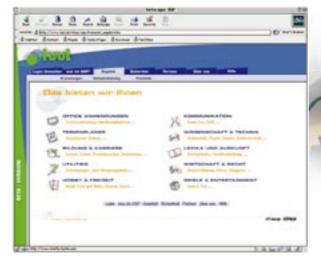
INHALT

Top-IT-Player eröffnen ASP-Forum Paybox macht Handys zum Bezahlterminal ...S. 6 Für Ericsson sind Händler die Botschafter der Unternehmen ...S. 8 Eno telecom lädt zur Hausmesse ...S. 10 Interview mit Dr. G. Loos, Fotolabor Quelle/Karstadt ...S. 12 Premiere World: Das Konzept zeigt Erfolg ...S. 12 Telekom-Neuheiten ...S. 14 "UMTS betrifft alle Unternehmen" ...S. 15 AEG zeigt wieder Präsenz LG zeigt Farbe bei TV und Videorekordern ...S. 19 Games ...S. 20 Speichermedien: Masse mit Klasse ...S. 24 JVC D-VHS Digital Recorder: In zwei Welten zu Hause ...S. 26 Lotse an Bord: Schnell und sicher ins Weihnachts-...S. 28 geschäft navigiert Flat is beautiful ...S. 30 MacWorld Expo – Espresso ...S. 31 Der Markt für ...S. 32 Datenprojektoren boomt 1500 Watt im Wohnzimmer ... S. 34 ET und die neuen S-VHS Recorder von JVC Interview mit Frank Eschhorn, Produktmanager ...S. 36 Camera bei Toshiba Eine Erfolgsgeschichte: Bang & Olufsen ...S. 39 No(?)sense Neuheiten ...S. 7, 9, 19, 25 Aktuelles ...S. 4, 6, 13, 16, 18 ...S. 38 Kleinanzeigen

Milliardenmarkt Application Service Providing

Neue Geschäfte für den Handel





"Software, die in einem Karton eingeschweißt ist und über die Ladentheke wandert, wird in zwei oder drei Jahren verschwunden sein." So manchem Fachhändler mag diese Vision, die Microsoft-CEO Steve Ballmer mit Blick auf den bevorstehenden Durchbruch des Application Service Providing formulierte, Schweißtropfen auf die Stirn treiben. Doch die Befürchtung, die Zukunft des Handels bestünde aus leeren Regalen,

Sie haben schon einmal eine E-Mail verschickt, und das gar mit einer Adresse von Lycos, Fireball, GMX, Yahoo oder ähnlichen Anbietern? Oder eine SMS an ein Handy über das Internet auf den Weg gebracht? Na also, dann wissen Sie ja bereits, was sich hinter dem Begriff Application Service Providing verbirgt. Nichts anderes, als daß ein Anbieter, in diesem Fall ein sogenannter Application Service Provider, Ihnen im Internet Software zur Verfügung stellt, die Sie von Ihrem Rechner zu Hause oder im Büro oder von jedem anderen, mit dem Internet verbundenen Computer auf der Welt aus nutzen können.

Application Service Providing ist ein neues Business-Modell, das IT-Herstellern, Dienstleistern, Händlern und Anwendern Perspektiven in gewaltigen Ausmaßen bietet. So soll, wie etwa Software-Gigant Microsoft in einer Pressemitteilung formulierte, "Software aus der Steckdose" beispielsweise Kosten senken und zu höherer Flexibilität im Alltag führen – bei Anwendern ebenso wie bei Händlern. Außerdem, so hieß es, wird ASP eine wichtige Rolle zur Überwindung des Personalproblems im

spinnwebenverhangenen Eingangstüren und ob des seltenen Gebrauchs klemmenden Kassen, entbehrt jeder Grundlage. Zwar wird die Möglichkeit, Software nicht mehr kaufen zu müssen, sondern sie im Internet mieten zu können, grundlegende Veränderungen mit sich bringen, aber insbesondere der Fachhandel kann gelassen in die Zukunft sehen – seine Beratungskompetenz wird gefragter denn je sein.

Bereich der Informationstechnologien spielen.

Alle Marktforscher prognostizieren dem Application Service Providing eine glänzende Zukunft. Folgt man beispielsweise den Aussagen der Marktbeobachter von International Data Corp. (IDC) und Gartner Group, werden in Zukunft immer mehr Anwender ihre Computerprogramme nicht mehr kaufen, sondern sie gezielt und an den jeweiligen, unter Umständen temporären Bedarf angepaßt über das Internet mieten. Für Anwender macht sich diese Art des Softwaregebrauchs nach Meinung der

Marktanalysten gleich in mehrfacher Hinsicht bezahlt: So werde die "Total Cost of Ownership" dramatisch gesenkt. Neue Applikationen könnten schnell und ohne Rücksicht auf unternehmensinterne Engpässe eingesetzt werden. Ausgaben für Software-Lizenzen hielten sich in Grenzen, und der Aufwand zur Wartung von PC-Lösungen bis zu komplexer Standardsoftware entfiele weitgehend. Rund um ASP entsteht nach Ansicht der Experten ein riesiger Markt, den International Data Corp. bis zum Jahr 2003 weltweit auf rund 4,5 Milliarden US-Dollar

Ericsson engagiert sich stärker im Handel

Impressum

Mit dem neuen Manager Tor Nordli-Mathisen will Ericsson seinen derzeit etwas schwächelnden Marktanteil auf dem deutschen Markt wieder ausbauen ... S. 8



...S. 39

Neue Games für kalte Winterabende

Auch in den vergangenen Monaten haben die verschiedenen Spielehersteller wieder zahlreiche Neuheiten für die unterschiedlichen Systeme herausgebracht ... S. 20



Masse mit Klasse bei Wechselspeichern

Auf der Suche nach geeigneten Wechselspeichermedien fällt der Blick vieler Anwender in jüngster Zeit immer öfter auf MOs und DVD-RAMs ... S. 24



Denon erster mit neuem Tonformat

Denon bringt mit dem AVC-A1SE ein Gerät auf den Markt, das als erstes statt der bisherigen fünf Wiedergabekanäle für's Heimkino deren sieben nutzt ... S. 34



veranschlagt. Die Gartner Group hält sogar ein Gesamtvolumen von rund 20 Milliarden US-Dollar für möglich. Die Softwarehersteller passen ihre Applikationen an das neue Internet-basierte Business-Modell an und bieten gemeinsam mit den sogenannten Application Service Providern und den Internet Service Providern ihren Anwendern individuell vereinbarte Dienstleistungsangebote.

Obwohl ASP derzeit für Furore in der IT-Welt sorgt, ist die prinzipielle Idee, die dahinter steckt, nicht neu. So erlaubte zum Beispiel bereits im April 1995 der Chefökonom der Deutschen Bank, Pro-



Das Victorvox Callcenter in Krefeld wird mit Einführung der Dienstleistung Application Service Providing personell deutlich verstärkt.

Den Anschluß nicht verpassen!

Es ist bekannt, daß die Unterhaltungselektronik ihre jahrelange Talsohle längst hinter sich hat. Die Wachstumsbereiche Digital TV und DVD sorgen dabei nicht nur selbst für stei-



gende Umsätze, sondern ziehen auch klassische Bereiche mit. Kein Wunder: Wer will schon die tollen Bilder von der DVD auf einem steinalten Farbfernseher ansehen.

Die neuen Anwendungen, die sich aus der Telekommunikation (z. B. durch UMTS) oder durch neue Technologien wie Bluetooth ergeben, lassen für die Zukunft viel erwarten. Eine Zeitlang haben dabei Experten prophezeit, daß ein großer Teil der zusätzlichen Nachfrage, die durch die neuen Technologien entsteht, ebenso neuen Vertriebswegen im Internet zugute kommt. Inzwischen hat sich die E-Commerce Euphorie nicht nur an den Börsen gelegt - was keinesfalls heißt, daß der Fachhandel die Möglichkeiten der neuen Medien für zusätzliche Umsätze und innovative Konzepte zur Kundenbindung ignorieren sollte.

Da die neuen Technologien durchaus nicht unkompliziert und damit erklärungsbedürftig sind, wird der Fachhandel bei ihrer Vermarktung eine wichtige Rolle spielen. Die Frage ist nur, welche Fachhändler am Ende die Sahnestücke vom Kuchen bekommen werden. Zur Zeit stellen sich die großen Spieler, z. B. der MediaMarkt, schon für den erhofften Boom auf, sowohl durch intensive Verbraucherwerbung als auch durch eine große Zahl von Neueröffnungen. Dabei ist nicht nur die grüne Wiese gefragt. Saturn wird in den nächsten Monaten eine Reihe von High-Tech-Fachgeschäften in erstklassigen Innenstadtlagen eröffnen. Dazu wird die Düsseldorfer Königsallee ebenso gehören wie die Frankfurter Zeil.

Und der traditionelle Fachhandel? Fest steht, daß es ohne neue Sortimente nicht geht. Mobile Computing und Telekommunikation werden in Zukunft mit Sicherheit zur Unterhaltungselektronik gehören. Vielleicht sogar die gute alte Fotografie, die ja auch immer mehr digitale Beine bekommt. PoS-MAIL informiert jeden Monat aktuell über den gesamten High-Tech-Markt einschließlich der Computertechnik. Handeln müssen Sie selbst! Wer heute den Anschluß verpaßt, wird schnell laufen müssen, um noch auf den Zug der neuen Märkte aufzuspringen.

Verleger

Franz Wagner **Objektmanagement** fessor Dr. Norbert Walter, als Gastredner der 2. Händler-Convention der Firma Canon Euro-Photo einen Blick in seine Vorstellungen der Zukunft. Ähnlich der Vorhersage von Microsofts Steve Ballmer hinsichtlich Computerspielen prognostizierte Walter, daß Audio-CDs, ein klassischer Bereich des Unterhaltungselektronikhandels, in absehbarer Zeit nicht mehr in den Läden zu finden sein werden. "Stattdessen können sich", so Walter, "Musikliebhaber ihre Wunschtitel online aus Datenbanken direkt in ihre HiFi-Anlage herunterladen."

Neue Geschäftsmodelle für den Fachhandel

Daß sich ASP für Anwender bezahlt macht, wurde eingangs bereits erwähnt. Wo aber liegen die Vorteile für die anderen Marktteilnehmer, insbesondere für den Handel? Ganz einfach: "Application Service Providing ist eine neue Dienstleistung, die sich nicht von selbst verkauft", meint Thilo Wiers-Keiser, Vorstandssprecher der Krefelder Victorvox AG, die ASP unter der Produktbezeichnung "tuul.de" als erstes Unternehmen europaweit neben Business-to-Business-Anwendungen auch auf Business-to-Customer-Basis anbietet. "Und auch die einfache Bereitstellung des Angebotes im Internet reicht vor dem

Hintergrund der gewaltigen Investitionen, die auf die Anbieter zukommen, nicht aus. Um ASP vermarkten zu können, benötigen die Application Service Provider kompetente Vertriebspartner. Und wo könnten die besser zu finden sein als im Fachhandel?"

Sollte die Microsoft-Vision leerer Software-Regale Realität werden, sei dies zwar unter der gegenwärtigen Sichtweise bedauerlich, so Wiers-Keiser, "aber andererseits



Thilo Wiers-Keiser, Sprecher des Vorstandes von Victorvox, im Gespräch mit Callcenter-Mitarbeiterin Zuhal Seherci.

darf man nicht vergessen, daß heute von jedem legal gekauften Programm etliche nicht lizensierte Kopien angefertigt werden, an denen der Handel auch nichts verdient." Vermittle der Händler jedoch Mietsoftware über Applica-

tion Service Providing, könne er sicher sein, an jeder Anwendung mitzuverdienen.

Denn nach der Vorstellung von Wiers-Keiser kommt dem Handel beim ASP eine Maklerfunktion zu, die mit der heutigen Vermittlung von Mobilfunk-, Festnetz-Preselection-, Internet- oder ISDN-Verträgen vergleichbar sei. Wiers-Keiser: "Hier sind verschiedene Honorarmodelle denkbar, von der Zahlung einer einmaligen Provision bei Abschluß eines ASP-Vertrages bis zu einer lebenslangen Provisionierung jeglicher Nutzung."

Geräte und Verträge für ASP im Paket

Außerdem erhöhe Application Service Providing die Absatzchancen für Geräte. Dies gelte vor allem für mobile Endgeräte wie Notebooks oder Handheld PCs und mit Einführung der neuen, schnellen Mobilfunkstandards GPRS und UMTS natürlich auch für sämtliche innovativen Telekommunikations- und mobilen Multimediageräte. "So wie der Handel heute Computer im Paket mit Internetverträgen, Handys mit Mobilfunkverträgen oder DECT-Telefone mit ISDN-Verträgen anbietet, so kann er zukünftig tragbare Computer und Tk-Geräte mit ASP-Verträgen verkaufen", stellte Wiers-Keiser fest. Dabei gebe es jedoch drei wesentliche Vorteile für Händler: Erstens ließen sich ASP-Verträge wesentlich genauer auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden zuschneiden. So könne dem Teenager, der vor allem spielen und per Internetkamera mit seinen Freunden kommunizieren will, ein anderes Angebot gemacht werden als dem Studenten, der fachspezifische Anwendungen Übersetzungsprogramme benötigt, oder dem Außendienstmitarbeiter, der vielleicht einen Routenplaner, Statistik- und Präsentationssoftware einsetzt.

Zweitens könnte eine Zielgruppe von Käufern erschlossen werden, die heute noch vor den oftmals hohen Preisen mobiler Endgeräte zurückschreckt. Denn theoretisch braucht beispielsweise ein Notebook, das mit einem ASP-Vertrag verkauft wird, weder einen großen

Das ASP-Konsortium

Mit dem Ziel, für mehr Transparenz im neuen Marktsegment des Application Service Providing zu sorgen und eine unabhängige Informationsund Kommunikationsplattform für alle Marktteilnehmer zu schaffen, wurde am 23. März in München das ASP-Konsortium gegründet. Dieses Konsortium fördert die Einführung des Application Service Provider Modells im deutschsprachigen Raum und den angrenzenden europäischen Ländern. Es bietet ein unabhängiges Forum zum Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen den Verbandsmitgliedern und außenstehenden Dritten über neue technische Entwicklungen und Anwendungsmöglichkeiten im ASP-Bereich. Es fördert und betreibt außerdem die einheitliche Darstellung des ASP-Modells in der Öffentlichkeit und sorgt für seine Publizierung und Verbreitung. Weiterhin betreibt das Konsortium eine Internet-Community, die allen Verbandsmitgliedern sowie außenstehenden Dritten als Informations- und Kommunikationsplattform zur Verfügung steht. Darüber hinaus erarbeitet und formuliert es Standards und berücksichtigt dabei insbesondere die Anforderungen des Marktes an Leistungsfähigkeit, Flexibilität, Sicherheit und Qualität. Das Konsortium vertritt schließlich die Interessen der Mitglieder gegenüber Regierung, Behörden und allen anderen Institutionen, Verbänden und Gremien. Kontakt: ASP-Konsortium e.V., Werner Grohmann (Geschäftsführer), Einsteinstrasse 12, 85716 Unterschleißheim, Tel.: 089/32151-710.

Festplattenspeicher noch einen großen Arbeitsspeicher, da lediglich das Betriebssystem hochgefahren und der Internet-Browser gestartet werden müsse. Auch vorinstallierte Software, die heute beim Kauf eines Rechners noch mitbezahlt wird, sei dann überflüssig. Und schließlich werde die Anzahl von Serviceleistungen und Reklamationen drastisch zurückgehen. "Da der Anwender die Programme nutzt, ohne sie vorher auf seinem Rechner installieren zu müssen, sind Fehler bei der Installation oder Kompatibilitätsprobleme mit bereits vorhandenen Programmen ausgeschlossen", erläuterte der Victorvox-Vorstandssprecher.

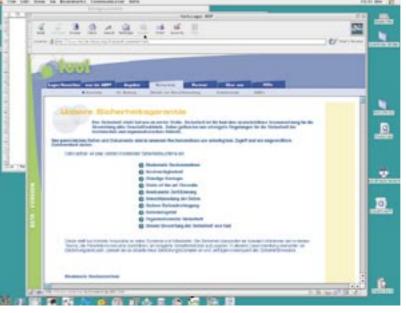
Endanwender können ASP über tuul.de nutzen

Als Vorreiter in Sachen Application Service Providing bietet Victorvox über seine Internet-Seite www. tuul.de verschiedene Programme für Endverbraucher an. Derzeit findet der Konsument Angebote aus

zehn Bereichen: Office Anwendungen, Terminplaner, Bildung & Karriere, Utilities, Hobby & Freizeit, Kommunikation, Wissenschaft & Technik, Lexika und Auskunft, Wirtschaft & Recht sowie Spiele &

Daß Sicherheit bei tuul.de nicht nur im Internet angekündigt (Bild rechts), sondern in der Realität auch eingehalten wird, beweist ein Besuch vor Ort: Nur per Fingerabdruck-Identifikation (Bild rechts unten) und im Beisein eines zweiten Zugangsberechtigten ist das Betreten des Serverraums (Bild unten) möglich.







Entertainment. Nach der Anmeldung hat der User mit einem selbstgewählten Kennwort Zugang auf die Anwendungen. Bearbeitete Dokumente und Datensätze werden auf den Victorvox-Servern abgelegt und sind, ebenfalls mit einem persönlichen Kennwort, von jedem internetfähigen Rechner abrufbar. Großen Wert legt das Unternehmen sowohl auf die Sicherheit der Daten als auch auf die physische Sicherheit seiner Installationen. So sorgen Firewalls, Verschlüsselungsprogramme und Kennwörter des angemeldeten Benutzers, die selbst den Systemadministratoren unbekannt sind, für höchstmögliche Sicherheit vor unbefugten Zugriffen. Und auch der Serverraum in Krefeld erfüllt höchste Sicherheitsstandards. In die fensterlosen, klimatisierten und vor Brand geschützten Räume gelangen jeweils nur zwei Zugangsberechtigte gemeinsam, nachdem sie sich durch ihren Fingerabdruck "ausgewiesen" haben.

Top-IT-Player eröffnen ASP-Forum

Vor dem Hintergrund der weltweit steigenden Bedeutung des Themas Application Service Providing haben die in München ansässigen Top-IT-Player Microsoft, Fujitsu Siemens Computers, Siemens IT Service und Siemens Information and Communication Networks ein Zeichen gesetzt: Mitte Juli eröffneten die Unternehmen mit dem ASP Technologie Forum in Unterschleißheim ein Kompetenzzentrum, das europaweit den interessierten Unternehmen offensteht und zum, nach Meinung der Initiatoren, "dringend benötigten" Know-how-Transfer beitragen soll.

Ziel des ASP Technologie Forums ist es, für Transparenz und Orientierung im neu entstehenden ASP-Markt zu sorgen und interessierten Unternehmen die Technologiebasis und die Kompetenzen für den Übergang auf das ASP-Modell bereitzustellen. Wer sich als Anbieter von ASP-Dienstleistungen profilieren will, erhält weitreichende Unterstützung bei der Entwicklung und Erprobung neuer Lösungen.

Vor dem Hintergrund einer "Best-Practice"-Infrastruktur für E-Business-/Internet-orientierte Rechenzentren bringen die Forum Partner von Microsoft, Siemens und Siemens Fujitsu Computers ihre jeweiligen Kompetenzen ein:

 Microsoft stellt leistungsfähige Software auf Basis von Windows

DNA 2000 und Spezialisten-Know-how zur Verfügung.

- · Fujitsu Siemens Computers liefert die IT-Infrastruktur mit den Servern und Clients und verantwortet das Rechenzentrum.
- Siemens IT Service (seit Juli Geschäftsgebiet der Siemens Business Services GmbH & Co. OHG) berät in Fragen von Betrieb, Organisation, Sicherheit und Verfügbarkeit von ASP-Umgebungen und sorgt für Wartung und Betrieb des Datacenters.



· Siemens Information and Communication Networks steuert über seine hundertprozentige Tochter Unisphere Solutions Inc. das IP-Netzwerk bei und bringt eine Plattform für Internet-basierte Dienstleistungen ein, die auf Unispheres ERX (Edge Routing Switch) und dem Unisphere Management Center basieren.

Seinen Sitz hat das ASP Technolo-

Während der offiziellen Eröffnung erläuterten unter anderem Werner Grohmann, Geschäftsführer ASP-Konsortium (Bild oben), Dr. Joseph Reger, Vice President Strategic Marketing bei Fujitsu Siemens Computers (Bild links), und Michael Grözinger, Director Network Solutions Group bei Microsoft, Aufgaben und Funktionen des ASP Technologie Forums.



gie Forum in den Räumlichkeiten von Siemens IT Service Unterschleißheim. Seit Aufnahme des Probebetriebs Anfang Mai und der offiziellen Eröffnung Mitte Juli haben bereits mehr als 50 Unternehmen ihr Interesse an ei-

ner Kooperation gezeigt. Mehrere Softwareanbieter nutzten die Möglichkeiten des ASP Technologie Forums und führten Testläufe erfolgreich durch. Sie wurden damit in die Lage versetzt, den Einsatz ihrer Softwarelösungen über das Internet anzubieten.

Vielfältiger Support über eigenes Callcenter

Um ASP-Kunden nach der Anmeldung professionell betreuen zu können, hat Victorvox ein dynamisch wachsendes Callcenter speziell für ASP-Nutzer eingerichtet. Dort werden an sieben Tagen pro Woche, rund um die Uhr, alle Fragen rund um das Thema ASP und tuul.de ebenso beantwortet wie spezielle Fragen zu den einzelnen Anwendungen. Komplexe Softwareprobleme werden dabei in Zusammenarbeit mit den Programmherstellern gelöst, indem der Anrufer, ohne es zu merken, an die speziellen Hotlines der IT-Unternehmen weitergeroutet wird. Darüber hinaus gibt es bei tuul.de eine Helpline. Sie ist bei Bedarf (und natürlich nach Genehmigung durch den Anwender) in der Lage, sich in den Rechner des Users einzuwählen und diesen online in der Anwendung von Programmen zu schulen oder Probleme so zu lösen, daß sogar die Maus auf dem Monitor des Kunden vom Helpline-Mitarbeiter bewegt wird.

Victorvox AG verstärkt ab September ihre Aktivitäten im Internet

Die Krefelder Victorvox AG will ihre Internet-Aktivitäten deutlich ausbauen: Ab September wird das Unternehmen seinen Kunden die Möglichkeit des Internet-Zugangs "zu einem, im Vergleich zum Wettbewerb, sehr attraktiven Preis anbieten", so Vorstandssprecher Thilo Wiers-Keiser. Unter der bundeseinheitlichen Rufnummer 019161 haben Kunden dann die Möglichkeit, für zirka zwei Pfennige pro Minute (der genaue Tarif stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest) und ohne weitere Gebühren über den Victorvox-Zugang im Internet zu surfen. Technisch wird die Verbindung über das Hochgeschwindigkeits-Glasfasernetz von mediaWays ermöglicht. Interessenten stellt Victorvox eine CD-ROM zur Verfügung, die neben der Software, die zum Einrichten der Verbindung notwendig ist, die aktuellsten Versionen der Browser Microsoft Internet Explorer und Netscape Navigator sowie verschiedene weitere Programme und Plug-ins enthält. Außerdem kann die Zugangssoftware auch über das neue Victorvox Portal heruntergeladen werden, das ebenfalls Anfang September zur Verfügung stehen wird.



Das Portal, das nach den Vorstellungen Wiers-Keisers schon nach kurzer Zeit zu den Topangeboten in Deutschland zählen soll, wird unter anderem verschiedene Themenbereiche bieten, die der User nach seinen persönlichen Vorstellungen und Vorlieben auswählen und als individuelle Startseite einrichten kann. Das Angebot reicht hier von News, Wirtschaft und Sport über Entertainment, Multimedia und Reisen bis zu Shopping, Events und Telekommunikation. Darüber hinaus ist auf dem Portal ein Unified Messaging Dienst eingerichtet. Er gibt den Usern die Möglichkeit, Funktionen wie Anrufbeantworter, Telefax oder E-Mail zu nutzen. Dabei ist sogar vorgesehen, den Dienst so einzurichten, daß Nutzer, die gerade keinen Zugriff auf das Internet haben, eingegangene E-Mails in Voice-Mails umwandeln und sich vorlesen lassen können.



Aiwa realisiert verbesserte Spannen trotz Preiserhöhung

Aufgrund der aktuellen Wechselkursentwicklung von Euro und DM gegenüber dem US Dollar mußte auch die Aiwa Deutschland GmbH zum 1. Juli die Preise neu festlegen.

"Unter Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und aufgrund der aktuellen Situation haben wir die Einkaufspreise für das gesamte Sortiment neu festgelegt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen wurden entsprechend angehoben. Die Handelsspannen sind dabei verbessert worden.", erklärte Wolfgang Götz, Vertriebsleiter der Aiwa Deutschland GmbH.

Stiftung Warentest stattet Agfeo-ISDN-Produkte mit Bestnoten aus

Die Agfeo ISDN-TK-Anlage AS 141 plus ist im aktuellen Test der Stiftung Warentest, Heft 8/2000, als bestes Gerät bewertet worden. Mit der Note 2,2 erreichte das Agfeo-Produkt den Spitzenplatz in seiner Klasse im Test von acht ISDN-Telefonanlagen ohne ISDN-PC-Adapter. Zitat Stiftung Warentest: "Die Agfeo AS 141 plus (700 DM) eignet sich überall dort, wo die Telefonanlage viele leicht zu bedienende, gut nutzbare Funktionen haben muß, zum Beispiel in Büros." Im gleichen Test, Bereich ISDN-Telefonanlagen mit ISDN-PC-Adapter (sechs Anlagen im Test), erzielte die Agfeo AC 14 WebPhonie mit der Note 2,1 ebenfalls einen Spitzenplatz. Zitat Stiftung Warentest: "Sparfüchse werden mit der Agfeo AC 14 Web-Phonie (350 DM) ihre Freude haben.

Sie ist verblüffend einfach zu bedienen und bietet ausgefeilte Möglichkeiten, die Telefonkosten zu reduzieren."

Kostenlose Online-Shops von brodos können auch Paybox nutzen

Zur Einführung des Zahlungsverfahrens Paybox (siehe S. 6 in dieser Ausgabe) erhält jeder Händler über brodos einen 30prozentigen Rabatt. Ab sofort funktioniert das Paybox-Zahlungsverfahren auch in allen inzwischen über 800 brodos Online-Shops, sobald sich der Händler für Paybox registriert hat. Dazu sollte er das bis zum 31.8.2000 gültige Angebot über brodos nutzen: Paybox-Registrierung mit 30 Prozent Rabatt für 349 DM. Nähere Informationen zur Shop-Anmeldung bzw. Paybox-Registrierung im Internet unter www.brodos.de/dealer im Bereich "Shops & Domains".



Klaus Hobusch leitet jetzt strategisches Marketing bei der Axcent Media AG

Als Leiter Strategisches Marketing verstärkt Klaus Hobusch (37, Bild oben) das Management der Axcent Media AG, Paderborn. Hobusch war zuvor als Senior Marketing-Kommunikations-Manager bei der Computer Systems Division der Siemens AG und der Fujitsu Siemens Computers GmbH tätig. Bei Axcent wird er die Arbeit

der Vorstände Ulrich Rozek und Thomas Brinkmann unterstützen. Dabei werden ihm Alexander Marx, Leiter Marketing/Kommunikation und Julika Kleinbohm, Abt. Public Relations, zur Seite stehen.

Axcent Media AG intensiviert Vertrieb für Video-on-Demand

Nach einer Umstrukturierung und dem Ausbau des Vertriebs intensiviert die Paderborner Axcent Media AG nun ihre Vermarktungsaktivitäten für Video-on-Demand-Systeme. Für den Vertrieb zeichnet Dirk Schuler (Bild unten) verant-



wortlich. "Als High-Tech-Unternehmen hat sich Axcent bisher hauptsächlich auf die Entwicklung von innovativen Media Streaming Technologien konzentriert. Mit einem serienmäßigen Produktportfolio können wir diese Produkte jetzt auch intensiv vermarkten.", so Dirk Schuler. Schulers ehrgeiziges Ziel ist, Axcent Media binnen eines Jahres zu "dem" Spezialisten für wirtschaftliche Media Streaming-Lösungen zu positionieren.

Mart Kivikas tritt als Finanzchef in den **Brodos-Vorstand ein**

Mit dem 33jährigen, aus Estland stammenden Mart Kivikas hat sich die Brodos AG einen weiteren qualifizierten Neuzugang an Bord geholt. Kivikas lernte in seinen fast zehn Berufsjahren bei den Firmen Skanska, Unilever, Komsa und i2Technologies alle Facetten der Finanz- und Investitionswirtschaft kennen. So bringt er beste Voraussetzungen für die Arbeit beim Baiersdorfer Distributor mit. Mart



Kivikas übernimmt in seiner Position als Chief Financial Officer (CFO) die Verantwortung für die Bereiche Finanzen und Investor Relations. Gemeinsam mit Thilo Messmann (Einkauf, Logistik), Christian Butzer (Marketing, Vertrieb) und Wolfgang Disch (Forschung & Entwicklung, IT) verstärkt er die Führungsriege um Dominik Brokelmann (Vorstandsvorsitzender).

Neuer Managing Director bei NEC und Mitsubishi Electronics

Im Zuge des weltweiten Joint Venture von NEC und Mitsubishi im Monitorbereich wurde Wolf Brückmann (45) zum Managing Director der NEC-Mitsubishi Electronics Display-Deutschland GmbH er-



nannt. Brückmann ist für den deutschsprachigen Raum, Benelux und Osteuropa verantwortlich. Er berichtet an Gerhardt Merkel, der ebenfalls zum Joint Venture wechselt und jetzt Managing Director der Europa-Organisation ist. Seit Anfang 1999 für NEC tätig, hat Brückmann maßgeblich dazu beigetragen, das Unternehmen zurück in die Profitabilität zu führen. Er sieht seine Ernennung als Herausforderung und Chance zugleich: "Wir werden den eingeschlagenen Weg weitergehen und die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Handel verstärken. Durch die Zusammenlegung des Monitorgeschäfts der beiden marktführenden Unternehmen NEC und Mitsubishi verfügen wir jetzt über ein wesentlich breiteres Produktspektrum im CRT- und TFT-Bereich."

™Neuheiten

Software-Lösung für die anstehende Währungsumstellung



Mit der Einführung des Euro müssen auch die Währungsbeträge in den Com-

puterdateien umgerechnet werden. Das Wuppertaler Software-Haus Complice bietet mit der Software Euro Office eine Lösung für die Umrechnung von DM in Euro. Euro Office ist als Microsoft Add-In konzipiert. Es durchsucht Excel-, Word- und Power Point Dokumente oder Access Datenbanken nach Währungsangaben. Per Knopfdruck wird der Betrag nach den Regeln des Maastrichter Vertrages von DM in Euro umgerechnet. Die CD mit dem Komplett-Paket für alle Office-Anwendungen kostet 149 DM.

Giva-away-Mouse klickt direkt auf Firmen-Homepage



der Firma Ultratronik. Herrsching, eignet sich als originelles Werbegeschenk. Mit einem Klick auf die Rad-Taste wird automatisch der am PC bereits installierte Internet-Browser ak-

Die Internet Mouse

tiviert und die Homepage des Unternehmens aus dem Web geladen, das die Maus verschenkt hat. Dazu wird der Treiber auf die eigene URL programmiert. Die weiteren Tastenfunktionen der Maus (linke und rechte Taste) sind wie bei konventionellen Geräten eingestellt. Mit dem Rad können die horizontalen und vertikalen Scroll-Balken bewegt werden. Die Oberfläche der Internet Mouse kann ab einer Stückzahl von 1.000 Exemplaren individuell mit dem Firmenlogo bedruckt werden. Eine Bestellung von 50 Stück ist Minimum.

Die neuen DeskJets 350C und 350CBi von Hewlett Packard



Jets präsentiert Hewlett Packard zwei robuste und schnelle Farb-Tintenstrahldrucker für den

Mit den neuen Desk-

mobilen Einsatz. Die Nachfolger der HP DeskJets 340 C/CBi zeichnen sich bei gleichem Preis durch eine höhere Druckgeschwindigkeit und -kapazität sowie deutlich gesteigerte mobile Eigenschaften aus. Der HP DeskJet 350 CBi ist mit einer Infrarotschnittstelle für den kabellosen Ausdruck und einer NiMH-Batterie ausgestattet. Die ab sofort erhältlichen Modelle richten sich vor allem an Notebook- und Powerbook-Anwender, die auch unterwegs Ausdrucke benötigen.

Große Resonanz auf Händleraktion zur Einführung des V.2288 Handys

Mit großer Resonanz hat Motorola seine zur Markteinführung des V.2288 gestartete Händleraktion abgeschlossen. Zu dieser Aktion im Juni und Juli hatten sich fast 4.000 Teilnehmer aus 1.171 Mobilfunk-Shops angemeldet. Motorola Promotion-Teams verteilten die Geräte in den Shops des gesamten Bundesgebietes. Ziel von Motorola war es, den Händlern die Möglichkeit zu geben, das V.2288 noch vor der eigentlichen Markteinführung zu testen und kennen zu lernen. Täglich wurde jeder Teilnehmer per SMS zur Beantwortung verschiedener Fragen rund um Motorola und deren Produkte aufgefordert. Alle Teilnehmer, die sich täglich an der Aktion beteiligten, hatten die Chance auf den Gewinn

eines Motorola V.2288. Über 56.000 Antworten auf insgesamt 24 Fragen wurden bei Motorola registriert. "Wir



freuen uns über die so große Resonanz, unsere Erwartungen in die Aktion wurden sogar übertroffen.", kommentiert Walter Hühn, General Manager des Personal Communications Sector der Motorola GmbH in Wiesbaden. "Die rege Teilnahme zeigt, daß das V.2288 beim Fachhandel auf große Akzeptanz stößt und Motorola dem Händler mit diesem Produkt eine gute Absatzmöglichkeit bietet.", so Walter Hühn.

Jeder Teilnehmer konnte seine Top-Five V.2288-Verkaufsargumente per Fax bei Motorola einreichen, um somit an der Verlosung des Hauptpreises teilzunehmen. Zu gewinnen gibt es eine Reise für ein Shop-Team auf die Balearen-Insel Ibiza. Beste Chancen auf den Sieg haben vor allem ausgefallene SMS-Antworten, zum Beispiel in Gedichtform.

FÜR EINEN HARTEN TAG BRAUCHEN SIE EINE KAMERA, DIE HART IM NEHMEN IST.



Die KODAK DC5000 Digitale Zoomkamera ist für harte Bedingungen und schmutzige Hände wie gemacht. Das superresistente, wetterfeste Gehäuse schüttelt Staub und Wasserspritzer* einfach ab. Extragroße Funktionsknöpfe machen die Bedienung selbst mit dicksten Arbeitshandschuhen einfach. Ein zweifacher optischer Zoom mit 2 MP-Auflösung zeigt Ihr Objekt geradezu gnadenlos detalliert. Sie wollen eine Kamera, die auch den dreckigsten Job macht? Sehen Sie selbst, wie tough die Kodak DC5000 ist: www.kodak.de/go/dc5000. Oder rufen Sie 069 5007 0035 an.

*Das DC5000 Gehäuse erfüllt den IP Code 54 nach IE 529.

© Eastman Kodak Company 2000. Kodak ist ein eingetragenes Warenzeichen der Eastman Kodak Company.



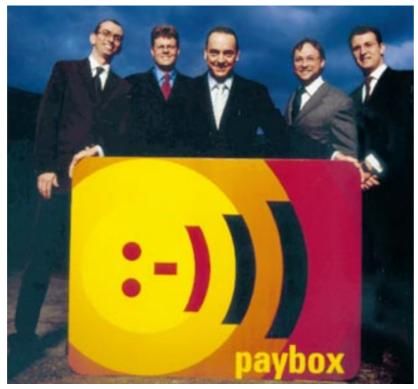
Die neue KODAK DC5000 Digitale Zoomkamera

Demuth & Dietl + Co. schnürt Werbepakete für Sony Handys

Demuth & Dietl + Co. baut die Zusammenarbeit mit Sony weiter aus. Die Fachhändler können ab sofort über die Zentralen des Distributors in Wetzlar und Passau kostenlos Werbepakete für die Sony Handys CMD-C5 und CMD-Z5 bekommen. Das CMD-Z5 ist das neueste Handymodell aus dem Hause Sony. Es ist das erste WAP-fähige Designer-Handy im Scheckkartenformat (PoS-MAIL berichtete in Ausgabe August 2000 ausführlich). "Das CMD-Z5 ist ein Kundenmagnet. Gerade die junge Zielgruppe fühlt sich durch dieses durchgestylte Handy angesprochen. Das Werbepaket von Sony bietet dem Fachhändler ausreichend Material, um seine Kunden umfassend zu informieren", so Rütger Schild, Teamleiter im Wetzlarer Vertrieb von Demuth & Dietl + Co. 500 der über Demuth & Dietl + Co angeschlossenen Fachhändler werden von Sony direkt besucht und mit dem neuesten Werbematerial ausgestattet. Die Sony-Werbepakete sind unter den folgenden Kontaktdaten zu bestellen: PLZ-Bereich 0-6: Zentrale Wetzlar, Telefon: 06441/9117100, Telefax: 06441/28197. PLZ-Bereich 7-9: Zentrale Passau, Telefon: 0851/932010, Telefax: 0851/ 9320111.

Demuth & Dietl + Co. meldete den 500. Paybox-Fachhändler

Nur vier Wochen nach dem Vertriebsstart von Paybox im Fachhandel hat Demuth & Dietl + Co. seinen 500. Paybox-Fachhändler gemeldet. Damit wurde das von der Paybox.net AG und dem Distributor angestrebte Quartalsziel schon nach dem ersten Monat erreicht. Bei den Vertriebspartnern des Großhändlers handelt es sich um Mobilfunkfachgeschäfte und Telekommunikationsdienstleister aus dem gesamten Bundesgebiet. In diesen Ladengeschäften werden Kunden ab sofort beim Kauf von Mobilfunkgeräten auf Paybox aufmerksam gemacht. "Wir freuen uns, daß sich der Fachhandel neuen Produkten gegenüber so aufgeschlossen zeigt und seine Chance als qualifizierter Vertriebskanal erkannt hat", so Stephan Göbel, Leiter New Business bei Demuth & Dietl + Co. "Für Paybox besteht beim Kunden ein massives Informationsbedürfnis. Das ist die Chance für den Fachhandel. Nicht das Verteilen von Flyern führt zum Erfolg, sondern die kompetente Beratung der Interessenten."



Der Vorstand der paybox.net AG (v. l.): Peter Seipp (COO), Eckhard Ortwein (CTO), Mathias Entenmann (CEO), Stefano Neputé (CMO) und Jochen P. Schwiersch (CFO).

Die paybox.net AG hat das weltweit erste massenfähige Zahlungssystem per Mobiltelefon entwickelt. Im Mai wurde dieses unter dem Namen "Paybox" zunächst auf dem deutschen Markt, anschließend Zug um Zug in weiteren europäischen Ländern eingeführt. Unterstützt wird die paybox.net AG von der Deutsche Bank AG, die zu 50 Prozent an dem Wiesbadener Start-up-Unternehmen beteiligt ist.

Paybox macht Handys zum Bezahlterminal

Mit der Einführung von Paybox wurden in Deutschland 25 Millionen Mobiltelefone quasi über Nacht zu universell einsetzbaren Terminals. Paybox gilt als schnelle, einfache und sichere Alternative zu bereits bestehenden Zahlungssystemen und soll mittelfristig überall dort verfügbar sein, wo derzeit noch bar, mit Scheck oder Karte gezahlt wird. Gestartet wurde Paybox zunächst im Internet. Dort hatten sich bis Anfang Juli bereits 200 Paybox-Partner gefunden, aber bereits wenige Wochen nach der Einführung nutzen auch mobile Dienstleister wie Taxifahrer oder Pizzadienste (siehe Kasten unten) und Fachhändler (siehe Kasten links) die innovative Dienstleistung.

Voraussetzungen zur Paybox-Nutzung sind lediglich ein Mobiltelefon und ein Girokonto. Die Bedienung ist einfach: Beim Online-Einkauf füllt der Kunde den Warenkorb, wählt "Paybox – Zahlen per Handy" und gibt seine Mobilfunknummer ein. Wenige Sekunden später klingelt das Handy, und eine Stimme nennt Betrag und Zahlungsempfänger. Durch Eingabe der vierstelligen PayboxPIN am Handy autorisiert der Kunde die Zahlung. Der Vorgang dauert rund 30 Sekunden. Der Rechnungsausgleich erfolgt per Lastschriftverfahren. Die Zahlung selbst wird über die Deutsche Bank abgewickelt. Der Ablauf der Zahlungsbestätigung im Mobilfunknetz wird damit von der eigentlichen Abwicklung der Zahlung, die im Bankennetz erfolgt, getrennt.

box im Internet dauert maximal fünf Minuten. Die Anmeldung ist unter www.paybox.de möglich. Bis Jahresende sollen allein in Deutschland mindestens 100.000 Endkunden bei 1.200 Akzeptanzstellen im Internet und der "realen Welt" per Paybox bezahlen. Vorteile für den Handel

Die einmalige Einrichtung der Pay-

Über 34 Millionen Bundesbürger sind dank Paybox theoretisch in der Lage, per Handy zu bezahlen. Mobiltelefonie entwickelt sich damit zum Allroundtool: mobil leben, mobil telefonieren, mobil bezahlen. Diesen Lifestyle-Trend nutzt die Paybox in Verbindung mit zahlreichen Vorteilen für den Handel in der virtuellen und in der realen Welt. Die Einrichtung der Zahlungsoption Paybox in bestehende Internetshops ist ohne großen technischen Aufwand möglich. Die paybox.net AG bietet für E-Business-Lösungen wie Intershop, Openshop und Internolix fertige Softwarepakete an, die umgehend in den Shop eingebunden werden können. Auch weniger verbreitete Softwareplattformen können individuell um die zusätzliche Zahlungsoption Paybox ergänzt werden. Eine Jahres- oder Registrierungsgebühr wird nicht er-

Für Internethändler sieht Paybox eine im Wettbewerbsvergleich attraktive Transaktionsgebühr vor. Ebenso interessant ist der zweiwöchige Zahlungszyklus. Besonders wichtig für den Handel: Bei einer Insolvenz des Kunden übernimmt die paybox.net AG die Forderung, der Händler erhält sein Geld auf jeden Fall. Noch wichtiger

als die Kostenseite ist das zusätzliche Marktpotential, das sich durch das Bezahlen per Handy eröffnet: Die Paybox kann das latente Sicherheitsproblem im Internet lösen und damit das 100-10-1-Dilemma, wonach nur ein Prozent der Internet-Surfer in E-Shops tatsächlich einkaufen. Denn durch die Paybox entfallen Sicherheitsbedenken, die beim Bezahlen per Kreditkarte bislang zahlreiche potentielle Kunden vom "letzten Klick" zurückhielten.

Internet-Shops, Fachhändler

und mobile Dienstleister

nutzen den neuen Service

Auch für Handel, Handwerk und mobile Dienstleister gibt es gute Gründe für die Akzeptanz der Paybox. Zumeist haben die Geschäfte und der Handel bereits ein Handy, mit dem sie den Zahlungsvorgang initiieren können. Die Vorausset-



Einkaufen per Mausklick - Zahlen per Handy. Die neue Paybox-Technologie macht's möglich. Seit Mai können Interneteinkäufe mit dem Handy bezahlt werden. Die Paybox funktioniert mit jedem digitalen Handy in allen digitalen Mobil-

zung für die Akzeptanz der Paybox ist somit schon vorhanden. Investitionen in neue Hardware oder sonstige Installationskosten entstehen nicht. Auch die mit Bargeld verbundenen Nachteile wie die Herausgabe von Wechselgeld oder Sicherheitsbedenken entfallen Die Paybox offeriert ferner eine nach Branchen und Händlern gestaffelte, attraktive, niedrige Transaktionsgebühr sowie ein kurzes Zahlungsziel.

Kontakt über Callcenter

E-Shops und mobile Händler können sich mit Fragen rund um die Paybox an die Nummer 01803/ paybox (01803/729269) wenden. Beim Callcenter für Paybox-Akzeptanzstellen sind an sieben Tagen pro Woche rund um die Uhr neben allgemeinen Informationen auch Verträge erhältlich.

Paybox ermöglicht das Bezahlen per Handy jetzt auch bei mobilen Dienstleistern

hoben.

Rund 300 Frankfurter Taxen akzeptieren seit Ende Juli den Zahlungsservice Paybox. Damit ist es in der Mainmetropole weltweit zum ersten Mal möglich, Taxifahrten einfach, schnell und sicher per Mobiltelefon zu begleichen. Eine entsprechende Kooperationsvereinbarung gaben die Taxi-Vereinigung Frankfurt und die Wiesbadener paybox.net AG bekannt. Die Taxen seien der erste Schritt, die Dienstleistung Paybox nach der virtuellen nun auch in der realen Welt einzuführen. Noch im Laufe dieses Jahres sollen nach den Plänen von Paybox-Erfinder Mathias Enten-



300 Frankfurter Taxis akzeptieren ab sofort die Paybox.

mann weitere mobile Dienstleister wie Pizzadienste, Handwerker oder Kuriere das Portfolio der Paybox-Akzeptanzstellen erweitern.

™Neuheiten

LGs ADR-620 vereint Audio CD-Player und Audio CD-Recorder



LG bietet mit seinem ADR-620, einer Kombination aus einem Audio CD-Player und einem Au-

dio CD-Recorder, ein Gerät an, das einen "Öko-Preis" verdient hätte, wenn man "Öko" für "ökonomischer Preis bei hoher Leistung" setzt. Das sah auch die Zeitschrift "stereoplay" so, die dem LG ADR-620 bei einem Vergleichstest zwischen mehreren Geräten beim Gesamturteil das "stereoplay Highlight" vergab. Für 900 DM erwirbt man mit dem ADR-620 zwei Audio-Player, von denen ein Laufwerk auch als CD-Recorder eingesetzt



werden kann. Die Player spielen Audio CD, Audio CD-R und Audio CD-RW ab. Player und Recorder sind außer mit analogen auch mit digitalen Ausgängen ausgerüstet, der Recorder auch mit digitalen Eingängen. Hinter den analogen Eingangsbuchsen übernehmen 20 Bit A/D-Wandler die Umformung des analogen Signals in ein verlustfreies digitales Format. Vor der Übergabe an die analogen Ausgänge wird das digitale Ausgangssignal durch 24 Bit D/A-Wandler aufbereitet, wobei ein nach audiophilen Kriterien ausgelegter AKM-Konverter die digitalen Informationen zu analogen Signalen wandelt, die selbst höchsten Qualitätskriterien gerecht werden. Die Aufnahmegeschwindigkeit ist wählbar. Bei der digital ablaufenden Duplikation einer Audio-CD arbeiten die Laufwerke mit vierfacher Geschwindigkeit und entsprechend kurzen Kopierzeiten. Das Mithören während der Aufnahme ist über die Analogausgänge des Players möglich. Ein Kopfhöreranschluß befindet sich auf der Vorderseite des Gerätes, wo praktischerweise auch ein paralleler Digitaleingang für den Recorder angebracht ist, an den man externe Signalquellen bequemer anschließen kann. Ein Multifunktionsdisplay informiert über den jeweiligen Status und den gerade ablaufenden Vorgang. Ein Konverter zur Anpassung der Abtastrate von DAT-Playern an die Audio-CD Norm ergänzt sinnvoll die Funktionen des Audio-Recorders. Einfach-, Zweifach-, und Vierfach-Wiedergabe können ebenso vorgewählt werden wie die Wiederholfunktion. Die Möglichkeit zur Programmierung individueller Titelfolgen sowie eine Skip-Funktion runden den gebotenen Bedienkomfort ab. Die Wiedergabe selbst sehr leise aufgenommener Musikpassagen erfolgt klar und deutlich und ohne hörbares Rauschen. Wenngleich die für den niedrigen Preis gebotenen Features überreichlich ausfallen, wird sich der eine oder andere Erwerber manchmal die Möglichkeit zum Abspielen oder Aufnehmen von Musikstücken im MP3-Format wünschen. Einen kleinen zu verschmerzenden Schönheitsfleck sollte ohnhin alles Vollkommene besitzen, um komplett zu wirken.

MiniDisc-Rekorder von Technics



Der neue MiniDisc-Rekorder SJ-MD150 von Technics ist der Nachfolger des erfolgreichen SJ-MD100.

Das Gerät zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch eine exzellente digitale Musikwiedergabe und zahlreiche Editierfunktionen aus. Die Mini Disc (MD) gestattet als digitales Aufnahmemedium flexibles Bespielen und Löschen im Direktzugriff. Der

SJ-MD150 bietet dazu ein umfangreiches Editierprogramm mit Funktionen wie Synchro-Aufnahme, Trennen, Verschieben, Zusammenfügen und Löschen von Titeln bzw. der gesamten Informationen

zur Musik lassen sich während oder nach der Aufnahme einfach per Jog-Dial oder über das Frontpanel eingeben. Der SJ-MD150 ist mit dem High Density Encording System (H.D.E.S.) ausgestattet, das mit dem 24-Bit-



DSP Processing vor allem im hörbaren Frequenzbereich die Klangqualität verbessert. Die Wiedergabe feiner Nuancen und seine Klangdynamik verdankt das Gerät der speziellen Kondensator-Technik von Tech-

nics. Hierbei wird japanischer Takeh-Bambus als natürlicher Isolierstoff verwendet. Der Technics MD-Rekorder SJ-MD150 ist ab sofort für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 499 DM.





Sie können es drehen und wenden, wie Sie wollen: Die IXUS II und die neue DIGITAL IXUS sind zwei faszinierende Superlative, die den Fotomarkt revolutionieren. Allein der Anblick der kleinsten 2fach-Zoom-APS-Kamera der Welt** und der kleinsten Digitalkamera mit optischem 2fach-Zoom**, die es je gab, genügt, um unwiderstehliche Begierde auszulösen. Wenn Sie dann noch wissen, dass das Design der IXUS II mehrfach ausgezeichnet wurde und die DIGITAL IXUS mit 2,1 Mio. Pixeln ausgestattet ist, sollten Sie Ihrem Verlangen nachgeben. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.powershot.de oder direkt bei Ihrem Canon-Partner.



IXUS II DM 499,-

DIGITAL IXUS DM 1.599,-

*Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. **Stand: Mai 2000



PoS-MAIL im Gespräch mit Tor Nordli-Mathisen,

Vice President & General Manager Market Segment Unit Consumer Products

"Obwohl der deutsche Mobilfunkmarkt derzeit boomt, läßt die Marktposition von Ericsson-Mobiltelefonen in Deutschland leider zu wünschen übrig", meinte Tor Nordli-Mathisen, Vice President & General Manager, Market Segment Unit Consumer Products bei Ericsson, im Gespräch mit PoS-MAIL. "Wir wollen unseren Marktanteil auf diesem wichtigen Referenzmarkt schnell wieder auf ein akzeptables Niveau bringen und langfristig Marktanteile von 20 Prozent und mehr erreichen."

Ein ehrgeiziges Ziel, bei dem der neue Manager in der Düsseldorfer Unternehmenszentrale (siehe Kasten unten) einerseits auf innovative und moderne Produkte von Ericsson setzen will. Andererseits will Nordli-Mathisen aber auch die Zusammenarbeit und Kommunikation mit den Netzbetreibern und den weiteren Partnern verbessern. Dabei soll vor allem den Tk-Händlern verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt werden. Nordli-Mathisen: "Es besteht kein Zweifel daran, daß Händler in Deutschland wichtiger sind als in jedem anderen Land."

Das gelte nicht nur für den Verkauf der Produkte, sondern vor allem auch für das Ansehen, das ein Produzent beim Verbraucher genieße. "Für uns sind Händler die Botschafter der Unternehmen", betonte Nordli-Mathisen.

Grundlage der angestrebten Intensivierung der Beziehungen zum Handel soll eine Händlerdatenbank werden. Hier sollen in einem er-

Ericsson Service Point als Reparatur-, Vertriebsund Marketinginstrument

Um Handy-Reparaturen schnell und im Beisein des Kunden erledigen zu können, bietet Ericsson dem qualifizierten Fachhandel den Service Point. Er ist kein reines Reparatur-, sondern ein Vertriebs- und Marketinginstrument. Im Service Point sind neben einer Grundausstattung an Ersatzteilen ein PC, Drucker und Modem, Reparaturmenüs sowie alle nötigen Werkzeuge

und Softwareadapter enthalten. Außerdem gibt es Leihgeräte für Reparaturen, die an ein Repair Center verschickt werden müssen. Die Reparatur wird an dem im Verkaufsraum aufgestellten Service Point Desk ausgeführt. Damit wird die Reparatur zur Begleitung des ohnehin stattfindenden Verkaufs-



Der Ericsson Service Point gibt dem Händler die Chance, einen Großteil der Handyreparaturen schnell und im Beisein des Kunden zu erledigen.

und Beratungsgesprächs. Für die fachkundige Reparatur bietet Ericsson dem Fachhändler eine entsprechende Schulung. Gleichzeitig können mit dem Service Point auch Software-Updates durchgeführt werden. Verbrauchte Ersatzteile werden automatisch über das Internet in Form von Reparaturberichten bestellt. Das ge-

schulte Fachpersonal ist mit Hilfe des Service Points in der Lage, zirka 75 bis 80 Prozent aller Reparaturen durchzuführen. Dabei handelt es sich um mechanische Reparaturen ohne Lötarbeiten, wie zum Beispiel Wechsel von Oberschalen, Klappen, Antennen, Displays, Lautsprechern, Mikrofonen oder Systemkonnektoren. Ericsson übernimmt die Kosten für den

Service Point Desk und für die Ersatzteile für Reparaturen innerhalb der Garantie. Außerdem schult Ericsson kostenlos mindestens zwei Mitarbeiter des jeweiligen Geschäfts für den Gebrauch des Service Points. Dem Händler entstehen lediglich Kosten für einen Internetanschluß.

Für uns sind Händler die steht kein Zweifel daran, daß er in Deutschland wichtiger als in jedem anderen Land." Für uns sind Händler die Botschafter der Unternehmen"



Tor Nordli-Mathisen steigt ins Management bei Ericsson ein

Zum 1. Juli hat Tor Nordli-Mathisen (Bild oben) seine neue Aufgabe als Vice President & General Manager, Market Segment Unit Consumer Products bei der Ericsson GmbH übernommen. Der 38jährige Norweger (verheiratet, zwei Kinder) hat von 1997 bis letzten Monat für Ericsson den Bereich Consumer Products im südafrikanischen Markt aufgebaut. Vorher war er unter anderem bei Ascom in Norwegen beschäftigt und hat danach Franchise-Geschäfte für den Vertrieb und Verkauf von Mobiltelefonen in Norwegen gegründet. Insgesamt bringt er 14 Jahre Erfahrung im Mobilfunkund Endkundengeschäft in den deutschen Markt ein.

sten Schritt zunächst rund 15.000 Händler erfaßt werden, die nach Wichtigkeit in verschiedene Gruppen unterteilt werden. Von der Einstufung hängt ab, in welchem Maße Ericsson mit dem einzelnen Händler kommuniziert. Das Spektrum reicht dabei von der Information über neue Produkte oder Marketingmaßnahmen etc. per Brief, E-Mail oder Fax bis hin zu regelmäßigen persönlichen Besuchen des Handelspartners durch die Ericsson-Merchandiser. "Die Bedeutung des einzelnen Händlers wird dabei nicht vom Volumen abhängig gemacht, sondern auch von anderen Faktoren wie etwa dem Standort", erläuterte Nordli-Mathisen. "Wir wollen, daß der Händler Spaß daran hat, Ericsson-Produkte zu verkaufen. Dazu ist eine intensive Kommunikation notwendig. Wer sich für uns engagiert, wird von unserer Seite unterstützt. Und wer sich mehr engagiert, wird mehr unterstützt." Nach ähnlichen Kriterien werden auch die Zugriffsrechte auf Inhalte des Anbieter-Partner-Netzwerks vergeben. Hier sollen zukünftig vielfältigste Infomationen aus unterschiedlichen Bereichen abrufbar sein. So wird es etwa einfache Preisinformationen ebenso geben wie Wissenswertes über neue Produkte und aktuelle Trends oder

eine Präsentation der Zukunftsvisionen des Unternehmens Ericsson.

Eine dritte Säule der Zusammenarbeit werden typische Dienstleistungen sein, die dem Handel das Verkaufen von Ericsson-Produkten erleichtern. Hier sind etwa Schulungen ebenso in der Planung wie die Entwicklung und Zurverfügungstellung attraktiven PoSMaterials. Darüber hinaus ist auch ein "Loyality Programm" geplant, das besonders loyale Händler in besonderem Maße unterstützt.

Nordli-Mathisen war sich darüber bewußt, daß die beschriebenen Maßnahmen keine Ericssonexklusiven Ideen sind und auch die Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Handel nicht revolutionieren werden, "aber", so der Vice President & General Manager, "wir werden unsere Pläne ernster nehmen als Mitbewerber dies tun, denn etwas wollen ist die eine Sache, etwa machen die andere. Ericsson wird es nicht nur bei den Ankündigungen belassen, sondern alles daran setzen, um gemeinsam mit unseren Handelspartnern in eine profitable Zukunft zu gelangen."

Auf neue Beine gestellt wird auch die Kommunikation zum Endverbraucher. So kündigte Nordli-Mathisen eine Reihe von Aktivitäten für die Schnittstelle zwischen Consumer und Ericsson an. Public Relations Aktionen und Sponsorship sollen beispielsweise ebenso dazugehören wie werbliches Engagement in verschiedenen Medien. Nordi-Mathisen: "Wir werden ein ganzes Instrumentarium der verschiedensten Kommunikationsformen zusammenstellen,

aus dem wir jeweils das passende Tool auswählen können, um unsere Ziele und die Ziele des Handels erreichen zu können." Dabei sei es wichtig, die verschiedenen Maßnahmen zu synchronisieren und von Fall zu Fall Strategien zu entwickeln, die geeignet seien, die jeweilige Zielgruppe optimal anzusprechen.

Mobiltelefone für die Zukunft

Aus der breiten Produktpalette von Ericsson sei an dieser Stelle das Mobiltelefon-Modell R520m herausgestellt, weil es mit neuester Technik ausgestattet ist und beispielhaft den Weg zeigt, den Ericsson mit seinen

Consumer-Produkten beschreitet. So kann man mit dem R520m mit Hilfe von GPRS (General Packet Radio Services) schnell und bequem Daten austauschen, per WAP im Web surfen sowie Nachrichten senden und empfangen. Auch HSCSD-



Verbindungen (High Speed Circuit Switched Data) können mit dem R520m aufgebaut werden. WAP-Nutzung und Datenversand sind mit dem Telefon selbst möglich oder mit einem mobilen Endgerät wie einem Notebook, das über Bluetooth, Infrarot oder Kabel mit dem Handy verbunden werden kann. Der im R520m integrierte Kalender läßt sich ebenfalls über Bluetooth, Infrarot, Kabel oder auch über WAP/Internet bequem mit Daten in einem PC synchronisieren. Das R520m ist außerdem ein Triple-Band-Mobiltelefon, das in allen GSM-Netzen auf den Frequenzen 900, 1800 und 1900 MHz funktioniert. Texteingabehilfe, erweiterte Sprachsteuerung und die eingebaute Freisprecheinrichtung sind weitere Merkmale. Das R520m steht derzeit in kleinen Stückzahlen unter anderem

für Tests bei den Netzbetreibern und Diensteanbietern zur Verfügung. In größeren Stückzahlen kommt es im ersten Quartal 2001 auf den Markt.

Neuheiten

Digitalkamera mit integriertem Drucker



Ausschließlich für den US-amerikanischen Markt hat Olympus in Zusammenarbeit mit Polaroid

eine Digitalkamera mit integriertem Drucker entwickelt. Die Camedia C-211 Zoom verfügt über einen 2.1 Megapixel-CCD, der eine Auflösung von bis zu 1600 x 1200 Pixeln liefert. Der integrierte Drucker arbeitet mit Polaroids Instant Printing Technology und fertigt per



Knopfdruck
Aufnahmen in
gewohnter
Polaroid-Qualität. Innerhalb
von 15 Sekunden bekommt
der Anwender
der C-211 das
von ihm über

den farbigen LCD-Monitor ausgewählte Bild ausgedruckt. Zu den weiteren technischen Features der Kamera zählen ein 3fach-Zoom-Objektiv (2fach digitaler Zoom), die Möglichkeit, Videofilmchen im QuickTime-Modus aufzuzeichnen, eine Serienbildfunktion, die fünf Aufnahmen im HQ-Modus (bei 1,3 Aufnahmen pro Sekunde) ermöglicht, und ein USB-Anschluß. Zur Speicherung der Aufnahmen liegt der Kamera eine 8 MB Smart-Media-Karte bei.

MX-Audioanlagen von JVC im Power Design



Die beiden Modelle der neuen Serie MX-J950R und MX-J750R von JVC eignen sich vor allem

für eine Zielgruppe, die auf Power Design und maximale Ausschöpfung des Klangvolumens Wert legt. Das akustische Herzstück der Anlagen sind die Vier-Wege Baßreflex-Lautsprecher mit einem "Double-Drive-Subwoofer", die durch separate Endstufen des Multi-Amplifier-Systems angetrieben werden. Die MX-



J950R produziert neben einer 2 x 180 Watt (2 x 140 W und 2 x 40 W) Gesamtleistung auch hohe Klangqualität im Mittel- und Hochtonbereich (MX-J750R: 2 x 100 W und 2 x 30 W). Die Lautstärke der großen Subwoofer kann unabhängig geregelt werden.

Ein weiteres Feature ist der integrierte Drei-CD Triple-Tray-Wechsler, der drei getrennte Ladesysteme bietet, wobei die beiden unbenutzten Laden geöffnet und ohne Wiedergabeunterbrechung neu bestückt werden können. Programmwiedergabe, 16 Titel Musikkalender, 3 CD-Programm und Zufalls- sowie Wiederholungswiedergabe gehören ebenfalls

zur Ausstattung des CD-Wechslers wie eine Auto-Edit-Funktion und ein optischer Digitalausgang. Das Cassettendeck ist mit zwei Auto-Reverse-Laufwerken ausgestattet und erlaubt unter anderem eine CD-Synchronaufnahme. Die beiden MX-Anlagen sind ab sofort lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen: 899 DM für die MX-J950R und 799 DM für die MX-J750R.

Tragbare TVs von Sony



Die neuen portablen Fernsehgeräte von Sony haben eine sichtbare Diagonale von 51 cm und 34 cm. Sie

bieten edles Design und viele Features. Sie

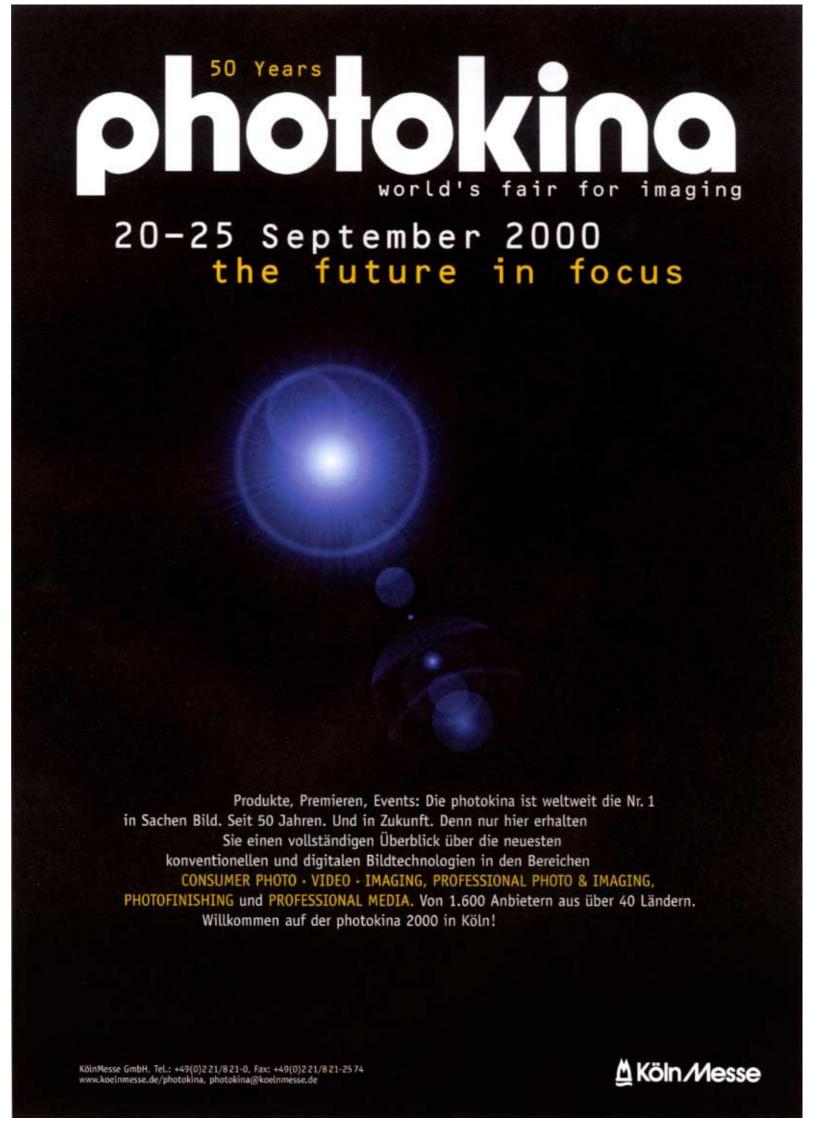
sind mit der von Sony entwickelten FD-Trinitron-Wega Bildröhre mit planer Bildoberfläche ausgestattet. Dank der bedienerfreundlichen Technik ist der Anschluß der kleinen TVs einfach. Die Geräte gibt es in vier verschiede-

nen Varianten. Der KV-21FT1 sucht sich seine Sender auf Knopfdruck selber (Auto Start Up Tuning), vergibt Programmnamen und ordnet die Programme (Automatische Sendersortierung). Über SmartLink gleicht er die Sender mit einem entsprechend geeigne-



ten Videorecorder automatisch ab. Mit den gleichen Ausstattungsmerkmalen wie der KV-21FT1 verfügt der KV-21LT1 zusätzlich über einen Sleep Timer: Das Gerät schaltet sich nach einer programmierten Zeit automatisch

ab. Die beiden kleinsten und jüngsten Vertreter der Sony Wega TV-Familie (KV-14LT1 und KV-LM1) haben eine sichtbare Bildschirmdiagonale von 34 cm. Sie kommen in einem glänzenden Eisblau oder einem schimmernden Silberweiß daher.



Eno telecom erwartet rund 40 Aussteller und über 1000 Besucher auf der zweiten Hausmesse

"Weihnachten fängt in diesem Jahr am 22. September in Nordhorn an", meinte Wolfgang Klemme, Leiter Kommunikation bei Eno telecom, mit Blick auf die Größe der Hausmesse. Deren Produktportfolio umfaßt alle Themen, die derzeit in der Tk-Branche von Interesse sind. Auf rund 2.000



Vielfältige Verkaufsunterstützung, zum Beispiel durch flexible Messewände (Bild oben), gehört ebenso zum Leistungsangebot von Eno telecom wie Systemlösungen für die Shopgestaltung der Handelspartner. In der Unternehmenszentrale in Nordhorn können sich Interessierte einen Überblick über die Möglichkeiten verschaffen (Bild unten).



Quadratmetern können sich die Besucher über Mobilfunk und Festnetz, Tk-Anlagen und Zubehör, Shoplösungen und Marketingprogramme, Internet, WAP und E-Commerce, Mobile Office und Mobile Data sowie über Navigation, Telematik und Flottenmanagement informieren.

Darüber hinaus sind ein buntes Rahmenprogramm und ein hochkarätiges Schulungs- und Seminarprogramm geplant. Hier werden sich sowohl Referenten von Eno telecom als auch Vertreter der ausstellenden Industriefirmen zu aktuellen Themen und Trends äußern.

Naturgemäß wird Eno telecom die Hausmesse nutzen, um seinen Partnern und denen, die es vielleicht werden wollen, das eigene Leistungsspektrum darzulegen.



Zahlreiche Mitarbeiter beantworten im Eno telecom Callcenter in Nordhorn die Anfragen der Kunden.

Ende September wird ungewohntes Leben die Stadt Nordhorn an der holländischen Grenze erfüllen. Anders als an Ferienwochenenden, wenn Tausende von Reisenden das Nadelöhr zwischen Friesland und dem Ruhrgebiet passieren, werden am 22. und 23. September viele Auswärtige in der Stadt Halt machen. Der Grund: Der Distributor Eno telecom bittet zwei Tage lang zur Hausmesse. Rund 40 Industriefirmen, so der Stand zu Redaktionsschluß, werden dort ihre Neuheiten präsentieren, und über 1.000 erwartete Gäste erhalten die Chance, sich diese Neuheiten und die Dienstleistungspalette des Gastgebers demonstrieren zu lassen.

tingmaßnahmen von Eno telecom informieren. So bietet das Unternehmen beispielsweise flexible Messewände und Handy-Dummys an, aber auch Riesenmodelle verschiedener Typen, die als Eye-Catcher benutzt werden können.

Der Händlerordner gibt schnell und umfassend Auskunft über die gesamte Eno telecom Produktpalette, und per Informationsblatt "Snappy" sowie wöchentliche Fax-

Branchentreff an der holländischen Grenze

Einen der Schwerpunkte wird dabei das Online-Shop-Konzept einnehmen, das Eno telecom der Öffentlichkeit erstmals auf der

Internationalen Funkausstellung im vergangenen Jahr präsentierte und auf der TK2000 im Mai noch einmal forcierte. Es bietet dem Händler unter anderem die Möglichkeit, mit einer eigenen, individuell für ihn gestalteten Web-Site und einer ebensolchen WAP-Seite im Internet vertreten zu sein. Außerdem kann der Händler über diesen Online-Shop auf

ein Sortiment von rund 5.000 Artikeln zurückgreifen, ohne den Bestand pflegen oder sich um Versand und Abrechnung kümmern zu müssen. All diese Leistungen werden, im Namen des Händlers,

von Eno telecom erledigt. "Nachdem der Händler uns einmal gesagt hat, wie sein Online-Shop aussehen soll, braucht er sich nur noch darum zu kümmern, daß dieses Angebot bei seinen Kunden bekannt wird", sagte Klemme. "Den Rest übernehmen wir." Einfacher könne es kaum sein, seinen Umsatz zu steigern.

Ebenfalls präsentie-

ren wird Eno telecom seine Systemlösungen für die individuelle Shopgestaltung. Hier hat das Unternehmen eine Vielzahl unterschiedlicher Shop-in-Shop- und Präsentationssysteme, Vitrinenund Vitrinentischkombinationen, Sicherungs- und Werbesysteme sowie Prospektständer zu bieten. Von diesem Angebot sollen laut Klemme nicht nur die bereits vorhandenen Handelspartner angesprochen werden, sondern vor allem auch jene Händler, die mit dem Gedanken liebäugeln, in den Verkauf von Tk-Produkten und -dienstleistungen einzusteigen. Klemme: "Wir wollen jedem Interessenten den Einstieg so einfach wie möglich machen."

Weiterhin können sich die Besucher der Hausmesse über Verkaufsunterstützung und Marke-



Die beiden Unternehmensgründer und Geschäftsführer Bernd (I.) und Wilhelm Horstmann.



Eine Eigenentwicklung des Nordhorner Distributors ist dieser Automat zum Auffüllen des PrePaid-Guthabens

Aktionen informiert der Distributor seine Partner über Angebote und Bundles. Kataloge, Anzeigenvorlagen, die monatlichen Eno-News für Mitglieder des Premium Zubehör Clubs, Thekenaufsteller und weitere Dekomaterialien runden das Angebot ab.

Schließlich stellt Eno telecom auf der Hausmesse auch sein professionelles Eno-Service-Center vor, das parallel zur erfolgreichen Entwicklung des Distributionsbereiches auf- und ausgebaut wurde. "Dieses High-Tech-Service-Center zählt zu den modernsten in Deutschland", erklärte Klemme. "Es unterstreicht seine Stärke durch die Autorisierung als Service-Center diverser Top-Hersteller und durch die Abwicklung von derzeit etwa 200.000 Service-vorgängen jährlich. Herbert Päge

Viag Interkom senkt Grundgebühr für Genion um fünf DM

Viag Interkom hat die Grundgebühr für Genion ab sofort von 29,95 DM auf 24,95 DM gesenkt. Zusätzlich entfällt für alle, die einen Genion-Vertrag mit 24 Monaten Laufzeit abschließen, die Grundgebühr bis Ende 2000. Unter dem Motto "Hol Dir den Vorteil" starteten die Genion-Aktionswochen, die bis zum 30. September 2000 laufen. Jeder Neukunde, der innerhalb dieses Zeitraums einen Genion-Vertrag mit 24 Monaten Laufzeit abschließt, zahlt keine Anschlußgebühr und bis zum Jahresende 2000 keine monatliche Grundgebühr. Ab 2001 wird dann die ermäßigte Grundgebühr von 24,95 DM berechnet. Als zusätzliches Preisbonbon erhalten Neukunden ein besonders günstiges Genion-Aktionshandy inklusive Headset und Ladeschale. Zur Auswahl stehen dabei die Handys Nokia 3210 für 0 DM*, Siemens C35i für 19 DM* sowie das Siemens S35i für 218 DM* (*unverbindliche Preisempfehlung).

Viag Interkom eröffnet in Frankfurt Housing-Center

Viag Interkom hat in Frankfurt ein Housing-Center mit einer Fläche von 500 m² eröffnet, das Platz für bis zu 3.000 Web-Server bietet. Damit haben Kunden des Unternehmens die Möglichkeit, den Betrieb der Server einem erfahrenen Netzbetreiber zu überlassen, um sich auf das eigentliche Internet-Geschäft zu konzentrieren. Alle Varianten, vom einfachen Internet-Auftritt bis zur komplexen E-Commerce-Lösung, sind realisierbar. Die ersten Kunden haben ihr Equipment bereits in die sichere Umgebung des Frankfurter Housing-Center gestellt und in Betrieb genommen. Die Housing-Räume verfügen über Zutrittskontrolle, unterbrechungsfreie Stromversorgung (USV), Klimatisierung sowie Brandmelde- und Löscheinrichtungen. Die Anbindung der Web-Server an das Internet erfolgt über das IP-Backbone-Netz von Viag Interkom. Peering-Abkommen mit anderen nationalen und internationalen Netzbetreibern sorgen für den weltweiten Datenaustausch. Auch die Anbindung des Kunden-Equipments an andere Sprach- und Datennetze von Viag Interkom ist möglich. Es existieren bereits Center in den Wirtschaftsregionen Düsseldorf, Leipzig und Hannover; weitere sind in Berlin, Hamburg, München und Stuttgart geplant.

Digitalisieren Sie Ihre Bilder doch, wie Sie wollen.

photokina

Köln 2000 20.–25. Sept.

Halle 1.2 Stand K4/5



Der schnelle Film-Scanner für APS- und Kleinbildfilme mit Digital-ICE Technologie.

Die erfolgreiche, kompakte Digitalkamera mit 2,3 Millionen Pixeln, USB-Schnittstelle und tollem Preis-/Leistungsverhältnis.



MINOLTA EUROPE GMBH

Minoltaring 11 • D-30855 Langenhagen Tel.: 0511-7404-0 • Fax: 0511-74 10 50 http://www.minoltaeurope.com

Premiere World: Das Konzept zeigt Erfola

Mit einem gewaltigen Abo-Kick für alle Fußball-Fans, einer 40-Mio.-DM-Werbeoffensive, der d-box als Verkaufsmodell und einem aktuellen Vertriebs- und Provisionenkonzept, das dem Handel viel Freude macht, hat Premiere World die Tür für eine neue Dimension des immer populärer werdenden Abonnenten-Fernsehens aufgestoßen.

Wie richtig der erfolgreiche Abo-Sender mit seiner neuen Vertriebsstrategie und der attraktiven Programmpolitik liegt, zeigt ein Blick auf die jüngste Statistik: 98 Prozent aller Premiere World-Händler folgen den Überlegungen des Pay-TV-Senders, da diese letztendlich mehr Ertrag in den Kassen der Vertriebspartner garantieren "und die Provisionen eine angemessene Aufwandsentschädigung darstellen", wie Dieter Merz, Geschäftsführer der Cottbuser EP Fernseh Merz, pragmatisch anmerkt.

Die hohe Akzeptanz, die Premiere World derzeit von seinen Vertriebspartnern - dies sind gegenwärtig immerhin rund 10.000 Tk- und UE-Fachhändler – erfährt, ist jedoch nicht nur auf die erneut nach oben hin angepaßten Provisionen zurückzuführen, sondern auf die Tatsache, daß sich Leistung und Einsatz auszahlen. Mike Strauss, der innerhalb des Premiere World-

Vertriebs den Bereich 'Handel' leitet: "Wer sich von unseren Händlern besonders stark engagiert, soll auch besonders gut verdienen. Das gilt für die Großfläche ebenso wie für das individualisierte Fachgeschäft." Premiere World mißt bei der Konditionenpolitik nicht mit unterschiedlichen Maßstäben, sondern honoriert Leistung unabhängig vom Umsatzvolumen. Eine Politik, die auch Horst Neumann, Geschäftsführer der Lingenhoff GmbH in Dortmund, als "sehr fair" empfindet, "da sie niemanden benachteiligt".

"For Sale": d-box

Abonnenten und Handel hatten sie gefordert, seit 1. August stellt Pre-

ist der Schlüssel zur digitalen Fernsehwelt von Premiere World, die der Abonnent mit einer Smart-Card freischaltet.

miere World sie als Verkaufsmodell zur Verfügung: die d-box, die den Zugang zur digitalen und verschlüsselten Erlebniswelt des Pay-TV-Unternehmens erst möglich macht. Um die Vermarktung der HighTech-Box zu beschleunigen, hat sich Premiere World für seine Vertriebspartner etwas Besonderes einfallen lassen: Beim Verkauf des Decoders in Verbindung mit einem "12-Monats-Superpaket" erhält jeder Händler eine zusätzliche Provision, die, wie man aus Branchenkreisen hört, "durchaus die Fantasie für Bundling-Aktionen anregt". Auch wenn die d-box als Einzelprodukt verkauft oder wie bislang vermietet werden kann, hat die Verkaufsbox diese Möglichkeiten sehr schnell abgehängt. Roberto Blickhan, Geschäftsleitung Vertrieb Premiere World: "Wir sind überaus

zufrieden mit dem Einführungs-

erfolg des Kaufmodells. Bereits in

den ersten Tagen der Verfügbarkeit im Handel haben sich nahezu 50 Prozent aller neuen Abonnenten eines 12-Monats-Superpaketes zum Kauf der d-box entschlossen!"

Mit der neuen d-box bietet Premiere World über den Handel eine offene Plattform für alle anderen digitalisierten und frei zugänglichen Satellitenprogramme und konkurriert natürlich auch mit den Kaufmodellen anderer Hersteller. Womit das Thema "Hardware" für digitales TV-Erlebnis im Verkaufsgespräch zum Thema werden könnte, wie auch Frank Bargmann, Geschäftsführer der Fernseh Stadler GmbH in Hamburg, findet: "Hier liegt eine große Chance, dem Kunden zu zeigen, daß Fernsehen weit mehr ist, als pure Stapelware." Die d-box ist die Eintrittskarte in das vielfältige Premiere World-Programm. Mit dem populären Zugpferd Fußball-Bundesliga und individuell zusammenstellbaren Paketen – egal ob Action, Kino oder Schlager - bietet Premiere World auf alle Fälle eine hochattraktive "Ware", die sich im Handel entsprechend schnell "dreht".

Noch nie war das Megabyte-Speichern so preiswert wie heute, ganz gleich, ob es sich um Flashcards, Festspeicher, Harddisks, magnetische oder optische Wechselspeicher handelt. Für eine Mark bekam man vor fünf Jahren gerade mal 1,44 MB auf einer Floppy Disk, wogegen man heute für das gleiche Geld eine CD-ROM mit 640 MB beschreiben kann. Richtig teuer kann es allerdings trotzdem werden, falls wichtige Daten verlorengehen oder fehlerhaft werden. Das gilt vor allem dann, wenn die Existenz eines Unternehmens oder die Gesundheit und das Leben von Menschen von der Zuverlässigkeit der Datenspeicher abhängen. Deshalb ging PoS MAIL mit Interesse der Frage nach, auf welches Wechselspeichersystem einer der großen Dienstleistungsbetriebe der Fotobranche bei seinem Geschäft mit digitalisierten Bilddateien setzt.

Foto Quelle und Karstadt betreiben in der Bundesrepublik ein flächendeckendes Netz von Annahmestationen für ditgitale Bilddateien aus Aufträgen ihrer Kunden für den Druck und die Vervielfältigung von Fotoaufnahmen. Im Rahmen dieses Service wird täglich eine große Anzahl von Dateien von anderen Datenträgern wie Diskette, CD-ROM oder Flashspeicher übernommen oder mittels Scanner und Digitalkamera erfaßt. Um den schnellen, reibungslosen und zuverlässigen Transport der Bilddateien zwischen Filialen und Labors zu organisieren, ist ein gemeinsamer Medienstandard für alle Stationen dieser Dienstleistungskette unerläßlich. Da auch bei der Online-Übertragung von Dateien mehrfache Speichervorgänge notwendig waren, entschied sich Quelle/ Karstadt für die Verwendung eines

Wechselspeichersystems, bei dem die Bilddateien der Kunden von der Annahme über den Transport, bis hin zur Ausführung des Auftrags im Labor und der eventuellen Überspielung zu einem Webserver, auf dem gleichen Medium verbleiben können. Damit reduzieren sich diverse Fehlermöglichkeiten durch Übertragung und Zwischenspeicherung auf ein einziges Kriterium, die Zuverlässigkeit des Datenträgers.

Die Entscheidung der Verantwortlichen fiel für MO Medien (Magnetical Optical Storage) wegen deren Unempfindlichkeit gegenüber hohen Temperaturen und magnetischen wie mechanischen Einflüssen. Weitere Gründe waren die ausgezeichnete Schreib- und Lese-Kompatibilität bei häufigem Laufwerkswechsel und die hohe Anzahl möglicher Schreibzyklen, (1.000.000) sowie die für Wech-

Schwerarbeiter im Dauereinsatz - MO Medien



selspeicher schnelle Datentransfer-Rate von bis zu 6 MB/sec. Für PoS-MAIL ergab sich Anfang August die Möglichkeit, Dr. G. Loos, Labor Quelle/Karstadt, über seine Erfahrungen mit MO im rauhen Alltagsbetrieb zu befragen:

PoS-MAIL: Herr Dr. Loos, Sie setzen im täglichen Laborbetrieb MO-Wechselplattenspeicher ein. Welcher Art waren Ihre bisherigen Erfahrungen mit diesem System?

Dr. Georg Loos: Wir nutzen nun seit zwölf Monaten Fujitsu MO-Laufwerke und Medien zur Speicherung und zum Transport von Bilddaten.

PoS-MAIL: Erläutern Sie freundlicherweise unseren Lesern die spezifischen Anwendungsfälle die Digital-Annahmestationen? etwas detaillierter?

Dr. Georg Loos: Wir haben circa 170 digitale Annahme-Stationen unseres Foto-Service mit MO-Laufwerken ausgerüstet. In diesen Stationen werden Bilder aus Digitalkameras und von gängigen Datenträgern übernommen und zusammen mit den Auftragsdaten auf 640 MB MO-Medien abgespeichert.

PoS-MAIL: Die Filialen senden dann die Medien an einen Ihrer Laborbetriebe?

Dr. Georg Loos: Die Medien werden einfach von unserem regulären Tourendienst mit zum Labor genommen und nach Erledigung des Auftrags auch wieder zurücktransportiert. Bei uns kommen täglich die Bilder von der Digitalstation und MOs mit Filmen beim Tourendiensteingang an. Trotz der häufigen Rotation und den starken mechanischen Belastungen haben wir noch immer die erste Charge im Einsatz und mußten bis heute weder bei den Laufwerken noch bei den Medien einen Ausfall verzeichnen.

PoS-MAIL: Beschränkt sich in Ihrer Firma der Einsatz von MO auf

Dr. Georg Loos: Keineswegs. Im Labor werden die MOs auch intern genutzt, zur Speicherung von Bilddaten, zum Austausch zwischen den Servern und zur Archivierung der Bild-Dateien unserer Kunden. Das bot sich einfach an, nachdem die Grundausrüstung mit MO stand. Inzwischen findet der gesamte interne Datenaustausch im Labor nur noch über MO statt, und wir sind recht zufrieden mit diesem System.

PoS-MAIL: Daraus ist abzuleiten. daß Sie weiter mit MO arbeiten werden?

Dr. Georg Loos: Ja, Gründe für den weiteren Einsatz von MO sind für uns die mechanische und magnetische Sicherheit gespeicherten Information und die geringen Kosten infolge Vielfachbeschreibung. Die derzeitig verwendeten 640 MB Laufwerke sind für unsere Zwecke durchaus brauchbar. Aber jetzt, nachdem Fujitsu ein 1,3 GB Laufwerk in 3,5" Größe anbieten kann, planen wir bereits den Umstieg auf die größere Kapazität.

PoS-MAIL: Herr Dr. Loos, wir bedanken uns für das informative Gespräch mit Ihnen.





Loewe Chef erhielt Bundesverdienstkreuz

Der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Dr. Rainer Hecker, ist mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande ausgezeichnet worden. "Der Bundespräsident hat Ihr erfolgreiches unternehmerisches und ehrenamtliches Wirken gewürdigt", so Bayerns Wirtschaftsminister Dr. Otto Wiesheu bei der Übergabe des Ordens. Hecker ist seit 1982 für Loewe in führender Position tätig und seit 1990 Vorsitzender in der Geschäftsführung. Seit dem erfolgreichen Börsengang der Loewe AG im Jahr 1999 ist er Vorsitzender des Vorstands. Neben seiner beruflichen Tätigkeit ist Dr. Rainer Hecker in zahlreichen Ehrenämtern engagiert.

Führungswechsel bei Panasonic Marketing Europe

Seit dem 1. Juli ist Yukiharu Okamoto neuer Geschaftsführer der Panasonic Europe Marketing GmbH mit Sitz in Hamburg. Okamoto löst Tomikazu Ise ab, der als Geschäftsführer zu Matsushita Electric Europe (Headquarters) Ltd., London,



berufen wurde. Yukiharu Okamoto übernimmt mit seiner Position die Verantwortung für die Marketingaktivitäten und für übergreifende Dienstleistungen für die Länder Deutschland, Österreich, Dänemark, Belgien, Norwegen und Schweden. Nach seinem Studium der Hochfrequenztechnik trat er 1972 der Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. im japanischen Osaka bei. Zuletzt war er dort als Direktor der Sales Office for Europe beschäftigt.

Neuer Leiter Marketing bei Thomson in Hannover

Emanuel Funk-Moreau (28) ist ab sofort Manager Marketing & Business Support bei Thomson Consumer Electronics Sales GmbH & Co OHG, Hannover. Funk-Moerau absolvierte das Studium Internationales Management in Paris und war ab 1994 im Product Management von Renault Österreich tätig. Zwei Jahre später wechselte er zu L'Oreal/Lascad. Seine Tätigkeit als European Product Manager bei Thomson multimedia in Paris trat Funk-Moreau im



März 1999 an. Dort betreute er unter anderem für 16 europäische Länder die Produktgruppe TV-Geräte/16:9. In seinem neuen

Aufgabenbereich zeichnet Funk-Moreau für das gesamte Product Management und das Marketing der Marken Thomson, Telefunken und Saba in Deutschland und in Österreich verantwortlich.

Neuer Distribution Manager bei Memorex

Das Unternehmen Memorex bietet eine große Auswahl an Produkten bei optischen Speichermedien, Computerperipherien und Zubehör. Kai Miroschnik (38) ist als neuer Distribution Manager für den deutschen Markt verantwortlich. Der IT-Spezialist, der zuvor für den Wettbewerber Verbatim arbeitete,



engagiert sich neben dem bestehenden Retail-Geschäft stark für den Fachhandel. Als ersten und wichtigen Schritt in diese Richtung hat Memorex die auf den Fachhan-

del spezialisierten Distributoren Astra Datentechnik GmbH, B.com GmbH und more! Computer AG als neue Partner gewinnen können. Diese Unternehmen haben Memorex in ihre Produktpalette aufgenommen.



™Neuheiten

Motorola liefert sein erstes GPRS-Handy in Deutschland aus

Motorola hat mit der Auslieferung seines ersten GPRS-Mobiltelefons begonnen, dem Motorola Timeport P7389i. Das neue Gerät vervollständigt das bereits existierende Markensegment "Motorola Timeport", das speziell für die Be-



dürfnisse von Geschäftsreisenden und Managern ausgerichtet ist. Mit dem Motorola Timeport P7389i kann der Nutzer Anrufe entgegennehmen, auch wenn er Datendienste tätigt. Mit Hilfe eines RS232-Kabels (serielles Schnittstellenkabel) kann das Timeport P7389i auch als Modem in Verbindung mit einem Laptop oder Palm Pilot genutzt werden. Der Anwender hat damit die Möglichkeit, auch von unterwegs, Daten zu übertragen und auf das Internet oder auf E-Mails zuzugreifen. Mit Hilfe der "VoiceNote"-Funktion können Gesprächsinhalte, zum Beispiel Telefonnummern oder Wegbeschreibungen, mit einer Länge von bis zu drei Minuten aufgezeichnet werden. Die in das Mobiltelefon integrierte IrDA-

Technologie und das ebenfalls integrierte Modem erlauben einen kabellosen Daten- und Faxaustausch. Darüber hinaus verfügt das Motorola Timeport P7389i über die Synchronisations-Software TrueSync von Starfish. Damit kann der Nutzer, unabhängig von seinem Standort, gespeicherte Informationen wie Telefonnummern oder Short Message Service (SMS) zwischen Telefon und Laptop synchronisieren. Das Gerät wiegt 108 Gramm inklusive Standardakku und bietet mit dem Standardakku zwischen 40 und 150 Stunden Standby-Zeit oder zwischen 120 und 210 Minuten Dauer-Gesprächszeit. Das Motorola Timeport P7389i ist mit dem Vibrationsalarm VibraCall und der intelligenten Texteingabesoftware iTAP ausgerüstet.

Fritz!Card jetzt auch mit CAPI 2.0 unter Linux einsetzbar

AVM stellt ab sofort unter der Adresse www.avm.de alle Treiber und Komponenten seines umfassenden CAPI4Linux-Modells zum



kostenlosen Download bereit. Linux-Anwendungen, die für die neue CAPI2.0-Schnittstelle entwickelt werden, können so erstmals auf die weitreichenden Möglichkeiten

Bis zu acht Unternehmen gleichzeitig können Panasonic Tk-System nutzen

Zukunftssichere Technologie für alle betrieblichen Anforderungen soll das Panasonic Telekommunikations (Tk)-System KX-TD500CE bieten. Die Anlage ist modular aufgebaut und läßt sich so den spezifischen Bedürfnissen eines Unternehmens anpassen. Die Basiseinheit kann mit zwei Erweiterungen auf bis zu 512 Ports ausgebaut werden. Die Anlage bietet diverse Möglichkeiten der Gesprächsannahme und -verteilung sowie Funktionen wie integrierter Voice Mail-Betrieb, Kostenmanagement und Twin Port. Von diesen Vortei-

len können an einem Mehrfirmenstandort bis zu acht Unternehmen profitieren.

Mit der Anlage können alle Vorteile eines ISDN-Anschlusses genutzt werden. Dazu gehören beispielsweise Funktionen wie Anrufweiterschaltung auf beliebige Nebenstellen, automatische Abfrage oder Voice Mail. Letztere erlaubt unter anderem das Mitschneiden von Gesprächen in der Mailbox sowie das Mithören der Nachricht, die ein Anrufer hinterläßt. Neue Nachrichten werden durch Blinken der Nachrichtentaste oder ein besonderes Tonsignal angezeigt. Mit dem automatischen Routing werden Anrufe auf ein Mobiltelefon oder ein anderes externes Ziel umgeleitet. Umgekehrt kann sich der Nutzer von einem auswärtigen Standort über eine spezielle Zugangsnummer in die KX-TD500CE seines Unternehmens einwählen und so die Gebühren für geschäftliche Telefonate über die Firma laufen lassen. Mehrere Nebenstellen können zu einer Gruppe zusam-

mengefaßt werden. Kommt ein Anruf für eine gerade besetzte Nebenstelle herein, so wird er entsprechend der Programmierung an eine andere Nebenstelle weitergeleitet.

Weitere Merkmale des Panasonic Tk-Systems sind Kostenmanagementfunktionen und eine einfache Gesprächsdatenerfassung. Die KX-TD500CE gestattet außerdem die Integration eines vorhandenen Kommunikationsnetzes auf jedem beliebigen Niveau, von der Gebührenüberwachung mit einem einfachen Drucker bis hin zur

Einbindung in Computernetzwerke und Vermittlungszentralen. Die Computer Telefonie Integration (CTI)-Standards ermöglichen die reibungslose Abwicklung der Geschäftskommunikation.

Verschiedene digitale Systemtelefone stehen für die KX-TD500CE zur Auswahl. Allen gemeinsam sind Merkmale wie automatische Rufannahme, Jog-Dial, zehn Rufnummernspeicher und eine Reihe frei programmierbarer Tasten. Über die einzigartige Panasonic Twin Port-Technologie werden analoge Endgeräte, wie beispielsweise ein Schnurlos-Telefon oder ein persönliches Arbeitsplatzfax, an das Systemtelefon angeschlossen. Für die unterschiedlichen Nebenstellen lassen sich bis zu 96 verschiedene Berechtigungsklassen definieren. So kann man einigen Nebenstellen Funktionen zuweisen, die andere nicht besitzen, zum Beispiel Kostenverwaltung, Aufschalten oder Tag-/Nachtschaltung. Das Panasonic TK-System ist ab sofort erhältlich.

des digitalen ISDN-Netzes zugreifen. Mit den vollständig CAPI2.0 kompatiblen Treibern für die internen AVM Fritz!Cards können ISDN-PC-Controller jetzt auch unter Linux einfach installiert und konfigiuriert werden. Die entsprechenden Anwendungen wie Internet Access und FaxG3-Applika-

Farben erhältlich:

One

das

tionen wurden vom Hersteller ebenfalls für Linux optimiert.

Profianrufbeantworter von Tiptel bietet viele Komfortfunktionen

Die nach Angaben des Herstellers "überragende Sprachqualität", eine Aufzeichnungskapazität von bis zu 60 Minuten, VoiceMail-System, CLIP-Funktion und eine Vielzahl weiterer Komfortmerkmale sind die wichtigsten Kennzeichen des neuen Profi-Anrufbeantworters tiptel 340 clip. Die Neuheit des Ratinger Unternehmens Tiptel ermöglicht, bis zu sechs unterschiedliche Ansagen zeitgesteuert zu aktivieren. Als VoiceMail konfiguriert, erhalten bis zu vier Benutzer eine eigene Sprach-Mailbox mit individueller Ansage und Fernabfragemöglichkeit. Das Telefonregister nimmt bis zu 100 Einträge auf, die Anruferliste speichert bis zu 50 Anrufer.



Allen kann ein individueller Rufton zugewiesen werden. Außerdem verfügt das Gerät über einen Audio-Ausgang, über den sich Nachrichten auf Cassette oder anderen Aufnahmemedien archivieren lassen. Der Audio-Eingang wird zur Überspielung von Ansagen genutzt. Menüführung, Softkey-Steuerung und das beleuchtete Grafikdisplay sind weitere Ausstattungsmerkmale. Der tiptel 340 clip ist ab sofort zu haben.



Loewe Telecom bringt ausgezeichnete DECT-Telefone auf den Markt

Für ihre herausragende Gestaltung sind die neuen DECT-Telefone der Linie alphaTel 4000 von Loewe Telecom vom Industrie Forum Design Hannover ausgezeichnet worden. Neben ihrem schicken Aussehen bieten die Geräte, die in diesen Tagen auf den Markt kommen, alle DECT-typischen Leistungsmerkmale. So lassen sich etwa bis zu sechs Mobilteile an einer Basisstation anschließen. und die Weiterleitung von Gesprächen ist ebenso möglich wie der Nebenstellenbetrieb. Außerdem weisen die Geräte eine Reichweite von zirka 300 Metern im Freien und zirka 50 Metern in Gebäuden auf.

Alcatel führt GSM-Handys der neuen Produktfamilie One Touch 300 ein

Alcatel hat seine neuen GSM-Handys der Produktlinie One Touch 300 vorgestellt. Die Mobiltelefone dieser Produktfamilie wurden vor allem für Anwender konzipiert, die immer mehr Funktionen in immer kompakteren und leichteren Handys wünschen. Die One Touch 300 Familie umfaßt die Modelle One Touch 301, One Touch 302 und One Touch 303.

Die Handys der neuen Linie zeichnen sich durch bewährte Technik, formschönes Design, Benutzerfreundlichkeit und ein interessantes

ALCATEL

Preis-/Leistungsverhältnis aus. Dabei sind die Geräte jedoch kleiner, leichter und einfacher zu bedienen als frühere Modelle. Alle Handys der Linie One Touch 300 weisen aktuelle Leistungsmerkmale auf: Die zentrale Navigationstaste verschafft über animierte Funktionssymbole schnellen und einfachen Zugang zu den Funktionen. Außerdem be-

sitzen die Geräte eine inte-

grierte Freisprecheinrichtung

und Vibrationsalarm. Alle

300er-Handys sind darüber hinaus mit neuester WAP-Technologie ausgestattet. Durch eine einfachere Bedienoberfläche und prädiktive Texteingabesoftware wurde
in den neuen Handys auch der Short Message Service
(SMS) verbessert. Weiterhin verfügen die Mobiltelefone
über einen integrierten Rechner, einen Währungsumrechner und einen Terminerinnerungs-/Weckalarm.
Drei Spiele und programmierbare Melodien vervollständigen die Ausstattung. Jedes Modell der neuen
Produktlinie ist in fünf speziellen



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

Designstudien und Prototypen für UMTS von Siemens

Siemens hat eine Reihe von Designstudien und Prototypen für die UMTS-Telefonie der Zukunft vorgestellt. Mit dem "SX 45" präsentierte das Unternehmen beispielsweise ein unkonventionell gestaltetes Gerät, dessen großes Farbdisplay gleichermaßen Blickfang und Kommandozentrale ist. Große Softkeys an beiden Seiten ermöglichen eine einfache Navigation durch die Benutzeroberfläche, und eine integrierte Farbvideokamera im Miniaturformat erlaubt die Kommunikation zwischen zwei Anwendern "von Angesicht zu Angesicht". Ein Sensor, der den Benutzer an seinem Fingerabdruck erkennt, macht Geheimnummern oder PIN überflüssig



So wie dieser Prototyp aus dem Hause Siemens könnte ein Mobiltelefon der

und verhindert den Mißbrauch des Gerätes. Durch Drehen der oberen Gehäusehälfte wird die Tastatur sichtbar.

Die Studie "Axess" verbindet schlanke Formen mit hoher Nutzungsfreundlichkeit. Im geschlossenen Zustand präsentiert sich das Modell wie ein normales Mobiltelefon mit großer Tastatur, das durch die Materialmischung von Metall und weichen Kunststoffen sowie Leder angenehm in der Hand liegt. Nach dem Öffnen zeigt sich ein großer, berührungsempfindlicher Bildschirm, der einfache Dateneingabe über ein stiftgeführtes Menü erlaubt. Eine integrierte, ausklappbare Miniaturkamera und eine Freisprechanlage erlauben auch hier die audiovisuelle Kommunikation. Bei "Ammonite" sind die Siemens-Designer schließlich auf den Wunsch eingegangen, mobilen Endgeräten den Charakter eines wertvollen Schmuckstückes zu geben: Zusammengeklappt gleicht die Studie einem muschelförmigen Amulett. Nur durch drei Knöpfe auf der Seite ist der wahre Zweck zu erkennen. Der große Bildschirm und die Softkey-Tastatur zeigen sich nach dem Öffnen des Gerä-

Ericsson Consulting GmbH legte Studie zu UMTS vor

Mitte Juli, ein Jahr nach ihrer Gründung und wenige Wochen vor Beginn der Versteigerung der UMTS-Lizenzen, hat die Ericsson Consulting GmbH in Düsseldorf eine Marktstudie zu UMTS vorgestellt. Ziel dieser Umfrage war es, die Wünsche, Anforderungen und Erwartungen des Massenmarktes und Unternehmen in bezug auf **UMTS-Dienste zu ermitteln.**

"Wir gehen derzeit davon aus, daß es in wenigen Jahren rund eine Milliarde Nutzer geben wird, die mobil ins Internet gehen. Deshalb betrifft UMTS alle Unternehmen," brachte Andreas Wild, Geschäftsführer der Ericsson Consulting GmbH, eines der wichtigsten Ergebnisse der Studie auf den Punkt. "Allerdings sind 89 Prozent der Unternehmen heute noch nicht darauf vorbereitet, das heißt, sie haben sich weder Gedanken zu UMTS gemacht noch Technologien geschaffen."

Für die Umfrage wurden zum einen vier Fokusgruppen mit je acht Teil-

nehmern gegründet. Sie diskutierten intensiv verschiedene Anwendungen für

den Massenmarkt. Zum anderen wurden 41 intensive Interviews mit Unternehmen aus den drei Segmenten Finanz, Logistik und Handel sowie Medien geführt. Wild: "Die Segmente haben deutlich unterschiedliche Bedürfnisse. Dennoch zeigen sich interessante Trends."

So ist UMTS definitiv ein Thema für die Wirtschaft. Die 41 Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligten, entsprechen 77 Prozent aller angesprochenen Unternehmen. 65 Prozent der befragten Unternehmen sind bereit, für "mobile Dienste" mehr Geld auszugeben. Dabei wurden als mobile Anwendungen mit dem höchsten Potential genannt: M-Commerce (84 Prozent), Navigation und Telematik (82 Prozent), Nachrichten (76 Prozent), Unified Messaging (66 Prozent), E-Cash (60 Prozent), Video und Videokonferenzen (58 Prozent), individualisierte Dienste (50 Prozent) und Wertpapierhandel (47 Prozent).

Als wichtigste Vorteile mobiler Anwendungen erwarten die befragten Unternehmen in gleichem Maß Verbesserung der Kundenbeziehungen und Abläufe, Zeitersparnis und höhere Wettbewerbsfähigkeit (4,8 bis 4,7 Punkte auf einer



Ahrens (Principal Operators and Service Providers, Ericsson Consulting GmbH), Thomas Kommerell (Practice Manager Mobile Internet und

Skala von 1 bis 6, mit 6 als "sehr wichtig"). Dahinter rangieren Qualitätsverbesserung (4,4), Imagepflege (3,7) und Mitarbeiterzufriedenheit (3,4).

htig?

Neben diesen statistischen Ergebnissen präsentierte Wild fünf Thesen, die sich nach Auffassung der Ericsson Consulting GmbH aus

Wertschöpfung im Mobilfunk von reiner Sprachvermittlung hin zu Datendiensten, so wird deren Inhalt entscheidend für ihren Wert. Der Mehrwert liegt nicht in der Datengeschwindigkeit, bloßen sondern in der Information, die dem Kunden mit den Daten geboten wird. Die UMTS-Betreiber verkommen. Das löst einen Wettbewerbssog aus.

5.) "Plan to learn – act to win" – Nur wer rasch lernt, gewinnt. UMTS bringt vielfältige neue Geschäftsmöglichkeiten, besonders bei neuen, mobilen Anwendungen. Geschäftsstrategien müssen überdacht oder erneuert werden, um an

noch Technolowurden zum einen en mit je acht Teil Wurden zum einen einen en mit je acht Teil Wurden zum einen en mit je acht Teil

der Studie ableiten lassen: 1.) "Buy or bye-bye" - UMTS ist keine Option für Netzbetreiber, sondern eine Notwendigkeit. Zwar lassen sich die heutigen Mobilfunkfrequenzen noch einige Jahre nutzen, doch die Übertragungskapazität



Längst sind die Zeiten vorbei, in denen die Mobiltelefonierer an ihren dunklen Anzügen und teuren Autos zu erkennen waren. Der Mobilfunk der dritten Generation (G3) wird immer jünger werdende Zielgruppen ansprechen.

wird mit zunehmendem Sprachund vor allem Datenverkehr bald zu eng werden. Nur UMTS-Frequenzen sichern diese entscheidende Ressource für die Zukunft. 2.) "Earn more or churn more" – **UMTS-Lizenzinhaber dominieren** die Entwicklung neuer Wertschöpfungsmodelle. Verlagert sich die fügen über wichtige Kundeninformationen wie Rechnungsdaten, Rufnummer, gegebenenfalls Aufenthaltsort und den Typ seines Endgerätes. Der Dienstleister benötigt diese Information, um seine Angebote auf den individuellen Kunden zuzuschneiden und diese anschließend über den UMTS-Betreiber an den Kunden zu senden. Der Netzbetreiber steht an der entscheidenden "Mautstelle". Mehrwert führt zu mehr Gewinn ("earn") und verhindert Kundenverlust ("churn").

3.) "Smart Bytes" – Nur attraktive Anwendungen und Dienste füllen die UMTS-Bitpipe mit Daten. Netzbetreiber müssen selbst oder über Dritte Mehrwertdienste bieten. Überläßt das Mobilfunkunternehmen die Mehrwertdienste Dritten, so klinkt es sich zum Großteil aus der Wertschöpfungskette aus. Es muß dem Endkunden selbst oder zumindestens über seine Rechnung eigene Dienste bieten - schon, um nicht austauschbar zu sein.

4.) "Need for speed" - Der UMTS-Roll-out wird schnell geschehen. Auf jeden Fall werden Neueinsteiger UMTS so schnell wie möglich aufbauen, schon, um schneller in die Gewinnzone zu

der neuen Wertschöpfung teilzunehmen. Das Geschäft wird komplex, vielseitig und nicht mehr von einem allein handhabbar. Partnerschaften und Kooperationen sind notwendig.

Diese fünf Thesen sind ausführlich in einem Thesenpapier begründet. Dieses kann angefordert werden bei der Ericsson Consulting GmbH, Fritz-Vomfelde-Str. 26, 40547 Düsseldorf, Telefon 0211/ 534-3740, Fax 0211/534-3743.

Ericsson Consulting

Die Ericsson Consulting GmbH wurde im Juni 1999 gegründet. Mit derzeit 65 Mitarbeitern legt sie den Fokus ihrer Beratung auf kommunikationstechnische Lösungen für Unternehmen. Unter der Leitung von Geschäftsführer Andreas Wild arbeiten Technologie-Experten, die Erfahrungen aus den verschiedensten Wirtschaftszweigen mitbringen, etwa Bank- und Finanzwirtschaft, Medien- und Unterhaltungsbranche, Automobil- und Logistiksektor sowie Tk. Der integrative Projektansatz reicht von der strategischen Konzeption bis zur organisatorischen und technologischen Umsetzung und baut auf drei Kompetenzbereiche auf: Strategie- und Change Management, E-Business und Mobile Internet sowie Customer Relationship Management.



Viag Interkom meldet Verdoppelung der Mobilfunkteilnehmer

Viag Interkom hat in den ersten sechs Monaten des Jahres nach eigenen Angaben die Zahl seiner Mobilfunkteilnehmer erneut verdoppelt. Bis Ende Juni 2000 telefonierten bereits 1,8 Millionen Kunden mobil im Viag Netz. Der Gesamtumsatz stieg im ersten Halbjahr auf 1,3 Milliarden DM und hat sich damit, verglichen mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum, fast verdreifacht. Im Geschäftskundenbereich, der etwa ein Drittel zum Gesamtumsatz beiträgt, konnte das Unternehmen den Umsatz im ersten Halbjahr um gut 30 Prozent ebenfalls deutlich steigern.

Für das zweite Halbjahr hat sich Viag Interkom ehrgeizige Ziele gesetzt: Der Umsatz soll sich auf weit über drei Milliarden DM erhöhen. Im Mobilfunk werden deutlich mehr als drei Millionen Kunden erwartet. Bis Ende Juni hat das Unternehmen bereits 500 Millionen DM investiert. Insgesamt werden es in diesem Jahr 1,6 Milliarden

DM sein. Diese Investitionen gehen vor allem in den weiteren Netzaufbau, die Erhöhung der Kapazitäten sowie in eine moderne System- und Server-Architektur. Ein Schwerpunkt der Investitionen wird außerdem im Ausbau des breitbandigen drahtlosen Ortsnetzzugangs liegen. Die Zahl der Mitarbeiter bei Viag Interkom erhöhte sich im ersten Halbjahr auf 5.000 und soll bis Ende des Jahres auf über 6.000 steigen.



Markus Brößkamp verstärkt das Sales-Team von mediaWays

Markus Brößkamp (28, Bild oben), bisher als Key Account Manager in der Mobilfunkbranche tätig (Dextra Mobilfunk, Hutchison Telecom), verstärkt ab sofort als Sales Manager das mediaWays Team. Zu seinen Aufgaben gehören die Betreuung der Sender, Verlags- und Agenturkunden. Das Medienteam wird von Matthias Wagner (ehemals Premiere) geleitet. Die mediaWays GmbH, eigenen Aussagen zufolge eine der ersten Adressen für Internet-Technologie, gilt als Spezialist für Business-Kommunikation und gehört zur Spitzengruppe der alternativen Carrier in Deutschland. Das Unternehmen betreibt eines der größten IP-Netzwerke in Europa und zählt zu den Top-Anbietern für Business-Kunden.

Backbone-Netz von Nacamar und World Online wird ausgebaut

Die World Online GmbH/Nacamar, einer der führenden Internet- und Portal-Anbieter in Deutschland, wird in den nächsten Monaten ein komplettes Upgrade seiner europäischen Hauptringe auf 622 Mbps vornehmen und ein Wellenlängennetz mit 2,5 Gbps neu in Deutschland aufbauen. Als Vorstufe zu diesem Ausbau erfolgen bereits in den nächsten Wochen in erheblichem Umfang Erweiterungen des Backbone-Netzes auf innerdeutscher, europäischer und transatlantischer Ebene.

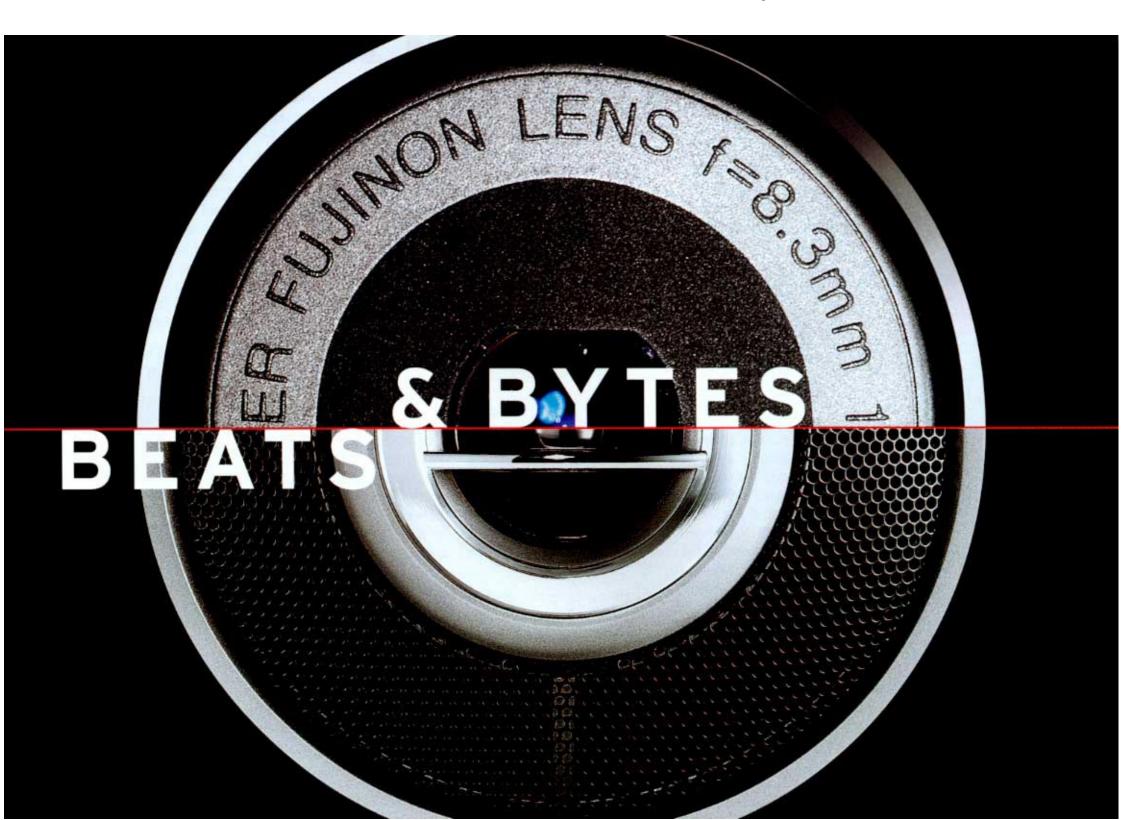
E-Plus sucht die beste mobile Datenlösung für High Speed Mobile Data

Für innovative Lösungen zur schnellen mobilen Datenkommunikation via E-Plus High Speed Mobile Data verleiht E-Plus den "Mobile Data Application Award". Der Gewinner des Preises erhält als Siegprämie 20.000 DM. Zur CeBIT 2000 hatte E-Plus die neue Datenübertragungstechnologie in den Markt eingeführt. Derzeit ist der Düsseldorfer E-Netzbetreiber der einzige Anbieter, der bis zu viermal höhere Übertragungsraten als in den anderen Mobilfunknetzen ermöglicht. Die Auswahl des Gewinners erfolgt durch eine Fachjury, die sich aus Spezialisten und Persönlichkeiten der IT- und Tk-Branchen zusammensetzt. Die beste mobile Datenlösung wird auf der Messe Systems 2000 (6.-10. November) einem breiten Publikum präsentiert und an den Gewinner der "Mobile Data Application Award 2000" übergeben.

Für diesen Preis fordert E-Plus jetzt Unternehmen wie System-, Hard- und Softwarehäuser auf, Unternehmensanwendungen auf Basis der E-Plus High Speed Mobile Data-Technologie vorzustellen. Die Bewerbung zum Wettbewerb muß in Form einer zehnseitigen Präsentation bis zum 15. Oktober an die Adresse: E-Plus Mobilfunk GmbH, Abteilung New Channel Management, Mirko Wagener, Parsevalstraße 9b, 40468 Düsseldorf, eingesendet werden. Nähere Auskünfte erhalten Interessierte unter 01801/770178.

T-Mobil Aufsichtsrat bestellt zwei neue Geschäftsführer

Dr. Klaus Tebbe und Timotheus Höttges sind vom Aufsichtsrat der T-Mobil zu neuen Geschäftsführern bestellt worden. Tebbe (Jahrgang 1954) übernahm Anfang August die Verantwortung für das Marketing. Dieser Bereich wurde bislang in Personalunion von René Obermann betreut, der sich nun ganz auf seine Aufgaben als Vorsitzender der Geschäftsführung der Telekom-Tochter konzentriert. Der 37jährige Höttges tritt am 1. September die Nachfolge des bisherigen T-Mobil Finanz-Chefs Michael Günther an. Dieser war bereits zum 1. Februar zum Finanz-Vorstand der neuen Holding T-Mobil International bestellt worden. Während Tebbe bereits seit 1989 für den Telekom-Konzern arbeitet, tritt Höttges jetzt seine erste Position bei der Telekom an.



Tk-Produkte unter dem Dach von IMT-Technology AG AEG zeigt wieder Präsenz

Der Großkonzern Daimler-Chrysler, der die Namensrechte der AEG hält, hat einen neuen Partner gefunden.

Die ITM-Technology AG aus Karlsruhe hat die weltweiten Rechte für Produkte des Namens AEG im Bereich der Telekommunikation und Informationstechnologie erhalten. Das Unternehmen will europaweit hochwertige Produkte zu konkurrenzfähigen Preisen einführen.

Die ITM Technology AG wurde mit sofortiger Wirkung auch personalmäßig reorganisiert. Ralph Kimmig leitet als Vorstand die Ressourcen Finanzen, Einkauf und Organisation. Willi Radons ist für den Export und die OEM-Projektierung zuständig, während Dr. Wilfried Hinüber für Entwicklung und Fertigungsfragen verantwortlich zeichnet. Die nationalen Vertriebs- und Marketingaktivitäten werden von Detlev Driemeier, der aufgrund sei-



Vorstand Ralph Kimmig leitet die Bereiche Finanzen, Einkauf und Organisation.

ner langjährigen Branchenerfahrung über eine hohe fachliche Kompetenz verfügt, wahrgenommen. Im Umfang der AEG Produktfamilie werden analoge Deptund ISDN-Geräte angeboten, Anrufbeantworter sowie einfach zu installierende Tk-Anlagen, funkgesteuerte Haus-Alarmanlagen sowie Produkte an der Schnittstelle zur PC-Welt. Das Vertrauen, das



Willi Radons ist für den Export und die OEM-Projektierung verantwortlich.

Daimler-Chrysler in die Lizenznehmer des Namens AEG legt, wird sicherlich eine Garantie dafür sein, daß hochwertige Technik unter Aufsicht von ITM gefertigt wird. Für die Weihnachtssaison sollen in einem guten Preis-/Leistungsverhältnis liegende Funk-Alarmsysteme für den Hausgebrauch sowie GSM Mobiltelefone und Navigationsgeräte unter dem AEG Label gefer-



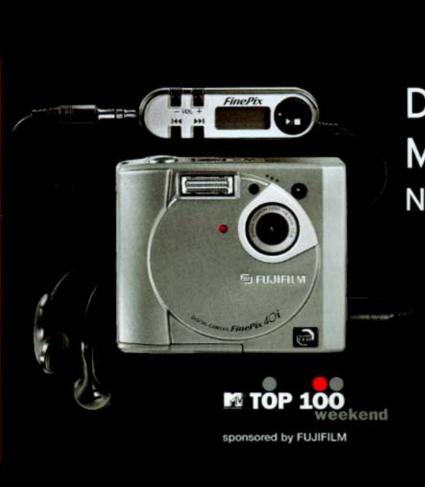
Detlev Driemeier möchte dem Handel mit den neuen Produkten attraktive Margen sichern.

tigt werden. Ein späteres Engagement im Bereich der Unterhaltungselektronik wird derzeit geprüft. Die ITM Technology AG, die als Holding bereits Ende 1999 gegründet wurde, ist kein Newcomer in diesem Bereich. Detlef Driemeier und seine Vertriebsmannschaft versichern, daß neben äußerst attraktiven Verkaufspreisen dem Handel auch abgesicherte und zu-



Dr. Wilfried Hinüber ist der Mann für Entwicklungs- und Fertigungsfragen.

friedenstellende Margen geboten werden. Namhafte UE-Kooperationen sowie Kaufhäuser haben bereits großes Interesse an den neuen Produkten signalisiert. Führende europäische Telekommunikationsanbieter sind als ITM-Kunden sowohl mit den Produkten als auch mit dem Service zufrieden. Dies spricht für die Kompetenz von ITM Technology.



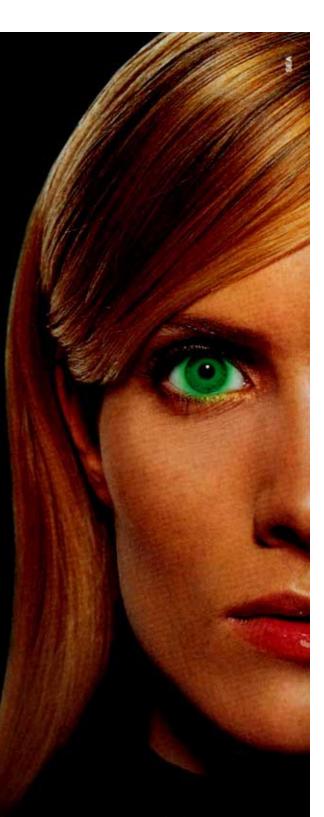
DIGITALKAMERA MIT MP3-PLAYER

NEU: FINEPIX 40i

OUR EYES: ULTRAHOHE BILD-AUFLÖSUNG: 4,3 MIO. BILDDATEN MIT SUPER CCD 2,4 MEGAPIXELN DIGI-TAL-ZOOM MOVIE FUNCTION UL-OUR EARS: MP3-PLAYER MIT DEM SPECIAL: AUSWECHSELBARE SMARTMEDIA™CARD PLUS KOPFHÖ-RER FÜR DIREKTEN MUSIK-**GENUSS. SELL IN & SELL OUT:** JETZT ORDERN!



www.fujifilm.de





In-Fusio verzeichnet 500.000 Spielabrufe via WAP und SMS

In-Fusio, einer der führender Anbieter mobiler Spiele, hat im Juli den 500.000 Spielabruf via WAP und SMS gefeiert. In-Fusio rechnet bis Ende 2000 mit einer Million Abrufen seiner Handy-Spiele Dazu bringt der französische Anbieter bis zum Jahresende 50 verschiedene Spiele auf den Markt. Die meisten Spiele können von Besitzern WAP-fähiger Handys genutzt werden. In Deutschland bietet zum Beispiel T-Mobil das Adventure-Spiel "In-Spirit" auf seinem WAP-Portal an. Weitere Kooperationen wurden unter anderem mit France Telecom und British Telecom abgeschlossen.

Fritz!-Update: Über 250.000 Nutzer im ersten Monat

Mit über 250.000 Downloads innerhalb eines Monats ist die neue Version Fritz! v3.0 des Berliner Herstellers AVM einer Pressemitteilung zufolge zu einem echten Renner geworden. Großen Anklang finde nach Angaben des Unternehmens insbesondere Fritz! web. Das Modul ist Bestandteil von Fritz! v3.0 und bietet ISDN-Nutzern eine schnelle und einfache Internetverbindung. Fritz!web sei bei Geschwindigkeit, Leistung und

Komfort den traditionellen Einwahlverfahren überlegen. Dabei wird für WWW-Browser und andere Internet-Programme "Fast Internet over ISDN" mit Kanalbündelung, Datenkompression und Short Hold Mode zur Verfügung gestellt. AVM stellt das Upgrade für alle Fritz!Card-Nutzer unter www.avm.de zum kostenlosen Download bereit. Alternativ ermöglicht Fritz!data (Fritz!data starten und AVM Data Call Center im Adreßverzeichnis wählen) einen Download mit 128 KBit/s direkt über ISDN.

Komsa und Swyx schulen Fachhändler zum Thema "Voice over IP"

Der sächsische Tk- und IT-Spezialist Komsa Kommunikation Sachsen AG und die Swyx Communications AG haben einen Distributionsvertrag geschlossen. Den Beginn der umfangreichen Zusammenarbeit bildet eine Schulungs- und Trainingsreihe für Fachhändler. Mit dem Swyx Solution Partner Autorisierungsprogramm können die Fachhändler IP-Telefonie sicher vermarkten, und sie erhalten einen tiefen Einblick in die Installation und Konfiguration des Systems. Swyx ist ein innovativer Anbieter von Hard- und Software-Lösungen für die Telefonie über Datennetze auf Basis der "Voice over IP"-Technologie. Die Komsa wird dabei den Vertrieb von SwyxWare über bestehende Fachhändler sowie neu zu gewinnende Systemhäuser übernehmen. Bereits drei Schulungstermine der Autorisierungs- und Zertifizierungsschulungen mit Swyx und Komsa fanden in Hartmannsdorf und Düsseldorf statt. Aufgrund der großen Resonanz ist eine flächendeckende Ausweitung des Programms auf über zehn verschiedene Städte für das dritte und vierte Quartal in Vorbereitung.

D2-Kunden können ihre Aufträge jetzt auch per Internet erteilen

Ab sofort können D2-Kunden auch per Internet ihre D2-Rechnung durchgehen, Mobilfunk-Dienste bestellen, Änderungen von Adresse oder Bankverbindung mitteilen und den Tarif wechseln. Denn D2 bietet neuerdings eine virtuelle Kundenbetreuung an. Mit dem neuen Online-Service erfüllt das Unternehmen den Wunsch vieler Kunden, die derartige Transaktionen vom heimischen PC aus ganz bequem erledigen möchten. Seine Anliegen konnte der Kunde bislang bereits per Telefon, Brief, E-Mail und Fax an D2 richten. Jetzt hat er zusätzlich die Möglichkeit, seine Aufträge per Internet zu übermitteln. Dazu zählen auch Kartentausch, Aktivierung der Mailbox sowie Bestellung von Fax- und Datendiensten oder Wahl der Tarifoptionen wie D2-BestCity und D2-BestFriend. Auch die bisherigen Möglichkeiten des D2-WebService wurden in den neuen D2-KundenService integriert. Er steht sowohl Credit-Kunden (D2-Fun, D2-Classic, D2-Classic-Premium) als auch Prepaid-Kunden (D2-CallYa) ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung. Um den Service zu nutzen, muß der Kunde die Rubrik "KundenService" auf der Webseite www.d2mannesmann.de aufrufen sowie seine D2-Nummer und sein Kundenkennwort eingeben.

E-Plus-Interessenten bekommen über neue Nummer günstige Infos

Guten Service und preisgünstige Tarife sind E-Plus-Kunden von ihrem Netz gewohnt. Aber da der Service bei E-Plus nicht erst nach dem Vertragsabschluß beginnt, bietet das Unternehmen potentiellen Kunden eine Interessenten-Hotline. Diese ist mit der neuen Rufnummer 01803/177177 jetzt besonders günstig geworden: Nur noch 0,18 DM pro Minute kostet die Beratung aus dem nationalen Festnetz. An 365 Tagen im Jahr, jeweils von 8-22 Uhr, beantworten Kundenberater alle Fragen, die auftreten, wenn man sich für einen Mobilfunkvertrag oder eine Prepaid Karte von E-Plus interessiert.

Jens Kürten leitet P+Ö bei Ericsson

Jens Kürten hat die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (P+Ö) bei Ericsson übernommen. In dieser Funktion ist er für die Pressearbeit rund um Consumer Products zuständig und betreut die Wirtschafts-



presse, Investor Relations und die Ericsson Consulting GmbH. Kürten ist 31 Jahre alt. Er studierte in Göttingen, Cork (Irland) und Bonn Volkswirtschaft. Vor seiner Anstellung bei Ericsson arbeitete er bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, dort zuletzt in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Ob es um die aktuellen Handy-Modelle, die Tarife oder das Diensteangebot geht, ob der Anrufer den Internet Provider E-Plus Online nutzen möchte; die Interessenten-Hotline hält alle Informationen bereit. Besonders praktisch: Die Informationen werden auf die individuellen Bedürfnisse des Anrufers zugeschnitten. So erhalten Interessenten beispielsweise einen persönlichen Tarifvorschlag oder Auskunft über die Netzabdeckung im jeweiligen Wohnort.

D Plus will Ende des Jahres eine Million Kunden bedienen

Full-Service-Provider D Plus hat seine Wachstumsziele höher gesteckt. Ende des Jahres will das Unternehmen eine Million Kunden auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt bedienen. Das Ziel sei ehrgeizig, aber keineswegs unrealistisch, hieß es in einer Pressemitteilung. Denn das explosionsartige Wachstum des Mobilfunkmarktes biete nicht nur den schnellen Vermarktern gute Chancen, sondern auch dem Fachhandel. "Die Grundlagen für ein quantitativ wie qualitativ stärkeres Wachstum sind gelegt", so D Plus-Geschäftsführer Uwe Becker. Schließlich biete D Plus nach wie vor als einziger Anbieter Deutschlands nicht nur die marktüblichen Produkte und Prepaid-Pakete der Netzbetreiber, sondern zwei D Plus-spezifische Prepaid-Alternativen: D Plus Trend und D Plus ForYou. Uwe Becker: "Mit diesem Produktmix und mit unseren Fachhandelspartnern sind wir gut positioniert, um zum Jahresende nicht nur die angepeilte Kundenzahl zu erreichen, sondern auch unser qualitatives Ziel nicht aus den Augen zu verlieren. Das heißt: weiterhin überdurchschnittlich viele Geschäftskunden und Vertragskunden auch im Privatbereich. Auf diese Weise wollen wir unsere ohnehin schon gute Ausgangsposition für den UMTS-Markt sichern."

Viag Interkom will den drahtlosen Zugang zum Ortsnetz massiv ausbauen

Viag Interkom will im zweiten Halbjahr den drahtlosen Zugang zum Ortsnetz per Richtfunk massiv ausbauen. Dadurch sollen vor allem kleine und mittelständische Unternehmen an das Netzwerk von Viag Interkom angeschlossen werden. Ziel der "Offensive Mittelstand" sei es, den breitbandigen direkten Endkundenzugang (Direct Access) für Sprache, Daten und Internet bundesweit anbieten zu können. Die Zahl der mit dieser Technologie versorgten Kunden soll bis Ende des nächsten Jahres 15.000 betragen. Viag Interkom wird bis 2003 rund eine Milliarde Mark in den Ausbau der Richtfunk-Infrastruktur investieren. Das bereits gut ausgebaute E2-Mobilfunknetz biete Viag Interkom nach eigenen Angaben bei der Ausweitung des Richtfunkes einen entscheidenden Vorteil. Sowohl die Antennenanlagen als auch das Transportnetz und die Vermittlungstechnologie könnten dafür mit verwendet werden. Dies wirke sich positiv auf die Kosten und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens aus.

Red Cube rechnet Internet-Telefonie mit Telesens-Software ab

Die Red Cube International AG, einer der weltweit führenden Anbieter im Bereich Internet Protocol (IP) Telefonie und Internet-Kommunikationsdienstleistungen, und die Telesens AG haben bekanntgegeben, daß Red Cube im Bereich Voice-over-IP (VoIP) weltweit künftig auf Billing-Systeme von Telesens setzt. Red Cube ist europaweit einer der am schnellsten wachsenden Anbieter von Systemen für das Telefonieren via Internet-Protokoll (IP) und webbasierten Kommunikationsdienstleistungen. Um die Produktvielfalt im Internet zukünftig gewinnbringend zu plazieren, sei auch für Red Cube die Herausforderung, "Content abzurechnen", hieß es in einer Pressemitteilung.





my-eXtra.com setzt weiter auf "two in one"

Das Distributionsportal der Brodos AG, my-eXtra.com, präsentiert seit Anfang August auf mittlerweile 580 Seiten sein neues Produktsortiment. Auch diesmal bekommt jeder Händler "two in one": zwei Kataloge in einem. Und das nicht ohne Grund, denn my-eXtra.com-eigene Befragungen unter den Fachhändlern haben das Erfolgskonzept der vergangenen Jahre bestätigt. Neben den neuesten Produkten und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz und Mobiltelefonie sind nun beim Distributionsportal auch Mobile-Office-Produkte und Organizer ins Sortiment eingeflossen. Immer deutlicher wird hier die Zielrichtung des Marktes: Die Kommunikation wird mobiler. Und damit auch die Geräte. Diese kommen von namhaften Herstellern wie Nokia, Siemens, Motorola, Alcatel und Ericsson, um nur einige zu nennen. Eine weitere Bedeutung von "two in one" kommt auch mit der Kombination von traditionellem Geschäft und E-Business zum Tragen: Neben dem neuen Katalog – dem offline-tool – gibt es von my-eXtra.com die aktuellste Version der brodos-Software für den Händler – das online-tool – gratis dazu.



Man nehme zuverlässige Technik nach dem neuesten Stand, frische Farben und einen begabten Designer und forme damit ein Set aus optisch ansprechendem TV-Gerät und passendem Videorecorder. Das Resultat stellt LG unter dem

Namen "Netee" (gesprochen: Netie) vor und spricht damit eine junge Zielgruppe an, die frische Farben und Formen nicht nur auf dem Bildschirm erleben möchte, sondern mit diesen bewußt in ihrem Umfeld Akzente setzen will.



Das Styling zeigt in seiner gestalterischen Einstellung unzweifelhaft Parallelen zu der allgemein von Colani gewohnten Linienführung mit gefällig gerundeter ergonomischer Form bei weitgehender Vermeidung von Rechtwinkligkeit. Bei der neuen "Netee"-Produktlinie von LG gesellt sich jedoch zum angenehmen Äußeren ein gleichfalls angenehm niedriger Preis. Das macht dem Käufer Spaß! Und der Spaßdieser Serie.

Jeweils in drei Farben präsentiert sich der Netee-Videorecorder: BN-200PB (blau), BN-200PG (grün), BN-200PR (rot). Für eine unverbindliche Preisempfehlung von ca. 300 DM bringt das Gerät ein volles Ausstattungspaket mit: Zwei-Kopf-VCR-Mono mit Schnellstart-Laufwerk, eine farblich abgestimmte transluzente, drahtlose Fernbedienung, Timer-Programmierung, Kindersicherung, Easy-PowerOff und Scart-Buchse. In den gleichen Farb-Varianten soll der Netee-Farbfernseher (Mono) CE 20J3BGX angeboten werden.

Optisch reizvoll sind auch die sich ergebenden Cross-over-Farbkombinationen aus TV und VCR.

Das Pal/Secam Gerät hat eine Bildschirm-Diagonale von 51/48 cm, FVS-System für 100 Programme, Teletex-Top/Flop/List, Turbo Search System, ACMS, Zoom in/out, Sperrvorrichtung für Kinder, Quickview, Scart-Eingänge und zwei 8 Bit Bildschirm-Games: "Perfekt Puzzle" und "Kick Brain". Die Abmessungen betragen (B x H x T) 506 x 479 x 475 cm, bei einem Gewicht von 18,2 kg. Die unverbindliche Preisempfehlung des CE-20J3BGX beträgt 649 DM. Verfügbar wird die "Netee"-Produktlinie nach Herstellerangaben ab September 2000 sein.

™ Neuheiten

Pinnacle bietet Video-Schnittkarte im Paket mit Camcorder



Pinnacle Systems bietet den Käufern eines neuen Camcorders die

Möglichkeit, für einen vergleichsweise geringen Aufpreis gleich eine Video-Schnittkarte im Paket mitzuerwerben. Wer in diesem Herbst einen Camcorder in einem Retail- oder Media-Markt erwirbt, soll mit dieser Aktion dazu animiert werden, seinen Urlaubsfilmen bei der Nachbearbeitung am PC einen professionellen Ablauf zu geben. Die Bedienung der mitgelieferten Software ist inzwischen so anwenderfreundlich und komfortabel gestaltet worden, daß auch Ungeübte auf Anhieb ansehnliche Ergebnisse erzielen können.

Für Käufer eines digitalen Camcorders packt Pinnacle Systems die Studio DV Cam für den geringen Aufpreis von 200 DM ins Paket. Unterschiedliche Szenen erkennt das System automatisch. 100 verschiedene Übergänge stehen zur Auswahl bereit. Die in das bearbeitete Video einzufügenden Effekte, Übergänge und Vertonungen können sofort in einem Vorschaufenster begutachtet

werden. Für die Schnittbearbeitung werden relativ geringe Ansprüche an den Speicherplatz auf dem Rechner gestellt. Nach der Fertigstellung des bearbeiteten Videos läßt sich dieses auf Band oder CD speichern, oder auch in komprimierter Form für das Internet aufbereiten. Videos, die mit analogen Kameras aufgenommen wurden, kann man mit Hilfe der für 299 DM Aufpreis erhältlichen Pinnacle Studio DC10 plus Cam bearbeiten. Auch diese Karte beherrscht die automatische Szenenerkennung und hält ebenfalls 100 Übergänge bereit. Aus mehr als 300 unterschiedlichen Titel-Stilrichtungen und zusätzlichen Effekten lassen sich die Werkzeuge für eine individuelle Gestaltung auswählen. Pinnacle stellt eine Kompatibilitätsliste zur Verfügung, aus der ersichtlich ist, welche Videoschnittsysteme mit welchem Camcorder verwendbar sind.

Sony nimmt den kleinsten Network Walkman der Welt ins Programm



weltweit kleinsten Walkman zum Abspielen komprimierter digitaler Sound-Files, setzt Sony konsequent auf das eigene ATRAC3 Musikformat. Zusammen mit dem NW-E3 liefert das Unternehmen die Software OpenMG Jukebox aus, mit der sich Wave Files, PCM Sound und auch MP3-Dateien nach ATRAC3 Format konvertieren, verwalten und auf dem Network Walkman abspeichern lassen. Mit einem Volumen von nur 32 cm³ und dem Federgewicht von 33 g (45 g mit Batterie) ist der NW-E3 die kleinste Option, um bis zu 120 Minuten Musik in erstklassiger Qualität in jeder Lebenslage und bei jeder Tätigkeit mit sich führen und genießen zu können. Über die integrierte USB-Schnittstelle des



NW-E3 lassen sich 60 Minuten zu ATRAC3 Format komprimierte Musik innerhalb von 90 Sekunden auf den Walkman überspielen. Die auswechselbare Batterie reicht für eine mehrstündige Musikwiedergabe. Weil keinerlei mechanisch bewegte Teile beim Abspielen der Musikstücke zum Einsatz kommen, zeigt sich der NW-E3 von Erschütterungen und Stößen beim Joggen, Radfahren oder sonstigen Betätigungen unbeeindruckt und verträgt selbst Beschleunigungen und Verzögerungen von einigen G, wie sie beim Skateboarden und Bungee-Sprin-

gen auftreten, klaglos und ohne jede Beeinträchtigung der Musikwiedergabe. Ein blau beleuchtetes LC Display dient der Titelsuche beim Abspielen eines bestimmten Musikstücks.

Der von Sony entwickelte Hard- und Softwareschutz garantiert die Einhaltung der Kopierschutzrichtlinien der SDMI (Secure Digital Music Initiative). Auch eventuellen späteren, noch nicht entwickelten Musikformaten mit Urheberrechtsschutz gegenüber ist der Sony Network Walkman zukunftssicher. Update der mitgelieferten OpenMG Software genügt, um auch zukünftige digitale komprimierte Sound-Files in ATRAC3 umwandeln und auf dem NW-E3 abspielen zu können. Die unverbindliche Preosempfehlung liegt bei ca. 800 DM. Der NW-E3 ist ab sofort verfügbar. evo

LG Flatron 5757LE startet den Wechsel seiner **TFT-Monitor-Reihe**



Mit dem 15,1" TFT Flachbildschirm LG Flatron 575LE startet LG den

Wechsel seiner TFT-Monitor Reihe. Ab sofort faßt das Unternehmen alle Bildschirme mit absolut planer Oberfläche unter der LG Marke "Flatron" zusammen, unabhängig davon, ob es sich um CRT- oder TFT-Monitore handelt. Der neue 15,1"-TFT-Monitor Flatron 575LE besticht durch sein

hochwertiges Design und die erweiterte Funktionalität. Das sichtbare Bild entspricht dem eines herkömmlichen 17"-CRT-Monitors. Das Gerät hat die Abmessungen 394 mm x 378,7 mm x 161,8 mm (B x H x T). Durch die Anwendung der "Twisted Nematic" Technologie erreicht der Monitor auch bei Blickwinkeln von horizontal 120 Grad und vertikal 90 Grad noch ausgezeichnete Betrachtungsqualität.

Die physikalische Auflösung beträgt 1024 x 768 Pixel. Andere



Auflösungen werden extrapoliert. Über ein digitales On-Screen-Display mit Soft-Touch-Tasten lassen sich zehn individuelle Einstellungsprofile einstellen und speichern. Außerdem stehen 16 werkseitig abgespeicherte Einstellungsprofile zur Verfügung. Mit TCO'99, EPA Engergy Star und Nutek entspricht das Display allen geltenden ergonomischen Standards.



- Cold Blood
- Dragon Valor
- Tombi! 2
- Motocross Madness 2
- NHL 2K
- Pokémon Snap
- Zombie Revenge



Cold Blood ist ein Action-Adven-

ture mit Kinofeeling. John Cord

britischer MI6-Agent, soll das

Verschwinden eines amerikani-

schen Spions aufklären. Was als

Routineauftrag beginnt, endet

schon bald in einem Gefängnis in

der ehemaligen UDSSR. Er wird

gefoltert und verliert das Gedächt-

nis. Während des Verhörs beginnt

er sich bruchstückhaft an die

Cold Blood

Ereignisse des vergangenen Monats zu erinnern: Warum ist er hier und was ist schiefgegangen? Er ahnt, daß er verraten wurde, aber von wem? Er weiß

nur eins: traue niemandem. Der Spieler muß die Ereignisse rekonstruieren, die zu Cords Festnahme, geführt haben, damit er diese Informationen verwenden kann, um seine Lage einzuschätzen, während dieser in einer Gefängniszelle irgendwo hinter feindlichen Linien sitzt. Um Cord zu helfen, muß der Spieler lernen, wie ein MI6-Agent zu handeln, zu denken

und zu kämpfen. Und besonders wichtig als Geneimagent: Man sollte am Leben bleiben.

Die Story des Spionagethrillers wurde eigens von Profi-Drehbuchautoren entwickelt. Erzähltechniken des Films wie Zeitsprünge und Kamerafahrten wurden in eine interaktive Spielhandlung integriert. Das Resultat ist ein Top-Thriller, der Kinoeindrücke und Gaming auf innovative Weise vereint. Spannung und Nervenkitzel inklusive.

Ein besonderes Augenmerk haben die Entwickler auf die Schaffung von Atmosphäre gelegt. Ungewohnte Lichteffekte wie realistischer Schattenwurf unterstützen

PlayStation。

die Handlung und geben den Eindruck eines modernen Films, in dem der Spieler live mitspielt.

Das dynamische Soundsystem unterstützt und verstärkt diesen Eindruck noch zusätzlich. Die Spezialeffekte sind in diesem Game kein schmückendes Beiwerk, sondern Teil der Handlung. Bei Cold Blood kommt es vor allem darauf an, nicht entdeckt zu werden - denn tot können Sie keinem mehr helfen. Der Spieler merkt schnell, daß ein Vorbeischleichen an den Wachen das Leben deutlich verlängern kann. Manchmal reicht jedoch ein einfaches, klärendes Gespräch nicht aus, um beispielsweise einem finster blickenden Mitarbeiter des wolgischen Geheimdienstes ein Kabel zu entlocken, das man zum Überwinden eines Abgrundes benötigt. In solchen Fällen ist es angebracht, den Lauf einer 45er zu zeigen. Die Wirkung ist zumeistverblüffend. Anders aber als bei vielen Games dieses Genres reicht es in diesem Agenten-Thriller nicht aus, sein Magazin leerzuschießen, bis der Lauf glüht. Köpfchen ist gefordert, um zum Ziel zu kommen. Mit einer Reihe unerwarteter Lösungsstrategien fesselt Cold Blood (Entwickler: Revolution) den Spieler. Aufgrund der Datenmenge wird das Spiel auf zwei CDs ausgeliefert. Der Schwierigkeitsgrad ist recht hoch, was aber auch für ein langes Spielvergnügen sorgt. Durch die Möglichkeit, permanent zwischenzuspeichern, ist Cold Blood aber auch für nicht so geübte Spieler zu schaffen.

Cold Blood ist geeignet ab 16 Jahren und kostet DM 99,95.

Familienepos um Helden und Drachen

as Fantasy-Rollenspiel **Dragon Valor** ist ein eindrucksvolles Familienepos mit Schwertern, Zauberei und Drachenmonstern, bei dem eine völlig neue Spielidee auf PlayStation umgesetzt wurde. Bei Dragon Valor dreht es sich hauptsächlich um das Stammbaum-System. Vor jedem Abschnitt kann sich der Held für einen neuen Ehepartner entscheiden. Mit diesem Ehepartner erzeugt der Held den Protagonisten für den nächsten Spielabschnitt. Dieser hat dann entsprechende Charaktereigenschaften wie Mut, Stärke, Tapferkeit und kämpferisches Geschick. Zusätzlich stehen jedem Sprößling andere Abenteuer und damit auch andere Gegner bevor. Taktisches Denken ist bei Dragon Valor erforderlich, da die bei Spielbeginn getroffenen Entscheidungen den Ausgang der Geschichte beeinflussen. Der Spieler muß gegen riesige Drachen und fürchterliche Monster antreten. Besondere Schwierigkeit dabei: Jedes Untier hat seine individuelle Angriffstaktik und Kampfweise. Ziel ist



es, deren Schwächen herauszufinden, um sie zu besiegen. Grafisch aufwendig gestaltete 3D-Welten voller magischer Landschaften und dunkler, verwirrender Verliese ziehen den Spieler in eine farbige Phantasiewelt. Der Spieler bewegt sich aber meist zweidimensional in diesen Welten. Abwechslung bieten auch die jump & run Passagen und kleine, aber niemals gemeine Rätsel.

Dragon Valor ist besonders für Einsteiger geeignet, die einmal in die Welt der Rollenspielabenteuer eintauchen wollen.

USK: ab 6 Jahren • zum Preis von DM 59,95 erhältlich.

Lanz





Das Geld will Microsoft aber nicht nur in Marketing und Werbung stecken, sondern auch in die Unterstützung von Händlern und Software-Entwicklern. Der Betrag soll weiter auch für die Subventionierung des Verkaufspreises der X-Box Spielekonsole verwendet werden. So soll die X-Box für die Hälfte der Herstellungskosten verkauft werden. Der Differenzbetrag soll aber langfristig durch die Einnahmen aus den Softwareverkäufen und

die Vergabe von Lizenzen wieder hereingeholt werden.

Mit der X-Box tritt Microsoft direkt gegen Sonys Playstation 2 an. Die X-Box soll aber erst im Herbst nächsten Jahres auf den deutschen Markt kommen. Der Preis der X-Box wird dann wahrscheinlich unter dem der Playstation 2 liegen, um die hohen Ziele Microsofts erreichen zu können.

Bei Microsoft werden nach eigenen Angaben derzeit rund 30 Spiele für die X-Box entwickelt, von denen so viele wie möglich bereits mit der Produkteinführung auf den Markt kommen sollen. Weiter wurden die Entwicklungs-Kits für X-Box-Spiele an rund 200 Firmen verschickt, die Spiele für die X-Box entwickeln wollen. Ausgestattet werden soll die

Ausgestattet werden soll die X-Box mit einem Pentium III mit 600 MHz, 64 MByte Arbeitsspeicher, einem Nvidia-Grafik-Chip, einer 8 Gigabyte großen Festplatte, einem DVD-Player sowie Internetzugang.

Tombi!2-3D-Adventure



Sony Computer Entertainment präsentiert mit Tombi!

2 (Entwickler: Whoopee Camp) ein neues 3D-Platform-Adventure des ungewöhnlichen Helden mit pinkfarbenem Haar. Der Held Tombi muß bei dieser verrückten Abenteuer-Reise seine Freundin finden, befreien und die bösen Schweine besiegen.

Tombi 2 verbindet die far-

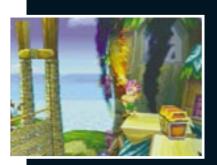
benfrohen interaktiven 3D-Welten mit der Spielbarkeit eines 2D jump & run Spieles. Die Umgebungsgrafik rotiert um die Figur herum. Die Wege führen kreuz und quer durch die Gegend, und immer, wenn



Tombi um eine Ecke rennt, schwenkt die gesamte Umgebungslandschaft in die entsprechende Richtung. Drei ausgedehnte Spieleumgebungen kann der Spieler auskundschaften, wobei ihm zahlreiche neue Freunde begegnen.

Tombi!2 unterscheidet sich durch das neue, sehr gut gestaltete Inventarsystem von anderen 3D-Adven-

ture-Spielen. Im Verlauf des Spiels sammelt Tombi eine Unmenge an nützlichen Gegenständen auf, die er mitführen muß, um sie an anderer Stelle einzusetzen. Durch den Anzug aus der Haut eines Flughörnchens erlangt Tombi zum Beispiel die Fähigkeit zu fliegen, was an einigen Stellen nur nützlich, an anderen Stellen aber unbedingt not-



wendig ist, um weiterzukommen. Das interaktive Abenteuer-Journal hilft dem Spieler hierbei, sich im Spiel zu orientieren und bietet gleichzeitig auch einen guten Überblick über Tombis gesammelte Ausrüstung, so daß keine Gefahr besteht, den Überblick zu verlieren. Der Spagat zwischen herausforderndem Schwierigkeitsgrad und

übertriebener Härte ist bei Tombi!2 exzellent gelungen. Mit nur wenig Übung sind selbst schwierige Sprungpassagen gut zu meistern. Wobei Tombi nicht nur springt, sondern auch an Bäumen hochklettert und sich an Eisenketten hochhangelt. Die Bewegungsmöglichkeiten sind bei Tombi!2 sehr vielfältig.



Über 137 verschiedene Aufgaben warten auf den Spieler und bieten lang anhaltenden Spielspaß. Der Schwierigkeitsgrad reicht dabei vom einfachen Einsammeln der Gegenstände bis zu schwierigen taktischen Herausforderungen, die wie ein Puzzle gelöst werden müssen. Überall erscheinen Figuren, die sich an Tombis Schulter ausweinen und

ihm dadurch neue Aufträge erteilen. Tombi!2 erhält hierdurch eine kleine Adventure-Komponente, die den Spieler zum Mitdenken auffordert. Einem Erfinder muß Tombi ein paar Laufvögel bringen, die seine Maschine antreiben. In einem anderen Fall muß er einem Minenarbeiter Sprengstoff beschaffen, damit dieser sich befreien



kann. Die Aufgaben sind aber nicht zeitlich begrenzt, so daß man zurückkehren kann, wenn man die Lösung gefunden hat.

Tombi!2 ist ein super jump & run Spiel mit abwechslungsreicher Grafik und niedlichem Helden, das auch durch seinen Humor gefällt. Tombi!2 (USK: ohne Altersbeschränkung, Preis DM 59,95) Lanz



PlayStation Spiele für nur 29,95 DM!

Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) führt die Value Series ein.

Die Spiele der Value Series kosten nur 29,95 DM. Mit dieser niedrigen Preisstufe möchte SCED den Verkauf im Softwarebereich für die PlayStation spürbar steigern. Die ersten Spiele, die zum Einsteigerpreis von 29,95 DM in die Drittvermarktung gehen, sind Anna Kournikova's Smash Court Tennis, Speed Freaks, Porsche Challenge und The Fifth Element. Der Handel erhält durch das neue Preissegment der Value Series zusätzliche Kaufimpulse. Konsumenten mit einem begrenzten Budget können sich nun bis zu drei statt vormals einem Titel leisten. PlayStation-Fans haben die Möglichkeit, ihre Spielebiblio-

thek mit Top-Titeln zu günstigeren Preisen zu vervollständigen.

In der Value Series sollen aber auch Nischenprodukte eine Chance erhalten, die in den bisherigen Preissegmenten weniger Aussicht auf einen kommerziellen Erfolg hatten. Durch diese zusätzliche Preisstufe gewinnt die PlayStation kurz vor Einführung der PlayStation 2 noch einmal an Attraktivität.

Lanz

SideWinder Freestyle Pro

Das ideale Joypad für Motocross Madness 2

Das SideWinder Freestyle Pro bietet seinen Benutzern eine revolutionäre Bewegungsfreiheit. Das neuartige Spielgerät erkennt Lageänderungen wie Neigen oder Kippen und gibt diese direkt an den Rechner weiter. Das Freestyle Pro von Microsoft hat es in sich. Erinnert es rein äußerlich an das bewährte SideWinder Gamepad, so ist es jedoch weitaus mehr. Hochentwickelte Sensoren reagieren auf Bewegungsmanöver des Spielers. Das Gerät wird beidhändig bedient und gibt Lageänderungen ohne Zeitverzögerung an den Rechner weiter. Die Bewegungen auf der X-Achse werden durch Neigen des Geräts nach links oder rechts ausgeführt, während die Y-Achse durch das Kippen nach vorne und hinten kontrolliert wird. Im Inneren sorgen modernste und hochpräzise Bewegungssensoren dafür, daß der Anwender seine Spielfigur oder sein

Spielgefährt intuitiv steuern kann. Abgeschaut haben sich die Entwickler diese Technik aus der Airbag-Technologie. Bewegungsänderungen werden über elektromagnetische Felder registriert und an das Spiel weitergegeben. Das SideWinder Freestyle Pro verfügt weiter über umfangreiche Funktionen: zwei Abzugstasten, Schubkontrolle, Steuerkreuz, Umschalttaste, sechs Actiontasten und eine Start- und Sensortaste. Bei ein-

ton sowie

der Coolie

Hat können

Game Con-

über

die

Spielfreude vermitteln.

geschalteten Sensoren kann das Steuerkreuz zur Veränderung des Blickwinkels in der Spielumgebung benutzt werden. Nach Ausschaltung der Sensoren funktioniert der Controller wie ein normales Gamepad mit Richtungssteuerung über das Acht-Wege-Steuerkreuz. Auslöser-, Action- und Start-But-







troller Software individuell belegt werden. Mit der Umschalttaste läßt sich die Anzahl der frei belegbaren Tasten verdoppeln. Das USB-kompatible Eingabegerät eignet sich besonders für Joystick und Joypad-kompatible Spiele wie Action-orientierte Flugsimulationen, Rennspiele und 3D Combat Games. Das Freestyle Pro gehört zu einer neuen revolutionären Generation von Spieleingabegeräten, die ihren Benutzern ein bisher ungeahntes Maß an Realität und

Systemvoraussetzungen: Microsoft Windows 95 (oder höher), für USB-Anschluß: Windows 98, Pentium (oder kompatibler) Prozessor mit mindestens 90 MHz, 16 MB RAM, SVGA mit 256 Farben, Laufwerk (4x), 25 MB Festplatte (für Installation zusätzlich 15 MB), Sound-Blaster-kompatibler Gameport, DirectX API Version 5.0 (oder höher).



PlayStation 2 Europa-Launch am 24. November 2000



Die PlayStation 2 wird erst ab dem 24. November in Deutschland und in Europa erhältlich sein. Wie Sony Computer Entertainment Europe (SCEE)

bekanntgab, ist der nahezu zeitgleiche Einführungstermin am 26. bzw. 27. Oktober 2000 in Amerika und Europa nicht zu halten.

Offensichtlich übersteigen die Vorbestellungen bereits die Erstauslieferungsstückzahlen. Der Termin wurde auf dem Hintergrund dieser großen Nachfrage verschoben. Sony Computer Entertainment Europe (SCEE) will offensichtlich vermeiden, daß der Handel nicht mit ausreichenden Stückzahlen der PlayStation 2 beliefert werden kann.



Von der PlayStation 2 wurden seit ihrem Einführungstermin in Japan, dem 4. März 2000, bereits 3 Millionen Stück verkauft. Sony Computer Entertainment Europe (SCEE) geht weltweit von 10 Millionen Verkäufen bis Ende 2000 aus.

Die PlayStation 2 soll in Deutschland ab dem 24. November für 869,- DM verkauft werden. Durch die Verschiebung des Termins dürfte beim Deutschlandstart dann aber eine größere Anzahl von Spielen für die PlayStation 2 zur Verfügung stehen. Zum Weihnachtsgeschäft sollen dann bereits 40 Spiele für die PlayStation 2 erhältlich sein.

nen, die für eine nahezu authentische Mimik und Gestik sorgen. Auch optische Spielereien, wie die Reflexion der Spieler auf dem Eis oder die sich im Laufe des Spieles abnutzende Eisoberfläche, machen diese Eishockey-Simulation zum visuellen Leckerbissen. Optimal gelöst ist die Kameraführung



während des Spiels. Der Dolby-Surround-Sound könnte realistischer nicht sein. Der Spieler hat jederzeit den Eindruck, sich inmitten des Spielgeschehens zu befinden. Die Pucks fliegen wirklich von einer Seite zur anderen des Zimmers – pardon Spielfeldes.



Dank der offiziellen Lizenz der NHL wartet NHL 2K mit allen Teams, Spielern und Stadien der Nordamerikanischen Profiliga NHL auf. Insgesamt stehen 30 NHL-Eishockey-Teams zur Auswahl. Mit dem Editor kann der Spieler sogar eigene Mannschaften erstellen und diese in der NHL mitspielen lassen. So können dann auch die



Cracks von der DEG in der NHL mitmischen.

Wie bei einem echten Eishockeyspiel werden die einlaufenden Spieler von einem Stadionsprecher vorgestellt. Dabei wird der Name, die Spielposition und ein Paßbild des Spielers auf dem Bild-



schirm eingeblendet. Die Eishockeyspieler lassen sich spielend leicht steuern. Schnelle zentimetergenaue Pässe, Befreiungsschläge und Schlagschüsse sind kein Problem. Die zahlreichen Einstellungsmodi erlauben sogar, die Spielregeln, Verletzungen oder Ermüdungserscheinungen der Spieler abzuschalten

Im Multiplayer-Modus können bis zu vier Spieler gleichzeitig miteinander und gegeneinander spielen. Wobei der Lärmpegel dann endgültig wie in einem echten Eishockeystadion ist. Mit NHL 2K legt Sega Sports die Meßlatte für Sportspiele sehr hoch.

NHL 2K eignet sich für jeder Altersgruppe und kostet DM 99,95 Lanz

Pokémon Snap – die verrückte Foto-Safari auf dem Nintendo 64

Pokémon Snap ist die abenteuerliche Foto- Game-Safari für die Nintendo 64 – und die Nintendo 64 Pokémon Pikachu Edition. Bei Pokémon Snap muß der Spieler möglichst gute Fotos von allen Phantasiewesen schießen, die sich auf Pokémon Island versteckt

Im Zero-One-Mobil, einem futuristischen Amphibien-Fahrzeug, erkundet er sieben phantastische 3D-Welten: z. B. den Strand, das stillgelegte E-Werk, den Vulkan oder die Höhle. Dabei versucht er, für die Pokémon-Enzyklopädie von Prof. Eich die seltsamen Wesen in freier Wildbahn abzulichten. Leichter gesagt als getan! Einige Pokémon rasen so schnell durchs Bild, daß auf dem Foto nur noch die Schwanzspitze zu sehen ist. Andere sind nur mit speziellen Hilfsmitteln vor die Kamera zu locken – etwa mit leckeren Äpfeln oder verführerischen Flötentönen. Außerdem muß der Spieler die geheimen Durchgänge zwischen den einzelnen Welten finden. In jeder Welt kann der Spieler 60 Fotos schießen. Aber Professor Eich akzeptiert bei weitem nicht jedes Bild für seine Enzyklopädie. Ist das Pokémon gut getroffen? Wurde es bei einer interessanten Tätigkeit erwischt? Sind gleich mehrere Exemplare auf dem Bild? Für all das vergibt der Professor Punkte, neue Hilfsmittel oder ein schnelleres Zero-One-Mobil. Im modul-internen Album von "Pokémon Snap" kann der Spieler bis zu 60 Bilder speichern. Wer alle Foto-Safaris von "Pokémon Snap" erfolgreich beendet hat, erhält gleich den nächsten Auftrag, nämlich die versteckten Pokémon- Zeichen zu finden und zu fotografieren. Erst danach öffnet sich ihm die letzte, geheime Spielebene - eine echte Herausforderung. Doch bevor der Spieler soweit ist, dürften viele vergnügliche Safari-Wochen vergehen.

Pokémon Snap fand in den USA in nur vier Monaten nicht weniger als 400.000 begeisterte Anhänger. Und auf der Elektronikmesse E3 in Los Angeles wurde das Spiel kürzlich als "Family Game of the Year" ausgezeichnet.

Pokémon Snap ist ab dem 15.9.2000 in Deutschland zum Preis von DM 129,- erhältlich. Lanz

NHL 2K

Ihr Zimmer wird zur Eishalle

NHL 2K beeindruckt durch eine Wahnsinnsgrafik und das rasend schnelle Spieltempo. Trotz dieses





enorm hohen Spieltempos ruckelt das Spiel selbst im Mehrspielermodus nicht. Die Eishockeyspieler bestehen aus rund 1.500 Polygo-

Neue Nintendo 64 Spielekonsole

Nintendo bringt ab dem 15.9.2000 in Deutschland die passende Hardware zum Pokémon-Kult auf

Nintendo 64 Edition. Diese Edition erkennt man an dem auf der Oberseite der blau-gelben Konsole angebrachten Pikachu. Pikachu ist der bei den Kindern beliebteste Pokémon. Wie es sich für ein Pokémon gehört, leuchten seine

den Markt, die Pokémon Pikachu



Bäckchen rot auf, sobald das Gerät mit Pokémon Snap nach Pokéeingeschaltet wird. Die Pfote von Pikachu dient als Reset-Knopf, und der Power-Schalter hat die Gestalt eines Pokéballs.

Die neue Pokémon-Konsole ist technisch identisch mit der Nintendo 64 Spielekonsole. Sie eignet sich deshalb selbstverständlich für alle bisher erschienenen 200 Nintendo 64 Spiele; darunter sind Highlights wie "The Legend of Zelda - Ocarina of Time", "Donkey Kong 64" oder "Mario

Der integrierte 4-Spieler-Adapter und der ergonomisch geformte Controller mit eingebautem 3D-Joystick gehören zum Lieferumfang. Im September erscheint

mon Stadium ein weiteres Pokémonspiel für die Nintendo 64-Konsolen.

Der Titel "Pokémon" für Game Boy ist mit weltweit 51 Millionen verkauften Kassetten das bei weitem erfolgreichste Videospiel aller Zeiten. Die neue Pokémon Pikachu Nintendo 64 Edition dürfte besonders bei Pokémon-Fans wegen ihres Designs eine riesige Anziehungskraft entfalten. Gerade das außergewöhnliche Design hebt die Edition aus dem Einheitsgrau der Spielekonsolen

Der Verkaufspreis in Deutschland soll nach Auskunft von Nintendo nur DM 249,- betragen.

ZOMBIE REVENGE



Zombie Revenge ist ein Beat'em Up Shooter, wie man ihn aus jeder Spielhalle kennt. Verblüffend ist vor allem auch die gelungene Grafik. Ausgefeilte Lichteffekte

lassen die Jagd durch Tunnel und Schächte zum Thriller werden, und selbst an kleinste Details wie wehende Äste haben die Sega-Entwickler gedacht.

Die Aufgabe des Spielers besteht darin, den lebenden Toten an

den Kragen zu gehen. Ursprünglich sollten die Zombies für militärische Zwecke genutzt werden, aber dann ging der Versuch schief. Die fauligen Untoten haben die Stadt bevölkert und schicken sich an, die Welt zu erobern. Nur drei Agenten gibt es, die dieses verhindern können. In der Haut von Stick Breitling, Linda Rotty oder Rikiya Busajima begibt sich der Spieler auf eine actiongeladene Reise durch die Unterwelt. Durch Abwasserkanäle, vorbei an stillgelegten Fabriken, Müllhalden oder Chemiefabriken kämpft sich der Zombie-Jäger durch acht brandgefährliche 3-D-Areale. Wie es sich für ein Beat'em Up Shooter gehört, stellen sich dem Spieler unzählige der siechenden Monster in den Weg und kreisen ihr Opfer ein. Letzte Rettung bringt da nur noch der Angriff. Siebzehn Waffen,

darunter exotische Items wie ein in einem Gitarrenkoffer verpacktes Maschinengewehr, stehen zur Auswahl, um die Mutanten in die ewige Ruhe zu schicken. Ist die Munition verpulvert, halten deftige Schläge und Tritte die Zombies fern. Doch Vorsicht ist geboten: Die Untoten sind nicht so schnell klein zu kriegen, und auch vor einer Infektion mit der üblen Seuche der Gegner ist der Spieler nicht gefeit. Einziger Ausweg ist der Griff nach Heil-kräutern, die erledigte Feinde nach ihrem Debinscheiden ehense wie neue Munition hinterlassen. Dann steht einem

kräutern, die erledigte Feinde nach ihrem Dahinscheiden ebenso wie neue Munition hinterlassen. Dann steht einem Angriff der gewaltig starken Zombie-Bosse, die am Ende jedes Abschnitts lauern, nichts mehr im Wege.

Mit Arcade, Original, VS Boss und Fighting stehen vier Spielemodi zur Auswahl und bieten dem Spieler vielfältige Möglichkeiten. Der 2 Spieler-Modus, bei dem einem der Partner hilft, macht besonders viel Spaß.

Zombie Revenge ist ein technisch brillanter Schocker, der Gruselfans den Atem raubt. Denn Zombies sahen noch nie so echt aus wie bei Zombie Revenge.

Unterstützt: VM, Vibration Pack, Arcade Stick Spieler: 1 bis 2 • USK: 18Jahre • Preis: 99,95 DM





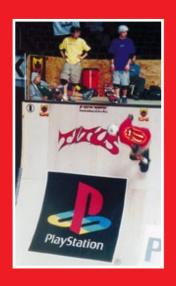




Die PlayStation People sind umtriebig. Nicht nur auf der Love-Parade in Berlin am 8. Juli hatten sie ihren Helden John Cord aus dem Agententhriller auftauchen lassen, auch auf der Dortmunder Skateboard WM waren sie

als Hauptsponsor tätig. Das PlayStation-Branding dominierte die Weltmeisterschaften. Nicht nur auf den Ramps und Halfpipes, auch auf den Bannern wehte der Wind der Marke PlayStation. Auch im Personal-Spon-

Monster Mastership in Dortmund









soring sind die kürzlich nach Neu-Isenburg verzogenen SCE Leute aktiv geworden. Die deutschen Fahrer der Saison, Klaus-Dieter Span, Anders Pulpanek und Jörn Schreiber, tragen das Play-Station Logo auf Helm, Shirt und Board. Im Worldcup-

Magazin soll die neu kreierte PS-Anzeige für Nachfragen bei der Altersgruppe der Trendsportler sorgen, der Slogan: "What do you do after skateboarding". Was auch immer die Skateboarder tun, mit PlayStation gibt's immer Action.



Masse mit Klasse

Im Zeitalter von Multimedia und Streaming-Video sind Festplatten für normale Desktop-Rechner inzwischen bei der 40 GB-Marke angelangt. Nicht mehr ganz aktuelle, ein wenig langsamere 20 GB-Platten bekommt man als Schnäppchen oft schon für 250,- Mark. Aktuelle Windows-Versionen belegen bei der Installation schnell mal einige hundert MB auf der Festplatte. Im Vergleich dazu nehmen sich klassische Wechselspeichermedien mit ihren Kapazitäten fast lächerlich aus. Vorbei die Zeit, als einem eine für Sicherungskopien genutzte 100 MB Zip-Disk riesig erschien und wochenlang in ihrem Laufwerkschacht verbleiben konnte. 100 MB reichen jetzt gerade aus, um

die gezippten Installationsfiles der zwei wichtigsten Internet-Browser abzulegen. Die Aufgaben der guten alten Floppy Disk mit ihren 1,44 MB hat bei vielen Rechnern die CD-R mit 640 MB übernommen. Selbst der Preis für einen Rohling nähert sich dem Gegenwert einer Diskette. Deshalb ist es nicht so gravierend, daß sich die CD-R nur einmal beschreiben läßt. CD-R/W wäre eine weitere Alternative, doch beim Wechsel zwischen verschiedenen Laufwerken und Rohlingen gibt es immer wieder Kompatibilitätsprobleme, und insgesamt läßt die CD-R/W sowohl bei der Zugriffs- wie auch der Übertragungsgeschwindigkeit einige Wünsche offen.



Hält man also Ausschau nach neuen Lösungen für Wechselspeichermedien, die auch höheren Ansprüchen an Übertragungsgeschwindigkeit und Datensicherheit gerecht werden, so fällt der Blick auf MO (Magnetical Optical) und das neu in den Markt eingeführte DVD-RAM.

PoS-MAIL hatte Gelegenheit, sich mit je einem Vertreter der beiden Wechselspeicherplatten-Systeme vertraut zu machen. Fernab von ausgefuchsten Benchmark-Tests und dem Vergleich von Spitzenwerten möchte PoS-MAIL dem Handel aus der praxisbezogenen Sicht eines durchschnittlichen Users die Fakten für ein sachkun-

Fujitsu DynaMO 640AI

Das 3,5" DynaMO 640AI mit ATAPI Schnittstelle wird mit einem 640 MB Medium, 5,25" Montagerahmen sowie Treiber und Handbuch auf CD ausgeliefert. Für den Einbau und Anschluß an den EDI Channel notwendige Informationen finden sich auf einer zweiseitigen Kurzanleitung. Nach dem Neustart unter WIN98 steht das DynaMO sofort als Wechselspeicher zur Verfügung und ist bereits formatiert. Ein Start des Software Setups wird als nicht notwendig beendet. Speichern, Kopieren Verschieben und Löschen funktioniert wie bei einer Festplatte. Ein aus vielen Dateien unterschiedlicher Größe bestehendes Archiv, das auf einer FAT32-Festplatte 260 MB belegt, wird in 6:30 min auf das MO geschrieben. Eine Neuformatierung zwecks Löschung dauerte 14 s. Die 3,5" MO-Medien befinden sich in einer Cartridge in Floppy Disk Größe. Die Informationen können auch durch extrem starke Magnetfelder nicht beschädigt werden. MO-Medien sind relativ unempfindlich für Störungen an der Disk-Oberfläche, weil der Fokussierungspunkt der Laseroptik in tieferen Schichten

diges Verkaufsgespräch vermitteln. Um es vorwegzunehmen: Eine klare Überlegenheit des einen oder anderen Systems war nicht festzustellen. Beide Wechselspeicherplatten sind ausgereift, leistungsfähig und angenehm praktisch in der Handhabung. Die richtige Wahl für den jeweils im Vordergrund stehenden Anwendungszweck sollte trotzdem nicht schwer fallen.

Weder bei der Zugriffsgeschwindigkeit noch bei der Übertragungsrate macht sich ein gravierender Unterschied bemerkbar. Für MO spricht die hohe Datensicherheit und Unempfindlichkeit gegenüber Staub, Temperatur, Magnetfeldern und Alterungseinflüssen sowie die geringe Größe von Laufwerk und Medium.

Überall dort, wo Daten nicht nur

stationär gesiwerden chert sollen, sondern auch transportiert, versandt und zwischen verschiedenen Rechnern ausgetauscht werden, sind 3,5" MO eine hervorragende sung, wobei 1,3 GB pro Disk zur Zeit die Obergrenze darstellen. Arbeitet man mit Videofilmen, Videoschnitt. Filmvertonung oder sonstigem

hohen Datenaufkommen, so steht die gewaltige bereitgestellte Kapazität von rund fünf Gigabyte pro DVD-RAM sicherlich im Vordergrund aller Überlegungen, ebenso wie bei Backups von ganzen Festplatten-Partitionen.

Im Unterschied zur 3,5" MO, die bei Fujitsu mit allen Schnittstellen bis hin zu Firewire verfügbar ist, gibt es DVD-RAM von



Panasonic zur Zeit nur mit SCSII-Schnittstelle. Schnelle Desktoprechner kommen jedoch im Zeitalter von Ultra-ATA/66 und /100 zunehmend auch ohne SCSII-

Adapter aus. Deshalb wird es sicher in absehbarer 7eit auch

Adapter aus. Deshalb wird es sicher in absehbarer Zeit auch DVD-RAM mit ATA-Schnittstelle geben. evo



| Gerät | Fujitsu DynaMO 640AI | Panasonic DVD-RAM LF-D201 |
|------------------------|----------------------|---------------------------|
| Speicherkapazität | 640 MB | 4,7 GB |
| Einbauschacht | 3,5" | 5,25" |
| Technologie | optisch magnetisch | optisch |
| Schnittstelle | ATA/SCSII/Firewire | SCSII |
| Zugriffszeit (mittlere | e) 35ms | 75ms |
| Übertragungsrate | max. 3,9 MB/s | 2,77 MB/s |
| Buffer | 512 KB | 1 MB |
| Preis Laufwerk | UVP ca. 600,- DM | UVP ca. 1.120,- DM |
| Preis Medium | 640 MB 28,- DM | 4,7 GB 69,- DM |

Panasonic DVD-RAM LF-D201

Das LF-D201 wird mit einer 4,7 GB Medium-Cartridge, Verbindungskabeln, Software und einer umfangreichen und deshalb unübersichtlichen Bedienungsanleitung ausgeliefert. Zur Inbetriebnahme bedarf es unter WIN98 nur weniger Schritte. Nach Anschluß am SCSII-Bus und Neustart steht es sofort als CD-ROM zur Verfügung. Nach der Installation des DVD-RAM Treibers ist das LF-D201 im Explorer außerdem als Wechselspeicher-Laufwerk ansprechbar. 4,7 GB lassen sich wie eine Diskette oder ZIP-Disk innerhalb von 30 s formatieren. Das für die Arbeit mit Videodateien vorgesehene zu DVD-Playern kompatible zusätzliche Format UDF 2.0 ist vorläufig noch nicht verfügbar. Speichern, kopieren, verschieben und löschen funktionieren, wie von der Arbeit mit einer Festplatte gewohnt. Ein aus vielen Dateien unterschiedlicher Größe bestehendes Archiv, das auf einer FAT32-Festplatte 260 MB belegt, wird in nur 5 Minuten auf das DVD-RAM geschrieben und läßt sich in 60 s wieder löschen. Als Software beigefügt sind ein Backup-, Disk-Copy-, Video-Editorprogramm und ein MPEG1 Codierer zur Komprimierung von Videofilmen.

[™]Neuheiten

liyama erweiterte Sortiment um einen 21"-High-End-Monitor



Mit dem 21"-Monitor Vision Master 503 S103MT erweitert liyama die Palette seiner Professional Range

um ein weiteres Modell mit einer Flachbildröhre von Hitachi. Eine ultrafeine Lochmaske mit 0,25 mm Pitch soll eine extrem hohe Abbildungsschärfe garantieren und den neuen CRT-Monitor für CAD-Anwendungen und anspruchsvollen Einsatz im Office- und Grafikbereich qualifizieren. Auf der Flachbildröhre von Hitachi stellt der liyama 1.280 x 1.024 Bildpunkte mit flimmerfreien 103 Hz dar und erreicht selbst bei einer Auflösung



von 1.600 x 1.200 Bildpunkten noch eine ergonomische Bildfrequenz von 88 Hz. Bei einer Videobandbreite von 240 MHz wird der Monitor mit seiner Abbildungsqualität auch hohen Ansprüchen an die Tiefenschärfe gerecht. Bei liyama ist der S103MT seit August erhältlich. Der empfohlene Endverkaufspreis beträgt ca. 2.000 DM.

Klein, leistungsfähig und elegant: MP3 Player von LG



Mit Abmessungen von 71 x 71 x 14,5 mm zeigt sich der neue MP3 Player MF-PD360 von LG sehr kompakt.

Bis zu zwei Stunden Musik nach Wunsch warten in der flachen Verpackung darauf, über die mitgelieferten Ohrhörer angehört zu werden. Den geschrumpften Abmessungen stehen erweiterte Leistung und gesteigerter Komfort gegenüber: Auf dem Display der schnurgebundenen Fernbedienung lassen sich Tracknummer, Interpret und Titel anzeigen und gleichzeitig der Ladezustand der für zehn Stunden Play reichenden Mignon-



Batterie (Größe AA) oder eines entsprechenden Akkus kontrollieren. Groß ist auch der Umfang der Bedienmöglichkeiten mit den Funktionen Titel anspielen, Titel markieren, Skip vorwärts und rückwärts, Wiederholung und Zufallswiedergabe. Das "Auftanken" mit neuen Titeln erfordert dank USB-Schnittstelle nur einen kurzen "Boxen-

stop". Außer 32 MB Speicher (optional 64 MB) als MultimediaCard sowie dem Verbindungskabel und der Software, gehören zum Lieferumfang auch ein Ladegerät und eine Tasche. Das Gerät kommt mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von ca. 600 DM im September in den Handel.



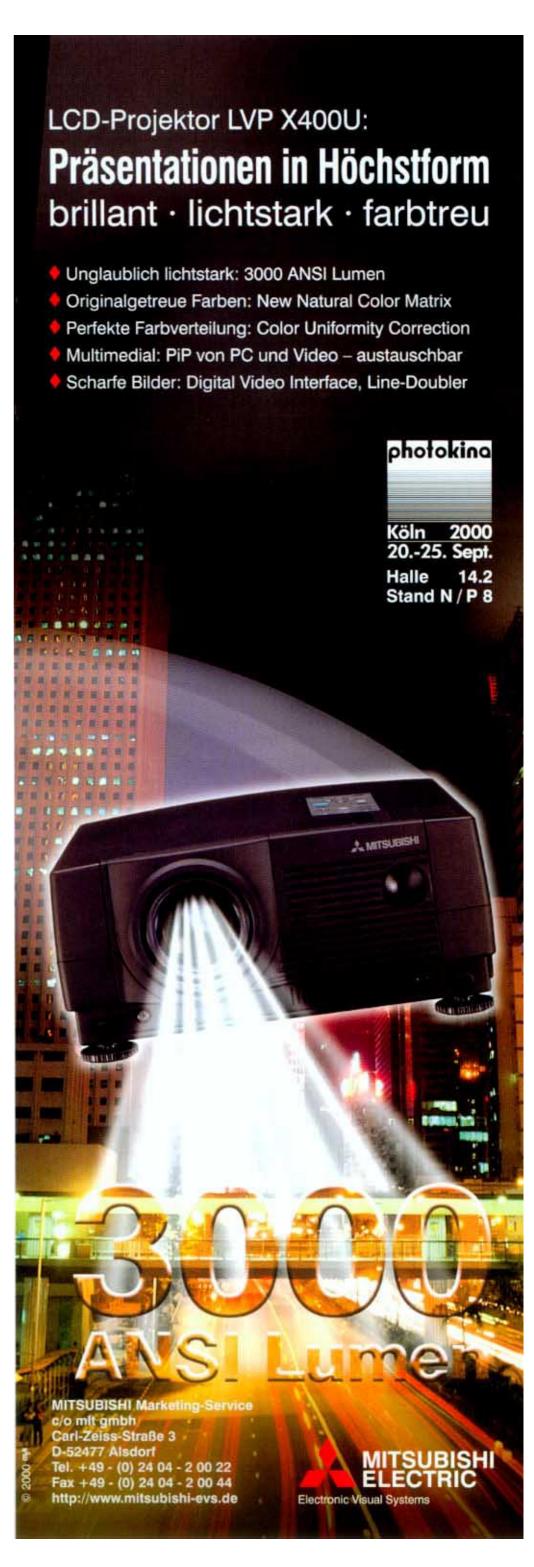
Digitalkamera Hyper iCam hat die Größe eines Kugelschreibers



Hyper iCam nennt sich der schlanke Stift mit den Abmessungen 12 x 3 x 2 cm, der sich mit einem Clip wie

ein Kugelschreiber in die Jackettasche stecken läßt. In dem futuristisch gestalteten Gehäuse ist eine Digitalkamera mit Speichermedium untergebracht, die außerdem alle Funktionen einer WebCam bereitstellt und aufgrund ihrer miniaturisierten Abmessungen jederzeit verfügbar mitgeführt werden kann. Viele interessante Schnappschüsse werden nur deshalb nicht gemacht, weil man gerade in diesem Augenblick keine Kamera verfügbar hat. Die äußerst kleine digitale Hyper iCam läßt sich jedoch jederzeit betriebsbereit bei sich tragen. Je nach gewählter Speichergröße von 16 oder 64 MB lassen sich 80 bis 320 Aufnahmen mit einer Auflösung von 100.000 Pixeln abspeichern. Bei mobilem Betrieb wird die Spannungsversorgung von einer eingebauten Standard-Batterie (AAA) übernommen, die für 320 Aufnahmen in Serie oder zwei Wochen Stand by-Betrieb ausreicht. Die Hyper iCam glänzt, parallel zu dem optischen Sucher, sogar mit einem integrierten LCD-Monitor in der Größe eines Daumennagels. Dem Trend zur mobilen Kommunikation kommt die Hyper iCam in ihrer Eigenschaft als WebCam entgegen. Sie läßt sich über eine USB-Schnittstelle an einen portablen oder stationären Rechner anschließen und wird dann über diese Verbindung auch mit Strom versorgt. Bei bestehender Internet-Verbindung arbeitet die Hyper iCam mit den Funktionen einer Web-Kamera und sendet die aktuelle Aufnahme direkt live in eine Website. Momentaufnahmen lassen sich einfach an eine E-Mail anhängen. Zum Lieferumfang gehört ein komplettes Softwarepaket mit Photo Express 3.0, Cool 360, Video Mail und Hyper iCam Manager.

Sicherlich lassen sich 100.000-Pixel-Fotos nicht mit dem Auflösungsvermögen "normaler" Digitalkameras vergleichen. Der Vorteil liegt aber eindeutig bei den geringen und unauffälligen Abmessungen dieses Miniaturgeräts. Die Preisempfehlungen lauten 269 DM für die Ausführung mit 16 MB Speichergröße, für 305 DM soll die 64 MB verkauft werden. Kontakt: Peter Wolf, Telefon 02741/8451, peterwolf@wtn-de.com.



In zwei Welten zu Hause:

JVC HM-DR10000 D-VHS Digital Recorder

Kev Feature Information

SEARCH-AND-PLAY

Video Navigation

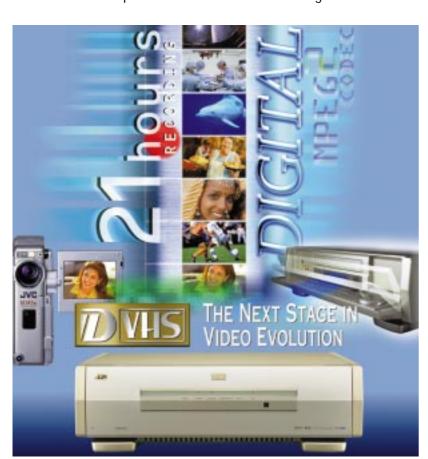


JVC (Victor Company of Japan Ltd.) bietet mit seinem D-VHS Digital Recorder JVC HM-DR10000 einen Videorecorder an, der Signale von analogen Programmquellen im konventionellen VHS- und S-VHS-Betrieb aufnehmen und wiedergeben kann, aber gleichzeitig als der weltweit erste D-VHS Digital Recorder auch hochwertige digitale Aufnahmen von jeder gebräuchlichen

Signalquelle erstellt. Der HM-DR10000 verfügt, je nach Modus, über bis zu 21 Stunden Aufnahmekapazität im D-VHS Betrieb und ermöglicht dank seines komfortablen Video Navigations Systems das punktgenaue Auffinden und Starten einer beliebigen, über das Onscreen-Menu angewählten Aufzeichnung.

JVC als Entwickler des weltweit erfolgreichen VHS-Formats und auch von D-VHS erschließt mit dem HM-DR10000 das gesamte Spektrum digitaler Video-Aufzeichnung bei voller Abwärtskompatibilität zum

zer eine Vielzahl von Anwendungen und Aufzeichnungsmöglichkeiten, bis hin zur qualitativen Auffrischung und digitalen Archivierung eines eventuell beim Käufer vorhandenen analogen VHS-Archivs.



bisherigen VHS-Format für die Aufnahme und Wiedergabe mit gebräuchlichen VHS-Cassetten. Für die digitale Aufzeichnung wird das "Streaming Videoformat MPEG2" eingesetzt. Dieses komprimierte digitale Format ist bereits Standard bei digitalem Fernsehen und DVD. Damit zeigt sich der JVC HM-DR10000 auch für die Zukunft gerüstet. Ein umfangreiches Ausstatungspaket erschließt dem Benut-

Mit einem Eingang für S-Video ist das Gerät für den Anschluß von Satelliten-Receivern, Set Top Boxen oder Super VHS-VCR ausgerüstet. Eine 21polige Scart-Buchse und vergoldete AV-Eingänge erweitern die Anzahl der Anschlußmöglichkeiten universell. Ein konventioneller TV-Tuner ist in den Recorder integriert. Über das DV-Eingangsterminal nach IEEE 1394 ist die Erstellung verlustfreier "Digital zu

Digital"-Kopien gewährleistet, so z. B. von den zunehmend anzutreffenden Digital-Videokameras mit Digital-Ausgang. Der mögliche Anschluß eines Computers über den geeigneten Ausgang einer Grafikkarte erweitert das multimediale Anwendungsspektrum des HM-DR10000. Von der durch JVC entwickelten "Frame Synchroniser Technology" profitieren analoge Aufnahmen oder Überspielungen von analogen VHS-Videokameras oder Aufzeichnungen der Ausgangs-Signale von VHS-Recordern. Vor der digitalen Aufnahme in D-VHS werden die für analoge Videoaufnahmen typischen Störungen und Bildsprünge ausgefiltert und kompensiert. Durch diese Technik ist es bei Bedarf möglich,

den gesamten analogen Bestand

eines Video-Archivs qualitativ

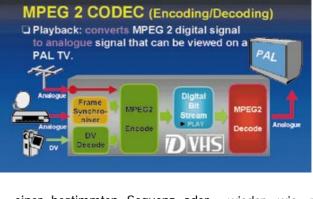
aufzufrischen und digital zu

speichern.

iew the tape's table of contents, and choose the desired

Bei der digitalen D-VHS Aufzeichnung stehen zwei verschiedene Modi mit jeweils unterschied-Datenübertragungsgeschwindigkeiten zur Verfügung. Dadurch läßt sich die Qualität der Aufzeichnung der Bitrate der Qualität der Signalquelle oder der benötigten Aufzeichnungskapazität anpassen, die von sieben Stunden im Standard-Modus bis zu 21 Stunden im LS3-Modus variiert. Selbst bei zukünftigen Anwendungen mit höchster Auflösung und doppelter Datenrate von 28,2 Mbps gegenüber 14,1 Mbps (Standard) können noch stolze 3,5 Stunden Streaming Video aufgezeichnet werden. Die gewaltige digitale Aufzeichnungskapazität von D-VHS beträgt mit 44,4 GB pro Kassette ca. zehnmal soviel wie bei einer DVD und 70mal soviel wie bei einer CD-ROM.

Bei 21 Stunden aufgezeichnetem Videomaterial wäre das Auffinden



einer bestimmten Sequenz oder eines Films eine komplizierte Aufgabe, die jedoch mit JVC's "Video Navigations System" perfekt gelöst wird. Unter bis zu 2000 abgespeicherten Titeln kann man in einer Liste auf dem Bildschirm diejenige Aufzeichnung wählen, die man als nächstes zu sehen wünscht. Die Titel lassen sich auch in Gruppen nach laufenden Nummern oder Kategorien wie Sport, Film, Nachrichten, etc. organisieren.

Wie alle JVC Video Recorder ist auch der HM-DR10000 mit umfangreichen automatischen Installations- und Programmierungshilfen, wie T-V Link, Preset Download, NextTView Link und

One-Step Set up mit Automatic Tuner und Clock Setting, ausgerüstet. Selbst bei vorübergehendem Stromausfall kann eine Aufnahme durch "Tape Resume"

wieder wie programmiert aufgenommen werden, sobald der Stromausfall beendet ist. So wird aus einem Totalverlust nur eine zeitliche Unterbrechung der Aufzeichnung. Mit den Optionen Pal/Secam Aufnahme und Wiedergabe, MESECAM und NTSC Wiedergabe auf PAL-TV mit Hi-Fi Audio ist der Recorder universell einsetzbar. Alle D-VHS Aufnahmen werden bei der Wiedergabe decodiert und in ein PAL-Signal konvertiert. Für einen EVP von 3499, - Mark erschließt der HM-DR10000 dem Käufer die digitale Welt und kann gleichzeitig als ein mit allem Luxus ausgestatteter VHS- oder S-VHS-Recorder genutzt werden.

™Neuheiten

Camcorder von JVC arbeiten mit neuer ET-Technologie

Die S-VHS C-Camcorder von JVC arbeiten mit der neuentwickelten ET-Technologie. S-VHS-ET ermöglicht es, auf Standard VHS C-Kassetten ein S-VHS-Signal aufzuzeichnen.



Dies führt zu einer, im Vergleich zu VHS, um zirka 60 Prozent verbesserten Bildqualität und macht sich auch bei den Kosten für Videokassetten positiv bemerkbar. Beide neuen S-VHS C-Camcorder, sowohl der GR- SX21 als auch der GR-SXM26 (mit aufklappbarem LCD-Monitor), verfügen über dieses Ausstattungsmerkmal. Neben der digitalen Signalverarbeitung bieten die Geräte einen Digital-TBC zur Beseitigung von Bildschwankungen bei der Wiedergabe sowie eine digitale Unterdrückung des Farbrauschens. Mit 50fach Digital Hyper-Zoom und Bildstabilisator lassen sich auch Teleaufnahmen ohne Verwackeln realisieren.

Kreative Videofilmer können unter einer Vielzahl digitaler Szenenübergänge und Fader (Verschluß-, Gleit-, Schiebe-, Eck und Fensterblende sowie Schwarz- und Mosaik-Fader) wählen. Hinzu kommen Animations- und Zeitraffer-Funktionen. Programmierte, per Tastendruck einblendbare Titel geben dem Videofilm den letzten Schliff. Für Nachbearbeitung per Computer steht eine J-Buchse zur Verfügung.

DABRENNEN HREKUNDEN DRAUF: LIEBLINGS-CDs EINFACH SELBER MACHEN. Ausgabe 06/2000: Testurfeil UBERRAGEND



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

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

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

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

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



Digitally yours

Schnell und sicher ins Weihnachtsgeschäft navigiert

Lotse an Bord! Mit VDO Dayton hat sich in den letzten Monaten ein neuer Brand-Name im Auto-HiFi- und Navigationsmarkt etabliert. So neu ist er aber auch wieder nicht. denn VDO Dayton ist hervorgegangen aus der ehemaligen Philips Car Systems, die von VDO aufgekauft wurde. Dementsprechend waren auch noch einige Altlasten zu bewältigen, wie zum Beispiel die veralteten und für heutige Standards viel zu langsamen Navigationsrechner der Carin-Serie, die nach und nach abgelöst wurden. Jetzt bekam auch das Navigations-Einstiegsmodell von VDO-Dayton, das MS 3100 (2700 Mark), den neuen, schnelleren Rechner, Damit wird vor allem die Routenberechnung schneller, und der Fahrer muß nicht mehr so lange warten, bis das System weiß, welche Route zum Ziel es wählen soll. Auch die Antwortzeiten der Menüs bei der Bedienung, ein besonderer Schwachpunkt der alten Systeme, verkürzen sich drastisch.

Neben der reinen Navigationsfunktion, die

beim MS 3100 nur nach dem Turn-By-Turn-Prinzip, also ohne Kartendarstellung nur mit Pfeilen, Kreuzungsschemata und Sprachdurchsagen erfolgt, sind auch noch etliche Sonderfunktionen integriert. So ist zum Beispiel ein Bordcomputer eingebaut, der über Durchschnittsgeschwindigkeiten und sonstige Fahrtdaten informiert. Der Rechner ist außerdem in ein DIN-Gehäuse eingebaut und paßt somit in Autos mit zwei DIN-Schächten, die immer häufiger anzutreffen sind, ins Armaturenbrett. Für diesen Anwendungsfall besitzt das MS 3100 eine abnehmbare Front zwecks Schutz vor Langfingern. Der kleine Monochrom-Monitor wird mit einer schwenkbaren Halterung geliefert, so daß er schnell auf individuelle Bedürfnisse eingestellt werden kann.

Wie bei VDO Dayton üblich, läßt sich das MS 3100 auch für die dynamische Navigation nutzen. Mit einem Zusatzgerät, dem TMC-Tuner MT 5000 (400 Mark), kann es TMC-Verkehrsdaten auswerten und den Fahrer um Staus herumlotsen.

Dynamische Navigation ist immer noch die Domäne der deutschen Hersteller. Neben VDO Dayton be-

herrscht diese Technologie nur noch der Travel Pilot DX-N von Blaupunkt. Die japanischen Hersteller befinden sich, ebenso wie Becker, noch in der Entwicklungsphase. Letzterer bietet aber einen besonderen Service: Für das schon auf dem Markt befindliche Radio-Navigationssystem Traffic Pro wird Becker in Kürze ein Software-Update auf den Markt bringen, mit dem dieses Gerät dann ebenfalls eine dynamische Navigation per TMC bietet.

DVD hält **Einzug ins Auto**

Neben Panasonic (siehe Bericht in PoS-MAIL 6/2000, Seite 31) bietet auch Alpine seit einigen Wochen ein Navigationssystem mit DVD an, das NVE-N077P (4500 Mark). Der Unterschied: Mit dem Alpine-Gerät lassen sich keine Video-DVDs abspielen, es dient ausschließlich als Datenspeicher für die Navigation. Deshalb läßt sich nicht, wie beim Panasonic, eine Multimedia-Anlage darauf aufbauen. Allerdings bietet Alpine einen DVD-Spieler für diesen Zweck an, den DVA-5205P, der allerdings 2900 Mark extra kostet. Vielleicht ist das aber gut angelegtes Geld. Denn erste Erfahrungen mit beiden Navigationssystemen zeigen eine klare Überlegenheit des Alpine. Das System von Panasonic bedarf noch einiger Überarbeitung. Vor allem die Routenführung wurde weithin kritisiert, führt sie doch oft nur über teilweise lange Umwege zum Ziel. Ganz anders das Alpine, es begeisterte mit sinnvoller Routenwahl und blitz-

schnellem

Bildaufbau. Auch die Bedienung ist Alpine-typisch durchdacht. Dem Panasonic-System muß man zugute halten, daß es noch nicht lange auf dem Markt ist.

Bisher hat noch jeder Hersteller von Navigationssystemen eine Lernphase durchlaufen müssen, bis die Geräte in Deutschland optimal funktionierten. Es ist zwar nicht sonderlich sinnvoll, die ersten Benutzer sozusagen zu Betatestern zu machen, im Fall von Panasonic ist aber durchaus Hoffnung vorhanden, die Probleme in kurzer Zeit abstellen und sämtliche Händler und Käufer mit einem Software-Update in die Lage versetzen zu können, auch mit der Panasonic-Navigation sinnvolle Wege

> zu fahren. Das Potential ist jedenfalls vorhan-

Betrachtet man diese beiden Systeme im Vergleich zu dem, was ab Werk

Navigationsals systeme in die Autos wandert, muß man sich schon wundern: Die Autohersteller benutzen immer noch die Geräte der vorletzten Generation, was sich in Bedienung,

Rechengeschwin-

digkeit und Routenwahl bemerkbar macht. Da bleibt eigentlich nur die Empfehlung, selbst bei so hochwertigen Fahrzeugen wie der S-Klasse von Mercedes oder dem A8 von Audi, bei der Neuwagen-Bestellung das Navisystem nicht mit zu ordern, sondern nachzurüsten. Nur dann bekommt man wirklich aktuelle Technik. Und ein guter Händler, von denen es gar nicht so wenige gibt, kann ein Nachrüst-Gerät optisch so gut in hochwertige Auto-Cockpits integrieren, daß auch anspruchsvolle Kunden mehr als zufrieden sind

VDO d ayton

AV. DES CHAMPS ELY



Verkaufsunterstützung VDO Dayton und Blaupunkt

Mit einer ganzen Fahrzeugflotte unterstützt VDO Dayton die Navigations-Händler. 50 Mercedes A-Klasse wurden mit dem Navigationssystem von VDO Dayton ausgerüstet und stehen den Händlern auf Abruf zur Verfügung. Damit wird die Demonstration von Navisystemen zum Kinderspiel, denn der Kunde kann sie selbst während der Fahrt ausprobieren und die immensen Vorteile erkennen. Besonderer Service dabei: Die Fahrzeuge sind mit großflächigen Aufklebern ausgestattet, auf denen neben dem Markennamen auch Name und Telefonnummer des jeweiligen Händlers stehen können. So wird auch das Interesse von Außenstehenden geweckt. Die Firma Blaupunkt veranstaltet übrigens schon seit längerer Zeit eine ähnliche Aktion.

Über die Testwagenflotte hinaus hat sich VDO Dayton noch einiges einfallen lassen: zum Beispiel Selly, die virtuelle Traumfrau. Dieser im Computer erzeugte Charakter ist als "Verkaufsberaterin auf CD" tätig. Sie weiß perfekt Bescheid über Technik, neue Geräte, Einführungstermine und ähnliches. Ihre Aufgabe ist es, den Außendienst bei der Betreuung der Händler zu unterstützen und zusätzliche Informationen zu bieten.







Die Ansprüche an das Fernsehbild steigen parallel zum Wohlstand. Kein Wunder also, daß in den letzten Jahren die Verkäufe der Heim-TV-Geräte mit Bildschirmen über 71 cm Diagonale steil anstiegen. Das gilt weniger für das 16:9-Format, das sich bislang bei uns noch nicht durchsetzen konnte.

Einen Fuß in der Tür hat hingegen das Flat Display als potentieller Nachfolger unserer klobigen und schweren Bildröhre, vor mehr als hundert Jahren für einen ganz anderen Zweck erfunden. Sie wird die Wohnzimmer noch geraume Zeit beherrschen, obwohl alle Welt vom Flat Panel spricht. Die Parole lautet eindeutig "Flat is beautiful". Das wissen auch die Bildröhrenhersteller und schufen die CRT mit ebenem Schirm, die aber das eigentliche Dilemma nicht ändert - es bleibt bei durchschnittlich

Das Luxus-Modell Fine Arts Planatron von Grundig mit

integriertem DVD-Player und motorgetriebenem Stand-

fuß entspricht technisch weitgehend dem Planatron 2.

30 kg Gewicht und 45 cm Bautiefe. Abhilfe wird hier tatsächlich nur das Flachdisplay bringen, wie wir es schon beim PC-Monitor finden. Das Vertrackte ist der Wunsch der Wohlstandsbürger nach einem flachen, aber großen Bild. Hier versagt die Kathodenstrahlröhre; bei 92 cm Bildfelddiagonale ist die Grenze des Erträglichen hinsichtlich Gewicht und Volumen erreicht.

Der Ausweg heißt zur Stunde Plasma - das Thema dieses Beitrages, obwohl sich auch andere Lösungen anbieten. Die Technik der Plasma-

> schirme ist im Kasten auf der nächsten Seite nachzulesen. Schauen wir den aktuellen Stand dieser Lösung an. Entwicklung und Fertigung sind in Fernost konzentriert, wo einige Großkonzerne die nötigen Milliardenbeträge aufgebracht haben. Europa spielt keine Rolle, allenfalls als Abnehmer; gleiches gilt für die USA. Diese Abhängigkeit der westlichen Welt bedeutet, nur begrenzten Einfluß auf die Strategie der Plasma-Einführung zu haben.

Eine Ausnahme macht Philips. Die Holländer haben frühzeitig durch geschickte Kooperation

auf dem Flachdisplaymarkt "ein Bein an Deck" bekommen. Das kam nicht von ungefähr. Seit mindestens 25 Jahren befaßt man sich im Konzern mit der gesamten Flachdisplay-Technik, also auch mit LCD, und nahm selbst Rückschläge durch unbefriedigende Technologien (PALC) und erfolglose Fertigungsanfänge (Fabrik in Waalre) in Kauf. Philips kann seinen Partnern in Asien vieles bieten, wozu auch ein effektives Vertriebsnetz und genügend Kapital gehören. Bekannt ist der Einstieg mit 1,6 Milliarden Dollar bei LG Electronics in Korea, was die Übernahme des halben Anteils der dortigen sehr großen LCD-Fertigung

Die Qualität Plasma-Displays, abgekürzt PDP (Plasma Display Panel) hat sich in den letzten Jahren sehr verbessert. Vorbei sind störende Ausfälle einzelner Bildpunkte, die Helligkeit (Leuchtdichte) nähert

Bildröhre. Gleiches gilt für den Kontrast, der heute bei 500:1 liegt und

bedeutete.

Was Plasma angeht, so hat sich Philips schon Ende 1998 mit Pioneer, einem der bedeutendsten einschlägigen japanischen Hersteller, zusammengetan und konnte auf der diesjährigen CeBIT das 50-Zoll-Display vorstellen, also mit 127 cm Dia-

gonale und XGA-Auflösung – das sind 1024 x 768 Pixel entsprechend 786.000 Bildpunkten.

sich 500 Candela pro

m² und damit der einer modernen



Der z. Zt. weltgrößte Plasma-Schirm, entwickelt von Panasonic: Bilddiagonale: 60 Zoll = 152 cm, 16:9; Abmessungen (B x H x T): 146 x 98 x 14 cm; Gewicht: 75 kg; Helligkeit: 450 cd/m²; Auflösung: 1,05 Mio. Pixel; Kontrast: 500:1; Blickwinkel: 160° (LG Electronics, Korea, hat Ähnliches im Programm).

sich auf 700:1 zubewegt. Für die Schirmgröße gilt: Standard ist 42" (106 cm Diagonale), angekündigt sind 50" (127 cm) und 60" (152 cm). Ein besonderer Vorteil der modernen Plasma-Schirme ist der große

Kosten für die Weiterentwicklung der Technik und für die hochqualifizierte Belegschaft in den Werken.

Das alles summiert sich und ist auf dem Hintergrund der noch geringen Stückzahlen zu sehen. Die Verkäufe

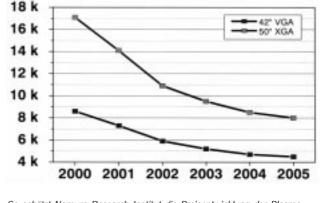
werden durch die stolzen Ladenpreise der Plasma TV-Empfänger zwischen 20.000 DM und 30.000 DM nicht gerade angestachelt. Ein Plasma-Heimgerät ist z. Zt. privat nur etwas für die Happy Few und sonst für Ausstellungsräume, wo die Präsentation mitspricht.

Es ist ein Teufelskreis: Wenn etwas sehr teuer ist, wird es nur begrenzt gekauft, wenn aber die Nachfrage gering ist, bleibt der Preis hoch!

Nach unseren Informationen wurden 1998 in Deutschland rund 1000 Plasma-Empfänger abgesetzt, 1999 waren es doppelt so viele. Für Europa dürfen diese Zahlen getrost verdreifacht werden. Das sind aber, wie es ein Marktkenner ausdrückte, nur "homöopathische Mengen".

Ein führender deutscher TV-Geräte-Produzent nannte uns seine Verkäufe im 1. Halbjahr 2000: 553 Stück im Inland, 213 im europäischen Ausland und nochmals 84 in Übersee. Die GfU hatte im April des Vorjahres die kühne Behauptung aufgestellt, daß sich 50 Prozent der Kaufwilligen hierzulande für Plasma-Geräte interessieren würden, woraus sich ein "offenes Potential" von 18,5 Millionen Stück errechnen ließe. Schön wär's...

Heute kauft der deutsche Geräte-



So schätzt Nomura Research Institut die Preisentwicklung der Plasma-Schirme je nach Größe und Auflösungsvermögen ein: 42" VGA = 107 cm/ 307.000 Pixel; 50" XGA = 127 cm/786.000 Pixel. (Anmerkung: Es gibt von anderen Marktforschern durchaus abweichende Vorhersagen).

Betrachtungswinkel – horizontal

ebenso wie vertikal sind es 160°. Die

Fertigung des PDP ist, ebenso wie

die des LCD (Liquid Crystal Dis-

play), kompliziert und daher kost-

spielig; sie ähnelt der Halbleiter-

herstellung, verlangt Reinsträume

sowie teures Equipment und leidet

(noch) unter relativ geringen Fabri-

kationsergebnissen. Die Hersteller

Es ist dennoch bekannt, daß man

kaum über 50 Prozent hinauskommt

- die Hälfte der Fertigung also ist Aus-

schuß. Das steht im Gegensatz zur

eingefahrenen Bildröhrenproduk-

tion, die mit 96 Prozent (!) Ausbeute

kalkuliert. Hinzu kommen Faktoren

wie sehr teures Fabrikationsequip-

ment, das bei Formatwechsel auszutauschen ist, sowie beträchtliche

sprechen nicht gern darüber.

TFT-Display Parameter Bildröhre Plasma Projektion Auflösung (Bildpunkte) max. 1,3 Mio. max. 1,3 Mio. max. 1,9 Mio. max. 1,3 Mio. 500 cd/m² Leuchtdichte 500 cd/m² 200 cd/m² 500 cd/m² Kontrastverhältnis 500:1(1000:1) 450:1 300:1 250:1 8 Bit 8 Bit Gradationsauflösung 8-12 Bit 8 Bit max. Display-Größe 60"(42") 30"(21") 250" Betrachtungswinkel ±160° h./v. ±160° h./v. ±45° h./v. $\pm45/160^{\circ}$ h./v. Bild-Geometrie + + + Randschärfe + + + Preis/Leistung ++ ± Leistungsaufnahme Geräuschentwicklung ++ ± EMV/Röntgen --Zelldefekte ++ ± ± ± Gewicht ± + ± Nachleuchten

eb.liem-eog.www :ewel/i ensehi nollpër izrel

Quelle: Loewe

+= gut; - = weniger gut

produzent das gängige 42-Zoll-PDP für etwa 5.200 DM ein und hofft auf einen Preis von vielleicht 2.500 DM im Jahr 2005. Nach Meinung befragter Fachleute könnte dann das fertige Gerät im Laden um 10.000 DM kosten. Andere sind nicht so optimistisch und nannten 12.000 DM. Vorausgesetzt wird, daß in fünf Jahren Europa alleine 7 Millionen Plasma-Geräte für den privaten und geschäftlichen Nutzen abnimmt; weltweit sollten es 30 Millionen sein. Das gäbe den fernöstlichen PDP-Herstellern eine solide Grundlage und würde womöglich auch für eine PDP-Fabrik in Europa sorgen. Gerüchteweise zeichnet sich derlei ab.

Es gibt bekanntlich auch andere Methoden für die Erzeugung eines



Thomson-Rückprojektionsempfänger 52 RW 77 WS mit 133 cm Bildfelddiagonale, Dolby Surround Pro-Logic Ton und zwei Tunern, UVP:

großflächigen Fernsehbildes. Zunächst ist nochmals zu betonen, daß dafür die Bildröhre ungeeignet ist. Dem LCD wird zugebilligt, eines nicht zu fernen Tages die Diagonale von 140 cm zu erreichen; ob in einer Scheibe oder nach dem Verfahren der amerikanischen Firma Rainbow, sei dahingestellt. Ihr ist es gelungen, bis zu vier kleinere, problemlos herstellbare LCD ohne sichtbare Säume zu einem Großdisplay zu vereinen. Die kürzlich bekanntgewordenen Patentanmeldungen des Unternehmens zeigten, wie das möglich ist. Sharp hat schon vor einiger Zeit ohne Erfolg versucht, gleiches zu schaffen. Es wäre zu wünschen, daß die Rainbow-Lösung zwei Schwächen der LCD – den geringen Betrachtungswinkel von +40° und die nicht optimale Bildhelligkeit - beseitigt (siehe Tabelle).

Die echte Konkurrenz zum Plasma-Schirm bildet jedoch die Projektion; sie bietet heute brauchbare Bilder fast ohne Größenbeschränkung bei signifikant niedrigeren Preisen.

Im Handel sind solche Modelle in diversen Ausführungen für durchschnittlich 7.500 DM zu haben. Beispiel mag die neue, seit Mai lieferbare Thomson-"Scenium"-Reihe sein. Hier sorgen exzellente Audio-Ausstattung und zahlreiche



AC Drei-Elektroden Surface-Discharge

So funktioniert der Plasma-Bildschirm

In der Elektronik bezeichnet der Begriff "Plasma" den Zustand, bei dem Elektrizität ein Gas zum Leuchten bringt, vergleichbar dem Prinzip der Fluoreszenz- und Neonbeleuchtung. Äußerlich wird der Plasmaschirm von dem Front- und Rückglas begrenzt. Die vordere Scheibe hat zwei parallele Elektroden und ist in hunderttausende winziger Zellen (Bildpunkte bzw. Pixel) unterteilt, die eine Xenon-Neonglasmischung enthalten. Liegt zwischen den beiden Elektroden eine Spannung, so löst die elektrische Oberflächenentladung auf der Schutzschicht ultraviolette Strahlungen aus, die ihrerseits die Phosphorbeschichtung der Zellen aktivieren, wodurch zur Bilderzeugung Licht

Farh-Plasma-Displays nach dem System

Struktur eines

farben eingesetzt werden, entsteht das bunte Bild, das sich durch korrekte Geometrie und absolute Schärfe bis in die Ecken und Ränder auszeichnet. Soweit bekannt, stammen die ersten Plasma-Displays 1968

durch die Glasplatte abgegeben wird. Da drei Phosphor-

vom japanischen Hersteller Fujitsu; 1989 kam dort das erste Farb-Plasma-Display heraus. Es wurde 1995 zum 42-Zoll Color Plasma Display fortentwickelt, das z. Zt. am weitesten verbreitete Format.

Fujitsu arbeitet eng mit Hitachi zusammen; an diesem Jointventure beteiligte sich kürzlich Sony. Weitere Kooperationen bilden Pioneer mit Philips und Sharp sowie Toshiba mit Matsushita (Panasonic).

Zu erwähnen ist die PALC-Technik (Plasma adressed LCD), die ab 1996 von Sharp und Sony gefördert wurde; im Juli 1997 trat Philips bei. Das Ziel war die Fertigung großer Displays, wobei die Steuerung der Pixel nicht durch Transistoren, sondern durch Plasmazellen geschieht und der unbefriedigende Betrachtungswinkel der LCD mit der ASM Liquid Crystal Technology auf 140° verbessert werden sollte. Wie im Text erwähnt, ging die Rechnung nicht auf, zumindest Philips zog sich zurück.

Schaltungskniffe für echtes Kinoerlebnis im Heim. Die Bildgröße beträgt 112 cm bzw. 133 cm, selbstverständlich im Format 16:9. Der UVP liegt zwischen 6.999 und 8.999 DM, also beträchtlich unter den Plasma-Preisen. Nachteilig bleibt der Rückprojektion voluminöse Gehäuse und die gelegentlich unbefriedigende Bildhelligkeit, die besonders bei Tageslichtfernsehen stört. Hier helfen die von Texas Instruments entwickelten Digital Light Processing-Chips entscheidend. Zu erwähnen sei der Direct Drive Light

Amplifier von JVC mit erstaunlicher Helligkeit; sein Einsatz im Heim-TV-Gerät steht jedoch noch

Nicht durchgesetzt im Heimbereich hat sich bisher der Aufprojektor mit separater Leinwand; für mittelgroße Konferenzen jedoch ist er fast ideal, nachdem die Bildhelligkeit gewachsen ist und die Lüftergeräusche abgesenkt wurden.

Zum Abschluß eine etwas ketzerische Anmerkung. Sie betrifft die häufig nachgeplapperte Möglichkeit, den Plasmaschirm "wie ein Bild an die Wand" zu hängen.

- commune

In der Realität funktioniert das nicht so einfach:

- Man schaue sich in seiner Wohnung um – wo gibt es eine noch freie Wohnzimmer-Wandfläche der gewünschten Größe?
- Wir sind es gewöhnt, das Fernsehen vom bequemen Sessel aus zu konsumieren, also in etwa 1,2 m Augenhöhe. So niedrig hängt kein Bild.
- Plaziert man aber den Plasmaschirm so tief, dann stört er bestimmt, schon weil er die meiste Zeit in Brusthöhe eine graue tote Karl Tetzner Fläche zeigt.

MacWorld Expo - Espresso Die bereits vor der Eröffnung der MacWorld Expo im Internet verbreiteten "Insider News" ließen größere Sensationen erwarten, als die dann bei der Eröffnungsrede von Steve Jobs tatsächlich bekannt gegebenen Neuheiten hergaben. Inzwischen hat Apple bei Gericht Strafanzeige gegen "Unbekannt" gestellt und hofft im Zuge des Ermittlungsverfahrens, den Provider Yahoo zur Offenlegung der Kundendaten von "worker bee" zu zwingen, der noch vor der Eröffnung diversen Mail Postings Internet angebliches "Insider-Wissen" über die neuen Macs verbreitete.

Die Unterschiede der vier vorgestellten neuen iMacs stehen unter dem Zeichen sinnvoller Modellpflege und Erweiterungen. Der kleinste iMac wird nun in Blau (Indigo) ausgeliefert. Mit einem Verkaufspreis von 799 US-Dollar

bekommt man in Deutschland trotz Euro-Tief für unter 2.000 Mark einen Rechner mit 350 MHz PPC750 CPU, 64 MB RAM, 7 GB Festplatte, CD-ROM, Modem, USB und Ethernet mit 10/100 MB (allerdings als einziger der vier iMacs ohne Firewire). Den Betrag von 2.500 Mark wird man beim Erwerb des außer in Blau auch in Rubinrot (Ruby) erhältlichen iMac DV mit 400 MHz CPU im Apple Store hinlegen müssen. Dafür wird man dann Besitzer eines für Videoschnitt geigneten Geräts. Mit seiner 10 GB Festplatte plattenspeicher zur Verfügung als das Grundmodell und erlaubt außerdem über einen Ausgang den Anschluß eines externen und größeren Monitors (gleicher Bildinhalt). Für nur 700 Mark mehr bringt das nächste Modell, der iMac DV+, eine 20 GB Festplatte und einen um 50 MHz schnelleren Prozessor mit sich und ist auch in Grün (Sage) erhältlich.

An der Spitze der iMac Produktreihe steht weiterhin der iMac DV Special Edition. Seine CPU mit 500 MHz sorgt mit 128 MB RAM,

einem DVD-Laufwerk und einer 30 GB Festplatte für notwendige Performance, die auch anspruchsvolle Videofilmer begeistern dürfte und ihnen deshalb 3.700 Mark wert sein sollte. Für diesen Preis hebt sich die DV Special Edition auch mit den Farben Graphite und Snow vom übrigen Feld ab.

Alle neuen iMac-Modelle kommen in den Genuß einer optischen Maus, die eine ergonomischere deren gesamter oberer Teil als Taste ausgebildet ist. Als deutliche Verbesserung gegenüber den Vormodellen wird allgemein die größere Tastatur (108) mit dem "Media Eject Key" empfunden, der bei Betätigung das Ausfahren der CD-ROM oder DVD-Scheibe einleitet. Besitzer der Vorgängermodelle sollen ab September für den Preis von 120 Mark diese zwei neuen Eingabegeräte nachträglich erwerben können. Bemerkenswert bei der Power Mac Linie ist die Ausrüstung der



Markt für Www. Datenprojektoren boomt

Nach weitgehend deckungsgleichen Marktstudien von drei voneinander unabhängigen Institutionen (Stanford Ressources Inc. CA / USA, Pacific Media Associates [PMA]. CA / USA und IDC USA) wird das Marktsegment für Datenprojektoren im laufenden Jahr weltweit ein Wachstum von 40 Prozent nach Stückzahlen verzeichnen können. Auch in den Folgejahren soll sich dieser überaus positive Trend fortsetzen. Europa ist unbestritten zur Zeit der größte und wichtigste IT-Markt überhaupt, und deshalb wird sich ein großer Teil dieser sprunghaft zunehmend verlaufenden Marktentwicklung in Deutschland vollziehen. Das dürfte Grund genug für den Handel sein zu prüfen, auf welche Weise man mit dem eigenen Unternehmen an diesem Geschäft teilhaben kann. Dabei ist der Tatsache besondere Beachtung zu widmen, daß im Zuge dieser Entwicklung sowohl beim Anwendungszweck und den Anschaffungsgründen als auch beim Käuferkreis starke Veränderungen gegenüber den bisherigen Verhältnissen eintreten werden. Genau dies erhöht die Chance, das eigene Sortiment um ein geschäftlich interessantes Segment zu erweitern, das bisher mehr oder weniger den Spezialisten überlassen wurde.

Multimedia und portable Rechner schieben den Projektormarkt an

Die Nachfrage nach Bildausgabegeräten ist naturgemäß immer an das vorhandene Angebot an darzustellenden Inhalten gekoppelt. Das gilt für Datenprojektoren ebenso, wie es für den Absatz von Fernsehgeräten und Monitoren ausschlaggebend ist. Im Office-Bereich war es in den vergangenen Jahren vorwiegend die Verfügbarkeit immer einfacher zu bedienender Software zur Erstellung aussagekräfiger Präsentationen und die parallel dazu verlaufende Zunahme an Rechner-Performance, die einen steigenden Bedarf an Datenprojektoren auslösten. Doch erst mit der Verbreitung von portablen Rechnern als Quasi-Business-Standard begann die progressive Phase im Marktgeschehen für Datenprojektoren. Der Datenprojektor ist das ideale Gerät, um die auf Laptops und Notebooks verfügbaren Informationen an wechselnden

Orten einem unterschiedlichen Personenkreis kommentiert zur Kenntnis zu bringen. Der Markt wird von portablen LCD-Projektoren dominiert, und die technischen Daten für Bildauflösung, Kontrastverhältnis und Farbwiedergabe werden weitgehend durch die Eigenschaften der projizierten Inhalte bestimmt.

DVD verändert das Anforderungsprofil für Projektoren

In den letzten zehn Monaten sind DVD-Laufwerke in stationären und portablen Rechnersystemen vom Nischendasein zum neuen Standard aufgestiegen. Statt mit einem CD-ROM Laufwerk, werden Rechner immer häufiger gleich mit einem zu CD-CDR/W kompatiblen DVD-Laufwerk bestückt. Infolgedessen sind plötzlich Wechselplattensysteme mit Speichermedien in der Größe von mehreren Gigabytes auf portablen Rechnern verfügbar.

Die verfügbare Palette zu

projizierender Inhalte erwei-

tert sich um das Abspielen

vonVideos im Streaming

Media Format und DVD-Fil-

men. Die Abkehr von der ani-

mierten Präsentation von

Standbildern ist eingeläutet,

und stationären wie porta-

blen Rechnern wächst die Fähigkeit zur Filmvorführung

zu. Deshalb wird zukünftig

beim Erwerb eines Datenprojektors auch seine Eig-

nung zur Vorführung von Fil-

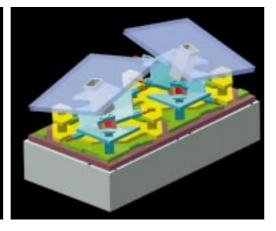
men im DVD-Format (kom-

primiertes Streaming Video)

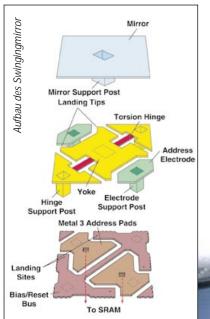
lichen und privaten Nutzung von portablem Rechner und Datenprojektor werden zwangsläufig fließend. Mit der Ausrüstung für die Vorführung eines Films über ein

geschäftliches Produkt oder

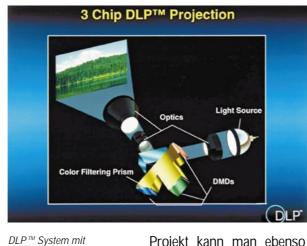
im Vordergrund stehen. Die Grenzen der geschäft-



Ablenkung des Lichts durch DLP™ Micromirror



Aufhängungsprinzip des Micromirror



drei Chips für jede Farbe

Projekt kann man ebenso einen DVD-Spielfilm aus der Videothek projizieren. Auf dieser Schiene wird zunehmend die Nutzung von Datenprojektoren auch in den privaten Consumer-Bereich Eingang finden. Sinkende Anschaffungskosten, ein steigendes Preis/Leistungsverhältnis und die verminder-



Mitsubishi LVP-X400U LCD-Projektor, 3000 ANSI Lumen, Kontrast 400:1, S-Video (mit Wechsellinse), RGB PC/DVD, VGA 640 x 480, SVGA 600 x 800, XGA 1024 x 768, SXGA komprimiert, MAC II, 16:9, Bild in Bild 2x Motion, Manual Zoom, Line Doubler, New Natural Color Matrix, Color Uniformity Control, verfügbar ab November 2000, UVP DM 25.000

te Geräuschentwicklung der Lüfter machen Datenprojektoren inzwischen gleichzeitig zu idealen Bildwiedergabegeräten für das DVD-Heimkino.

Kriterien: hoher Kontrast, Multiformat, Farbtreue und geringes Gewicht

In den Modellreihen der führenden Hersteller zeichnet sich der Schritt zur Kinotauglichkeit als deutlicher Trend ab. Multiformateingänge, DVI-Schnittstelle, Umschaltung auf 16:9 Format und neue Technologien zur Umrechnung von Videoformaten, die die Bildinformationen qualitativ unversehrt erhalten und Kompressionsverluste und Treppenbildung vermeiden, stehen im Vordergrund der neuen Gerätegeneration. So stellt z. B. Mitsubishi zugleich mit seinen neuen Modellen LVP-X400U, LVP-SA51UX und dem LVP-X30U neue Features vor wie: CineView Line Doubler, New Natural Color Matrix, Color Uniformity Correction. Diese dienen der Verbesserung der Bildqualität und der Vermeidung von Unschärfen und Bildverzerrungen. Der neue LVP-X30U von Mitsubishi, der mit einem DLPM-System von Texas Instruments arbeitet, erreicht das beachtliche Kontrastverhältnis von 800:1, einen Wert, der sich vor allem bei der Wiedergabe von DVD-Kinofilmen vorteilhaft auswirkt, da dort die Resthelligkeit der LCD-Systeme bei dunklen Bildern als störend empfunden wird. Aus dem vielfältigen Angebot führen wir im Rahmen dieses Beitrags einige Modelle auf, die sich aufgrund von Auflösung und Format auch gut für die Video- und Filmprojektion eignen.

DLPM-Chips von Texas Instruments auf dem Vormarsch

Mobile und portable LCD-Projektorsysteme haben inzwischen einen sehr hohen Qualitätsstandard erreicht, bei gleichzeitiger Verminderung von Abmessungen und Gewicht. Um so erstaunlicher ist der Erfolg, den das erst vor drei Jah-



Der derzeit meist verkaufte Projektor Sony VPL-CS1

eb.liem-eoq.www :ewel/l enbeiti nollgëi izieL

Glossar

ANSI: Abkürzung für American National Standards Institute; ANSI hat den Standard zur Messung der Projektor-Helligkeit in Lumen festgelegt.

DVI: Abkürzung für Digital Video Interface; Standard-Schnittstelle zwischen digitalen Signalquellen und Bildwiedergabegeräten, wie z.B. Monitore, LC-Displays, Datenprojektoren und Plasmadisplays. DVI ist inzwischen auch als digitale Schnittstelle für Fernsehgeräte standardisiert.

DLP™: Abkürzung für Digital Light Processing™; eine von Texas Instruments entwickelte Datenprojektionstechnik mittels eines Microprozessors, bei der auch in voll beleuchteten Räumen helle, farbige Bilder projiziert werden können. Auf einem DLP™-Chip befinden sich Millionen mikroskopisch kleiner Spiegel, einer für jeden Pixel, die digital gesteuert um eine Achse schwingen und reflektiertes Licht durch ein bewegtes Farbrad auf eine Projektionsfläche projizieren.

HDTV: Abkürzung für High Definition Television, Standard für hochauflösendes Fernsehen mit einem Videosignal mit 1125 Bildlinion

Kontrastverhältnis: Das Verhältnis zwischen hellstem Weiß und maximal abgedunkeltem Schwarz eines projizierten Bildpunktes unter Ausschluß von Hintergrundbeleuchtung.

LCD: Abkürzung für Liquid Crystal Display, bei dem Kristalle unter dem Einfluß einer angelegten elektrischen Spannung wechselweise einen flüssigen oder festen Zustand einnehmen.

SVGA: Bildauflösung von 800 x 600 Pixeln; Abkürzung für Super VGA.

TFT: Abkürzung für Thin Film Transistor; eine bei LC-Displays verwendete Technik, auch unter der Bezeichnung Active Matrix bekannt.

VESA: Abkürzung für Video Equipment Standards Association; ein Konsortium der Industrie, das die Standards von Videosignalen für die SVGA Grafikdarstellung kontrolliert.

VGA: Bildauflösung von 640 x 480 Pixeln; Abkürzung für Video Graphics Array.

XGA: Bildauflösung von 1024 x 768 Pixeln; Abkürzung für Extended Graphics Array.

ren der Öffentlichkeit vorgestellte digitale DL-PM-Projektionssystem von Texas Instruments verzeichnen kann. Bei allen führenden Herstellern nehmen inzwischen die Modelle mit DL-PM-System zu, und teilweise basieren bereits ganze Produktlinien auf DLPM. Unbestritten kann man bei vielen Anwendungsfällen weder dem DLPM-System noch dem LCD-System eine Priorität zuweisen. Bei der Projektion von Video- und DVD-Filmen sind DLPM-Systeme jedoch gleich in mehreren Punkten klar im Vorteil. Das Herz des Systems ist ein optoelektronischer Chip in der Größe einer Briefmarke, auf dem 768.000 beweglich aufgehangene, mikroskopisch kleine metallische Spiegel angeordnet sind, die als optische Schalter arbeiten und durch ein bewegtes Farbrad hindurch scharfe helle Bildpunkte auf eine Bildfläche projizieren. Die digital angesteuerten Microspiegel kippen je nach Helligkeitswert des Bildpunkts weniger oder stärker in den Strahl der Lichtquelle. Farbig wird der projizierte Lichtpunkt beim Durchlaufen eines bewegten Farbrades. Wird ein schwarzes Pixel benötigt, kippt der entsprechende Microspiegel so weit, daß kein Licht in



die Projektionslinse gelangt. Daraus resultiert das hohe Kontrastverhältnis des DLPM-Systems, während ein schwarzer Bildpunkt bei LCD-Projektoren immer noch eine Resthelligkeit aufweist, also dunkelgrau erscheint.

Ein LCD-System erwärmt sich mehr, weil das am Austritt gehinderte, nicht emmitierte Licht das Innere der LCD erwärmt. Wegen ihrer geringeren Betriebstemperatur benötigen DLPM-Systeme weniger Kühlung, haben also leisere Ventilatoren und sind leichter als LCD-Projektoren. Dies ist vorteilhaft für die Konstruktion kleiner, portabler Systeme und ihren Einsatz als DVD-Heimkino. DLPM wird seit kurzem erstmalig bei großen professionellen digitalen Kinoprojektoren (Sony) eingesetzt. Auch Panasonic stellt zwei neue DLPM-Großbildprojektoren (PT-D9500E/PT-D9600E) mit 10.000 und 12.000 ANSI-Lumen für Kino, Theater, Stadien, Schulungs- und Veranstaltungscenter vor.

Preise: 266.000 und 348.000 Mark. *evo*

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

Inkl. CD-ROM

Inkl. CD-ROM

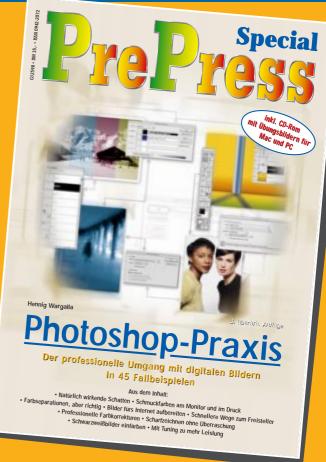
mit Übungsbildern

für Mac + PC

Für Photoshop

4.0, 5.0 + 5.5

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



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

Alles in einem Heft!

| Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e) |
|--|
| des PrePress-Specials Photoshop-Praxis |
| inkl. CD-ROM zum Preis von DM 35,- |

Unterschrift

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

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

| Name/Firma: | |
|--------------|------|
| Straße/Nr.: | |
| Plz/Ort: | |
| Telefon/Fax: | |



DTS-ES 6.1 Discrete – das ist das Schlagwort bei den neuen Produkten, die Denon zum Herbst anbietet. Als erster Hersteller bringt Denon ein Gerät mit diesem neuen, voll abwärtskompatiblen Tonformat, das statt der bisherigen fünf Wiedergabekanäle im Heimkino deren sieben nutzt (wie's funktioniert, siehe Kasten), in den Verkauf.

Und dieses Gerät hat es in sich: Der AVC-A1SE ist ein Bolide der Gattung Heimkino-Receiver. Zum Beispiel besitzt er sieben Endstufen, die alle die gleiche Leistung, nämlich 220 Watt an 6 Ohm, an die Lautsprecher leiten. Das sind summa summarum 1540 Watt, die Liveteile und die massive Verarbeitung komplettieren die Features des Geräts. Das Ganze ist mit einem Preis von 7500 Mark zwar kein Sonderangebot, aber absolut konkurrenzfähig.

Für den Händler bietet der AVC-A1SE nicht nur in technischer Hin-

> sicht eine Herausforderung: Er muß Käufer unauffällig integrieren ten. Mit den Ge-F-Serie hat er

den zahlungskräftigen potentiellen davon überzeugen, daß ein solcher Geräte-Klotz durchaus durchgestylte Wohnzimmer zu ist, und dafür auch Lösungen anbieräten der Denon solche Probleme

nicht. Sie sind deutlich kleiner und schlanker als herkömmliche HiFi-Geräte, bieten aber trotzdem ähnliche Qualitäten: Der Receiver AVR-F-100 ist mit einem UKW-Empfänger, Stereo-Endstufen und Decodern für die Heimkino-Standards Dolby Digital und DTS ausgerüstet. Schon mit seinen zwei Kanälen kann der 700 Mark teure

Schick und gar nicht voluminös ist der Receiver AV-F100, genauso wie die anderen Mitglieder der F-Serie von Denon.

Lautstärke auch im Heimkino garantieren. Neben dem neuen DTS kann der Receiver selbstverständlich auch THX-EX wiedergeben, ebenfalls ein recht neues Tonformat, das mit Hilfe des Marktführer-Tonsystems Dolby Digital sechs Kanäle zur Verfügung stellt. Eine Vielzahl an Anschlüssen, die THX-Zertifizierung, hochwertigste Bau-



Als einer der ersten kann der DVD-3300 nicht nur Video-DVDs sichtbar, sondern auch die überlegene Klangqualität von DVD-Audio hörbar machen.

Receiver per Virtual Surround Heimkino-Atmosphäre ins Wohnzimmer zaubern. Zusammen mit der Dreikanal-Zusatzendstufe POA-F100, die mit nur 400 Mark ein echtes Schnäppchen darstellt, gelingt ihm dieses in Perfektion. Für die Zuspielung der Bild- und Tonsignale sorgt der DVD-Spieler DVD-F100. Er kostet 1000 Mark und verfügt über alle Features, die heutzutage dem Stand der Technik entsprechen.

Apropos DVD: Für Denon ist DVD-

Audio ein Thema. Das beweist der japanische Hersteller, indem er zum Herbst das erste Abspielgerät für diese Technologie auf den Markt bringt, den DVD-3300. Trotz der noch eher schleppenden Versorgung mit DVD-Audio-Software steht dem Genuß hochwertigster Musikwiedergabe nichts mehr im Wege, wenn man 3000 Mark investiert.

und mitgelieferten Zweiwege-Lautspre-

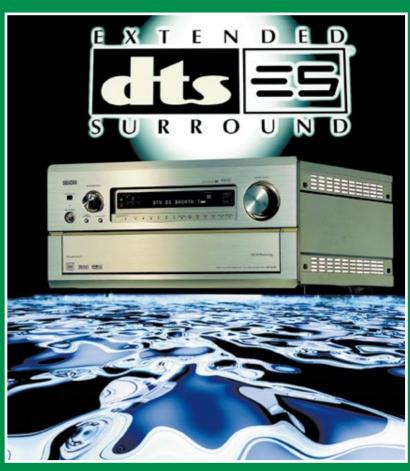
chern glänzt der CD-Receiver DU-M30

Auch für das "normale" HiFi hat Denon neue, interessante Geräte zu bieten, zum Beispiel die der

M-Serie und hier den CD-Receiver DU-M30. Er kostet 800 Mark und bietet im Mikroformat Technik, die Denon auch bei teuren HiFi-Geräten einsetzt. Zudem ist er edel gestylt, was durch das halbdurchlässige Spiegel-Display nochmals unterstützt wird. Kleine Zweiweg-Lautsprecherboxen sind ebenfalls im Preis enthalten. Und deren Qualität ist Denon-typisch nicht übel. Für 100 Mark mehr erhält man übrigens das gleiche Gerät mit einem Dreifach-CD-Wechsler und höherer Verstärkerleistung. CD-Rekorder, MD-Rekorder und Cassettenrekorder sind im gleichen Design ebenfalls erhältlich.

Neue Ton-Normen fürs Heimkino

Um Klangqualität und Verkaufszahlen von Heimkino-Geräten zu steigern, hat sich Dolby vor kurzem etwas einfallen lassen: Warum nicht die sechs Tonkanäle, die bei modernen Filmproduktionen sowieso vorliegen, auch in die Wohnzimmer bringen, statt der bisher üblichen fünf? So hat man den beiden hinteren Kanälen nach alter Dolby-Surround-Manier einfach noch einen weiteren Kanal hinzugefügt. Das Ganze heißt dann THX-EX. Übertragen werden soll der Zusatz-Kanal dann im Wohnzimmer von zwei Lautsprechern, die hinter den üblichen Surround-Boxen angeordnet werden. Die Wiedergabegeräte benötigen dafür noch zwei zusätzliche Endstufen zu den bisherigen fünf. Von DTS gab es schnell ein ähnliches System namens DTS-ES. Aber das Unternehmen hat



Mit neuer Ton-Norm und über 1500 Watt stellt der neue AVC-A1SE von Denon auch anspruchsvollste Heimkino-Liebhaber zufrieden.

noch eins draufgesetzt: Unter dem Namen DTS-ES 6.1 Discrete ist es ihm gelungen, auch für die beiden zusätzlichen Lautsprecher ein jeweils unabhängiges Signal zu übertragen. Das neue System ist voll abwärtskompatibel, Software mit DTS-ES 6.1 Discrete kann auch von jedem herkömmlichen Verstärker oder Receiver mit "normalem" DTS-Decoder ohne Probleme fünfkanalig wiedergegeben werden. Bei der Namenswahl war DTS allerdings nicht sonderlich glücklich, da ja eigentlich nicht nur 6.1 Kanäle, also sechs Kanäle plus Tieftonkanal, übertragen werden, sondern sogar 7.1 Einzelsignale.

Hier können Sie Ihr Abo





Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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

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

aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

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

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

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27

☐ Ja, senden Sie mir ab sofort ein Jahresabonnement der Zeitschrift PoS-MAIL gegen Rechnung zum Preis von

117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,-€). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Liefe-

rung und Rechnung an folgende Anschrift:

Vorname

Straße/Haus-Nr

PLZ/Wohnorf

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

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

Datum Unterschrift

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

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

Datum Unterschrift

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

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

☐ Foto-Fachhandel

Kaufhaus Versender ☐ E-Commerce □ Großfläche

☐ Fachmarkt Dienstleister:

■ Netzbetreiber Distributor

□ TK-Provider ☐ Foto- und Imaging Service

Lieferanten:

□ Hersteller

□ Distributor/Großhandel

□ Kooperationen □ sonstige (Schulen, Verbände etc.)



Alle Modelle der neuen S-VHS Recorder Serie mit den Modellbezeichnungen HR-S9700, HR-S8700, HR-S7722, HR-7700 und HR-S6700 ermöglichen beim Betrieb im SP-Modus durch den Einsatz von ET hochwertige S-VHS Aufnahmen auf normalen VHS Videocassetten. Die Recorder sind mit einer Vielzahl komfortabler Funktionen wie ShowView Deluxe, T-V Link, Plug & Play, automatische SP/LP Timeraufnahme, NICAM Digital Multiplex-Decoder und einem OneScreen Konfigurationsmenu ausgerüstet. Die neuentwickelte Super VHS ET Technik erlaubt sowohl S-VHS Aufnahmen auf VHS-Cassette als auch VHS-Aufnahmen auf S-VHS Band. Einschränkend weist die Herstellerfirma allerdings darauf hin, daß auf normalen VHS-Cassetten gemachte S-VHS Aufzeichnungen nicht auf allen Geräten von JVC und anderen Herstellern abspielbar sind.

ET und die neuen S-VHS Recorder von JVC

Die neuen S-VHS Videorecorder von JVC (Victor Company of Japan Ltd.) erreichen aufgrund ihrer "Erweiterten Technologie" (ET) eine um 60 Prozent höhere Bildqualität als konventionelle Systeme, und dies unter Verwendung normaler, preiswerter VHS-Cassetten als Aufzeichnungsmaterial. Ermöglicht wird dieser beispielhafte Qualitätssprung durch den Einsatz einer Reihe von technischen Neuentwicklungen, die JVC unter dem Kürzel "ET" (Extended Technologies) zusammenfaßt und damit die besonderen Eigenschaften der damit ausgerüsteten Modelle kennzeichnet.

Super VHS ET (Expansion Technology)

New technology allows high resolution Super VHS signars to be recorded on VHS cassettes.

Super VHS quality on VHS cassette!

Die Spitzenmodelle HR-S9700 und HR-8700 verfügen neben SP/LP auch noch über den Modus "EP" (Extended Play) und damit über die beeindruckende Aufnahmekapazität von zwölf Stunden auf einer E 240 VHS-Cassette. Außerdem sind sie mit einer "Multi Brand" TV/Sat-kompatiblen LCD-Fernbedienung ausgestattet und ermöglichen mit Hilfe des komfortablen "Video-Navigationssystems" von JVC das sekundengenaue Auffinden und Starten von Aufzeichnungen nach einer auf dem Bildschirm angezeigten Auswahlliste von bis zu 2000 Titeln. Nicht nur ein mit allem Luxus ausgestatteter S-VHS ET Recorder, sondern zugleich auch ein Nachbearbeitungsrecorder der Spitzenklasse, der selbst semiprofessionellen Ansprüchen gerecht wird, ist der HR-S9700. Zusätzlich zu den Funktionen "Insertschnitt mit rotierendem Löschkopf", Nachvertonung und "Jog-Shuttle-Regler" verfügt der HR-S9700, wie auch der HR-S7700, über eine LANC-Schnittsteuerung und ermöglicht über einen Direktanschluß eines LANC-kompatiblen Camcorders perfekten synchronen Schnittbetrieb.

Alle Recorder der Modellreihe erleichtern den vorübergehenden Anschluß diverser Geräte, wie zum Beispiel von Camcordern, durch auf der Frontseite angebrachte Steckbuchsen für AV- und S-Eingang, zusätzlich zu zwei Scartbuchsen und den AV- und S-Eingängen auf der Geräterückseite. Über die Audio- und Video-Aus-

Super VHS ET (Expansion Technology)

VHS Frequency Range

Chrominants

Bigsall

Luminance
Bigsall

Bigsall

Luminance
Bigsall

Bigsall

Luminance
Bigsall

Bi

gänge werden auch NTSC-Aufnahmen bei der Wiedergabe im PAL-Format ausgegeben.

Die EVP's reichen von 899,- Mark für den S6700 und 999,- Mark für

den S7722 bis zu 1699,- Mark für das Spitzenmodell. Verfügbar sind die neuen ET-Modelle von JVC ab Juli/August 2000. *evo*

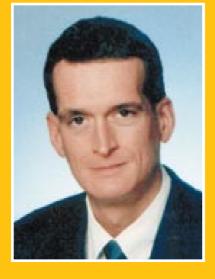


Toshiba zweigleisig

Toshiba Europe GmbH in Neuss hat mit Frank Eschholz die neue Position des Produktmanagers Camera besetzt, um Digitalkameras einen neuen Stellenwert zu geben.

PoS-MAIL: Herr Eschholz, Sie haben sechs Jahre Erfahrung im Hause Leica sammeln können, und das nicht nur im klassischen Kamerabereich, sondern auch auf der Digitalkameraschiene. Toshiba hingegen hat sich mit seinen Digitalkameras bisher nur auf den UE-Handel beschränkt. Heißt das, daß sich Ihr Unternehmen nun auch anderen Kanälen zuwendet?

Frank Eschholz: Toshiba ist seit 1998 mit Digitalkameras im Markt. Wir haben mit Interesse die dynamische Entwicklung, insbesondere auch in Deutschland, verfolgt. Waren es 1999



noch 300.000 Digitalkameras, liegt die Prognose nach letzten Einschätzungen bei 400.000 bis 450.000 Stück für das laufende Jahr. Die Wertschöpfung für Handel und Industrie ist in dieser Wachstumsphase ausgezeichnet. Toshiba rechnet sich mit der 2000er Produktgeneration gute Chancen aus, und wir werden den Absatzkanal Foto in unsere Vertriebsstrategie einbinden. Wir waren bisher gut vertreten im Bereich der UE, haben aber mit Wirkung zum 14.08.2000 einen Vertriebspartner an Bord genommen, der sich speziell und schon lange Jahre im Bereich Fotohandel etabliert hat.

Die Firma WestCam GmbH in Düsseldorf (Freytagstr. 15, Tel. 0211/91453-0) hat nicht nur die Erfahrung, sondern auch schon über Jahrzehnte das Vertrauen des Fachhandels als Vertretung eines der ältesten, klassischen Fotowerke Deutschlands.

PoS-MAIL: Mit welchen unterstützenden Maßnahmen kann von Ihrer Seite gerechnet werden?

Frank Eschholz: Um mit unseren sicherlich technisch und preislich gut positionierten neuen Digitalkameras wie der PDR-M 70 oder der M 60 – die das obere und mittlere Segment nebst Zubehör abdecken – in der kommenden wichtigen Weihnachtssaison auch für

die nötige Nachfrage im Fachhandel zu sorgen, haben wir eine Kampagne in den klassischen Fotomagazinen angelegt. Unterstützend soll unsere Website technische Informationen für Händler und Endverbraucher bieten. Weitere PoS-Aktivitäten für unsere Handelspartner im UE- und Fotobereich werden wir auf der photokina, wo wir in Halle 14.1., Stand 11, vertreten sein werden, unseren Fachhandelspartnern anbieten können.

PoS-MAIL: Wie schätzen Sie den Markt 2000 ein?

Frank Eschholz: Ausgehend von den 300.000 Digitalkameras im Jahre 1999 sehen wir es als realistisch an, daß im Jahre 2000 400.000 bis 450.000 Kameras über die Ladentheke gehen werden. Wobei unserer Einschätzung nach gut 50 Prozent beim Fotofachhandel liegen werden, da der Verbraucher die Kompetenz nach wie vor stark in Richtung Foto suchen wird. Logischerweise wird auch ein Teil der Kunden die Beratung bei der Be- und Verarbeitung suchen – und nicht zu vergessen: Bald

werden die Bilder via BlueTooth Technologie, die Toshiba als wesentlicher Mitbegründer etabliert hat, über das Handy übertragen, so daß wir davon ausgehen, daß auch der UE-Fachhandel eine gute Chance hat, Geschäfte auf sich zu konzentrieren. Natürlich muß man die e-commerce Variante im Auge behalten, denn der Digitalkameranwender hat seinen Anschluß ans Internet, und der Fachhandel ist gefordert, sich auch in diesem Kanal zu etablieren.

PoS-MAIL: Gibt es schon einen Denkansatz, daß Ihr Unternehmen den Verbraucher direkt via Internet bedienen will?

Frank Eschholz: Ein klares NEIN. Wir verstehen uns als Hersteller und werden auch in absehbarer Zeit nicht den Direktvertrieb suchen. Wir sind und bleiben für den Fachhandel, ob UE oder Foto, eine berechenbare, zuverlässige Größe.

PoS-MAIL: Vielen Dank für das informative Gespräch.

Bang & Olufsen: "Idee, Qualität und Form"

Eine Erfolgsgeschichte



Die Begründer von B & O, Peter Bang & Svend Olufsen

Eine Werkstatt entsteht 1925 Produktionsstätten für Unterhaltungselektronik. Der Ort: Quistrup in Nordjütland, Dänemark. Für die jungen Inge-nieure Peter Bang und Svend Olufsen ist das Radio ein neues, aufregendes und vielver-sprechendes Medium. Die beiden Herren beginnen mit der Entwicklung von Radio-

Schon sehr bald können sie Erfolge verzeichnen. Der "Eliminator" (1926-30) wartet mit einer innovativen Technologie auf. Während die bisherigen Geräte noch auf die sich schnell entladenden Batterien angewiesen sind, kann der "Eliminator" direkt an das Stromnetz angeschlossen werden. Von dem geschäftlichen Erfolg motiviert, beginnen Bang und Olufsen, im benachbarten Struer ein eigenes Werk zu bauen.

Heute ist Bang & Olufsen mit einem Umsatz von 880 Millionen Mark und insgesamt 2.600 Mitarbeitern, davon allein über 2.100 in Dänemark, der größte Arbeitgeber nicht nur für das Städtchen Struer, sondern für die gesamte Region. Auch nach fast 75 Jahren gilt für Bang & Olufsen nach wie vor das Leitmotiv der Unternehmensgründer in der von ihnen gewählten Reihenfolge: Am Anfang einer neuen Produktentwicklung stehen innovative Ideen, für die eine technisch ausgefeilte Lösung gefunden wird, die sich wiederum über das attraktive Design erklärt. Bis heute ist die Unternehmensgeschichte von Bang & Olufsen

von wegweisenden Ideen, Technologien und Produkten gekennzeichnet. 1930 bringt das Unternehmen das erste integrierte Radio Grammophon auf den Markt. Der 1934 vorgestellte "Hyperbo 5RG" verbindet bereits Radio, Lautsprecher und Plattenspieler in einem Gerät, und sein asymmetrisches Design wird zum Klassiker für moderne Gestaltung. 1938 folgt das erste Radio, das durch Knopfdruck gesteuert wird und bei dem sich bis zu 16 Sender fest einprogrammieren lassen. Ein Jahr später kommt "BeoLit" heraus – ein Radio mit einem Gehäuse aus Bakelit, dem Vorläufer der heutigen Kunststoffe. Für die Produktion der Gehäuse, die mit ihrer abgerundeten und klaren Form ebenfalls in die Geschichte des modernen Industriedesigns eingehen, entwickelt Bang & Olufsen eine eigene Bakelitpresse. Auch taucht beim "BeoLit" zum ersten Mal das Kürzel "Beo" auf, mit dem von nun an fast jeder Produktname beginnt. Bei dem Rundfunkempfänger "Grand Prix", der 1941 vorgestellt wird, verschwindet die Senderskala, wenn sie nicht gebraucht wird. 1943 überrascht der erste Bang & Olufsen-Plattenspieler mit einer bis dahin nicht gekannten Bedienungsfreundlichkeit: Das Gerät stellt sich automatisch auf unterschiedliche Plattenformate ein und läßt sich so programmieren, daß es zwischen dem Abspielen der einzelnen Platten eine dreiminütige Tanzpause

Wirtschaftswunder – Wunder der Technik

Mit dem Siegeszug des Fernsehens in den fünfziger Jahren, das der Industrie einen ungeahnten

Boom beschert, kommt für Bang & Olufsen die Bewährungsprobe. 1950 beginnt das Unternehmen mit der Entwicklung von TV-Geräten. Doch während sich die meisten Hersteller auf die Produktion der neuen Fernseher konzentrieren, behalten die Entwicklungsingenieure bei Bang & Olufsen die Fortschritte der Audiotechnik im Auge. Sie sind fasziniert von den Möglichkeiten zur Verbesserung der Empfangsqualität, die sie sich von der Entwicklung der UKW-Technologie und des Transistors erhoffen. Nach der ersten Marktsättigung bei Audiogeräten gerät die Branche in eine ernste Krise, und viele Firmen müssen ihre Tore schließen. In dieser schwierigen Zeit kann Bang & Olufsen 1964 mit seinem flachen volltransistorischen "BeoMaster 900" das erste Rundfunkgerät einer neuen Generation vorstellen. Kaum eine Geräte-Generation erhält so viele Preise für vorbildliches Industriedesign. Damit legt Bang & Olufsen den Grundstein für die Internationalisierung des Geschäftes.

Von Dänemark auf den Weltmarkt

Als Dänemark 1973 als erstes nordeuropäisches Land der EG beitritt, ist Bang & Olufsen längst ein renommiertes Unternehmen. Marksteine auf diesem Weg sind unter anderem der in den Fernseher "BeoVision 3000" integrierte Farb-Decoder und das erste voll mit Transistoren ausgestattete HiFi-System "BeoMaster – BeoLab 5000" aus dem Jahre 1967. Fünf Jahre später wird der "BeoGram 4000", der Plattenspieler mit elektronisch gesteuertem Tangential-Tonarm, präsentiert.

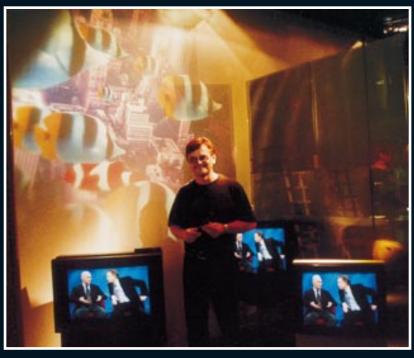
Die achtziger und neunziger Jahre sind von einer Gerätegeneration geprägt, die mit optimierter Tech nik und neuen Komponenten Qualitätsstandards setzt. Bang & Olufsen zählt zu den ersten, die Farbfernseher mit Dolby-Surround Klangerlebnis bieten. Zudem entwickeln die Dänen einen speziellen Farb-Decoder und das "Vision Clear-System", das den Bildkontrast automatisch an die Lichtverhältnisse im Raum anpaßt.

In unterschiedlichem **Ambiente**

In Deutschland dürfen mittlerweile rund 500 Partner Bang & Olufsen vertreiben. Darunter sind

derzeit 55 Shops, die ausschließlich B & O anbieten. Unterschieden wird unter anderem zwischen sogenannten B1-Geschäften – die Produkte werden in

funktioniert." Exklusiv ist auch der Lieferservice bei Egon Hafermann. "Wir liefern von Düsseldorf bis Rio", erklärt der engagierte Händler.



Michael Lüttgenau setzt mit seinem B & O -Shop in jeglicher Hinsicht auf Design.

warmem Licht und einem klassischen Wohnzimmerambiente präsentiert – und Geschäften, die sich Match-Point nennen – in Europa existieren sechs von dieser Sorte - und überwiegend in Glas gehalten sind.

Die edlen Produkte sind in einer avantgardistischen und puren Atmosphäre ausgestellt. Beide Ladenbaukonzepte sind erfolgreich. Das beste Beispiel zeigen zwei Bang & Olufsen Filialen in Düsseldorf, unweit voneinander entfernt. Das Geschäft von Egon Hafermann gehört in die Kategorie B1. Ha-1960 mit B & O ver- Geschäft erfolgreich. traut und seit 1984

mit seinem exklusiven Laden in Nähe der Düsseldorfer Königsallee präsent. Seine langjährige Kundschaft vertraut auf den Service, den Hafermann bieten kann. "Mit B & O sind Dinge möglich, die wir mit anderen Systemen nicht haben", erklärt Hafermann. "Preise waren bei B & O nie ein Argument. Der gehobene Kundenkreis weiß, wofür er zahlt: für hohe Verarbeitungsqualität, Bedienungskomfort und Geräte, die miteinander kommunizieren. Ein B & O Produkt ist für den Kunden unkompliziert, ein Knopf wird betätigt und das Gerät

Ebenfalls erfolgreich ist Michael Lüttgenau, Geschäftsführer des B & O Match Point Geschäftes in dem neuen Düsseldorfer Design Center Stilwerk. Lüttgenau war vorher im Vertrieb für Bang & Olufsen tätig. Zur Eröffnung seines



fermann ist seit _{Seit 1984} ist Egon Hafermann mit seinem Düsseldorfer B & O

neuen Geschäftes, das eine Präsentationsfläche von 110 qm bietet, kamen in den ersten drei Monaten täglich rund 3.000 Besucher. Mit der Lage des Geschäftes ist er sehr zufrieden und hat für die kurze Zeit einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht. Für Michael Lüttgenau ist das B & O-Hauptargument: Design und Qualität. Seine Kundschaft ist unterschiedlichen Alters. Auf die Frage, ob sich die beiden Geschäfte als Konkurrenz betrachten, lautet die Antwort beider Geschäftsführer: "Nein."



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare



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

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

für den Bereich Produkt-Support in unserem Bonner Büro

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

INGENIEURE/TECHNIKER/ELEKTRONIKER

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

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

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

> z. Hd. Hr. Schiffer Königswinterer Str. 667 email: HansJSchiffer@t-online.de 53227 Bonn Tel.: 0228 9449725

> > Fax: 0228 9449700

Wir suchen zum schnellstmöglichen Termin...

1 Rundfunk-Fernsehtechniker

(Informationstechniker)

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

100 E

MEGASTORE by SCHEUERL

Tel.: 02195/9191-0 Fax: 02195/9191-20

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

Wir verstärken unser Team

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

Verkäufer(in)

für unseren Kassen- u. Infothekenbereich

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

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

Bewerbungsunterlagen bitte an:

Mein Anzeigentext lautet:

büssing

Schwanenstraße 13-15 46399 Bocholt Tel. 0 28 71/47 44/45 Fax 0 28 71/22 27 33



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

Wir suchen immer noch eine(n) KONTAKTER(in).

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

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

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

Auftrag

Größe:



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in

Pos-Mail

o einmal in der nächstmöglichen Ausgabe

in den Ausgaben

Breite 65,5 mm, je mm Höhe 3,00 DM / 1,54 €*

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

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

kostenloses Stellengesuch für Auszubildende (Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

| PoS-MAIL 9/2000 | | |
|--|--|--|
| 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/

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 Gelegenheitsoder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegen-I heits- 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

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

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

Kaufmännische Führungskraft CE-Branche

- Z. Zt. Category Manager CE in einem europäischen Konzern, Handelsbevollmächtigter.
- · langfristige Führungserfahrung.
- Umsatzziel-, Budget-, Marketing-, Expansions-Planung & Verantwortung.
- Lieferanten- und Sortimentsstrategie.
- Importerfahrung/Eigenmarken.
- Firmenzusammenführung.
- · Gestaltung von lösungsorientierten Konzepten.
- soziale und persönliche Kompetenzen wie Zielorientierung, Team-, Motivations- und Kommunikationsfähigkeit.
- Kreativ, ehrgeizig, konzeptionell, flexibel, lernbereit.
- EDV MS Office.

51 Jahre, verheiratet, regional flexibel, sucht herausragende neue Führungsaufgabe in Ihrem Unternehmen.

Zuschriften unter Chiffre 1082

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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



Digitally yours

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

Debitorenbuchhalter/in

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

Vertriebsassistenten/in

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

Servicetechniker/in (Hotline)

In unserem Serviceteam übernehmen Sie die telefonische Betreuung unserer Kunden. Aufgrund Ihrer sehr guten technischen Kenntnisse im Bereich Unterhaltungselektronik und/oder Hausgeräte sind Sie in der Lage, Defekte selbständig zu analysieren und die Reparaturen durchzuführen.

Sie haben eine abgeschlossene technische Ausbildung und bereits mehrjährige Berufserfahrung im Kundenservice gesammelt. Ihre guten Englischkenntnisse werden Ihnen dabei behilflich sein.

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

LG Electronics Deutschland GmbH, z. Hd. Frau Gisela Schimski/ Herrn Christoph Zimmermanns

Jakob-Kaiser-Str. 12, 47877 Willich, Tel. 02154 / 492-183 http://www.lge.de; e-mail:zimmermanns@lge.co.kr.

Sie und wir – die Zukunft liegt bei uns

Großflächiges Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener Großraumwerkstatt sucht für sofort oder später

Wir verstärken unser Team:

Rundfunk u. Fernsehtechniker

für die Reparatur von Fernsehgeräten

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

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

Bewerbungsunterlagen bitte an:

büssing

Schwanenstraße 13-15 46399 Bocholt Tel. 0 28 71/47 44/45 Fax 0 28 71/22 27 33 Einer der Marktführer im Großraum Hagen sucht für die Abteilung braune Ware eine(n)

Fachverkäufer(in)

mit dem Schwerpunkt

Fernseh/Video/Sat

Es ist keine Frage, Bezahlung und Sozialleistung messen sich an der Spitzenleistung, die wir erwarten.

Unser Betriebsklima ist solide und dynamisch.

Bewerbungen bitte an:

Fernseh Berlet GmbH

z. Hd. von Herrn Dietchen Tel. 0 23 34 - 9 55-0 E-Mail: kamp-dietchen@berlet.de 58119 Hohenlimburg Elseyer Str. 12-14



Im Juni hat die Bundesregierung beschlossen, die Urheberrechtsabgabe auch auf Scanner unter 2 DIN A4 min und auf alle Faxgeräte zu erheben. Die Abgabe beträgt je nach Verkaufspreis 75,- bis 600,- DM. In der Diskussion ist nun die Einbeziehung digitaler Kameras in die Abgabepflicht, weil sie mit der gleichen Technik wie Scanner arbeiten. Dementiert wurden dagegen Meldungen über Pläne, demnächst auch Schreib- und Zeichenpapier sowie Kugelschreiber und Bleistifte pauschal mit einer Copyright-Abgabe zu belegen. Im Zuge der geplanten Belastung aller PC-Komponenten, Massespeicher und Netzwerkkarten mit Urheberrechtsabgaben, forderte die IFPI, zukünftig 4,- DM pro CD-R zu erheben. Sollten diese Pläne verwirklicht werden, sehen die vom Verbot der beliebten Butterfahrten betroffenen Reedereien eine erfolgversprechende Chance, zukünftig "Speicherfahrten" zwecks Einkauf von Speichermedien und CD-R Rohlingen im nahen europäischen Ausland zu veranstalten.

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Franz Wagner
Dipl. Journ. Herbert Päge

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

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath, Michael Ludwig Georg Reime

Anzeigen:

Franz Wagner Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruß, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem Köln-Mülheim

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.

Der Abonnementspreis beträgt

117,35 DM/60,- € jährlich

(Ausland: 156,47 DM/80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

