ist die Nachfolgekamera der DCS 620x die einzige am Markt, die einen derart großen Belichtungsspielraum bietet. Die DCS 720x erlaubt 4,3 Bilder pro Sekunde, bei 25 Bildern in Serie. Der von Kodak entwickelte und gebaute 2-Megapixel ITO (Indium-Zinn-Oxid) CCD ist gegenüber dem der DCS 620x noch weiter verbessert worden. Weitere Features sind eine innovative LCD-Anzeige mit hohem Kontrast, Histogramm-Funktion und Zugriff

Digital Album

Neu im Sortiment der Jobo Labortechnik ist das Digital Album von Nixvue. Das Produkt ermöglicht die Speicherung und Datensicherung sämtlicher elektronischer Daten. Der flexibel und variabel einsetzbare tragbare Speicher kann Daten von Speicherkarten wie CompactFlash Type I und II, SmartMedia, MemoryStick oder IBM Microdrive über den passenden PCMCIA-Adapter auslesen, so daß

die Speichermedien anschließend direkt wieder einsetzbar sind. Unterwegs wird das volle Speichermedium in das Nixvue Digital Album gesteckt, wo die wiederaufladbare Batterie die Datenübertragung auf den Festspeicher betreibt. Einfach per Knopfdruck werden so Bilder auf die 10 GB fassende Festplatte übertragen. Per LED-Anzeige wird bestätigt, wenn der Datentransfer abgeschlossen ist. Das Digital Album wird zusammen mit einer Dockingstation ausgeliefert, die für eine reibungslose Übertragung der Bilder zur sofortigen Betrachtung am TV, Beamer, PC oder Mac sorgt. Zum Drucken von Prints ist ein Parallelport und/oder ein USB-Anschluß für PC/Mac oder Notebook verfügbar. Gleichzeitig wird über die Dockingstation der Akku wieder aufgeladen.

Cyber-shot DSC-S85

Mit der DSC-S85 steigt nun auch Sony in die 4-Megapixel-Klasse auf. Ergänzt wird die hohe Auflösungsleistung durch ein Carl Zeiss Vario-Sonnar Objektiv mit optischem 3fach-Zoom (Brennweite äquivalent zum KB = 34 bis 102 mm). Blende (F2 – F8) und Verschlußzeit (8–1/1000 Sek.) können sowohl über die Automatik als auch manuell gesteuert werden. Ein interner Zwischenspeicher ermöglicht drei Serienaufnahmen oder Belichtungsreihen eines Motivs mit drei verschiedenen Blendenwerten. Neben zahlreichen digitalen Effekten wie Sepia oder Negativ, verfügt die Kamera über einen Textmodus zum Ablichten von Schriftdokumenten und über verschiedene MPEG-Modi zur Aufnahme von Videosequenzen. Die Kamera ist seit Juli lieferbar und kostet 2.599 DM (UVP).

Täglich frische News: www.pos-mail.de

PoS Neuheiten

Vivanco Audio-Protection-Bags schützen portable Audiogeräte

Vivanco hat neue Audio-Protection-Bags vorgestellt, die zum Schutz für portable Audiogeräte entwickelt wurden. Die neuen Taschen eignen sich für alle tragbaren Cassetten-Abspielgeräte, Minidisc- und CD-Player-Modelle und zeichnen sich den Angaben Vivancos zufolge durch trendiges Design und Funktionalität aus. Die Taschen werden aus hochwertigem wasserabweisendem Nylongewebe hergestellt und sind mit beidseitig zu öffnenden Reißverschlüssen und Metall-Logo ausgestattet. Darüber hinaus besitzen die Taschen eine extra Polsterung für sicheren Rundumschutz beim Transport. Durch eine

Schlaufe mit Klettverschluß können die Bags ganz einfach am Gürtel befestigt werden. Alternativ dazu lassen sie sich an einem individuell verstellbaren Riemen tragen. Eine zusätzliche Batterietasche und eine verschließbare Netztasche an der Außenseite nehmen Zubehör auf. Das CD-Player Protection Bag CD2 hat weiterhin ein Fach für den CD Organizer oder fünf CDs mit Hülle.

Ricoh Multimedia-Kamera mit Docking Base

Ricohs Caplio RR10 wendet sich an alle Anwender, denen bis dato der Umgang mit einer Digitalkamera und die anschließende Übertragung der Bilddaten zum PC zu kompliziert erschienen ist. Die mit einem 2,1 Megapixel CCD ausgestattete Digitalkamera wird zusammen mit der Ricoh Base ausgeliefert, die, über ihre USB-Schnittstelle mit einem PC verbunden, die Übertragung der Bilddaten per Knopfdruck ermöglicht. Währenddessen werden die Kamerabatterien aufgeladen. Die Übertragungssoftware erledigt dann alles weitere wie die Konvertierung der Bilder, die Speicherung in Ordner nach Wahl und das Erstellen fortlaufender Dateinamen. Neben den fotografischen Ausstattungsmerkmalen (Zweifach-Zoom, Zweifach-Digital-Zoom, Makromodus ab einer Entfernung von vier Zentimetern) bietet die Kamera eine Reihe von Features, die über die Aufnahme von Fotos hinausgehen. Die Caplio RR10 kann MP3-Dateien abspielen, Videosequenzen mit und ohne Ton aufnehmen und ist mit einem integrierten Voice-Rekorder für die Aufzeichnung von Sprachmemos ausgestattet. Über einen speziellen Textmodus können Textvorlagen als hochaufgelöste Schwarzweißbilder

wiedergegeben werden. Gespeichert werden die Daten auf der kompakten SD Memory Card. Darüber hinaus ist die Kamera zusammen mit der Dockingstation als Web-Cam für die virtuelle Kommunikation übers Internet einsetzbar. Auslieferungstermin für das Ricoh-Multimedia-Tool ist Mitte August. Unverbindliche Preisempfehlung: 1.199 DM.

Neue HomeRF-Technologie

Als erstes Unternehmen hat Proxim die Möglichkeit der 10 MBit/s Frequenzsprung-Technologie präsentiert. Diese Technologie basiert auf dem neuen HomeRF 2.0-Standard, der sich ideal für die Multimedia-Breitbandvernetzung in Privathaushalten eignet. HomeRF 2.0 ermöglicht die drahtlose Sprachübertragung in höchster Qualität auf bis zu acht Kanälen, Prioritätszugriff für Streaming-Media und Datenraten bis zu 10 MBit/s und mehr. HomeRF 2.0 ist zu den bisher verfügbaren HomeRF-Produkten kompatibel.

Hinter den Kulissen der Philips Bildröhrenfabrik Aachen

Das Zuhause der „Wide Screen Real Flat“

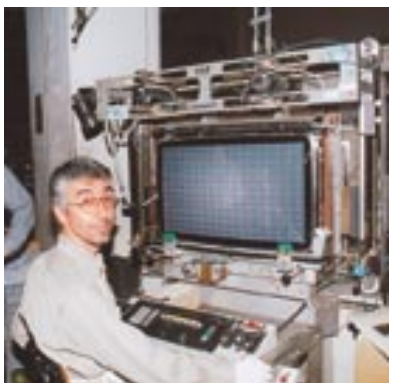
Die Philips Bildröhrenfabrik in Aachen zählt zu den bedeutendsten Produktions- und Entwicklungszentren innerhalb der weltweiten Philips Aktivitäten im Bereich Display Components. Mehr als zwei Millionen Bildröhren werden jährlich in dem Werk produziert, und rund 1.500 Menschen haben hier ihren Arbeitsplatz. Führend im europäischen Markt der Jumbo und Large Produkte, produziert das Werk Aachen hauptsächlich Bildröhren mit den Diagonalen von 66 cm bis 80 cm im 16:9 Breitbildformat.

Die Historie der Bildröhrenfabrik beginnt im Jahr 1954. Unter Philips Glühlampen werden hier die ersten Schwarzweiß-Röhren produziert. Ein Jahr später firmiert das Werk als Valvo GmbH Bildröhrenfabrik Aachen. Allein bis zum Jahre 1961 werden in Aachen fünf Millionen Schwarzweiß-Bildröhren produziert. 1967 läuft dann die erste Farbbildröhre vom Band, und fünf Jahre später verläßt die letzte Schwarzweiß-Bildröhre das Werk Aachen. 1985 wird die Fabrik umbenannt und firmiert jetzt unter dem Namen Philips GmbH Bildröhrenfabrik Aachen. In diesem Jahr findet die Einführung der Flat- und Square- Bildröhre statt. 1990 verläßt die 25millionste Farbbildröhre das Werk. In diesem Jahr wird auch eine neue Linie für großformatige Bildröhren mit Matrix fertiggestellt. Ab 1991 werden dann alle Röhren in dem neuen 16:9 Wide Screen (28-Zoll) Format mit der Black Matrix Technologie gefertigt. Die Bildröhrenfabrik wird mit dem Qualitätsmanagement ISO 9001 zertifiziert. Im Jahre 1992 wird die erste 32-Zoll Wide Screen eingeführt, und im Rahmen einer Restrukturierung wird schrittweise eine Erhöhung der Kapazitäten erreicht. Im Jahre 1997 wurden im Aachener Werk mehr als 50 Millionen Bildröhren produziert. Seit 1998 konzentriert sich die Produktionsstätte immer mehr auf Wide Screen Röhren. Dabei legt das Werk aber auch auf Umweltfreundlichkeit großen Wert. Dies zeigt sich auch in der Zertifizierung des Umweltmanagementsystems ISO 14001. Es werden unter anderem cadmiumfreie Leuchtstoffe verwendet, FCKW wurde aus sämtlichen Prozessen eliminiert, Abfälle werden sortiert und minimiert, Verpackungen mehrfach genutzt und Wasser, Gas und Leuchtstoffe recycelt.

Seit 1999 wird die ultraflache 32-Zoll Wide Screen Real Flat Bildröhre in Aachen produziert. Nicht ausschließlich Philips wird mit den Bildröhren aus dem Werk Aachen beliefert, auch andere namhafte Gerätehersteller wissen den qualitativ hohen Standard der Aachener Bildröhrenfabrik zu schätzen.

Herstellungsprozeß der Farbbildröhre

Der Herstellungsprozeß einer Farbbildröhre ist äußerst komplex und erfolgt in vielen kleinen Schritten. Bevor der Bildschirm den verschiedenen Bearbeitungsschritten unterzogen wird, um die Leuchtstoffschichten aufzubringen, wird zunächst eine Schattenmaske aus verschiedenen Einzelteilen hergestellt. Ein wichtiger Prozeßschritt dabei ist das Umformen des flachen Maskenblechs in eine gewölbte Form. Diese ist der inneren Wölbung des Glasschirms angepaßt. Nach Fertigstellung der Maske wird diese

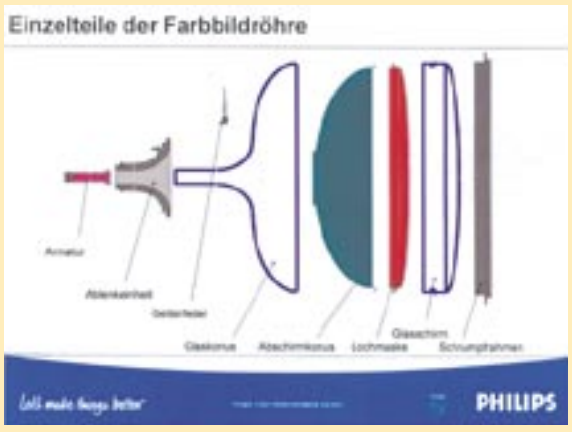


Der Herstellungsprozeß einer Bildröhre ist sehr komplex und erfolgt in vielen Ablaufeinheiten. Bevor die Bildröhre das Werk verläßt, wird sie zahlreichen Tests unterzogen. Eine der letzten Stationen ist das „Matchen“, hier wird die Ablenkeinheit so eingestellt, daß die drei Elektronenstrahlbündel gleichzeitig und sauber auf dem gesamten Bildschirm eintreffen.

in einen Glasschirm eingesetzt. Bildschirm und Schattenmaske bilden dann zusammen die sogenannte „Schirm-Masken-Kombination“. Es wird hier in der Fachsprache auch von „Verheiratung“ gesprochen. Der Bildschirm und die Schattenmaske gehören zusammen, werden aber im weiteren Produktionsprozeß noch häufig voneinander getrennt und wieder zusammengeführt, da die Paßgenauigkeit von wenigen Tausendstel Millimetern stimmen muß. Die Schirmbearbeitung erfolgt, indem ein spezieller Leuchtstoff auf die Innenseite des Bildschirms in Form von senkrechten Linienstrukturen aufgetragen wird. Linien der Grundfarben Rot, Blau und Grün wechseln dabei einander ab. In diesem sogenannten „Flow-Coat-Prozeß“ wird als erstes eine bestimmte Menge der grünen Leuchtstoffsuspension in den Bildschirm eingegossen. Nach dem Trocknen wird die Schattenmaske in den Bildschirm einmontiert und die grüne Leuchtstoffschicht mit Hilfe von UV-Licht bestrahlt. An den Stellen, an denen die Löcher der Schattenmaske das Licht durchlassen, wird der Leuchtstoff ausgehärtet, bzw. chemisch verändert. Nach dem Herausnehmen der Schattenmaske wird der Leuchtstoff aus dem Bildschirm ausgewaschen, aufgefangen, zurückgewonnen und später neu benutzt.

Auf dem Bildschirm sind nun vertikale Linien aus grünem Leuchtstoff zurückgeblieben. Auf die gleiche Weise werden nun auch die roten und blauen Leuchtstofflinien erzeugt. Um einen höheren Kontrast zu erreichen, werden vor dem Anbringen der Leuchtstoffschichten Graphitstreifen (Matrixstreifen) aufgetragen, so daß die Farblinien jeweils durch eine schwarze Linie voneinander getrennt sind. Zuletzt wird das gesamte Muster mit einer Lackschicht überzogen. Diese sorgt für die Ableitung der Elektronen und reflektiert das nach innen ausgestrahlte Licht des aufleuchtenden Leuchtstoffs zur Vorderseite des Bildschirms. In der Zwischenzeit wurde der Glaskonus an der Innenseite mit einer leitenden Schicht versehen und an die Schirm-Masken-Kombination montiert, zudem wird ein Abschirmkonus aus Metall angebracht. Die Teile werden in einem Durchlaufofen bei hohen Temperaturen zusammengeklebt. Mit Hilfe einer Emaillepaste entsteht durch das Kleben eine vakuumdichte Verbindung. Der metallische Innenkonus dient zur Abschirmung magnetischer Felder und vervollständigt den elektrischen Stromkreis. Nachdem die Elektronenkanone in den Hals des Konus eingeschmolzen wurde, wird der Kolben bei hoher Temperatur luftleer gepumpt. Mit dem Verschmelzen des Pumpstengels wird der Glaskolben zur Bildröhre. Auf den Bildschirmrand wird als Implosionsschutz ein Metallrahmen aufgeschrumpft. Durch den Brenn- und Abfunkprozeß wird das Elektronenstrahlsystem funktionsbereit. Das Magnetisieren eines Metallrings sorgt für punktgenaues Zusammentreffen aller Elektronenstrahlen. Zuletzt wird der Konushals positioniert. Bevor die Bildröhre das Werk verläßt, wird sie noch mehreren speziellen Tests unterzogen. *miz*

Aufbau der Farbbildröhre



Eine Farbbildröhre setzt sich zusammen aus einem Glaskolben mit einem Bildschirm an der Vorderseite, einer Elektronenkanone und einer Ablenkeinheit auf der Rückseite. Die Innenseite des Bildschirms ist mit einer Leuchtstoffschicht versehen, die aus roten, grünen und blauen Linien besteht. Aus diesen drei Primärfarben können alle anderen Farben erzeugt werden. Im sogenannten Hals der Bildröhre befindet sich die Elektronenkanone mit drei Kathoden und mehreren Metallgittern. Die Kathoden sind mit einer Substanz beschichtet, die beim Erwärmen Elektronen freisetzt. An die Metallgitter der Elektronenkanone werden unterschiedliche elektrische Spannungen angelegt. Dabei entstehen „elektromagnetische Linsen“, die die Elektronen zu feinen Bündeln fokussieren und mit hoher Geschwindigkeit auf den Bildschirm lenken. Durch das Auftreffen der Elektronen auf die Leuchtstoffschicht geben die getroffenen Stellen Licht in der jeweiligen Farbe ab. An der Innenseite des Bildschirms ist etwa 10 mm vor der Leuchtstoffschicht ein dünnes Metallblech angeordnet, das mit einem regelmäßigen Lochmuster versehen ist. Diese sogenannte Lochschattenmaske ist für die Farbauswahl verantwortlich. Das heißt, sie sorgt dafür, daß die drei von der Elektronenkanone ausgesendeten Elektronenstrahlen an der richtigen Stelle auf die Leuchtstoffschicht treffen. Um ein farbiges Bild auf dem gesamten Schirm zu erzeugen, werden die Elektronen mit hoher Geschwindigkeit zeilenweise über den gesamten Bildschirm gelenkt. Dies wird mit Hilfe einer Ablenkeinheit erreicht, die die vom Fernseher empfangenen und verstärkten Bildinformationen für die Steuerung der Elektronenstrahlen nutzt. Die Ablenkeinheit besteht aus elektromagnetischen Spulen, die auf dem Hals der Bildröhre direkt über der Elektronenkanone angebracht sind.

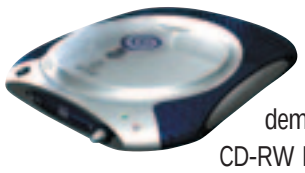
Korrektur:

In der Ausgabe PoS-MAIL 7/2001 hat sich der Satzfehlerteufel eingeschlichen. In einer Bildunterschrift des Artikels „Philips mit gesteigertem Marktanteil im Bereich UE“ wurde Kerstin Wedemeyer, Managerin E-Business, Philips Consumer Electronics, fälschlicherweise als Kerstin Stüdemann bezeichnet. Wir bitten für dieses Versehen um Entschuldigung.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Iomega setzt verstärkt auf optische Speichermedien

Iomega Predator CD-RW auf Erfolgskurs



Das neue, inzwischen auf dem Markt verfügbare externe CD-RW Laufwerk Iomega Predator zieht nicht nur durch seinen Namen, der einem Science Fiction Film entnommen sein könnte, die Aufmerksamkeit auf sich, sondern auch durch sein ungewöhnliches und futuristisch anmutendes Design. Dies allein dürfte jedoch kein ausreichendes Argument für den Erwerb eines Iomega Predator sein. In der Tat hat sich Iomega bei der Konzeption dieses externen CD-Brenners nicht nur auf Namen und Äußeres beschränkt, sondern dem Predator eine Fülle ebenso zukunftsweisender Eigenschaften mit auf den Weg gegeben. Von der Konzeption her ist das Predator für den Austausch von Daten zwischen verschiedenen Rechnern ausgelegt, eine bereits von anderen Erzeugnissen Iomegas her bekannte Grundlinie. Die Fähigkeit zum flexiblen wechselnden Einsatz ist letztlich auch der Hauptgrund für die gegenüber einem Einbau-Laufwerk teurere Ausführung als externes Gerät. Während bei den weit verbreiteten externen ZIP-Laufwerken des gleichen Herstellers noch eine serielle Schnittstelle als universelle Schnittstelle für den Anschluß an die meisten Rechner ausreichte, hat sich diese Situation inzwischen gründlich verändert. Aus unterschiedlichen Gründen existieren inzwischen verschiedene Schnittstellen und Anschlußstandards der Rechner parallel nebeneinander. Damit das Iomega Predator trotzdem seiner Aufgabe als portabler „Datenkoffer" gerecht werden kann, unterstützt das Gerät alle gängigen Schnittstellen und kann unter Verwendung von austauschbaren Adaptern an diese angeschlossen werden.

Zur Zeit ist das Predator standardmäßig mit einem USB 1.1 Adapter ausgerüstet, der mit einer Leistung von 4 x 4 x 6 die maximale Schreib- und Lesegeschwindigkeit für die USB 1.1 Schnittstelle ausschöpft. Noch in diesem Jahr soll zusätzlich ein FireWire/IEEE 1394 Adapter verfügbar sein. Mit diesem wird das Predator CD-RW dann bereits eine Leistung von 8 x 4 x 32 erreichen. Zukünftig sollen USB 2.0 und PCMCIA Adapter folgen. „Wir haben erkannt, daß der Verbraucher ein externes CD-RW Laufwerk benötigt, das leicht zu bedienen und flexibel ist und darüber hinaus ein schickes Design aufweist", erklärte Jeroen Kila, European Product und Channel Management Director, Iomega International S.A. „Predator erfüllt alle diese Erwartungen, und sein dynamisches Design unterscheidet es signifikant von den gängigen schweren, ziegelsteinförmigen externen CD-RW Laufwerken." Das Medium CD und CD-RW, und damit auch das Predator-Laufwerk, sind grundsätzlich kompatibel mit der PC- und Macintosh-Plattform. Dem mit der laufenden Entwicklung des Computerbereichs gewachsenen Anspruch auf Speichergröße trägt das Predator mit seiner Kapazität von 640 MB und einem niedrigen Beschaffungspreis für Medien Rechnung.

Mit seiner Flexibilität im Einsatz steht es in einer Reihe mit Zip, Jaz und anderen bekannten Iomega-Produkten. Das zusammen mit dem Predator gelieferte umfangreiche Software-Paket enthält Adaptec Easy CD CreatorTM 4.0, Adaptec DirectCDTM 3.0, Adaptec ToastTM, MusicMatch JukeboxTM Plus, MGI PhotoSuite, die Iomega Quik Sync 2 Software (30-Tage Version) und die Adobe ActiveShareTM Software. Das Iomega Predator CD-RW Laufwerk ist bei Distributoren und Wiederverkäufern zu einem empfohlenen Verkaufspreis von DM 799,- inkl. MwSt. verfügbar.

Iomegas magneto-optische Wechselspeicherlaufwerke in Europa verfügbar

Iomega International S.A., europäische Hauptniederlassung der Iomega Corporation (NYSE: IOM), weltweit einer der führenden Hersteller von Datenmanagement-Lösungen, hat inzwischen auch auf dem europäischen Markt seine MO 1,3 GB Professional Series Laufwerke erfolgreich eingeführt. Iomegas neuer Laufwerktyp entstand in enger Zusammenarbeit mit Fujitsu, einem Pionier in der MO-Technologie, der in den vergangenen Jahren die Entwicklung von MO Medien und Laufwerken maßgeblich vorangetrieben hat. Trotz den zierlichen Abmessungen der Laufwerke mit flexiblen 3,5 Zoll MO Disks bieten diese außergewöhnliche Leistungen. Diese inzwischen ausgereifte und bewährte Technologie kombiniert die Geschwindigkeit und Kapazität optischer Speicher-Technologie mit der äußerst hohen Zuverlässigkeit von magnetischen Laufwerken. Weil aber, im Gegensatz zu rein magnetischen Speichern, bei MO eine Änderung der magnetischen Information nur in Kombination mit der gleichzeitigen gebündelten Einwirkung eines Laserstrahls stattfinden kann, sind MO-Medien selbst gegen stärkste Magnetfelder unempfindlich, robust gegenüber Umgebungseinflüssen und stellen beim derzeitigen Stand der Technik den höchstmöglichen Sicherheitsstandard für Wechselspeichermedien dar, und dies auch in bezug auf die zeitliche Konstanz der gespeicherten Informationen. Bei den in einem widerstandsfähigen Plastikgehäuse eingelassenen 1,3 GB MO Disks werden Übertragungsraten bis zu 5,9 MB pro Sekunde realisiert. Iomegas in Europa vertriebene MO Laufwerke sind abwärtskompatibel mit 640 MB, 540 MB, 230 MB und 128 MB MO Disks. Iomegas MO Laufwerke gibt es wahlweise mit einer internen ATAPI-Schnittstelle oder externen SCSI-Schnittstelle. Im Groß- und Einzelhandel ist das interne Atapi-Laufwerk zu einem UVP von 879,- Mark, das externe SCSI-Laufwerk für 919,- Mark verfügbar. *evo*

hama®
Partner des Handels

Die passende Lösung!

für Händler

login gesucht

gesucht gefunden

gefunden bestellt

für Consumer

Kein Zugriff auf geschützte Informationen.

gesucht gefunden

Keine Direktbestellung, sondern Verweis an Fachhandel.

Hama hat für Sie die passende Lösung – jetzt auch im Internet! Mit exklusiven Vorteilen für unsere Fachhandels-Partner. Holen Sie sich Ihren persönlichen Log-in und somit den Zugang zum Händler-Online-Bestellsystem und weiteren geschützten Informationen.

www.hama.de
Die neue Suchmaschine für Zubehör

(Besuchen Sie uns vom 25.8.-2.9.2001 auf der IFA, Halle 10.2/Stand 02)

© 2001 Hama Creative Division

MP3 News und Infos

Philips startet in USA mit Internet-Radiogerät

Im dritten Quartal 2001 will Philips in den USA mit dem Verkauf seines Internet-Radios FW-i 1000 beginnen. Für den europäischen Markt soll ein weiteres Modell entwickelt werden, dessen Markteinführung für Beginn 2002 nach Abschluß eines Betatests geplant ist.

Schon heute senden im Internet etwa 1000 Radiostationen, zu deren Empfang ein PC mit Internetanschluß und ein geeigneter Software Media-Player, wie z. B. Real Audio Player, erforderlich ist. Auch in Deutschland sind bereits alle Rundfunksender der ARD im Internet vertreten und speisen das laufende, über Funkwellen verbreitete Radioprogramm gleichzeitig parallel auch in das Internet ein. Mit dem Mini HiFi-System Philips FW-i 1000 ermöglicht Philips nun erstmalig den Empfang von Internet-Radiosendungen ohne die Benutzung eines Computers. Außer dem Philips Internetradio ist lediglich ein Internetzugang mit geeigneter Bandbreite erforderlich. In Deutschland besitzen DSL-Anschlüsse und Internetzugänge über TV-Kabelnetze eine ausreichende Bandbreite zum Empfang von Internet-Radiostationen. Internet-Radioempfang ist jedoch auch über eine ISDN-Anbindung möglich. Allerdings muß man damit rechnen, daß die empfangene Bitrate, und damit die Qualität, reduziert werden muß, um einen Abriß des Audio-Streamings zu verhindern. Der Empfang der Internetsender gestaltet sich mit der Philips Mini-Anlage FW-i 1000 so einfach, wie das Umschalten zwischen verschiedenen Tonquellen. Zur Abstimmung genügt ein einziger Drehknopf. Sobald die FW-i 1000 eine Internetverbindung hat, scannt sie selbsttätig das Netz nach allen vorhandenen Radiostationen ab und legt deren Intenetadressen im Speicher ab. Der Benutzer kann die Stationen mit dem Drehknopf einzeln anwählen. Er kann aber auch die Stationen sortieren, Auswahlen treffen und diese zu benutzerdefinierten Gruppen zusammenstellen oder Stationstasten mit den von ihm bevorzugten Sendern belegen. Updates der Software der Anlage und die spätere Installation neu hinzugekommener Eigenschaften und Dienste erfolgen selbsttätig über die Internetverbindung. In den USA ist die Internet-Radio-Nutzung am weitesten entwickelt. Doch auch in Korea ist bereits ein sprunghafter Anstieg der Internet-Sendestationen und der Zahl ihrer Hörer zu verzeichnen.

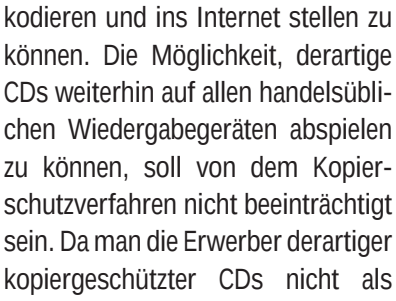
Neben der Empfangseinrichtung für Internet-Radiostationen verfügt die FW-i 1000 über alle Möglichkeiten einer normalen leistungsfähigen Mini-HiFi-Anlage. Außer einem dreifachen CD-Wechsler steht ein Twin Logic Doppelkassettendeck zur Verfügung. Für die kraftvolle Ansteuerung der beiden zur Anlage gehörenden wOOxTM Lautsprechersysteme sorgt ein Stereoverstärker mit 240 Watt Gesamtmusikleistung. Ein vorhandener Eingang für MP3-Tonsignale ermöglicht den Anschluß eines externen Computers und das Überspielen sowie die Wiedergabe von MP3-Musikstücken über die FW-i 1000. Philips sieht diese Mini-Anlage als eine der ersten im Handel eingeführten Devices für zukünftiges Home-Networking.

Kombinierter CD-MP3-Recorder

Einen kombinierten CD-MP3-Recorder hat der schweizerische Distributor VCS angekündigt. Über eine USB-Schnittstelle, optional auch über Fast-Internet, können MP3-Titel oder Audio-CD-Titel zum Terapin TX330 überspielt und auf CD gebrannt werden. Der Terapin TX330 kann eingelegte CDs selbsttätig zu MP3 codieren und auf eine MP3 CD brennen, ohne daß ein Rechner dazu benötigt wird. Mit seinen beiden Laufwerken kopiert der Terapin CD Audio-Daten mit vierfacher Geschwindigkeit, MP3 Daten-CDs sogar mit bis zu achtfacher Geschwindigkeit. Verwendet wird dabei eine feste Bitrate von 128 kBit/s bei einer Samplingfrequenz von 44,1 kHz. Für DM 1.300,- Mark will die Firma Cebas den Vertrieb in Deutschland übernehmen.

Digisette Duo 64: portabler MP3-Player für Cassettenlaufwerke

Sowohl in der Form wie dem Gewicht nach entspricht der portable MP3-Player Digisette Duo 64 einer Kompaktkassette. Und genau wie eine Kompaktkassette läßt sich die von der gleichnamigen US-Firma entwickelte Digisette Duo 64 in ein Kassetten-Laufwerk einschieben: Die auf dem Speicher der Digisette gespeicherten Musiktitel werden auf diese Weise zum Autoradio oder einem Cassetten-Portable übertragen und von dem Gerät wiedergegeben. Darüber hinaus ist der Digisette Duo 64 ein normaler, leistungsfähiger, portabler MP3-Player mit Ohrhörer-Betrieb und 32 MB Flashspeicher, der sich bis zu einer Speicherkapazität von 64 MB aufrüsten läßt. Geliefert wird der Digisette Duo 24 mit 32 MB Flashspeicher, Ohrhörern und einem wiederaufladbaren NiMH Akku sowie einem Netzadapter. Vom Computer kommen die Daten über eine USB-Schnittstelle in den Digisette Duo 24. Im Ausland wird das Gerät zwischen 176,- US Dollar bis 240,- US Dollar gehandelt. In



Deutschland vertreibt die Firma Microboss Software AG ein gleiches Gerät unter ähnlichem Namen. (http://www.microboss.de). Der Verkaufspreis war zum Redaktionsschluß noch nicht bekannt.

Kopierschutz für Audio-CDs in Sicht

Die US Plattenfirma Farenheit Entertainment beabsichtigt die Einführung einer gegen das Kopieren geschützten Musik-CD. Verwendet werden soll ein von der US Firma Sunncomm Inc. entwickeltes Kopierschutzverfahren, das vor allem den Grabbing-Vorgang verhindert, also das Auslesen der Wave-Dateien. Das vorangehende Grabbing von Audio-Titeln ist erforderlich, um die Musikstücke anschließend in einem komprimierten Dateiformat, wie z. B. MP3, kodieren und ins Internet stellen zu können. Die Möglichkeit, derartige CDs weiterhin auf allen handelsüblichen Wiedergabegeräten abspielen zu können, soll von dem Kopierschutzverfahren nicht beeinträchtigt sein. Da man die Erwerber derartiger kopiergeschützter CDs nicht als Kunden verärgern möchte, wird dem legalen Erwerber einer derartigen CD die Möglichkeit geboten werden, trotz des Kopierschutzes MP3-codierte Dateien zu erhalten, um sie z. B. auf einem portablen MP3-Player abspielen zu können. Zu diesem Zweck wird ein Verfahren eingesetzt, das noch vor kurzem von den großen Musiklabeln in Gerichtsverfahren als illegal bekämpft wurde. Der Erwerber einer kopiergeschützten Musik-CD legt diese in das CD-Laufwerk seines Rechners ein und stellt dann eine Internetverbindung zu einer Webpage der Musikfirma her. Dabei findet eine Identifikation des CD-Titels und der persönlichen und individuellen Kennung des Käufers statt. Anschließend kann der Erwerber der CD bei Bedarf alle auf der CD befindlichen Musiktitel als MP3-codierte Dateien von dem Webserver der Firma herunterladen und auf seinen portablen MP3-Player überspielen. Höchstwahrscheinlich tragen die auf diese Weise erworbenen komprimierten MP3-Dateien ein unsichtbares Wasserzeichen, eine sogenannte „Electronic Watermark“. Aus diesem nicht entfernbaren Wasserzeichen der MP3-Datei läßt sich jederzeit der rechtmäßige Besitzer der Datei ermitteln, so daß die Weitergabe derartiger Dateien strafrechtlich und zivilrechtlich verfolgt werden könnte.

Kopierschutz für Musik-CDs

Die flächendeckende Durchsetzung von Kopierschutzmechanismen für Audio-CDs steht nach Meinung des Deutschen Phonoverbandes unmittelbar bevor. Wie der Verbandsvorstand Kurt Thielen gegenüber Vertretern der Presse erläuterte, seien Umsatzrückgänge in der Größenordnung von 20 Prozent zu verzeichnen, die überwiegend auf die Herstellung von Raubkopien mit Hilfe von CD-Brennern zurückgeführt werden müßten.

Thielen bezeichnete die allgemeine Raubkopiererei dramatisch als „einen Flächenbrand“. Nach Erkenntnissen seines Verbandes, deren Quellen nicht näher belegt wurden, stünden den im vergangenen Jahr in Deutschland verkauften 262 Millionen Musik-CDs mehr als 120 Millionen mit Pop- und Rockmusik bespielte CD-Rohlinge gegenüber. Branchenkenner verweisen allerdings gleichzeitig auf ein verändertes Konsumverhalten der jungen Konsumenten-Schicht hin, die einen beträchtlichen Teil der gesamten Käufer von Musik-CDs repräsentiert: Die Jugendlichen geben heute weniger Geld für Musik-CDs, und statt dessen mehr Geld für Handys, Handygebühren, Kinobesuche und Trendsportarten aus, als noch vor Jahren. Einer derartigen Umschichtung des Ausgabeverhaltens könne man wohl kaum mit einem CD-Kopierschutz begegnen. *evo*

Tonangebend: Mini-CD MP3 Player von Freecom

Für einen UVP von 299,- Mark bringt Freecom weltweit erstmalig einen portablen MP3-Player auf den Markt, der außer seinem günstigen Preis eine Reihe weiterer Vorzüge im Wettbewerb mit zahlreichen Konkurrenzprodukten vorweisen kann. Der „Beatman“ benutzt statt relativ teuren Flash-Speicherbausteinen oder Festplatten preiswerte Mini-CDs als Speichermedium. Mini-CDs haben sich innerhalb relativ kurzer Zeit als weiterer Standard für Audio-CDs etabliert und lassen sich auf nahezu allen CD-Playern und Computer-CD-Laufwerken abspielen oder auch bespielen. Mini-CD Rohlinge kosten zur Zeit circa 3,- Mark und bieten mit 185 MB Speicherplatz dreimal so viel Speicherkapazität wie ein relativ teurer 64 MB Flashspeicherbaustein, ein Argument, das vor allem jugendliche MP3-Fans mit begrenzt verfügbarem Taschengeld überzeugen dürfte. 210 Minuten Musik in CD-Qualität, bis zu 6 Stunden bei höherer Kompressionsrate und etwas geringerer Qualität auf einem Speichermedium für DM 3,- sprechen sicherlich für sich. Der Beatman wird zusammen mit einer MP3-Mini Musik-CD des Rolling Stones Magazins, Sennheiser MX300 In Ear Kopfhörern und Duracell Ultra M3 Batterien ausgeliefert. Die aktuellen Soundeinstellungen und der Batteriestatus werden auf dem integrierten LC-Display angezeigt. Neben MP3-CD's spielt der Beatman natürlich auch Mini-Musik-CDs ab. Händleranfragen an: Freecom Europa, 10963 Berlin, Tel: 030 611 299 00. *evo*

Täglich frische News: www.pos-mail.de

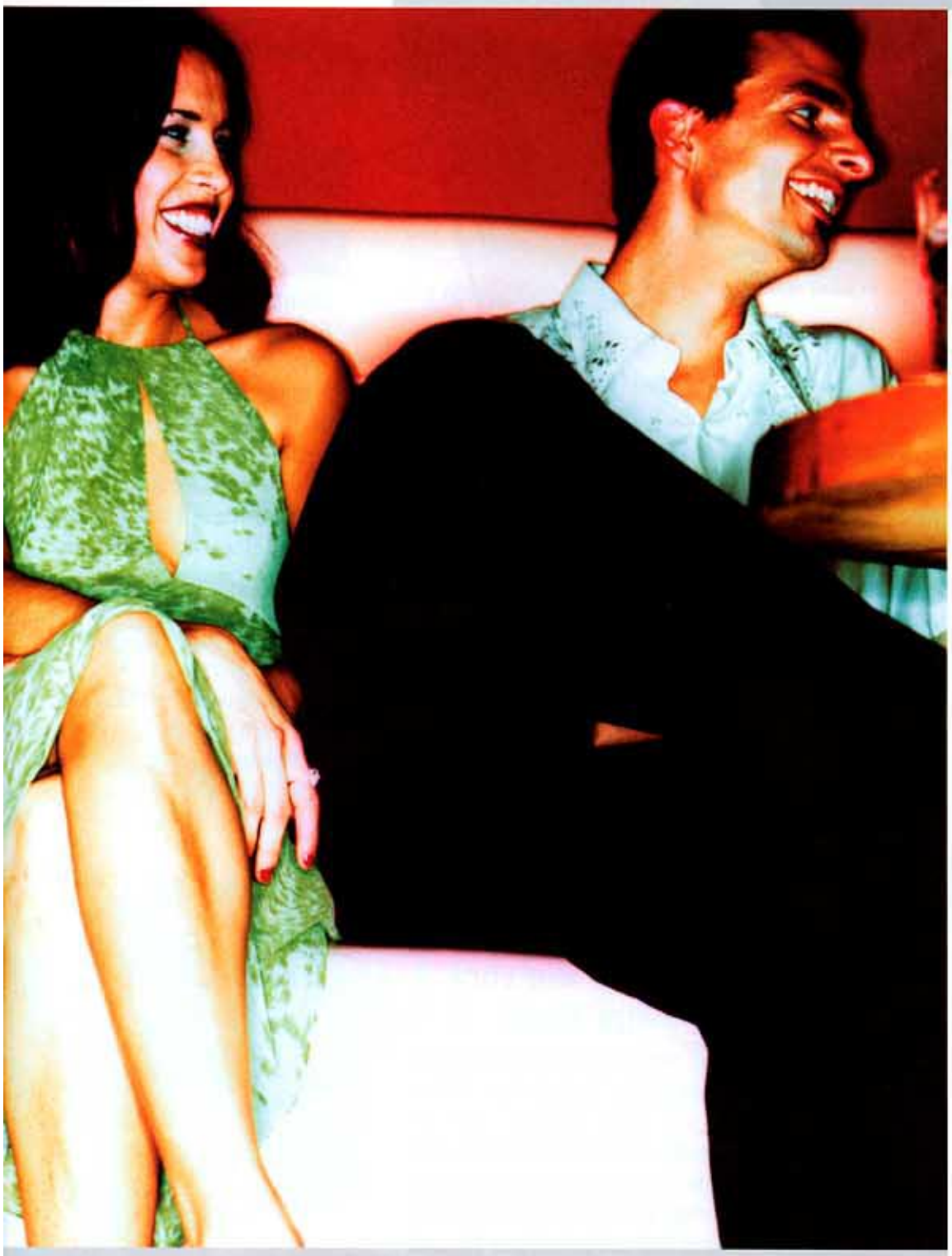
entertain²

Internationale Funkausstellung

Your world of consumer electronics

Berlin, 25.8. – 2.9.2001

Fujitsu Siemens Computers ist einer der führenden Hersteller von Plasma Displays und bietet mit dem 42M5ᴱ als Premiere das erste lüfterlose All-in-One Plasma Display der Welt an. Alles in einem hochwertigen, aus Aluminium gefertigten Gehäuse, mit beeindruckenden technischen Daten und einer umfangreichen Ausstattung wie eingebautem TV-Tuner und allen Video- und Audio-Anschlüssen bietet es die Anzeigetechnik der Zukunft.
In Verbindung mit dem MULTITAINER, der innovativen Entertainment Station (DVD, CD, MP3, Internet, Email und Computing) überschreiten wir den PC-Horizont beim Aufbau der Technologie von morgen.
www.fujitsu-siemens.de



Rückansicht

Plasma Display M5ᴱ
Die Weltpremiere: Das erste lüfterlose All-in-One Plasma Display der Welt. Fujitsu Siemens Computers kombiniert japanisches High-Tech mit German Engineering – in einem hochwertigen Aluminium-Gehäuse. Das M5ᴱ Plasma-Display – High Tech made by Fujitsu Siemens Computers.

Diagonale:	106 cm
Max. Auflösung:	852 x 480
Blickwinkel:	> 160°
Gewährleistung:	2 Jahre Vor-Ort-Service
Highlight:	Lüfterloses Display inkl. TV-Tuner, Wandhalterung

DM 16.990,00*

MULTITAINER
Willkommen bei einem neuen Stil des Home-Entertainment, dem „Multi-tainment." In einem einzigen System bekommen Sie von Fujitsu Siemens Computers: DVD-Player, CD- und MP3-Player, Internet, Game-Konsole, Home-Karaoke, E-Mail, Fax und Anrufbeantworter. Erhältlich in schwarz und champagner.

DM 1.499,00*

Besuchen Sie uns auf der IFA

Ein Besuch auf unserem IFA-Stand ist Pflicht!

Vom 25. August bis 02. September – Halle 3.2a, Stand 06

Entertainment pur – kommen und sehen Sie die neuesten Entwicklungen von Fujitsu Siemens Computers. Neben Action, Musik und unserer Consumer-World Show warten vor allem Zukunftsprodukte für heute auf Sie. Machen Sie sich auf den Weg!

@home² entertainment

*) unverbindliche Preisempfehlung inkl. Mehrwertsteuer. Preise, Liefermöglichkeiten, technische Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Die in diesem Dokument wiedergegebenen Bezeichnungen können Marken sein, deren Benutzung durch Dritte für eigene Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen können.

FUJITSU COMPUTERS SIEMENS

Effektive Unterstützung des Handels

LG mit neuem Auftritt

LG präsentiert sich dem deutschen Markt mit einem neuen Kommunikationsauftritt. Ziel des Unternehmens ist die Kommunikation des umfangreichen Leistungsspektrums und der Kompetenz der Marke sowie die nachhaltige Markenpräsenz. Einen Fokus der Maßnahmen hat LG auf die Unterstützung des Handels gerichtet. Am 4. Juli wurden in Berlin im Rahmen eines Events den geladenen Gästen aus Handel und Presse die aktuellen Produktneuheiten zur IFA 2001 vorgestellt und ein Ausblick auf das Jahr 2001 gegeben.

LG informierte die geladenen Gäste aus Handel und Presse am 4. Juli 2001 über seinen neuen Werbeauftritt und die Innovationen, die auf der kommenden IFA zu erwarten sind.

Hierbei ermöglicht zunächst eine neue Display-Generation, die Wahrnehmung für die Marke LG und das Produktportfolio im Handel zu stärken. Geplant sind umfangreiche Marketingaktionen wie beispielsweise die Schaltung von Anzeigen in allen relevanten Fach- und Stadtmagazinen sowie der Einsatz von Außenwerbung. Hinzu kommt eine konstante Präsenz auf allen Fachmessen. Weitere Unterstützung erfährt die Marke durch eine Brand-Image-Kampagne in Printmedien und TV zum Jahresende unter anderem durch die Schaltung von Spots. Seit Mai dieses Jahres werden Werbespots bereits bei Eurosport geschaltet.
Vertieft wird der Aufritt zudem durch hochwertiges Prospekt-Material, das neben dem Gesamtkatalog zur IFA 2001 auch für alle wesentlichen Produktgruppen realisiert wird. Bei den PoS-Materialien wurde auf konsequentes, zeitgemäßes und klares Design Wert gelegt. Verkaufsunterstützend gefördert werden LCD, TV, Plasma (PDP), Flatron und Video-/DVD-Recorder. Die neonbeleuchteten Displays aus satiniertem Acryl werden durch einen Prospektständer und eine zentrale Leuchtsäule für die Inselplazierung ergänzt. Das PoS-Material steht dem Handel seit Juli zur Verfügung.

Die neue Plasma-Generation

Das 60 Zoll Display-Panel MZ-40 PA10 ist die neueste Entwicklung von LG. Dieses Modell zählt nach Aussagen des Unternehmens zu den größten Plasmabildschirmen der Welt. Ebenfalls neu ist der MZ-40 PA 10, ein 40 Zoll Bildschirm im 4:3-Format. In der Tiefe mißt dieses Gerät 78 mm. Dank der hohen Lichtstärke und Farbsättigung ihrer Bilder, die auch bei starker Sonneneinstrahlung klar und kontrastreich bleiben, eignen sich die multimediatauglichen Bildschirme auch für Präsentationen. Im Zubehörprogramm enthalten sind hochwertige Boxen sowie verschiedene Standfüße und Systeme zur Wand- und Deckenmontage.

Dank der hohen Lichtstärke und Farbsättigung ihrer Bilder, die auch bei starker Sonneneinstrahlung klar und kontrastreich bleiben, eignen sich die multimedia-tauglichen Plasma-TVs auch für Präsentationen.

DVD-Allrounder

Die neuen DVD-Allroundtalente DA 3520 und DVD 4730 kommen im puristischen Design daher. Mit dem DVD-Receiver DA 3520 können zudem Audio-CDs (auch im CD-R7W Format) wiedergegeben werden. Darüber hinaus verfügt das Gerät über ein Radioempfangsteil sowie einen leistungsstarken Verstärker. Auch der DVD-Player DVD 4730 kann mehr als nur DVD wiedergeben. Er wartet zusätzlich mit einer Audio CD- und MP-3 Wiedergabefunktion auf und sorgt ebenfalls wie der DA 3520 für brillante Bild- und Klangqualität.

Neben DVDs kann der DVD-4730 auch MP-3 und Audio-CDs wiedergeben.

Schlanke Linie und brillante Bilder

In Sachen LCD ist das TV-Gerät LE-15a10 das High-End-Modell von LG mit einer Bilddiagonale von 38,5 cm. Mit einer Bildauflösung von 1024 x 768 Pixeln und einer Farbtiefe von 16 Millionen Farben ist das Gerät auch als PC-Monitor nutzbar. Ausgestattet ist der LE-15 A 10 mit vier Eingängen (AV, S-Video, XGA und SCART). Ein Kopfhöreranschluß ist natürlich ebenfalls vorhanden. 100 Programmspeicherplätze sorgen für ein umfangreiches TV-Angebot und der sogenannte „Top-Videotext“ für Informationen rund um die Uhr.

Das Modell LE-15-A erfreut sich großer Beliebtheit. Noch Ende dieses Jahres bringt LG größere LCD-TVs in den Markt.

Zudem ist das Gerät mit einer Kindersicherung und einer Timer-Funktion „Audio-Off“ ausgestattet.
LCD-Geräte im 20 Zoll Format werden voraussichtlich noch Ende dieses Jahres folgen. Ab Mitte 2002 plant LG, Geräte im 29 Zoll Format in den Markt zu bringen.

Nach wie vor im Trend

Daß junges Design und qualitativ hochwertige Technik kein Widerspruch sein müssen, hat LG bereits mit seiner Netee-Familie unter Beweis gestellt. Hinter dem Namen verbergen sich die mittlerweile fast schon kultigen TV- und Video-Geräte in transluzentem Outfit, erhältlich in den Netee-Farben Rot, Blau und Grün. In etwas helleren Tönen kommt die LG Fashion-Serie daher. Die Fashion TV-Video-Kombi gibt es in pastelligem Blau- bzw. Grün-Metallic und Silber. Mit einer Bildschirmdiagonale von 37 cm verfügen die Geräte über 100 Programmspeicherplätze, Videotext, Kindersicherung, Uhrzeit, Kopfhöreranschluß sowie SCART-Anschluß. Der integrierte Mono VHS-Recorder ist mit einem programmierbaren Timer, NTSC-Wiedergabe und Auto-Tracking ausgestattet.
Ebenfalls zu der Fashion-Serie gehören die HiFi Stereo VHS Recorder, die in den Pastellfarben Hellblau, Hellgrün und Silber lieferbar sind. Die Geräte verfügen über 80 Programmspeicherplätze, einen programmierbaren Timer mit VPS und ShowView, Extrem Fast Rewind – eine Funktion für das schnelle Zurückspulen der Videokassette, NTSC Wiedergabe, eine automatische Zeiteinstellung, Zeitlupe und Einzelbildweiterschaltung. Zudem sind die Rekorder mit AV Link und zwei SCART-Anschlüssen ausgestattet. *miz*

Platzsparend und farbenfroh ist die Fashion-TV-Video-Kombi von LG.

Die VHS-Rekorder der Fashion-Serie kommen im pastellfarbenen Design daher.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!

Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, neue Standards wie DVD, Mini Disk oder MP3 eröffnen neue Unterhaltungswelten. Digitalkameras setzen sie ins Bild, die Telekommunikation macht sie mobil.

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

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

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

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229, D-40832 Ratingen
Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name

Vorname

Straße/Haus-Nr.

PLZ/Wohnort

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

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

Datum Unterschrift

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

Datum Unterschrift

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:
❑ Consumer Electronics-Fachhandel
❑ PC + Peripherie-Fachhandel
❑ Kaufhaus
❑ Großfläche
❑ Fachmarkt
❑ Telekom-Fachhandel
❑ Foto-Fachhandel
❑ Versender
❑ E-Commerce

Dienstleister:
❑ Netzbetreiber
❑ Distributor
❑ TK-Provider
❑ Foto- und Imaging Service

Lieferanten:
❑ Hersteller
❑ Kooperationen
❑ Distributor/Großhandel
❑ **sonstige** (Schulen, Verbände etc.)

GAMES

...die neuen Verkaufs-Hits!

- Game Boy Advance
- Indiana Jones
- Rocket Power – Gettin' Air
- SpongeBob – Squarepants
- InterAct LineUps
- King of the Road
- Extermination

Indiana Jones and the infernal machine

Für Game Boy Color

„Indiana Jones and the Infernal Machine" ist die Adaption des erfolgreichen Action-Adventures „Indiana Jones und der Turm von Babel" für den Game Boy Color. Vor 2500 Jahren hat der babylonische Gott Marduk die mysteriöse Höllenmaschine in den Fundamenten des legendären Turms von Babel errichtet. Als der Turm zerstört wurde, zerlegten Marduks Hohepriester die Maschine in vier Teile und versteckten diese an entlegenen Orten auf der ganzen Welt. Der Spieler schlüpft in die Rolle von Indiana Jones, um zusammen mit der neu gegründeten CIA im Wettlauf gegen die Zeit und die Sowjets die fehlenden Teile der berühmten Höllenmaschine zu finden und ihren Zweck zu enträtseln.

Features:

- Mit Peitsche und Revolver durch 15 actiongeladene Levels
- Geschmeidige Charakteranimationen und unterhaltsame In-Game-Movies
- Gefährliche Terrains erkunden, Monster bekämpfen, Rätsel lösen, Geheimnisse entdecken und Mysterien enträtseln
- Verschiedenste Gegner wie Sowjets, Spinnen, Skorpione, Schlangen, Wölfe, Jaguare, Haie, Quallen, anderes giftiges Getier und 6 Endgegner
- Dutzende einzigartiger Puzzle- und Actionelemente

USK: ab 12 Jahre. empf.
VK: 69,95 DM

Game Boy Advance-Start in Deutschland – Japan und USA melden Verkaufsrekorde!

Mit einer großen Party in Köln feierte Nintendo Deutschland die Einführung des neuen Game Boy Advance auf der MS Treibholz. Das Warten hat nun ein Ende, und alles spricht dafür, daß sich der „Game Boy Advance" zu einem echten Knüller in Sachen Verkaufserfolg entwickelt. Nicht zuletzt, weil mit dem Nachfolger des legendären Game Boy gleich 13 neue Spiele in den Handel kommen. „Was ein tragbares Videospiel ist, das definieren wir mit dem Game Boy Advance völlig neu", verspricht Axel Herr, Managing Director, Sales & Marketing von Nintendo Deutschland. Er rechnet damit, daß sich hierzulande bis Ende 2001 rund eine Million Videospiel-Fans das neue Gerät zulegen werden.

In Japan und Amerika hat der Game Boy Advance bereits einen echten Run ausgelöst. In Nintendo's Heimat ging das Gerät in nur fünf Wochen nach dem Marktstart am 21. März 1,6 Millionen Mal über die Ladentische. Und in Amerika war schon eine Woche nach dem Erstverkaufstag am 11. Juni die Halbmillionen-Marke überschritten. Nie zuvor hat sich ein Videospielgerät am US-Markt schneller durchgesetzt. Nintendo geht davon aus, daß 12 Monate nach dem Start in Japan weltweit rund 23 Millionen Game Boy Advance verkauft sein werden.

Keine zu hohe Erwartung, angesichts der Fähigkeiten des Game Boy Advance. Genauso klein und handlich wie sein älterer Bruder, ist er um ein Vielfaches stärker: Er verfügt über einen um 50 Prozent größeren Bildschirm und liefert schärfere Farbbilder als manche TV-gebundene Konsole. Und: Mit nur einer Spielkassette können sich bis zu vier Game Boy Advance-Spieler zu spannenden Matches zusammenschließen.

Bei der Software haben sie allerdings die Qual der Wahl. Denn vom Start weg sind in Deutschland drei Game Boy Advance-Titel von Nintendo und zehn von Lizenznehmern zu haben. Darunter wieder sichere Anwärter für die Spitzenplätze der Hitlisten. Bis Weihnachten dürften rund 40 Spiele für den Game Boy Advance auf dem Markt sein. Und obendrein können auf dem Gerät alle bisherigen Game Boy-Titel gespielt werden.

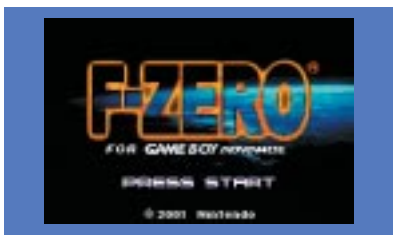
Der Game Boy Advance ist in vier peppigen Farben zu haben: „white", „purple", „clear blue" und „clear red".

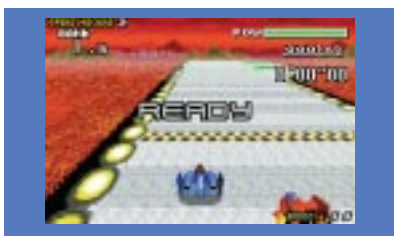
Neue Spiele für den Game Boy Advance

Super Mario Advance: Game Boy-Superheld Mario, sein Bruder Luigi und die zauberhafte Prinzessin Peach erleben neue, aufregende und fantastische Abenteuer.

kuru kuru kururin: Im Propellerflug durch zahllose Labyrinthe: Dieses brandneue, leicht zu bedienende Geschicklichkeitsspiel sorgt für Spaß und Spannung ohne Ende.

F-Zero Maximum Velocity: Nintendo-Fans kennen F-Zero bereits als futuristisches Racing-Adventure. In der neuen Game Boy Advance-Version können bis zu vier Spieler gleichzeitig um den Titel kämpfen.





Lizenznehmer-Titel

- Rayman Advance (Ubi Soft)
- Tony Hawk's Pro Skater 2 (Activision)
- Ready 2 Rumble: Round 2 (Midway)
- Castlevania (Konami)
- Konami Krazy Racing (Konami)
- GT Advance – Championship Racing (THQ)
- Top Gear GT Championship (Kemco)
- Tweety and The Magic Gems (Kemco)
- Pinobee: Wings of Adventure (Activision)
- Army Men Advance (3DO)

Rocket Power Gettin' Air

Für Game Boy Color

„Rocket Power Getting Air" bringt trendige Extremsportarten auf den Game Boy Color. Der Spieler übernimmt die Rolle der vier Hauptdarsteller Otto, Twister, Sam und Reggie in verschiedenen Extremsportdisziplinen. Er steigt mit Reggie aufs Snowboard, fährt mit Otto Rollerblades, vollbringt mit Sam rasante Skateboard-Moves und macht mit Twister verrückte BMX-Kunststücke. Nach jedem Level berichtet Reggie's Zine, das Sportblatt von Snowboarderin Reggie, von den Resultaten. Bei besonderer sportlicher Leistung wird der Spieler auf der Titelseite verewigt. USK: ohne Altersbeschränkung; empf. VK: 69.95 DM.

Das Nintendo Top-Event am 21. Juni 2001: Party-Stimmung auf der MS Treibholz in Köln.

NINTENDO-PARTY

B. B. is watching you!

Gabriele Schröder, Nintendo Marketing Manager Germany, und Ulrike Andresen, ABC-Euro RSCG

Täglich frische News: www.pos-mail.de

SpongeBob – Squarepants

Für Game Boy Color

SpongeBob Squarepants, Koch und Meeresschwamm in einer bunten Unterwasser-Comicwelt, sucht nach dem Goldenen Pfannenwender des Fliegenden Holländers, mit dessen Hilfe er der größte Koch aller Zeiten werden will. Der Spieler hilft SpongeBob in einem nicht immer ganz ernst zu nehmenden Abenteuer, versteckte Rätsel zu lösen, geheime Levels freizuschalten, Quallen auszuweichen und hungrige Geister zu füttern. SpongeBob ist die Adaption der Nikelodeon-TV-Serie als Game Boy Color Spiel.

Die Features:

• SpongeBob trifft auf witzige Charaktere wie Sandy Creeks, Patrick Star, Mr. Krabs und Squidworth • Jump'n Run und Rätsel in mehr als 10 Levels • Unterhaltsame In-Game-Cutscenes treiben die Story voran • Paßwort-System zur Speicherung des Spielstands • USK: ohne Altersbeschränkung • empf. VK: 69.95 DM

Das InterAct LineUp zum Start des Game Boy Advance

PowerGrip Advance – batterielose Energie für den Game Boy Advance!

Mit dem PowerGrip Advance hat der ständige Kauf von Batterien ein Ende! Der PowerGrip Advance bietet bis zu 12 Stunden ununterbrochenen Spielspaß. Durch den Einsatz von NIMH-Akkus ist der unerwünschte Memory Effekt ausgeschaltet. Wenn längere Fahrten anstehen oder ein neues Spiel durchgespielt werden soll, kann auch der noch halbvolle PowerGrip Advance aufgeladen werden – ohne das Risiko, dauerhaft Speicherkapazität zu verlieren! Die besonders griffige Beschichtung der Rückseite läßt den GBA um ein Vielfaches besser in den Händen liegen. Schon nach kurzer Zeit will der Spieler auf den PowerGrip Advance nicht mehr verzichten! Als Extra verfügt dieser über einen Clip, mit dem der GBA ganz einfach an einem Gürtel befestigt werden kann.
Verkaufspreis: 39,99 DM.

AC-Adapter Advance – Energiemangel, Batterien ausgegangen? Das hat jetzt ein Ende!

Mit dem AC-Adapter Advance hat der Spieler die Möglichkeit, ganz ohne Batterien lang andauernde Game Boy Sessions ohne Störungen oder Zwangspausen durchzustehen. Der AC Adapter Advance gewährleistet eine durchgängige Energieversorgung und verschafft sorgenfreien Game Boy Spaß. Nicht zu vergessen: Der Batterieverbrauch wird enorm eingeschränkt! Verkaufspreis: 24,99 DM.

Car Adapter Advance – die Garantie für gute Laune auf Autofahrten!

Der Car Adapter garantiert eine dauerhafte Energieversorgung des Game Boy Advance im Auto. Der Car Adapter Advance verbindet den Game Boy Advance mit dem Zigarettenanzünder im Auto und sorgt so für nie endenden Spielspaß – solange der Wagen läuft. Der Batteriemangel hat mit dem Car Adapter Advance endlich ein Ende, und der Langeweile auf langen Autofahrten ist vorgebeugt! Verkaufspreis: 19,99 DM.

PowerLink Advance – das Multi-Linkkabel!

Das PowerLink Advance verlinkt zwei Game Boy Advance und ermöglicht das Spielen von Multiplayer-Games! Das PowerLink Advance besitzt einen Pass-Through Linkport, über den weiteres Zubehör angeschlossen werden kann. Beim Zusammenschluß von mehreren PowerLink Advance Kabeln können mehrere Spieler gemeinsam spielen. Die Länge von 152 cm läßt viel Spielraum. Verkaufspreis: 19,99 DM.

PowerLink Extreme – der Multiplayer!

Mit dem PowerLink Extreme kann man die Möglichkeiten des Game Boy Advance voll ausschöpfen. Das PowerLink Extreme kann bis zu vier Game Boy Advance miteinander verlinken und multipliziert den Spielspaß um ein Vielfaches. Über einen Schiebeschalter kann der Übertragungsmodus geändert werden, so daß nicht nur GBA, sondern auch GBC Multiplayer-Games gespielt werden können. Verkaufspreis: 24,99 DM.

Body Guard und Spotlight – PowerShield Advance!

Das PowerShield Advance schützt das Display des Game Boy Advance und bringt Licht in das Dunkel! Die integrierte weiße LED spendet angenehmes, helles Licht und verschafft klare Sicht auf das Spielgeschehen. Der solide Kunststoff des PowerShield Advance schützt das

Display sicher vor Kratzern und Stößen. Das PowerShield Advance wird direkt über den Game Boy Advance mit Energie versorgt und benötigt somit keine zusätzlichen Batterien! Über den Pass-Through Linkport können weiterhin ein Linkkabel oder sonstiges Zubehör angeschlossen werden. Verkaufspreis: 29,99 DM.

Game Case Advance

Sichere Verwahrung für Game Boy Spiele. InterAct of Europe präsentiert mit dem Game Case Advance ein Six-Pack an Spielehüllen, die

gleichermaßen für Game Boy Advance und Game Boy Color Spiele geeignet sind! In einem Game Case können entweder zwei Module für den Game Boy Advance oder ein Game Boy Color Spiel verwahrt werden. Das Game Case Advance wird in einem Mix verschiedener Farben erhältlich sein. Jeweils zwei Game Cases haben die Farbe Transparent White, Transparent Purple und Transparent Ice Blue. Die Spielehüllen schützen sicher vor Schmutz und sichern dauerhaftes Spielvergnügen! Verkaufspreis: 9,99 DM.

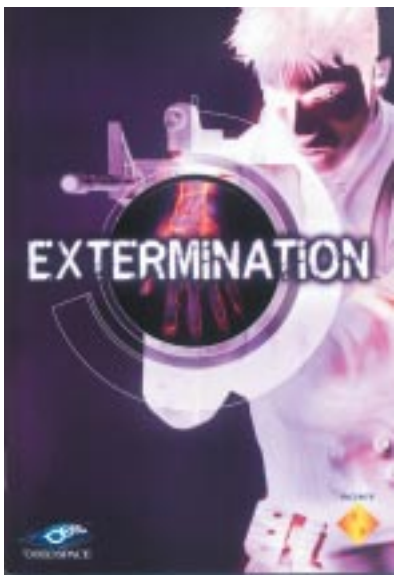
KING OF THE ROAD

– für PC –

Das Dröhnen der 10 Zylinder, das Zischen der Kupplung und der mächtige Bass des Signalhorns führen jedem anderen Verkehrsteilnehmer vor Augen, daß sich der König der Autobahnen nähert, der KING OF THE ROAD. Transportieren Sie als Spediteur auf dem Bock eines 45-Tonners die abenteuerlichsten Güter schneller und effektiver zum Ziel als die Konkurrenz. Legal mit Moral, illegal ohne Skrupel. Wenn Sie erfolgreich sind, können Sie eine eigene, mächtige Organisation aufbauen. Ihre Feinde: die Zeit, die Polizei, der Verkehr, die Mafia und das Gesetz der Straße. Hochrealistische 3D-Engine mit authentischer, actionorientierter Fahrphysik und Unterstützung der aktuellen Grafikeffekte bei Auflösungen bis 1600 x 1200 Pixel in 32 Bit-Truecolor. 27 verschiedene LKW (u. a. Volvo, Mercedes) und PKW (u. a. BMW M5) aus aller Welt mit 20 individuellen Ausbau- und Verbesserungsstufen. 2 Spielmodi: pure Action und anspruchsvolle Simulation mit Wirtschaftsaspekten. 150 Kilometer Straßennetz in abwechslungsreicher Umgebung plus 50 Kilometer versteckte Pässe und Abkürzungen. Dynamischer Wechsel der Tageszeiten und der Wetterverhältnisse. Authentische Motorengeräusche, CB-Funk und freie Wahl der Getriebeart. Frei drehbare Cockpitperspektive und 3rd Person Kamerasicht. 3 unterschiedliche Multiplayer-Wettbewerbe in LAN. „King of the Road" verbindet eine Wirtschaftssimulation mit einem aufregenden Rennspiel.

Extermination

PlayStation 2



Extermination ist ein fesselndes Action-Adventure mit packender Storyline und filmreifen Action-Sequenzen. Der Spieler in der Rolle von Dennis Riley erkundet die weitläufigen 3D-Level und muss dabei über Eisschluchten klettern und zahlreiche mutierte Gegner besiegen, die in düsteren Kellern und hinter rostigen Türen auf ihn lauern. Mit dem Verlauf des Spiels verdichtet sich die Atmosphäre und seine Gegner werden deutlich angriffslustiger.
Umgeben vom ewigen Eis liegt Fort Steward, eine Forschungsstation der US-Regierung, in der Antarktis. In der Abgeschiedenheit der Labors erforschen Wissenschaftler außerirdische Lebensformen, doch eines Tages gerät das Projekt außer Kontrolle: Mitarbeiter der Station werden von einem unbekannten Virus befallen und mutieren zu gefährlichen Monstern. Der Marinesoldat Dennis Riley wird daraufhin an den Südpol geschickt, um die Überlebenden zu retten. Er muß sich den Weg durch die verschiedenen Labors, Hallen und Einrichtungen der Station bahnen. Dabei hilft ihm seine Ausrüstung, die im Spielverlauf aufgerüstet und je nach Gegner angepaßt werden kann. Das Game zeichnet sich durch eine intuitive Steuerung aus. Diese verkürzt die Reaktionszeit und ermöglicht dem Spieler ein direktes Eintauchen in die Handlung. USK: ab 12 Jahren. Preis: 119,95. *Lanz*

Samsung: IFA Eröffnungsfeuerwerk mit voller Palette

Mit der Vorstellung einer weitgehend neuen Produktpalette im UE-Bereich unterstreicht Samsung zur IFA offensiv seine Zielsetzungen und Wachstumspläne auf dem europäischen und deutschen Markt. Während der Gesamtkonzern im Jahr 2000 bei einem Umsatz von weltweit 59 Milliarden Mark ein Wachstum von 34 Prozent verzeichnete, legte die deutsche Samsung im gleichen Zeitraum um 44 Prozent zu und hat sich für dieses Jahr ein Plus von 25 Prozent auf die Fahne geschrieben, was einem Jahresumsatz von circa 1,5 Milliarden entspricht. In einer Zeit, in der viele Mitbewerber ihre Produktpalette reduzieren oder sich auf ihr Kerngeschäft zurückziehen, weitet Samsung sein Engagement auf allen Fronten aus. Nach der Umstrukturierung der deutschen Unternehmensbereiche in den ersten Monaten dieses Jahres überraschte die Division Digital Media mit völlig neuen Produkten im Monitor-Sektor und einem starken Auftritt im Laserdrucker-Segment. Nun scheint sich das gleiche im UE-Bereich, und dort besonders bei TV-Geräten, zu vollziehen. Samsung profitiert von Synergien innerhalb des eigenen Konzerns, der weltweit als Hersteller von Computer-Monitoren führend ist. Bereits jeder sechste Computer-Monitor kommt von Samsung, und die bei der Fertigung von CRT-Bildröhren und TFT-Displays entwickelten Schlüssel-Technologien fließen auch in die Entwicklung und Produktion von TV-Geräten ein.

42 Zoll und 50 Zoll Plasma TV-Geräte

Mit dem PS-42 P2 S und dem PS-50 P2 H stellt Samsung zwei Plasma-TV-Geräte mit 107 cm und 127 cm Bilddiagonale im 16:9 Format vor, die ab November 2001 lieferbar sein sollen. Die Plasma-Displays stammen aus Samsungs eigener Fertigung und verfügen über eine Auflösung von 852 x 480. Für strahlend helle, farbfreudige Bilder sorgen 550 cd/m² Helligkeit und das mit 750:1 beachtlich hohe Kontrastverhältnis. Die Bildaufbereitung wird durch digitale Kammfilter optimiert und mittels Progressive Scan geregelt. 60 Watt Musik-Spitzenleistung und ein Dolby Surround Prologic Verstärker unterstützen das Cinema Theatre Erlebnis akustisch. Bildschirmtext mit Level 2.5 und 512 Seitenspeicher sorgen für einen schnellen Aufruf von Textseiten. Die Displays lassen sich wahlweise auch über einen PC-Eingang (VGA-XGA) ansteuern. Die 8,4 cm tiefen Bildschirme lassen sich wie ein Bild an der Wand befestigen. Preise standen zum Redaktionsschluß noch nicht fest.

LW-15 E 23 C – 38 cm TFT/LCD TV-Gerät

4 LCD-TV-Geräte von 36 bis 61 cm Bilddiagonale

Bereits in den vergangenen Jahren war Samsung der erste und lange Zeit auch der einzige Hersteller, der Computer-Monitore mit Fernsehempfang und eigenem Tuner anbieten konnte. Die erworbenen Erfahrungen führten inzwischen folgerichtig zu einem kompletten Line up von vier TFT/LCD TV-Geräten mit Bilddiagonalen von 38 cm/44 cm/55 cm/und 61 cm (15/17/21/24"). Diese TV-Geräte können über einen VGA-Eingang und die integrierte Steuerung auch als vollwertige und hochwertige Computermonitore genutzt werden. Ins Auge fällt das elegante und wertvoll wirkende äußere Design. Derartige Geräte werden deshalb nicht nur im Home-Bereich, sondern auch im gehobenen, repräsentativen Officebereich ihren Platz finden. Das Modell mit der Bildschirmdiagonale von 61 cm ist im 16:9 Format ausgelegt.

Stellvertretend für die übrigen drei Geräte, hier die technischen Eigenschaften des 36 cm TFT/LCD TV-Geräts LW-15 E 23 C: Die Auflösung beträgt 1024 x 768. Bei einer Helligkeit von 450 cd/m² wird ein Kontrastverhältnis von 400:1 erreicht. Alle Geräte sind mit Top-Videotext ausgerüstet. Ein Virtual Dolby Decoder und 2 x 5 Watt Tonausgangsleistung liefern die akustische Komponente der Programmwiedergabe. Die Markteinführung ist für Oktober/November geplant. Preisvorstellungen waren bei Redaktionsschluß noch nicht zu erfahren.

3 Großbild-TV Rückprojektionsgeräte

Realflect SystemTM ist die Bezeichnung einer Anzahl aufeinander abgestimmter technischer Maßnahmen und Einrichtungen zur Bildoptimierung der Samsung Rückprojektions TV-Geräte. Zu diesem Paket zählen 100 HZ Natural Scan, die Antireflektionsbeschichtung der Bildschirmoberfläche gegen Streulicht und die Verringerung der Pitch-Größe von 0,72 auf 0,52 mm, wodurch ein detailreicherer Bildaufbau möglich wurde. Für höchste Schärfe sorgen HD-Linsensysteme sowie bei den Röhrenprojektionsgeräten der Einsatz von Bright Focus CRTTM. Zu den weiteren Komfortmerkmalen zählen das Dolby Surround Pro-Logic System sowie Double Screen mit zwei Tunern, die es ermöglichen, zwei Programme gleichzeitig oder parallel zum Bild Videotext darzustellen. Alle gängigen Signalquellen lassen sich über 3 Scarteingänge, Front-AV oder S-Video anschließen. Die Abstimmung und Konditionierung der Eingangssignale übernehmen

SP-47 W 3 HF – 120 cm Rückprojektions-TV

ATS-Manager und AV-Link. Als angenehm empfunden wird die senderbezogene automatische Lautstärkeanpassung. Die Bildschirmdiagonalen der drei Modelle liegen bei 110 cm, 120 cm und 140 cm. So hat z. B. das 120 cm Gerät die Typenbezeichnung SP-47 W3 HF. Preisangaben lagen bei Redaktionsschluß noch nicht vor, die Markteinführung ist für September/Oktober vorgesehen.

Full Range Pure Flat Color TVs von 15 bis 36 Zoll

Das breite Fundament der Samsung Pure Flat TV-Geräte wird durch 12 Modelle mit unterschiedlichen Bildschirmdiagonalen und vollkommen flachen Bildschirmoberflächen gebildet. Von diesen sind 7 Modelle im 16:9 Breitformat ausgelegt. Typisch für diese Produktlinie und die Ausstattungsmerkmale hier z. B. der Pure Flat TV WS-36 Z 48 P: Die Bildgröße (Diagonale) beträgt 92 cm bei einem Bildformat von 16:9. Für flimmerfreien Bildstand sorgen 100 Hz Advanced Natural Scan. Bildschirmtext Level 2,5 mit Zwischenspeicherung von 512 Seiten. Dolby Surround Pro Logic und Verstärker mit 90 Watt Musikspitzenleistung sorgen für eine hochwertige Tonwiedergabe. Bei der Bildaufbereitung werden Digital Noise Reduktion und Kammfilter eingesetzt. Die Kanalabstimmung und Senderauswahl übernimmt ein ATS-Manager mit Auto Tuning und Auto Sorting. Double Screen ermöglicht bei Bedarf die parallele Bild- und Textdarstellung. Die Eingangsseite bietet, wie bei den anderen Modellen, 3 x Scart, 1 Front-AV-Eingang und S-Video-Eingang. Die Geräte verfügen über eine wirksame Kindersicherung. Verfügbarkeiten und unverbindliche Preisempfehlungen lagen bei Redaktionsschluß noch nicht vor.

Pure-Flat-TV – 92 cm Bilddiagonale, Format 16:9

Weitere Highlights

Auf der IFA werden auf dem 900 m² großen Samsung-Stand sieben neue Camcorder vorgestellt, von denen vier Modelle digitale Ausführungen sind. Es soll ein Kameraverleih eingerichtet werden, damit sich die Fachbesucher einen Tag lang ein eigenes Bild von der Qualität und Handhabung der Samsung Camcorder machen können. Weiter zählen zu den IFA-Neuheiten auf dem Samsung-Stand eine Reihe neuer Mini- und Micro-Audioanlagen und das Multimedia Abspielgerät Photo Yepp: YVP-P300, das mit einem 64 MB Flash-Speicher und einer USB-Schnittstelle ausgerüstet ist, die gemischte Wiedergabe von Text-, Musik- und Bilddaten beherrscht und auf seinem Display *.jpg Bilddateien darstellen kann. Als besondere Neuheit wird Samsung den Besuchern seinen neuen DVD-Recorder vorstellen und im Betrieb vorführen. Der Zeitpunkt der Markteinführung ist allerdings noch unbekannt, weil Samsung dem Handel keine Geräte zumuten möchte, über deren DVD-Aufnahme-Standards die verantwortlichen Gremien bedauerlicherweise immer noch keine Einigung erzielen konnten. *evo*

Multimedia Abspielgerät – Photo Yepp YVP-P300

Weitere Highlights und Events am Samsung Stand auf der IFA in Halle 25

Starker Auftritt: Insgesamt 24 Color-TVs, 2 Plasma-Displays und diverse Neuheiten im Audio- und Video-Bereich

Hama mit neuem Internet-Auftritt

Zubehör per Mausklick

Von der Hama-Homepage aus kann zwischen den verschiedenen Produktbereichen gewählt werden. Zudem bietet der Auftritt nützliche Informationen zu aktuellen Themen und einen umfangreichen Service-Bereich.

Mit rund 16.000 Markenartikeln bietet der Monheimer Zubehörspezialist Hama eine umfangreiche Accessoire-Palette rund um das Thema Foto, Video, Audio, Computer und Telekommunikation. Nun präsentiert das Unternehmen einen überarbeiteten Internetauftritt. Neben dem Überblick über die komplette Produktrange wird dem Handel ein ausgefeilter zusätzlicher Service zur Verfügung gestellt.

So besteht seit Mitte Juli die Möglichkeit, sich per Log-in tagesaktuell über Preise und Liefersituation zu informieren und auf unkompliziertem Wege Bestellungen durchzugeben. Der individuelle Zugang zum Hama-Service kann entweder direkt via E-Mail bzw. beim Hama Innendienst beantragt werden.

Auf gute und effiziente Zusammenarbeit mit seinen Handelspartnern legt Hama großen Wert. Deshalb ist es dem Unternehmen auch wichtig, daß die im Internet präsentierte Produktpalette über den Handel vertrieben wird. Wichtig für den Händler vor Ort ist die Aufführung der eigenen Adresse im postleitzahlen-gebundenen Händlerverzeichnis, an dem kein Endverbraucher vorbeikommt. Hier wird dieser davon in Kenntnis gesetzt, daß er die für ihn interessanten Produkte ausschließlich im Handel erhalten kann. Somit übernimmt Hama die Rolle des virtuellen Kundenlieferanten. Die schnelle Anmeldung als Online-Partner lohnt sich somit in jedem Fall.

Fit für den Verkauf

Zu dem umfangreichen Service-Angebot des Hama-Internetauftrittes gehört auch eine virtuelle Verkaufsberatung. Der Endkunde hat rund um die Uhr die Möglichkeit, Hintergrundinformationen zu den gesuchten Produkten zu erhalten. Aber auch für den Handel ist dieses Tool sehr nützlich, beispielsweise bei der Zusammenstellung der neuen Sortimente. Wie bei einer guten Suchmaschine, kann das komplette Hama-Programm mittels des „Komfortfilters“ sortiert werden. Weit über 150.000 Zubehörverknüpfungen sind derzeit schon hinterlegt, was sich beispielsweise beim sogenannten Handy-Assistenten als besonders hilfreich erweist. Die Eingabe von Hersteller und Modell- bzw. Typenbezeichnung eines Endgerätes genügt, um per Mausklick alle dazu passenden Zubehörprodukte aus dem Hause Hama aufzulisten. Dieser Suchassistent wird in Kürze für alle Endgeräte, wie zum Beispiel Digitalkameras, Notebooks oder PDAs, zur Verfügung stehen. Somit kann in jeder Produktwelt gezielt gesucht und selbstverständlich auch gefunden werden. Die Ergebnisse werden im Merkzettel gespeichert. Der autorisierte Händler kann seine Bestellungen direkt in den Warenkorb legen und sie an Hama weiterschicken.

Unkomplizierte Bedienführung

Hama ist es besonders wichtig, seinen Handelspartnern einen souveränen Umgang mit allen Funktionen des Internetauftritts zu gewährleisten. Von der Homepage aus kann zwischen den Produktkategorien Audio, Photo, DVD & Video, TV & SAT, Kabel & Adapter, Car-HiFi, Computer, Digital Imaging, Mobilfunk, Festnetz sowie Archivierung & Pflege gewählt werden. Der Internet-Auftritt ist dabei vielschichtig aufgebaut. Vier verschiedene Ansichten stehen zur Verfügung. Die Aktionsansicht zeigt redaktionell aufgearbeitete Seiten, die mit aktuellen Themen versehen sind und eine Auswahl an Top-Produkten einer Produktkategorie anzeigen. Diese Seiten dienen zur Einführung in den gewählten Produktbereich und bieten einen Vorgeschmack auf das komplette Produktangebot. Von dort aus kann der Anwender dann in die gewünschte Produktkategorie klicken und sich über „Produktansicht“ detailliert über den jeweiligen Artikel informieren.

Der Hama-Internetauftritt ist vielschichtig aufgebaut. Die Aktionsansicht zeigt redaktionell aufgearbeitete Seiten, die mit aktuellen Themen rund um die Top-Produkte der verschiedenen Produktkategorien versehen sind.

Eine weitere Ansichtsmöglichkeit im Online-Auftritt ist die Tabellenansicht. Diese bietet nach einem durchgängigen Schema strukturiert die Übersicht über die Produktgruppen. Hierbei wird der Anwender unter anderem über Artikel-Namen, Artikel-Nummer und Preis informiert. In der Regel wird hier eine unverbindliche Preisempfehlung für den Artikel angezeigt, den exakten Produktpreis kann der Endanwender dann jedoch bei seinem Händler erfragen. Dies gilt auch für Artikel, die nicht mit einem Preis versehen sind.

Christoph Thomas, Hama-Geschäftsführer, und Anton Bühlmeier (links), Hama-Verkaufsleiter E-Business, präsentieren den neuen Internetauftritt des Unternehmens. „Wir sehen den neuen Auftritt als schnelles und zuverlässiges Instrument, von dem speziell der Handel großen Nutzen ziehen kann“, so Christoph Thomas.

Darüber hinaus können alle tabellarischen Ansichten im Hama-Internet-Shop auch nach Artikelnummer, -name, -typ, Marke und Preis sortiert werden. Mit einem Klick auf das Komfortfilter-Symbol – es hat die Form eines Trichters, durch welchen Kugeln rollen – wird der Anwender direkt zu dem Hama-Komfortfilter geführt. Dieser erleichtert die Suche nach bestimmten Produkten und Produktgruppen. Mit einem Klick auf das Merkzettel-System (ein weißes Rechteck mit rotem Haken) können die Produkte vorgemerkt und auf dem virtuellen Merkzettel abgelegt werden.

Zu der Produkt-Detailansicht des Hama-Sortiments gelangt der Anwender wahlweise durch einen Mausklick auf die Artikelnummer, das Produktbild oder den Artikelnamen. Diese Ansicht informiert über die technischen Details des entsprechenden Produktes und bietet die Möglichkeit, den gewünschten Artikel in einer Großansicht zu betrachten. Dafür öffnet sich ein eigenes Pop-up-Browser-Fenster. Auch von dieser Stelle kann das Produkt auf dem Merkzettel hinterlegt werden. Für die Seiten, die zum Ausdruck geeignet sind, hat Hama speziell eine Druckansicht eingerichtet.

Umfangreicher Service

Über das vielfältige Produktangebot hinaus bietet Hama auf seinen Internetseiten noch andere Service-Optionen. Neben den genannten Produktkategorien sind auf der Homepage die Rubriken Aktuell, Service und Unternehmen aufgeführt. Alle Rubriken sind nochmals in Unterrubriken gegliedert. So findet der User beispielsweise unter der Rubrik „Aktuell“ und der Unterrubrik Top-Produkte einen Überblick über die Produkt-Spitzenreiter aus dem Hause Hama. Die Seite „Testurteile“ bietet quer durch das Hama-Sortiment eine Auswahl an aktuellen Testurteilen. Für den Handel ist auch die Rubrik „Prospekt“ besonders interessant. Hier wird zu den wichtigsten Themen ein umfangreiches Angebot an downloadfähigem Prospektmaterial offeriert. Die Rubrik „digigui.de“ führt den Anwender durch das gesamte Hama Digital-Foto-Sortiment und informiert beispielsweise über Filter, Objektive, Akkus, Speicherkarten und die Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung. Auch die aktuellsten Messetermine sind als Unterrubrik unter „Aktuell“ aufgeführt. Der Bereich „Service“ informiert über alles Wissenswerte rund um den Internetauftritt. So findet sich hier eine ausführliche Hilferubrik, die den Anwender mit den Systemvoraussetzungen, den verschiedenen Ansichten und den diversen Funktionen des Auftritts vertraut macht. Eine Kontaktplattform für E-Mail-Anfragen und eine übersichtliche Liste aller Hama-Partner wird hier ebenfalls geboten. Zudem steht unter „Service“ aktuelle Software für digitale Fotografie, PC-Karten, Joy-Sticks, Mäuse und USB zum Download bereit. Unter der Rubrik „Zeitschriften“ erwartet den Anwender eine Übersicht von Zeitschriften, die über Hama-Sortiment-Bereiche berichten. Und last but not least bietet Hama allen Vertragshändlern einen speziellen Händler-Treff, der vom Handy-News-Club über die Hama-Produktprogramme und Prospekte bis hin zu den AGB grundlegende Informationen bietet. Wissenswertes zu der Philosophie, dem Profil und den Tochterfirmen des Hauses Hama findet sich unter der Rubrik „Unternehmen“.

Christoph Thomas, Hama-Geschäftsführer, sieht die neu überarbeitete Internet-Seite seines Unternehmens als schnelles und zuverlässiges Instrument, von dem speziell der Handel großen Nutzen ziehen kann. *miz*

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica Metz Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren

Rollei-Profi Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

Bowens Trading GmbH Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29
e-Mail´s bitte an: paepke-fotogeraete-service@t-online.de
Mehr Info´s über uns: www.paepke-fototechnik.de

LG **Digitally yours**

Die LG Electronics Deutschland GmbH ist die Tochtergesellschaft eines weltweit operierenden internationalen Konzerns. Unsere koreanische Muttergesellschaft ist einer der 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 eine/n

Vertriebsassistent/-in Hausgeräte/Unterhaltungselektronik/Computer-Peripherie

Ihre Aufgabe:
In unserem Vertriebsteam übernehmen Sie einen Kunden- / Produktbereich selbständig und eigenverantwortlich. Dabei sind Sie die wichtige Schnittstelle zwischen unseren Kunden, den Vertriebsmitarbeitern und anderen internen Abteilungen. Neben der Auftragsbearbeitung erstellen Sie Angebote, überprüfen eingehende Aufträge und stehen jederzeit zur Seite, falls Probleme zu lösen sind. Zu Ihren Aufgaben gehört auch die Erstellung von Statistiken, die Aktualisierung unseres Datenbestandes, die Reklamationsbearbeitung und die aktive Teilnahme an Messen und großen Vertriebsveranstaltungen.

Ihre Qualifikation:
Sie haben eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und bereits mehrjährige Berufserfahrung im Vertrieb und in der Kundenbetreuung sammeln können. Sie besitzen die nötige Flexibilität und das Einfühlungsvermögen, um das Bindeglied zwischen unserem Unternehmen und unseren Kunden darstellen zu können. Behilflich werden Ihnen dabei Ihre guten Englischkenntnisse sein. Von Vorteil sind Produktkenntnisse im Bereich Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik oder Computer-Peripherie. Selbstverständlich sind Sie in der Lage, EDV-Anwendungen zur Erfüllung Ihrer Aufgaben einzusetzen.

Unsere Leistungen:
Wir bieten Ihnen die sehr guten Sozialleistungen eines globalen Großunternehmens. Dies beinhaltet neben zahlreichen monetären Sonderleistungen eine flexible Arbeitszeit, ein tolles Betriebsklima und die Möglichkeit, durch Schulungen immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Wir bieten Ihnen Freiräume, sich auch persönlich weiterzuentwickeln.

Interesse?
Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf mit Lichtbild, Zeugniskopien, Gehaltsvorstellung). Bitte senden Sie diese an unsere Personalabteilung:

LG Electronics Deutschland GmbH Frau Gisela Niederehe/ Herr Christoph Zimmermanns • Jakob-Kaiser-Str. 12 • 47877 Willich • Tel.: 02154 / 492-185 • Fax: 02154 / 492-134
Per E-Mail bewerben Sie sich bitte direkt über den Button „jetzt bewerben“ • Im Internet finden Sie uns unter: http://www.lge.de

LG Electronics – we put people first!

LG **Digitally yours**

Die LG Electronics Deutschland GmbH ist die Tochtergesellschaft eines weltweit operierenden internationalen Konzerns. Unsere koreanische Muttergesellschaft ist einer der 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 eine/n

Produkt-Manager/-in Netzwerktechnik

Ihre Aufgabe:
Als „Produkt-Manager“ für Netzwerkprodukte haben Sie hauptsächlich folgende Aufgaben:

Technischer Support für die Netzwerk- und Kommunikationsprodukte (Router, Switch, Hub, Adapter, ADSL Solutions, Cable Modem, Wireless Solutions) sowohl telefonisch als auch vor Ort beim Kunden • Kundenbesuche zusammen mit dem Vertrieb bei Projekten (Pre-Sales-Support) • Teilnahme an IT-Messen in Deutschland (CeBIT und Exponet) • Korrespondenz mit dem Headquarter in Korea.

Ihre Qualifikation:
Sie haben ein Studium der Informatik oder eine vergleichbare Ausbildung erfolgreich absolviert. Danach haben Sie bereits mehrere Jahre Berufserfahrung im Netzwerk-Bereich (Ethernet Switching Layer 2 und 3) und im Kommunikations-Bereich (ADSL, Routing WAN, Modems) gesammelt. Sie haben gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift.

Unsere Leistungen:
Wir bieten Ihnen die sehr guten Sozialleistungen eines globalen Großunternehmens. Dies beinhaltet neben zahlreichen monetären Sonderleistungen eine flexible Arbeitszeit, ein tolles Betriebsklima und die Möglichkeit, durch Schulungen immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Wir bieten Ihnen Freiräume, sich auch persönlich weiterzuentwickeln.

Interesse?
Sollten wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf mit Lichtbild, Zeugniskopien, Gehaltsvorstellung). Bitte senden Sie diese an unsere Personalabteilung:

LG Electronics Deutschland GmbH Frau Gisela Niederehe/ Herr Christoph Zimmermanns • Jakob-Kaiser-Str. 12 • 47877 Willich • Tel.: 02154 / 492-185 • Fax: 02154 / 492-134
Per E-Mail bewerben Sie sich bitte direkt über den Button „jetzt bewerben“ • Im Internet finden Sie uns unter: http://www.lge.de

LG Electronics – we put people first!

Auftrag PoS-MAIL Gelegenheits- und Stellenanzeigen

☐ **Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in**

PoS-MAIL

- ○ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- ○ in den Ausgaben .....

Größe:
- Breite 277,0 mm, je mm Höhe .....12,00 DM / 6,14 €*
- Breite 136,0 mm, je mm Höhe ..... 6,00 DM / 3,06 €*
- Breite 89,0 mm, je mm Höhe ..... 4,00 DM / 2,06 €*
- Breite 65,5 mm, je mm Höhe ..... 3,00 DM / 1,54 €*

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

☐ Stellengesuch zum ermäßigten Preis
(50% auf die oben 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

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

Mein Anzeigentext lautet:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PoS-MAIL 8/2001

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

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

.....

.....
Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

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

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

„People before Products“

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

Product-Manager/in

White goods/Special Products/Systems/HCS/PBX

Das erwartet Sie: In allen Funktionen erstellen Sie Markt- und Kundenanalysen, entwickeln Verkaufs- und Marketingstrategien und organisieren internationale Marketing-Events. Darüber hinaus sind Sie verantwortlich für die europäische Preisgestaltung.

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

Das wird Sie freuen: Nach einer umfassenden Einarbeitung finden Sie bei uns anspruchsvolle Aufgaben in einem internationalen Umfeld. Wir zahlen ein aufgaben- und leistungsgerechtes Gehalt und bieten ansprechende Sozialleistungen.

Am besten Sie bewerben sich gleich bei der

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

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

Product Manager Drucker (Farbe)

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

Ihr Profil:
- Abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL oder technisch orientiertes Studium) mit Schwerpunkt Marketing
- Erfahrung im Bereich Farb-Kopier-/Drucksysteme, Farbmanagement
- Sehr gute Kenntnisse von MS-Office
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kundenorientiertes, selbständiges und ergebnisbezogenes Arbeiten

Kennziffer 148

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

Product Manager Drucker/ Kopierer (s/w)

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

Ihr Profil:
- Abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL oder technisch orientiertes Studium) mit Schwerpunkt Marketing
- Berufserfahrung als Product Manager in den Bereichen B2B oder B2C
- Sehr gute Kenntnisse von MS-Office
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kundenorientiertes, selbständiges und ergebnisbezogenes Arbeiten

Kennziffer 174

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

Applikations-Ingenieur (m/w)

für die Bereiche HIFI/ Audio/Video

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

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

Kennziffer 074

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

GePeMa

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

Wir verstärken unser Team: Großflächiges Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener Großraumwerkstatt sucht für sofort:

Mitarbeiter im Lager

für die Warenannahme u. -ausgabe sowie für die Auslieferung

Wir bieten:
- leistungsbezogene, übertarifliche Bezahlung
- besondere Sozialleistungen
- sicheren Arbeitsplatz in einem ständig expandierenden Unternehmen
- gutes Betriebsklima in einem jungen dynamischen Team

Wir erwarten:
- eigenverantwortliches Arbeiten und Organisationstalent
- Führerschein Klasse III
- Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit, um auch in turbulenten Zeiten nie die Übersicht zu verlieren
- Bereitschaft für eine 5-Tage-Woche (auch samstags)
- Teamgeist
- Alter zwischen 20 und 35 Jahre

Bewerbungsunterlagen an:

Herrn Wittmer
Kaiserswerther Str. 95
40880 Ratingen

Johann+Wittmer
world of electronic shopping

IMPRESSUM

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

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

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

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:
Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge:
Michael Lanzerath, Michael Nothnagel
Georg Reime

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

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

Vertrieb:
Karin Engemann

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

Druck:
Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

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

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

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

ISSN: 1615-0635

NO(?)SENSE

Ladendiebe – Pfoten weg!

Dem Ladendiebstahl den Kampf erklärt hat die Kölner Mobiset Telekommunikationsanlagen GmbH und hat ein Vorhängeschloß für Blister entwickelt. Man nehme ein Plastikschloß und schütze damit die wertvollen Artikel auf dem Blisterhaken – auf jedem Haken wohlgemerkt. Das Verkaufspersonal führt dann den dazu passenden Plastikschlüssel mit sich, und wenn der Kunde in Ruhe seine Vorauswahl getroffen hat, wird das Verkaufspersonal informiert. Sehr verkaufsfördernd ist diese Vorsichtsmaßnahme insbesondere während der hochfrequentierten Verkaufszeiten. Zwar bietet sich während des Auf- und Zuschließens besondes viel Zeit für ein ausgiebiges Beratungsgespräch, doch spannend wird es erst, wenn sich eine Schlange hinter dem Verkaufsberater bildet, da Kunde X ein 2 m-Telefonkabel und vier 1,5 V-Batterien zu erwerben gedenkt, während Kunde Y lediglich die Anleitung für den Infrarot-Kugelschreiber studieren möchte, diese aber nicht entziffern kann, da der Schreiber mit dem Rücken zur Wand am Blisterhaken baumelt und die Plastik-Sperre diebstahlsicher angebracht ist. Anregung genug, mehr Verkaufspersonal einzustellen: Effektiverweise sollte eine Person für jeweils fünf Blisterhaken zuständig sein.

Samsung erklärt die Welt

HEUTE> **Weiss-abgleich**

Drei Dinge gibt es, über die wir nicht diskutieren müssen:
Schnee ist weiß, Wasser blau und Schweineschnäuzchen rosa.

Die Wirklichkeit sieht anders aus. Je nach Tageszeit und Wetter nimmt das Licht sich allerhand Freiheiten heraus, die uns in der Regel nicht weiter auffallen, aber auf Video gebannt ganze Generationen in Staunen versetzen.
Rosa Schnee mit Grauschleier? Noch gibt es kein Gesetz dagegen...

Deshalb hat der SAMSUNG VP-D65 als professioneller Digital Camcorder einen automatischen Weißabgleich (der sich auch abschalten läßt, wenn man rosa Schnee liebt).

Okay, das kann mancher andere Camcorder auch. Aber können die anderen das so schön erklären?

Digital Camcorder VP-D65

2,5"-Farb-TFT-Monitor, LCD-Farbsucher, 44/22fach Zoom, autom. Weissabgleich, 4 Belichtungsautomatiken, 6 Trickeffekte, Fader, Audio Dubbing, Insertschnitt, Self Timer, IEEE1394 Ausgang (Firewire), IR-Fernbedienung u.v.m.

Maße: 155 x 90 x 75 mm. Gewicht: 650 g

SAMSUNG Info: 0180 - 512 12 13* | SAMSUNG Electronics GmbH | www.samsung.de | *DM 0,24 / Min.

SAMSUNG DIGITall everyone's invited™