



Produktgestaltung: Loewe Design/Phoenix Design.

Erst halten Sie den Atem an. Dann das Programm.

Der neue Loewe Spheros R 37 Masterpiece mit integriertem Festplattenrecorder für zeitversetztes Fernsehen.

Mehr Informationen unter www.loewe.de

LOEWE.

Neue Anwendungen für digitale Bilder Vernetzte Fotowelten



photokina zeigt Chancen für den Handel

Mit drei Wörtern gelingt es Koelnmesse und Photoindustrie-Verband als Veranstalter der photokina 2004, das Interesse der Besucher punktgenau auf den entscheidenden Inhalt der diesjährigen Kölner Weltmesse zu lenken: „Imaging is more“ ist das Leitmotiv der photokina. Sprachpuristen mögen sich darüber ärgern, daß wieder einmal ein Anglizismus, also ein aus dem Englischen übernommener Begriff, als Thema für eine traditionsreiche deutsche Veranstaltung erhalten muß. Doch ein ebenso treffender Begriff wie Imaging existiert im Deutschen einfach nicht. Denn Imaging steht nicht nur für die Fotografie, das Bild und dessen Omnipräsenz in der Gesellschaft, sondern auch für alle Verfahren zum Aufnehmen, Bearbeiten, Ausgeben, Präsentieren, Verschicken und Archivieren von Bildern. Aber so vielfältig Imaging durch den Eintritt in die

digitale Welt auch wurde, so beschreiben die zuvor genannten Tätigkeiten nichts weiter als einen Prozeß, der immer noch Parallelen zur klassischen Fotografie aufweist. Doch Imaging ist eben mehr, wie das Leitmotiv der photokina zu Recht sagt. Imaging bedeutet auch mehr Information, mehr Unterhaltung, mehr Kommunikation und mehr positives Lebensgefühl. Die photokina wird wie keine Messe zuvor dokumentieren, wie Fotografie, Unterhaltungselektronik, Informationstechnik und Telekommunikation miteinander vernetzt werden – zur Freude der Anwender, für die sich vollkommen neue Wege eröffnen, sich mit Bildern auszudrücken, und zur Freude des Fotohandels, für den sich neue Märkte und neue Zielgruppen öffnen, und der endlich wieder die Chance erhält, verlorengegangenes Umsatzterrain zurückzuerobern.

Der Fotohandel befindet sich in einem dynamischen Veränderungsprozeß, denn die Digitalisierung der Fotografie hat der Fotobranche einerseits einen Wachstumsschub, andererseits aber auch sinkende Margen und steigende Kosten beschert. Insbesondere die Ertragslage im Bildergeschäft, noch vor einigen Jahren Margenbringer Nummer eins, ist dramatisch – und zwar nicht nur auf Handelsseite, sondern auch auf

Seite der Produzenten, wie die erschreckend hohe Zahl der Insolvenzen von Großfinishern in jüngster Zeit gezeigt hat.

Doch nicht nur die aggressive Preispolitik der Drogerieketten und die Verlagerung des Bildergeschäftes zu branchenfremden Anbietern machen dem Fotohandel das Leben schwer. Zeitgleich mit den sinkenden Bilderpreisen sind weitere Teile des klassischen Fotofach-Sortiments in andere Kanäle

und andere Branchen abgewandert. So hat vor allem der UE-Handel Fotoartikel für sich entdeckt. Aber dieser Weg ist auch umkehrbar, wie die Entwicklung vieler Fotohandels-Unternehmen zeigt, die wandelnde Märkte und neue Chancen nutzen, um sich selbst neu zu orientieren. Wie niemals zuvor ist es derzeit für jeden Fachhändler wichtig, seine Strategie laufend an die sich wandelnden Marktstrukturen anzupassen. Wer

zukünftig Erfolg haben will, muß auf neue Trends in seiner Sortimentspolitik möglichst schnell reagieren. Nicht zuletzt deshalb bieten immer mehr Fotohändler klassische Artikel aus Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie und Telekommunikation an. Aber nicht jede technische Neuerung und das sofortige Aufspringen auf scheinbare Erfolgszüge garantieren wirtschaftlichen Erfolg. Nur derjenige, der die Bran-

Sechs neue Gigasetts bei Siemens mobile

Mit sechs neuen Gigaset-Modellen in modernem Design baut Siemens mobile das Portfolio für die schnurlose Kommunikation zu Hause aus ... S. 16



Sharp präsentiert neue LCD-TVs

Zwei neue LCD-TV Design-Linien im 16:9-Format mit Bildschirmdiagonalen von 65, 80 und 94 von Sharp geben dem Kunden Entscheidungsspielraum ... S. 37



Sony geht mit Zoom-power in die Zukunft

Mit drei zoomstarken neuen Digitalkameras, die erstmals auf der photokina vorgestellt werden, will Sony seine Marktposition weiter ausbauen ... S. 52



FISHER
is back!

Grußworte zur photokina

Peter Sibbe

Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Der Foto- und Imagingmarkt boomt vor allem bei digitalen Produktgruppen. Für den traditionellen Fotohandel bedeutet dies eine Umstrukturierung in seinem bisherigen Angebot. Die Erweiterung des Marktumfeldes, verbunden mit dem anhaltenden Mengen- und Wertwachstum, macht den Foto- und Imagingmarkt auch attraktiv für andere Handelskanäle. Dies ist auch eine Folge des stärkeren Zusammenwachsens der Technologien, die in ihrer Vielfalt beeindruckend sind.

Bei Foto und Imaging geht es vereinfacht gesagt um Bilder aufnehmen, Bilder bearbeiten, Bilder speichern, Bilder ausgeben und drucken, mit Bildern kommunizieren. Auch das Motto der photokina, „Imaging is more“, drückt aus, daß der Markt Foto und Imaging mehr ist als die Addition von Fotografie, Computertechnik und Telekommunikation.

Für den Händler bedeutet dies, dem Kunden mehr zu bieten als nur den Verkauf eines technischen Erzeugnisses. Es geht um das Bildermachen, eine sehr emotionale Angelegenheit. Fotografie und Bildkommunikation sind durch digitale Techniken in ihren Anwendungsmöglichkeiten erheblich erweitert worden. Die Produktpalette wird immer breiter, bis hin zu Fotohandys und den vielfachen Möglichkeiten, Bilder zu drucken, zu speichern oder zu versenden.

Eines bleibt am Ende aber immer gleich: Der Verbraucher will ein Bild vor Augen haben, auf dem Bildschirm, dem Display, der Leinwand oder auf Papier.

Der Fokus der photokina ist auf das gesamte Umfeld von Fotografie, Imaging und Bildkommunikation ausgerichtet. Das Motto der photokina, „Imaging is more“, verspricht aber noch mehr. Es verspricht eine Menge attraktiver Fotoausstellungen rund um die photokina, vor allem in der Visual Gallery auf dem Messegelände. Dieses Engagement für das Endprodukt Bild macht die photokina zu einer einzigartigen Messe. Für Händler, die ihre Bildkompetenz stärken wollen, ist die photokina ein Pflichttermin. Die Aussteller der World of Imaging freuen sich auf ihren Besuch. Köln ist eine Reise wert.



Oliver P. Kuhrt

Geschäftsführer Koelnmesse GmbH

Es ist soweit: Die weltweit einzige Messe, die Ihnen einen umfassenden Überblick über den riesigen Imaging-Markt in seiner ganzen Bandbreite bietet, hat ihre Tore geöffnet – die photokina 2004. Und für die „World of Imaging“ gilt das olympische Motto: „Dabeisein ist alles!“. Denn hier werden Techniken, Produkte und Trends präsentiert, die in den kommenden Monaten die Branche bestimmen werden. Doch damit nicht genug. Hochkarätige Veranstaltungen werden die Auswirkungen eines sich rasant verändernden Marktes auf den Fachhandel diskutieren und neue Wege aufzeigen, die der Handel in Zukunft beschreiten wird, um mit der Entwicklung Schritt zu halten und von dem boomenden Markt zu profitieren.

Das Angebot der photokina ist in diesem Jahr noch umfangreicher und internationaler als bisher, die Konvergenz der digitalen Systeme hat das Anwendungsspektrum der Bildtechnik enorm erweitert. Mobile Imaging, Bildbearbeitungssoftware, Homeprinting und Home Cinema spielen auf der photokina eine immer stärkere Rolle. Die unterschiedlichen Branchen von UE-, IT-, TK- und Photoindustrie rücken näher zusammen, und die Grenzen werden fließend, getreu dem Motto „Imaging is more“.

Entsprechend groß ist die Angebotspalette der photokina. Rund 1.600 Unternehmen aus 50 Ländern – darunter wieder alle Global Players des Imaging-Markets. Neben einer Vielzahl neuer Kameras werden Fotohandys und Dienstleistungen rund um Mobile Imaging ebenso im Vordergrund stehen wie kompakte Homeprinter, neue Speichermedien, Bildbearbeitungssoftware, SB-Bildkiosk-Systeme für den Handel und Plasma-Displays für das Home Cinema.

Sie glauben, diese Informationsfülle sei in Ihrer knapp bemessenen Zeit nicht zu bewältigen? Keine Angst, wir haben Ihnen, unserer wichtigsten Zielgruppe, mit dem Internationalen Fachhandelszentrum in Halle 8.1 ein VIP-Zentrum par excellence geschaffen, in dem Ihnen kompakte Informationen und umfassende Serviceleistungen geboten werden, die Ihnen einen effizienten Messebesuch ermöglichen. Denn es ist uns ein besonderes Anliegen, Ihnen, den Fachhändlern aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Informationstechnik und Telekommunikation eine Anlaufstelle zu bieten, die als Orientierungshilfe, als Kontakt- und Informationsforum mit kompetenten Gesprächspartnern dient.

Das Internationale Fachhandelszentrum, zu dem nur registrierte Fachhändler Zugang haben, ist täglich von 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr geöffnet – also schon eine Stunde vor Messebeginn und eine Stunde nach Schließung. Damit haben Sie die Möglichkeit, Ihren Messetag bei einem Frühstück am Welcome Desk in Ruhe zu planen und ebenso entspannt während der Happy Hour ausklingen zu lassen. Zum Service im Fachhandelszentrum zählt auch das kostenlose Info-Paket mit photokina-Katalog, Messebegleiter, Neuheiten- und Produkt-Infos. Eine großzügige Meeting Area lädt zu intensiven Fachgesprächen ein, und für vertrauliche Unterredungen können kostenlos Besprechungsräume angemietet werden. Unser Servicepersonal vermittelt zudem Gesprächswünsche und koordiniert Termine, damit Sie sich ganz auf das Wesentliche konzentrieren können – die Neuheiten und die Branchentrends.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen erfolgreichen und informativen Aufenthalt auf der photokina.



chenentwicklung genau kennt, kann fundiert über Investitionen und Sortimentsgestaltung entscheiden. Informationen über die Marktentwicklung werden deshalb immer stärker zum wettbewerbsentscheidenden Faktor. Und deshalb ist ein Besuch der photokina in diesem Jahr Pflicht für alle Fachhändler, die ihr Unternehmen dauerhaft zukunftsfähig machen oder erhalten wollen.

Denn die globale Leitmesse der Bildtechnik und Bildkommunikation ist weltweit die einzige Veranstaltung, die den Imaging-Markt in seiner Komplexität darstellt. Wie keine andere Veranstaltung profitiert die photokina vom Boom der digitalen Fotografie und der fortschreitenden Konvergenz von Technologien und Märkten. Sie erweitern das Produkt- und Anwendungsspektrum rund um das Thema Imaging kontinuierlich und schließen immer breitere Anbieter- und Abnehmerkreise ein.

Ein Beispiel ist Mobile Imaging. Zum ersten Mal sind in diesem Jahr Hersteller von Telekommunikationsgeräten und -diensten auf der Kölner Messe vertreten. Sie repräsentieren einen Bereich, der unter Besuchern aus dem Handel für Furore sorgen dürfte, weil alle vertretenen Anbieter eben nicht nur Geräte und Dienste zeigen, sondern auch beweisen, daß sie sich intensiv mit dem Thema Wertschöpfung auseinandergesetzt haben und in der Lage sind, ihre Vermarktungsstrategien erfolgreich im Handel umzusetzen – aus dem Zusammentreffen von Imaging- und Fotobranche dürften sich sehr interessante Perspektiven entwickeln lassen. Dies vor allem deshalb, weil das Zusammenwachsen der Branchen gerade erst begonnen hat und der Fotohandel die Chance bekommt, von Anfang an bei der Entwicklung von Konzepten dabei zu sein. Diese Chance sollte er nicht ungenutzt verstreichen lassen!

Vernetzung

Das Hauptaugenmerk sollte der Handel beim Besuch der photokina darauf richten, wie die verschiedenen Imaging-Geräte miteinander kommunizieren können. „Das Bild hat heute in allen Bereichen des Lebens einen bislang nie erreichten Stellenwert erlangt, und niemals zuvor war es leichter, Bilder zu erstellen, zu bearbeiten, zu speichern und in Sekundenschnelle in alle Länder der Welt zu verschicken“, hatte Koelnmesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt schon im Rahmen der photokina-Pressekonferenz im Juli betont. Zweifellos ist das schnelle Teilen der Bilder über weite Strecken hinweg mit Hilfe von Telekommunikationsangeboten

eine Art der Vernetzung, die sich einer dynamisch wachsenden Anhängerschaft erfreut.

Erleichtert wird diese Bildkommunikation zum einen durch neue, schnelle Möglichkeiten der Datenübertragung, und zwar sowohl beim Mobilfunk als auch im Festnetz. Hier kann der Nutzer auf verschiedene Angebote zurückgreifen: Er kann Bilder direkt aus seinem Handy verschicken, er kann mit Hilfe einer Datenkarte auch große Bilddateien von seinem Notebook aus von unterwegs absenden, oder er nutzt schnelle DSL-Leitungen, um per Internet oder E-Mail Fotos an Personen oder Unternehmen zu übertragen. Zum anderen tragen Online-Dienste wie die inzwischen zahlreich existierenden Bildarchive oder der Kodak Mobile Service dazu bei, daß das Teilen von Fotos mit Dritten und das Bestellen von Prints von digitalen Bilddateien immer einfacher werden.

Ebenso bedeutend wie Lösungen, mit denen image-fähige Geräte über größere Distanzen miteinander kommunizieren können, ist die Vernetzung im näheren Umfeld des Nutzers, sei es in den



Die Vernetzung der verschiedenen Imaging-Geräte und die Möglichkeiten des mobilen Bildversandes gehören zu den bestimmenden Themen der photokina.

heimischen vier Wänden, bei der Freizeitgestaltung oder im Beruf. Hier eröffnen sich derzeit vielfältige Anwendungsmöglichkeiten, die dem Handel vollkommen neue Perspektiven bringen. Denn alle erforderlichen Geräten müssen vom Endverbraucher gekauft werden. Und dies erfordert in der Regel Beratung, denn trotz der Bemühungen der Hersteller, die Anwendungen so einfach wie möglich zu gestalten, handelt es sich um ein gänzlich neues Gebiet, das für viele Nutzer eine Fülle von Fragen aufwerfen wird. Außerdem darf nicht vergessen werden, daß trotz aller theoretischen Unkompliziertheit und trotz der Bemühungen um die problemlose Ein-



Einen sehr guten Zuspruch der Besucher erwartet die Koelnmesse auch für die diesjährige photokina.

bindung der verschiedenen Geräte in ein Netzwerk diese Einbindung durchaus Probleme bringen kann. Hier kann der Handel seine Beratungskompetenz ausspielen und beim Verbraucher punkten, indem er funktionierende Lösungen nach dem Plug&Play-Prinzip anbietet. Vernetzung über kürzere Entfernungen läßt sich auf unterschiedliche Art realisieren. Klassisch per Kabeleinsatz oder drahtlos über WirelessLAN, Infrarot oder Bluetooth. Die einfachste Lösung für komplexe Netzwerke ist sicherlich WLAN, aber beim direkten Fotodruck von Bilddateien aus Digitalkameras oder Mobiltelefonen mit

Fotofunktionen haben auch andere Funkstandards ihre Berechtigung. Schließlich lassen sich auch lokale und entfernte Imaging-Devices, wie es auf Neudeutsch heißt, oder Bilderdienste bzw. Multimediaangebote miteinander kombinieren. Wie eine solche Anwendung aussehen kann, führte beispielsweise der größte europäische Fotofinisher, die Oldenburger CeWe Color Gruppe, jüngst am Beispiel der Idee eines neuen digitalen Fotoalbums vor. So plant CeWe, die Bilder, die zum Printen bestellt werden (gleichgültig ob analog oder digital), für den Kunden ins Internet zu stellen. Der Kunde kann dann in der ersten Phase über Festnetz und das Internet oder über das Mobilfunknetz auf diese Bilder zugreifen. In einer zweiten Phase soll die Möglichkeit hinzukommen, über das digitale Fernsehen, das nach und nach in der gesamten Bundesrepublik zur Verfügung stehen wird, die gespeicherten Digitalfotos nicht nur auf dem heimischen TV-Monitor zu betrachten, sondern sie auch mit Hilfe eines Rückkanals und einer Verbindung zum Telefonnetz zu bestellen, per E-Mail zu versenden oder sie auf die Handys von Freunden und Bekannten zu verschicken.

Unternehmen der Tk-Branche zeigen sich in diesem Bereich ebenfalls aktiv. So bietet beispielsweise die T-Com, die Festnetzsparte der Deutschen Telekom, mit ihrem neuen Sinus 154 media ein Produkt an, das zum einen in der Lage ist, Multimedia-Inhalte aus dem Internet, also beispielsweise Videos, Audiodateien oder Radiosendungen, auf andere UE-Geräte wie TV-Gerät oder HiFi-Anlage im Haus zu übertragen. Zum anderen lassen sich aber auch Fotos, die auf einem im Netzwerk befindlichen Rechner gespeichert sind, ebenfalls auf dem Fernsehgerät anzeigen. Auch Siemens, mit seinen Tele-

kom-Schnurlos-Produkten der Marke Gigaset ganz oben im Bewußtsein der Kunden, hat wenige Tage vor der photokina mit dem Gigaset M740 AV ebenfalls ein neuartiges Multifunktionsgerät auf den Markt gebracht, das den Empfang von digitalem Fernsehen ebenso ermöglicht wie die Wiedergabe von Filmen, Bildern und Musik, die auf einem PC gespeichert sind, auf dem TV-Gerät oder der HiFi-Anlage.



Kameras

Das populärste Thema der photokina ist und bleibt jedoch das Thema Kamera. Und dazu gibt es eine gute Nachricht für die Anhänger der klassischen Fotografie mit Film. „Analog ist noch lange nicht tot“. Jedenfalls nicht nach Ansicht von Canon und dessen General Manager Marketing, Canon Consumer Imaging, Jürgen Schmitz. Deshalb stellt das Krefelder Unternehmen auf der photokina unter anderem zwei neue Analogkameras vor, darunter mit der EOS 300X sogar ein Spiegelreflexmodell. Als Grund für das Engagement im Analogbereich nannte Schmitz in einem Interview schlichtweg die Tatsache, „daß es immer noch eine große Zahl von Menschen gibt, die eher zur ‘Film’- als zur Digitalkamera greifen.“ Dabei handele es sich vor allem um Diafreunde und um Menschen, „die einfach keine Lust haben, sich mit Digitalfotografie auseinanderzusetzen und die die über Jahre gelernte Filman-

POS-MAIL INHALT

T-Com gründet neue Produktfamilie	... 14
Sony Ericsson inszeniert umfangreiche Kampagne	... 15
Sony Ericsson auf der photokina 2004	... 15
Sechs neue Gigaset bei Siemens	... 16
Neue Sagem Kombigeräte integrieren die wichtigsten Büro-Funktionen	... 21
Nokia zeigt auf der photokina die mobile Wertschöpfungskette	... 22



Nokia 6670 mit Megapixel-Kamera und neue Fashion-Collection	... 23
---	--------

Die Vodafone Mobile Connect Card UMTS gibt es jetzt auch als StarterPack	... 25
--	--------

Bose präsentiert neuartigen Ansatz für Verstärkersysteme	... 26
--	--------

Martfähige Lösungen auf der e/home 2004	... 28
---	--------

Interview mit Franz-Josef Gaul, Vertriebsleiter Consumer Products, JVC Deutschland GmbH	... 32
---	--------



Mit Everio beginnt bei JVC das 4-GB-Zeitalter	... 32
---	--------

Neues Zubehörsortiment: Thomson Consumer Accessory Solutions	... 33
--	--------



Externe Speicherlösung und Photo-Player für alle Formate und Digitalkameras	... 34
---	--------

NEC bringt vier neue Beamer auf den Markt	... 35
---	--------

Philips ist mit Innovationen auf Wachstumskurs	... 36
--	--------

Sharp präsentiert das neue Aquos LCD-TV Basis-Line-up	... 37
---	--------



Pioneer präsentiert Plasma-Displays der fünften Generation	... 38
--	--------

Interview mit Jörn Taubert, Divisional Director Consumer Marketing, Sony Deutschland GmbH	... 39
---	--------



Panasonic ergänzt Shop-in-Shop-System	... 40
---------------------------------------	--------

Die DuoCam VP-D6050i von Samsung	... 42
----------------------------------	--------



Großformatige LCD-TVs von Fisher und Sanyo	... 44
--	--------

Flachdisplays: Modelle, Macher, Märkte	... 45
--	--------

Eindrücke von der EP-Herbstmesse	... 46
----------------------------------	--------

Sony geht mit Zoompower in die Zukunft	... 52
--	--------

Casio Exilim vereint Design und Technologie	... 54
---	--------

Ob Kamera oder Drucker: Canon hat sie alle	... 56
--	--------

Games	... 48
-------	--------

WLAN: Infos und News	... 50
----------------------	--------

Neuheiten	... 8, 10, 30, 47, 51, 58
-----------	---------------------------

Aktuell	... 12, 43, 49
---------	----------------

Tk-Nachrichten	... 18, 20
----------------	------------

Tk-Neuheiten	... 24
--------------	--------

Kleinanzeigen	... 59
---------------	--------

No(?)sense	... 58
------------	--------

Impressum	... 58
-----------	--------

wendung nicht aufgeben wollen“. Im Mittelpunkt des Interesses von Herstellern und Verbrauchern werden aber Digitalkameras stehen. Immer leistungsfähiger, immer innovativer, immer kompakter, immer design-orientierter, das sind die Kennzeichen der aktuellen Gerätegeneration.

Für den Amateurbereich gilt: Der Trend zu einer immer höheren Auflösung ist im Bereich der Digitalkameras für den ambitionierten Hobbyfotografen noch immer ungebrochen. Die aktuellen Modelle in dieser Kategorie sind standardmäßig bereits mit acht Megapixel-Sensoren bestückt. Geräte dieser Klasse können aber noch mehr als nur Fotos aufnehmen. Genauso wie



digitale Camcorder heute schon Fotos in einer Qualität speichern können, die für Drucke im Postkartenformat ausreicht, geht der Trend bei den digitalen Fotoapparaten dazu, immer längere Videosequenzen in immer besserer Qualität (und mit Ton) aufzeichnen zu können. Etwas im Verborgenen spielen sich die – umso signifikanteren – Verbesserungen der Bildverarbeitungssoftware in den Kameras ab, eine notwendige Folge der hohen Leistung der Aufnahmechips, die entsprechend schnell und sauber

ausgelesen werden müssen. Die Kameras unterstützen den Fotografen durch immer raffiniertere interne Bildverbesserungsprogramme, die beispielsweise Pixelfehler durch Staubpartikel auf dem Chip automatisch entfernen.

Im gleichen Maße, in dem sich die Zahl der Bildpunkte auf den Sensoren erhöht, steigt auch der Anspruch der Anwender an die Optiken der Geräte. Insbesondere Kameras mit starken Zoomobjektiven sind groß im kommen. Kameras mit Zehnfach-Zoom oder noch größeren Brennweiten sind derzeit keine Seltenheit mehr.



In der digitalen Einstiegsklasse gehören Geräte mit einer Auflösung von drei Millionen Pixeln zum Standard. Es wird interessant sein zu beobachten, wie weit diese Geräteklasse in Zukunft durch Fotohandys mit entsprechender Leistung ergänzt wird. Alle Anzeichen deuten darauf hin, daß dies in naher Zukunft geschehen wird:

Während in Europa gerade die ersten Megapixelhandys auf dem Markt sind, können Verbraucher in Asien bereits mit Mobiltelefonen mit integrierter Zwei- oder Drei-Megapixelkamera fotografieren. Die digitale Mittelklasse bietet dem Nutzer zur Zeit Geräte mit einer Auflösung zwischen drei und fünf Millionen Pixel. Diese Digitalkameras unterscheiden sich voneinander vor allem durch unterschied-

Präsentations- und Displaytechnologie

Die Präsentations- und Displaytechnologie wartet mit immer größerer Perfektion auf. Die Werte für Helligkeit, Auflösung, Kontrast und Betrachtungswinkel werden ständig weiterentwickelt und verbessert. Technische Entwicklungen zur Bildver- und -bearbeitung sorgen

für immer schärfere, hellere und kontrastreichere Wiedergabebilder, die zunehmend auch von seitlichen Standorten hervorragend betrachtet werden können. Die meisten Geräte sind auch bereits für hochauflösende Standards (HDTV) geeignet. Strebt man hier nach hohen Werten, so ist Minimalismus bei anderen Parametern gefragt: Bildstörungen und Betriebsgeräusche werden ständig verringert. Fortschritte gibt es auch bei Lebensdauer und Helligkeit der Lampen, die erneut erhöht werden konnten. Bei den Plasma- und LCD-Panels sind Regionen erreicht, von denen man bis vor kurzem kaum zu träumen gewagt hatte. Erste Modelle mit 80 Zoll-Bild bei den Plasma-Displays und 57 Zoll bei LCD wurden bereits vorgestellt. Weitere Steigerungen der Bildgröße sind zu erwarten. Neue Generationen überzeugen hier neben der geringen Bautiefe mit exzellentem Design, erhöhtem Bedienungskomfort sowie scharfer und kontrastreicher Bildwiedergabe. Innerhalb kürzester Zeit



verdrängen die LCDs und Plasmaschirme ihre klobigen Artgenossen, die Monitore mit Röhrentechnik. Auch der Heimkino-Markt spielt dabei eine immer größere Rolle, da die Geräte immer mehr in Preisklassen angeboten werden, die für private Anwendungen realistisch sind. Die

Marktzahlen sprechen für sich: 2003 wurden in Deutschland bereits 50.000 Plasma-Displays verkauft. Das entspricht einer Steigerung von mehr als 200 Prozent im Vergleich zu 2002. Weltweit rechnen Marktforscher mit dem Absatz von 3,5 Millionen Plasma-Displays in diesem Jahr. 2005 sollen es bereits 7,2 Millionen Stück sein und 2006 über zehn Millionen. Mit mehr als 410 Prozent Steigerung fällt der Erfolg der LC-Displays in Deutschland ebenfalls sehr eindrucksvoll aus: 2003 wurden rund 180.000 LC-Displays verkauft. Ein Blick in die Zukunft läßt eine weitere neue Display-Generation erwarten: OLED.

Hierbei handelt es sich um organische Leuchtdioden (Organic Light Emitting Diode). Spezielle Polymere sorgen bei dieser Technologie zwischen zwei transparenten Elektroden für das benötigte Licht. Die Schirme auf Basis dieser neuen Technologie können sogar aufgerollt werden. Kleine Displays, zum Beispiel für Mobiltelefone, stehen kurz vor der Serienproduktion.

Bereich bislang nur wenige Hersteller, die im unteren Preissegment der SLR-Kameras Produkte anbieten, so werden noch vor Ende des Jahres nahezu alle Hersteller entsprechende Geräte im Programm haben.

Diese digitalen, semiprofessionellen Spiegelreflexkameras sind nicht nur für Fotografen erste Wahl, die mehr als Schnappschüsse machen wollen, sondern diese Klasse bedeutet auch für den Fotohandel große Potentiale für weiteren Zubehörverkauf und zusätzliche Dienstleistungen. Damit setzt sich vor allem ein Trend weiter fort: Die digitalen Kameras werden auch in den nächsten Monaten und Jahren die „Wirbelsäule“ des Foto- und Imagingmarktes bilden.

Mobile Imaging

Urlabsgrüße per Postkarte werden wohl bald der Vergangenheit angehören. Die Verbreitung von Mobiltelefonen mit integrierter Kamerafunktion ermöglicht den Anwendern heutzutage eine direkte Bildkommunikation ohne jede Zeitverzögerung. Das soeben Erlebte kann über die Telefonnetze als Bild-Kurznachricht direkt an Freunde und Bekannte in aller Welt verschickt werden. Die Einführung des Multimedia Messaging Systems (MMS) vor einigen Jahren und die seit kurzem erhältlichen UMTS-Handys ermöglichen es, auch größere Datenmengen ohne Probleme in kürzester Zeit von einem Punkt der Welt zum anderen zu senden. Handys mit Kamerafunktion gehören deshalb

Projektoren für Videobilder und Computerpräsentationen

Projektoren für Videobilder und Computerpräsentationen verzeichneten im Vorjahr ein rasantes Marktwachstum. In Deutschland erhöhte sich der Absatz dieser Geräte um mehr als 200 Prozent gegenüber 2002 auf zirka 40.000 Stück. Kompakt, leistungsstark, leichtgewichtig und design-orientiert, haben sich die ehemals unhandlichen „Kisten“ zu mobilen, eleganten Projektoren gemausert, deren Oberfläche meist nicht größer als ein DIN-A-4-Blatt ist. Die angebotenen Signale erkennt der Projektor meist automatisch und stellt sich optimal darauf ein. „Plug & Play“ ist hier das Stichwort. Rein digitale Schnittstellen (DVI) sorgen bei einigen Modellen für die direkte Anbindung ohne Qualitätsverlust. Eingebaute Slots für Speichermedien machen die flexiblen Alleskönner sogar unabhängig von PCs oder Notebooks als Zusprieler. Die Daten werden so direkt vom Projektor verarbeitet. Bei der Projektion schreiten die Technologien DLP und ILA dank ihrer überzeugenden Daten weiter voran. Enorme Leuchtkraft, leistungsfähige und ausgefeilte Technik bei immer geringeren Preisen, so läßt sich der Trend treffend beschreiben. Herzstück der DLP-(Digital Light Processing-)Techno-



logie ist der DMD (Digital Mirror Device). Auf diesem etwa Daumennagel großen Chip kommen Millionen bewegter Mikrospiegel zum Einsatz. Jeder Spiegel entspricht einem Bildpunkt. Je nach Konfiguration sind die Geräte mit einem, zwei oder drei Chips (einer für jede Grundfarbe) bestückt. Mit starken Lichtleistungen meistern diese Projektoren spielend große Bilder ohne Pixelstruktur. Das Angebot wird dabei immer vielfältiger. Auch die ILA-(Image Light Amplifier-)Technik und die Variante D-ILA (Direct Driven ILA) wurden weiterentwickelt.

Die Produktfamilie der Lichtventil-Modelle wächst ebenfalls und bietet je nach gewünschtem Anwendungsfeld passende Varianten. Ein besonderer Vorzug der ILA-Projektion zeigt sich in Bildern ohne jegliche Pixelstruktur. Eine noch recht junge Technologie schickt sich inzwischen an, den Markt zu erobern: LCoS. LCoS steht für Liquid Crystal On Silicon, frei übersetzt also Flüssigkristalle auf Halbleitermaterial. Diese LCDs spiegeln bzw. reflektieren das Licht für die Projektion. Auch die LCoS-Technik zaubert Bilder praktisch ohne Pixelstruktur. Ebenfalls Zukunftsmusik ist der Einsatz von Lasern in der Projektionstechnik.

SONY

Besondere Momente warten nicht. Sie warten nicht geduldig, bis Akkus geladen sind. Deshalb ist der **Camcorder DCR-PC109** mit seiner **Handycam Station** immer geladen und einsatzbereit. Halten Sie erinnerungswürdige Momente fest - mit einem **Carl Zeiss Objektiv** und **1,0 Mega Pixel CCD**. Und bearbeiten Sie Ihre Aufnahmen anschließend einfach und schnell dank der Handycam Station. Bevor der nächste besondere Moment kommt.



HANDYCAM

'Sony' und 'Handycam' sind eingetragene
Marken der Sony Corporation, Japan.

www.sony.de/handycam

You make it a Sony



auch zu den Consumer Electronic-Produkten mit den weltweit höchsten Wachstumszahlen. In Halle 8.2 sind erstmals Nokia und die Deutsche Telekom mit ihren Tochtergesellschaften T-Com, T-Mobile und T-Online vertreten, um neue Kamerahandys und Services

finden eine Vielzahl an Produkten und Lösungen zur mobilen Bildkommunikation. Gezeigt werden neben Einzelprodukten und Dienstleistungen der Geräteanbieter und Netzbetreiber auch komplexe Mobile Imaging-Lösungen. Das Angebotsspektrum reicht von den



Nokia will auf der photokina demonstrieren, daß man sich Gedanken um die Wertschöpfungskette beim Mobile Imaging gemacht hat und gemeinsam mit dem Fotohandel Vermarktungskonzepte entwickeln.

für die mobile Bildkommunikation vorzustellen. Weitere führende Anbieter wie Samsung, Sony Ericsson und andere zeigen ihre Mobile Imaging-Lösungen im Rahmen ihrer gesamten Angebotspalette im Consumer-Centrum.

Entsprechend umfangreich ist das Angebot: Besucher, die sich über die neuesten Entwicklungen auf diesem Markt informieren wollen,

neuesten Handymodellen über Netzangebote für die schnelle Datenübertragung bis hin zu den unterschiedlichsten Lösungen für den Weg des Bildes vom Handy zum Papierfoto. Und daß Mobile Imaging nicht nur Umsatz- und Ertragschancen für die Tk-Branche sichert, sondern auch neue Perspektiven für den Fotohandel schafft, zeigt zum Beispiel Nokia

mit einer ausgeklügelten Wertschöpfungskette. Fachhändler, die sich über die Angebote des finnischen Herstellers informieren wollen, können dies in einer großzügig gestalteten Businesslounge in Halle 8.2 (Stand C009) machen. Dort stehen nicht nur kompetente Ansprechpartner bereit, sondern es gibt auch einen Showroom, in dem Nokia Geräte und Lösungen in der Praxis gezeigt werden.

Es ist davon auszugehen, daß in diesem Jahr mehr als 100 Millionen Fotohandys verkauft werden. 2003 waren es bereits 70 Millionen Stück. Die Gründe für dieses enorme Wachstum liegen auf der Hand: Erstens birgt gerade die Implementierung der Kamerafunktionen ins Handy noch ein großes Entwicklungspotential, zweitens steckt der drahtlose „Bild-Verkehr“ über die Telefonnetze weltweit gesehen noch in den Kinderschuhen. Internationale Untersuchungen belegen den Erfolg der „telefonierenden Kameras“.

Der Enthusiasmus insbesondere der jüngeren Käuferschichten für die neue Technik gibt den Herstellern genügend Anlaß zur Freude. Ähnlich des Booms beim Short Message Service (SMS) bietet auch die multimediale Handyskommunikation ein großes Erfolgspotential, denn die Konsumenten scheinen die Kommunikation mit Bildern über das Handy zu lieben. So werden in Japan bereits annähernd 100 Prozent aller Handys mit Kamerafunktion verkauft.

Die Produkte selbst werden sukzessive weiter verbessert und auf „Bild-Funktionalität“ getrimmt. So sind heute bereits Megapixelhandys auf dem Markt, deren Bilder ein echtes Fotogefühl vermitteln und deren Bildqualität für Prints im Standardformat 10 x 15 cm allemal ausreicht. Auch die Displays werden mit mehr als 250.000 Bildpunkten immer detailreicher. Hinzu kommen leistungsstarke Speicherkarten mit hoher Kapazität und vor allem verbesserte Objektive mit Zoom-Funktion, eingebaute Blitzgeräte und optimierte Bildverarbeitungssoftware.



Mit dem Samsung SPH-S2300 steht den japanischen Verbrauchern bereits ein Handy zur Verfügung, das nicht nur einen Aufnahmechip hat, der mit seinen 3,2 Megapixeln keinen Vergleich zu herkömmlichen Digitalkameras zu scheuen braucht, sondern das auch aussieht wie eine Digitalkamera (zumindestens von einer Seite).



Auch das Photo+Medienforum Kiel ist mit einem eigenen Stand auf der photokina vertreten. Das Bild zeigt den Stand aus dem Jahr 2002.

Photo+Medienforum Kiel informiert in Halle 3.1

„Leben ist lernen – und lernen ist leben“ lautet das Motto, unter dem das Photo+Medienforum Kiel und die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel in Halle 3.1 auf der photokina vertreten sind. Die Standbesucher können sich dort davon überzeugen, wie „vielgesichtig“ die Kieler Weiterbildungsinstitution ist – die ausdrücklich betonte, daß sich ein großer Teil der Angebote auch an Mitarbeiter außerhalb der Foto- und Imagingbranche wendet. Außerdem wollen die Forum-Verantwortlichen den Gästen erläutern, warum es nicht nur wichtig ist, für die persönliche und berufliche Karriere zu lernen, sondern auch für sich selbst, in allen Lebenslagen und in jedem Alter. Lernen stärkt das Selbstbewußtsein und bringe Erfolg, hieß es in einer Pressemitteilung. Dabei mache Lernen auch noch Spaß, meinten die Planer des photokina-Standes. Um diese Meinung zu untermauern, wird Michael Nagel, Trainer am Kieler Forum, täglich besondere Themen und Seminare vorstellen, Fragen beantworten und Wünsche wecken, mehr zu erfahren. Die genauen Themen und Zeiten erfahren Interessenten direkt auf dem photokina-Stand oder im Internet unter www.photomedienforum.de. Am Stand gibt es darüber hinaus die Gelegenheit, Corinna Knott, die neue Geschäftsführerin des Photo+Medienforum Kiel, persönlich kennenzulernen.

Zubehör

Mit dem vermehrten Angebot von digitalen Spiegelreflexkameras und neuentwickelten Möglichkeiten der Bilddatenübertragung eröffnen sich für den Handel auch wieder neue Chancen beim Zubehörverkauf. An erster Stelle steht hier die Archivierung. Wechselspeicher und mobile Festplatten lassen das Problem, mit dem Fotovergnügen aufhören zu müssen, weil der Speicher voll ist, erst gar nicht aufkommen. Adapter für neue Speicherkartenformate wie Reduced Size MultiMediaCard (RS MMC), die zum Beispiel in einigen Fotohandys eingesetzt wird, und die neuen Speichermedien erweitern das bekannte Sortiment. Vielversprechend ist



auch der Bereich Homeprinting. Hier sind vor allem die neuen Foto-Direktdrucker als potentielle Verkaufsschlager zu nennen. Zubehör, zum Beispiel Bluetooth-Adapter und Verbrauchsmaterialien, lassen zusätzliche Erträge erwarten. Mit der zunehmenden Verbreitung gut ausgestatteter Digitalkameras wird auch das Bedürfnis wachsen, seine Bilderergebnisse zu präsentieren. Neben den bereits geschilderten Möglichkeiten der Präsentation auf dem heimischen TV-Gerät wird auch der Bedarf an Präsentationsmaterialien für Prints von digitalen Bilddateien steigen. Hier kann der Handel dem Verbraucher zum einen mit den klassischen Fotoalben und -rahmen Produkte anbieten, die immer noch zum margenstärksten Sortiment gehören, zum anderen kann er auf eine vollkommen neue Produktkategorie zurückgreifen, die gewohnte Bildpräsentation mit digitalen Möglichkeiten verbindet: Auf der photokina sind, zum Beispiel bei Hama oder Nokia, auch neuartige Digitalrahmen zu sehen. Nicht zuletzt kann der Handel jetzt auch wieder das klassische Zubehörsortiment aus Objektiven, Systemblitzgeräten, Stativen, Taschen, Filtern etc. anbieten. Denn spätestens mit der photokina 2004 werden die Grenzen zur klassischen „Film“-Kamera hinsichtlich des Zubehörs ausgehoben.



Bilddienstleistungen

Es stellt sich die Frage, welche Wege und Methoden der Verbraucher wählen wird, um seine digitalen Fotos dauerhaft nutzbar zu machen. Werden die Consumer von ihren Aufnahmen Papierabzüge wie früher von ihren Filmen machen lassen? Wenn ja, wo wird das geschehen und in welcher Menge?

Schon jetzt wird deutlich, daß sich wohl mehrere „Wege zum Print“ im Markt durchsetzen werden. Zum einen wird die Zahl der privat gedruckten Bilder ansteigen. Viele Druckerhersteller reagieren auf diesen Trend bereits seit einiger Zeit damit, deutlich mehr für den Fotodruck optimierte Geräte anzubieten.

Aber auch der „klassische“ Weg über das Fotolabor wird in Zukunft weiter genutzt werden. Hier werden verschiedene Systeme – vom Abzug im Großlabor, der im Geschäft um die Ecke oder über das Internet bestellt wird, bis zu Kiosksystemen, die die Bilder mittels Bluetooth empfangen – gleichberechtigt nebeneinander existieren. Auch hier geht der Trend eindeutig zur Vernetzung, diesmal aber auf Seiten der Bilddienst-



Kiosk-Lösungen für den Point of Sale gibt es unter anderem von Agfa.

leister. Ihnen stehen sowohl Online-Möglichkeiten als auch vielfältige Angebote für den Einsatz am Point of Sale zur Verfügung. Zwei Trends lassen sich bei den Bilddienstleistungen erkennen: Erstens wird die Abgabe der Bildaufträge beim Fotohändler oder über das Internet immer einfacher, zum anderen wächst die Akzeptanz von Funprodukten beim Verbraucher. Und dies vor allem bei jenen Anbietern, die dem Kunden per Software die Möglichkeit bieten, das gewünschte Endprodukt vorab am Bildschirm betrachten zu können.

Herbert Päge



Share Moments. Share Life.

Sie fotografiert
digital und will ihre
Bilder sofort.

Mit dem KODAK Picture Maker bieten Sie Ihren Kunden eine bequeme Möglichkeit, schnell und einfach KODAK Bilder von digitalen Daten zu bekommen. Ob von Digitalcameras oder per Bluetooth Technologie von Foto-Handys. Der KODAK Picture Maker macht's möglich. **Lassen Sie sich dieses Geschäft nicht entgehen.**



Willkommen in der digitalen Welt von KODAK

PoS Neuheiten

Ricoh



Das neue Modell der Ricoh Caplio-Reihe ist die **Caplio RZ1**. Die Digitalkamera ist mit einer Auflösung von vier Megapixeln und einem Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet. Der Brennweitenbereich des Objektivs reicht von 5,6 bis 16,8 mm (entspricht 35 bis 105 mm im KB-Format). Die silberne RZ1 vereint ihre technischen Eigenschaften in einem nur 25 mm dicken Gehäuse.

Durch ihren 4-Megapixel-CCD und den leistungsfähigen Bildverarbeitungs-Prozessor „smooth imaging engine“ gewährleistet die Kamera eine hohe Bildqualität. Der Anwender erhält scharfe und klare Bilder, die sich auch auf große Formate printen lassen. Zudem erhöht der Prozessor die Verarbeitungsgeschwindigkeit und trägt zum sparsamen Stromverbrauch bei. Mit der RZ1 lassen sich sowohl Fotos wie auch Serienbildaufnahmen und Videosequenzen aufnehmen. Die sechs voreingestellten Motivprogramme Portrait, Sport, Landschaft, Text, Nachtszenen und hohe Empfindlichkeit erleichtern gerade Einsteigern die Aufnahme gelungener Fotos. Auf dem 1,8 Zoll TFT-LCD können dann Bilder wie auch Videos bequem betrachtet werden. Die Speicherung der digitalen Fotos und Videosequenzen erfolgt über den 12 MB internen Speicher oder über eine SD Memory Card oder eine MultiMedia Card.

Die Scharfeinstellung erfolgt über den Autofokus. Der Anwender hat jedoch auch die Möglichkeit, sie manuell oder per Fixfokus (Snap) einzustellen.

Zur schnellen Datenübermittlung auf den PC wurde die RZ1 mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet.

Der Standard-Lieferumfang der RZ1 umfaßt USB- und Video-Kabel, eine Software-CD für Windows bzw. Macintosh Rechner, zwei Alkali-Mangan-Batterien (Mignon) und eine Bedienungsanleitung.

Die Caplio RZ1 ist seit Ende September zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 199 Euro erhältlich.

Das 4-Megapixel-Modell **Caplio R1** bietet dem Anwender nicht nur eine 4,8fach-Zoomfunktion mit einem Weitwinkel-Brennweitenbereich von 4,6 bis 22,2 mm (entspricht 28 bis 135 mm im KB-Format), sondern wurde auch mit Ricohs Objektivsystem „Retracting Lens System“ ausgestattet. Diese Konstruktion ermöglicht, daß beim Einfahren eine Linsengruppe aus dem Strahlengang her-



Klein und schnell ist die Caplio R1 von Ricoh.

ausschwenkt, damit sich das Objektiv im kompakten Kameragehäuse unterbringen läßt. Zusammen mit dem 3,6fach Digital-Zoom ergibt sich ein Zoomfaktor von 17,3 x, womit der Anwender Details auch von weiter entfernten Motiven groß aufs Bild bekommt. Das Objektiv setzt sich aus acht freistehenden Glaslinsen zusammen, und gemeinsam mit dem 4-Megapixel-CCD und dem „smooth imaging engine“ Bildverarbeitungs-Prozessor erhält der Fotograf Bilder, die sich auch auf große Formate printen lassen.

Zu den weiteren Features zählt die, laut Herstellerangaben, welt-schnellste Auslösereaktion. Schon weniger als 0,8 Sekunden nach dem Einschalten ist die Caplio R1 aufnahmebereit. Und die Auslöseverzögerung beträgt lediglich 0,05 bis 0,1 Sekunden (1/20–1/10 s). Zwischen der Betätigung der automatischen Scharfeinstellung und der Bildbelichtung vergehen nur 0,003 Sekunden.

Mit der Ein-Zentimeter-Makrofunktion steht dem kreativen Fotografieren nichts mehr im Weg. Kleinste Motive lassen sich mit dem Makro-Modus der R1 aus nur einem Zentimeter Abstand aufnehmen. Kombiniert mit dem 28 mm Weitwinkel-Makro, erlaubt die Kamera Nahaufnahmen mit größerer Hintergrundfläche und mehr Abbildungstiefe. Mit dem manuell im Bildfeld verschiebbaren Autofokus-Zielfeld läßt sich die Schärfe, ohne die Kameraposition verändern zu müssen, exakt auf die gewünschte Motivpartie legen. Zudem kann das eingebaute Blitzgerät bei Tele-Makro bis herab auf 13 cm Abstand eingesetzt werden und sorgt damit für gut ausgeleuchtete Makrofotos ohne „Überblitz-Effekte“.

Die Caplio R1 verfügt auch über eine Funktion zur Aufnahme von Videosequenzen. Die Bilder wie auch die Videofilme können nach der Aufnahme auf dem 1,8 Zoll TFT-Monitor betrachtet werden. Weiterhin stehen dem Anwender sechs voreingestellte Motivprogramme zur Verfügung.

Zur Speicherung der digitalen Bilddaten können der 12 MB interne Speicher der Kamera oder wahlweise eine SD Memory Card oder eine MultiMedia Card genutzt werden. Außer dem zusätzlich erhältlichen, wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Akku und dem optional erhältlichen Netzgerät

lassen sich auch zwei Mignonzellen als Stromversorger in der Caplio R1 verwenden. Im Standard-Lieferumfang der Caplio R1 sind USB- und AV-Kabel, eine Software-CD für Windows oder Macintosh Rechner, zwei Alkali-Mangan-Batterien (Mignon) und eine Bedienungsanleitung enthalten.

Die Kamera ist seit Ende September mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 299 Euro erhältlich.

Olympus



Die kleinen bunten µ-mini Digital.



Im Inneren des 4-Millionen-Pixel-Modells **µ-mini Digital** arbeitet der von Olympus entwickelte Bildprozessor TruePic Turbo. Neben einer verbesserten Bildqualität gewährleistet er eine schnellere Speicherung und Wiedergabe der Aufnahmen. Die Kamera wurde mit einem neu entwickelten 2fach-Zoomobjektiv (entspricht 35 bis 70 mm im KB-Format) mit drei asphärischen Linsen ausgestattet. Auf dem 1,8 Zoll LC-Display mit 134.000 Pixeln lassen sich Motive wie auch bereits geschossene Fotos bequem betrachten. Die kleine Digitalkamera wurde mit einem wetterfesten Metallgehäuse ausgerüstet und ist in sechs Farben erhältlich. Neu ist auch das Einstellrad auf der Oberseite des Gerätes. Die 13 Motivprogramme der µ-mini Digital ermöglichen dem Anwender, Porträts, Nachtaufnahmen, Schneelandschaften oder Sonnenuntergänge aufzunehmen. Neue Effekte wie Fischauge oder Soft-Fokus erlauben es, Bilder auch ohne Computer direkt in der Kamera zu bearbeiten. Movies eröffnen weitere kreative Optionen. Die Länge der Filmsequenzen wird nur durch die Größe der Speicherkarte begrenzt. Und da der PictBridge-Standard unterstützt wird, können die Bilder auf kompatiblen Druckern ohne Umweg über einen PC gedruckt werden.

Die Olympus µ-mini Digital ist seit Oktober 2004 verfügbar.

C-370 Zoom und C-470 Zoom

Mit einer Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln garantiert die C-370 Zoom detailreiche Aufnahmen, und das 3fach-Zoomobjektiv (entspricht 38–114 mm im KB-

Format) trägt darüber hinaus zu Bildschärfe und Kontrast bei. Für weitere Vergrößerungen kann das 4fach digitale Zoom aktiviert werden. Anschließend können diese auf dem 1,5 Zoll LCD-Monitor betrachtet werden. Die Kamera bietet ferner vier Aufnahmeprogramme. Videoaufzeichnungen sind ebenfalls möglich, wobei die Länge der Movies lediglich durch die Kapazität des Speichers begrenzt wird. Abgelegt werden die Bilddaten im 12 MB großen internen Speicher oder auf einer bis zu 512 MB großen xD-Picture Card.

Die Vier-Millionen-Pixel-Auflösung und der Bildprozessor TruePic Turbo sorgen bei der C-470 Zoom für eine bessere Bildqualität und kürzere Verarbeitungszeit. Die Kamera wurde mit einem 3fach-Zoomobjektiv (entspricht 35 bis 105 mm im KB-Format) ausgestattet. Durch Einsatz des 4fach-Digitalzooms kann die Vergrößerungsleistung um das Zwölfwache gesteigert werden. Die acht voreingestellten Aufnahmeprogramme erleichtern vor allem dem Einsteiger die Aufnahme von Motiven wie Porträts und Innenaufnahmen. Auch Videosequenzen inklusive Ton lassen sich problemlos aufzeichnen. Die Aufnahmezeit hängt dabei lediglich von der Kapazität der Speicherkarte ab. Nach der Aufnahme kann das Video auf dem 1,8 Zoll großen LCD angeschaut werden. Langanhaltender Fotospaß wird durch den neuen leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku der Olympus C-470 Zoom garantiert. Durch die Unterstützung des PictBridge-Standards sind direkte Prints auf einem kompatiblen Drucker kein Problem.

Die Olympus C-370 Zoom und C-470 Zoom sind voraussichtlich ab Oktober erhältlich.



Im edlen Metallic-Look präsentiert sich die AZ-2 Zoom von Olympus.

Olympus hat seine 4-Millionen-Pixel-Kamera **AZ-2 Zoom** in einem 20,1 mm schlanken Metallgehäuse untergebracht. Auch beim Fotografieren behält die Kamera ihren minimalistischen Charakter. Da das 2,8fache Zoomobjektiv senkrecht im Gehäuse liegt, wird, laut Herstellerangaben, der Strahlengang praktisch gefaltet. Die 2,8fach-Zoomfunktion (entspricht 40 bis 112 mm im KB-Format) wird zusätzlich durch eine 5,5fach-Digitalzoomfunktion unterstützt.

Für die Bildqualität und schnellere Speicherung der Aufnahmen sorgt der integrierte Bildprozessor TruePic Turbo. Auch bei starker Sonneneinstrahlung liefert das 2,5 Zoll Sunshine LCD mit Hilfe der energiesparenden Sunshine-Technologie kontrastreiche Bilder. Mit Hilfe eines neuen Joysticks lassen sich die im LCD-Menü dargestellten Einstellungen schnell und gezielt vornehmen, und die Wahl des optimalen Modus wird anhand eines Beispielmotivs im Menü erklärt. Die 13 Aufnahmeprogramme enthalten neben den üblichen Modi wie Landschaft und Nachtaufnahme auch die Programme „Feuerwerk“ oder „Strand & Schnee“. Ein Bildstabilisator trägt mit dazu bei, daß auch Videoaufzeichnungen mit der AZ-2 Zoom gelingen. Die Kamera wurde mit dem PictBridge-Standard ausgerüstet. Für direkte Fotoprints muß sie lediglich an einen kompatiblen Drucker angeschlossen werden. Die Olympus AZ-2 Zoom wird voraussichtlich im November erhältlich sein.

Die **C-70 Zoom** ist das 7,1-Millionen-Pixel-Modell von Olympus. Durch die Kombination des 5fach-Zoomobjektivs (entspricht 38 bis 190 mm im KB-Format) mit der 6fach-Digitalzoomfunktion sind bis zu 30fache Vergrößerungen möglich. Weiterhin wurde die Kamera mit einem 2 Zoll großen LCD ausgestattet. Sofort nach der Aufnahme können die Fotos über die Funktionen „Bildgröße ändern“, „Rote Augen entfernen“, „Bildausschnitt festlegen“ und „Bildrehung“ nachbearbeitet werden. Neben Fotos lassen sich auch kurze Movies mit Ton in VGA- oder QVGA-Auflösung mit 30 Bildern pro Sekunde aufzeichnen. Der integrierte Bildprozessor TruePic Turbo sorgt zum einen für bessere Kontraste und Farben und zum anderen für eine beschleunigte Bildverarbeitung. Für ambitionierte Hobbyfotografen bietet die Kamera manuelle Einstellmöglichkeiten zur Blenden- und Verschlusszeitkontrolle. Und darüber hinaus sind zahlreiche andere Einstellungen wie Weißabgleich und automatische Belichtungsreihen möglich. Und für extra lange Fotosessions sorgt der mitgelieferte neue 1230-mAh-Akku.

Die Olympus C-70 Zoom ist seit Oktober erhältlich.



Mit sieben Millionen Pixeln und TruePic Turbo sorgt die C-70 Zoom für kontrastreiche Fotos.



More innovations. More business. Die neue, exklusive EXILIM Hightech-Kollektion.

Alles, was man zum digitalen Fotografieren braucht. Die neue, exklusive EXILIM Kollektion erfüllt höchste Ansprüche und setzt neue Standards im Digitalkamera-Segment: Die neue, leistungsstarke EXILIM Zoom EX-Z50* sowie die EX-Z55 mit großem 2,5 Zoll TFT-Farbdisplay und SUPER LIFE-Battery für extralangen Fotospaß werden Ihre Kunden begeistern. Auch die ultraflache, revolutionäre EXILIM Card EX-S100 mit 2,8fach optischem Zoom und „keramischer Linse“ ist ein absolutes Highlight. Genau wie die neue, professionelle EXILIM Pro EX-P700 mit 7,2 Megapixel, welche die einzigartige Erfolgsstory der mit dem EISA Award ausgezeichneten EX-P600 fortsetzen wird. Mit EXILIM Digitalkameras werden Fotos zu großen Bildern. EXILIM – get the big picture & the big business.

photokina
world of imaging
28. September – 3. Oktober 2004
Halle 3.1 · Stand J 048



EX-Z55

EXILIM
ZOOM

.....5,0 Mega
Pixel

ultraschnell & ultrakompakt
extragroßes 2,5 Zoll TFT-Farbdisplay**
energiesparende Technologie
3fach optischer Zoom
in ca. 1,6 Sek. betriebsbereit
Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.***
BESTSHOT
innovative Funktionen



EX-P700

EXILIM
PRO

.....7,2 Mega
Pixel

kompakt & innovativ
4fach optischer Zoom
energiesparende Technologie
2 Zoll TFT-Farbdisplay
blitzschnelles Autofokussystem
Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.***
vielfältige manuelle
Einstellmöglichkeiten
TV- und Blitzanschluss



EX-S100

EXILIM
CARD

.....3,2 Mega
Pixel

ultraschnell & ultrakompakt
„keramische Linse“
2,8fach optischer Zoom
2 Zoll TFT-Farbdisplay
in ca. 1,4 Sek. betriebsbereit
Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.***
BESTSHOT
innovative Funktionen

EXILIM
www.exilim.de

* ohne Abbildung, **EX-Z50 mit 2 Zoll TFT-Farbdisplay, ***nach Fokussierung, LCD und Blitz aus

PoS Neuheiten

Pentax



Die neueste Version der Pentax Optio S-Klasse, die Optio S5i, wurde mit einem 5-Megapixel-CCD ausgerüstet. Um auch diese Kamera extrem flach konstruieren zu können, hat das Unternehmen auch hier wieder auf das patentierte Pentax Sliding Lens System zurückgegriffen. So konnte in das Gehäuse mit den Maßen 84 x 52 x 20,5 mm das 3fach-Zoomobjektiv (entspricht 35 mm bis 107 mm im KB-Format) vollständig integriert werden. Diese Konstruktion ermöglicht eine, laut Pentax, circa 55



Die Optio S5i wurde mit dem patentierten Sliding Lens System ausgestattet.

Prozent verringerte Kamertiefe gegenüber vergleichbar leistungsstarken Objektiven – trotz des dahinter liegenden 1,8 Zoll TFT-LCDs. Der Anwender hat auch hier die Möglichkeit, Videoclips mit Ton aufzuzeichnen. Fotos und Videoaufnahmen können entweder auf dem eingebauten internen Speicher oder auf einer SD-Memory Card gespeichert werden. Dabei hängt die Länge der Videos ledig-

lich von der Speicherkapazität der Karte ab. Die Kamera bietet als Aufzeichnungsformate für Fotos das JPEG-Format (Exif 2,2), DCF, DPOF sowie Print Image Matching III. Videoaufnahmen werden im AVI-Format (Motion JPEG) mit circa 15 Bildern pro Sekunde mit Ton aufgezeichnet. Die TTL-Belichtungsmessung kann zwischen Mehrfeld-, mittenbetonter und Spotmessung umgeschaltet werden. Mit den 15 voreingestellten Motivprogrammen steht dem Fotovergnügen nichts mehr im Weg. Und mit dem Marine-Modus kann der Anwender sogar Aufnahmen unter Wasser machen. Im Wiedergabe-Modus können Digitalfilter eingesetzt werden, die die Aufnahmen unter anderem in Schwarzweiß, Sepia, Rot, Pink, Violett, Blau, Grün und Gelb erscheinen lassen. Die Kamera wurde mit dem PictBridge-Standard ausgerüstet und verfügt über einen AV- und USB-Anschluß. Die Energieversorgung erfolgt über einen Lithium-Ionen-Akku.

Die Optio S5i wird ab Oktober mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro erhältlich sein. Die neue Pentax Optio X ist in jeder Hinsicht ein Hingucker. Die optische und die elektronische Einheit sind lediglich mit einem kleinen, aber stabilen Steg verbunden. Somit lassen sich das Zoomobjektiv und der Monitor komplett gegeneinander drehen.

Die Kamera ist mit einer Auflösung von fünf Megapixeln und einem



Man kann die Optio X drehen und wenden.

3fach-Zoomobjektiv (entspricht 35 bis 107 mm im KB-Format) ausgestattet. Durch das Sliding Lens System konnte auch bei der Optio X eine kompakte Bauweise von 112 x 54 x 18 mm beibehalten werden. Die Lichtempfindlichkeit kann von ISO 80 bis ISO 320 eingestellt werden. Sie bietet einen 9-Punkt-Autofokus sowie sechs Zentimeter Supermakro-Abstand, Weißabgleichseinstellungen können automatisch wie auch manuell vorgenommen werden. Mit Verschlusszeiten von 1/2.000 Sekunde bis 4 Sekunden sind blitzschnelle Schnappschüsse ebenso wie Langzeitbelichtungen möglich.

Fotos werden als JPEG (Exif 2,2) und Videos als MOV (Quick Time Motion JPEG Format) mit circa 15 Bildern pro Sekunde mit Ton abgespeichert. Tonaufnahmen werden als WAV-Dateien aufgezeichnet. Diverse Digitalfilter und Motivprogramme, wie z. B. Nachtaufnahmen, Nachtporraits, Landschaften, Sport und Panorama-Assistenten, erleichtern dem Anwender die Aufnahme. Die Kamera zeichnet sowohl auf dem integrierten Speicher (circa 14 MB) als auch auf SD Memory Card auf. Auch die Optio X wurde mit dem PictBridge-Standard sowie USB- und AV-Anschluß ausgerüstet. Die Stromversorgung erfolgt über einen Lithium-Ionen-Akku und eine USB-Docking-Station. Die Kamera wird mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 449 Euro ab Oktober angeboten.

Hama Lesegerät TravelDrive



Mit dem neuen TravelDrive 16in1 von Hama lassen sich die unterschiedlichsten Speicherkarten auslesen: CF (Typ I und II), Microdrive, SM, MMC und RS-MMC, SD, MStick, MStick Select, MStick MagicGate, MStick Duo, MStick Duo MagicGate, MStick Pro, MStick Pro Duo und xD können direkt verarbeitet werden. Selbst Mini-SD und TransFlash werden mit einem entsprechenden SD-Adapter, der den Karten dieser

beiden Formate meist standardmäßig beiliegt, problemlos ausgelesen. Die Daten können direkt von Karte zu Karte kopiert werden, die Datenübertragungsrate liegt bei bis zu 480 Mbit/s im USB-2.0-Highspeed-Modus und bei 12 Mbit/s im USB-1.1-Fullspeed-Modus. Der TravelDrive 16in1 wird über den USB-Port mit Strom versorgt und läuft treiberlos unter Windows ME/2000/XP. Treiber für Win 98 SE liegen auf CD-ROM bei. Das Lesegerät inklusive Datenrettungs-Software Photo-Rescue und Ulead Photo Explorer 8.0 SE zur Bildbearbeitung soll laut unverbindlicher Preisempfehlung rund 30 Euro kosten.

Weiterhin bietet Hama ein USB-Universal-Set, das eine Vielzahl von Anschlußproblemen dieser Art löst. Der Schlüssel ist das beiliegende, doppelt geschirmte Kabel mit fest integriertem A-Stecker auf der einen und einer patentierten Anschlußbasis für die zum Set gehörenden Adapter auf der anderen Seite. Die drei Mini-USB-Stecker, die Typ A-Kupplung und der Typ B-Stecker, die zur störungsfreien Übertragung alle mit vergoldeten Kontakten ausgestattet sind, können beliebig ausgetauscht werden. So werden mit nur einem Kabel, das USB 2.0 unterstützt und die Daten mit 480 Mbit/s überträgt, gleich fünf Anschlußmöglichkeiten abgedeckt. Das Allround-Set mit Tasche ist im Handel wahlweise mit 1,8-m- oder 3-m-Kabel erhältlich.

Wo der interne Speicher moderner Elektronikgeräte seine Grenzen erreicht, helfen Speicherkarten weiter. Da diese jedoch möglichst wenig Platz benötigen dürfen, wurden neue Mini-Formate entwickelt: MiniSD, RS (Reduced Size)-MMC und TransFlash. Alle drei neuen Mini-Speicherkarten führt Hama im Sortiment. MiniSD- und RS-MM-Cards sind kompatibel zu den etwa doppelt so großen SD- bzw. MMC-Varianten und können mit den entsprechenden Adapters, die Hama mitliefert, verwendet werden. Aus dem SanDisk-Produktprogramm bietet Hama die TransFlash-Karte, die in den neuen Motorola-3G-Telefonen eingesetzt wird oder aber mit dem beiliegenden Adapter auf die Größe einer SecureDigital-Karte gebracht und so noch variabler wird. MiniSD und RS-MMC werden mit 64, 128 oder 256 MB angeboten, TransFlash ist derzeit mit 64 oder 128 MB erhältlich.

Mobiler Printer von Polaroid



Die Polaroid GmbH stellt auf der photokina ihr jüngstes Produkt für die Ausweis- und Dokumentenfotografie vor, den Polaroid Pro-

Line 46d Fotodrucker. Mit dem Gerät können die mit jeder gängigen Digitalkamera erstellten Paßbilder direkt von einer Speicherkarte gedruckt werden; der Einsatz eines PCs ist nicht erforderlich. In 80 Sekunden sind die Bilder im Fotoformat 10 x 15 cm verfügbar. Der in die Polaroid ProLine 46d integrierte Kartenleser kann fünf Speicherkarten-Formate lesen: CompactFlash (CF), Secure Digital (SD), Memory Stick (MS), Smart Media (SM) und MultiMediaCard (MMC). Über einen USB-Anschluß ist der Druck darüber hinaus auch vom Computer möglich. Entwickelt auf der Basis neuester Farbsublimationstechnologie, produziert der Drucker Bilder mit satten Farben – insgesamt 16,7 Millionen – inklusive natürlichen Hauttönen. Durch eine Schutzlaminierung sind die Bilder lange haltbar. Das



Mit dem mobilen Fotodrucker ProLine 46d sind Prints in 10 x 15 cm oder im Paßbild-Format möglich.

Farb-LC-Display macht nicht nur eine Vorschau der gespeicherten Bilder möglich, sondern informiert auch über die Bildauswahl und Druckqualität und bietet Korrekturfunktionen für die Bildoptimierung an. Außerdem wird der Nutzer erinnert, wenn Papier oder Farbband ersetzt oder ausgetauscht werden müssen. Neben dem Druck eines einzelnen Bildes können auch der satzweise Ausdruck, ein Index-Ausdruck, DPOF-Druck oder der Ausdruck aller Fotos auf der Speicherkarte gewählt werden. Um die verschiedenen Größenanforderungen offizieller Dokumente wie Reisepässe und Führerscheine zu erfüllen, besteht die Möglichkeit, fünf verschiedene Paßbild-Formate auszuwählen. Dabei sind pro Blatt zwei, vier oder acht Paßbilder sowie gemischte Sätze möglich. Portraits lassen sich auch ohne weißen Paßbildrand drucken. Es besteht die Auswahl zwischen zwei, vier, neun, 16 oder 25 Fotos pro Blatt. Für die mobile Stromversorgung kann der Drucker mit einem handelsüblichen Adapter – zum Beispiel im Auto – betrieben werden. Der Polaroid ProLine 46d verwendet das spezielle Polaroid PM46d Papier und steht dem autorisierten Handel ab sofort zur Verfügung. Unverbindliche Preisempfehlung: 249 Euro (netto).

Xacti Digital Movie C4



Mit der Xacti Digital Movie C4 stellt Sanyo das neueste Modell seiner Xacti-Reihe vor. Optimiert mit einem integrierten Bildstabilisator und einer Foto-Auflösung von vier Megapixeln, bietet die Kamera Film- und Fotospaß in einem Gerät. Bei der Xacti C4 wurde das gleiche ergonomische Design verwendet wie beim Vorgängermodell, der Xacti C1, diesmal jedoch in der Farbvariante Champagner. Auch der LCD-Monitor wurde gegenüber dem Vorgänger auf 1,8 Zoll vergrößert und verfügt über eine Auflösung von 130.000 Pixeln. Videoclips, die in VGA-Auflösung 640 x 480 dpi mit 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden, speichert das Gerät im MPEG-4 Format ab. Zusätzlich ist eine digitale Bildstabilisierungsfunktion integriert, und die C4 bietet dem Anwender die Möglichkeit, während der Filmaufnahme auch den Foto-Auslöser zu betätigen und somit Film und Foto simultan aufzunehmen. Das neue Xacti-Modell verfügt über ein 5,8fach Zoomobjektiv und eine 10fach digitale Zoomfunktion. Die Fokussierung wird durch einen 5-Punkt-Autofokus unterstützt. Zur Vertonung von Filmaufnahmen wurde eine neue Funktion zur Unterdrückung von Windgeräuschen integriert, und ein eingebautes Mikrofon ermöglicht 48 kHz, 16 bit, 2 Kanal-Stereo Aufnahmen (MPEG4-Audio). Die Kamera verfügt weiterhin über Motiveinstellungen wie Landschaft, Sport, Nachthintergrund, Feuerwerk und Portraits. Eine spezielle Software sorgt für die Reduzierung des Rote-Augen-Effekts. Die mitgelieferte Docking Station dient nicht nur zum Laden des Akkus, sondern auch zur Datenübertragung an PC oder TV. Die unverbindliche Preisempfehlung und die Verfügbarkeit der Xacti C4 standen bei Redaktionsschluß noch nicht fest.



you can
Canon

Um ein perfektes Foto zu machen, müssen Sie viele digitale Bilder schießen. Der Fotoausdruck dagegen sollte besser schon beim ersten Versuch beeindrucken. Kein Problem mit dem Fotodrucker PIXMA iP4000. Dank seiner nur 2 Picoliter feinen Tintentröpfchen liefert er Fotoprints in exzellenter Qualität. Dabei sorgt das ContrastPLUS-Verfahren durch eine zusätzliche schwarze Fototinte für extra Farbtiefe und besseren Kontrast. Jetzt kostenfrei testen auf: www.canon.de/yourprint.




PIXMA
iP4000

Die andere Hälfte der Fotografie.

PoS Aktuell

Philips – Veränderungen im deutschen Management

Walter Conrads, Sprecher der Geschäftsführung der Philips Deutschland GmbH und verantwortlich für die Aktivitäten von Philips in Deutschland, Österreich und der Schweiz, wird Ende Januar 2005 sein Amt niederlegen und in den Ruhestand treten. Philips wird dem Aufsichtsrat vorschlagen, Hans-Joachim Kamp zum Sprecher der Geschäftsführung zu bestellen. Conrads wird zu der ersten Sitzung im nächsten Jahr in den Aufsichtsrat der Philips GmbH wechseln. Dr. Manfred Schmidt, Vorsitzender des Aufsichtsrats, hat sich entschieden, zu diesem Zeitpunkt den Vorsitz des Gremiums niederzulegen. Der Gesellschafter wird dem Aufsichtsrat vorschlagen, Walter Conrads zu seinem Nachfolger zu wählen. Die Nachfolge von Hans-Joachim Kamp als Leiter des Unternehmensbereiches Consumer Electronics wird Ronald de Jong antreten. Der Niederländer hat aktuell die globale Verantwortung für die Logistik und das Supply Chain Management im Bereich Consumer Electronics.

Helmut Engel nicht mehr Geschäftsführer von Sharp

Um neue Aufgaben und weitere Herausforderungen anzunehmen, hat Helmut Engel, Präsident und Geschäftsführer der Sharp Electronics (Europe) GmbH, seine Position am 31. August 2004 verlassen. „Engel hat in seiner zwölf-



jährigen Tätigkeit für Sharp sehr viel für das gute Ansehen der Marke und deren Akzeptanz sowohl beim Fachhandel als auch bei den Konsumenten bewirkt“, so der Wortlaut in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Sharp möchte diesen erfolgreichen Weg weiterbeschreiten und hat Helmut Engel gebeten, dem Unternehmen weiterhin beratend zur Seite zu stehen.

Neuer Präsident und Geschäftsführer von Sharp Electronics Germany/Austria

Seit dem 13. September 2004 hat Sharp Electronics Germany/Austria einen neuen Geschäftsführer, Frank Bolten. Bolten, zuletzt Sales Director der Consumer Audio/Video Division und Member of the Executive Committee der Sony Deutschland GmbH, gilt als ausgewiesener Vertriebs- und Marketingspezialist. Zwischen 2002 und 2004 strukturierte er die Vertriebsorganisation neu und schuf die Basis für erweiterte Vermarktungspotentiale des Handels. Zudem zeichnete er für die Entwicklung von Konzepten und Programmen zur besseren Qualifizierung seines Vertriebsteams und des Handels verantwortlich. Bolten zu seiner neuen Aufgabe: „Sharp ist ein innovationsgetriebenes Unternehmen mit einzigartigen Produkten und Technologien. Als Beispiel sei nur die weltweite Markt- und Technologieführerschaft im Bereich LCD-TV zu nennen. Die Entwicklung eines Unternehmens mit so viel Geschichte und Potential für die Zukunft aktiv mitgestalten zu dürfen, bedeutet für mich gleichzeitig Auszeichnung wie Herausforderung.“



Liesegang: Patrick Palombo tritt als Geschäftsführer zurück

Patrick Palombo, Sprecher der Geschäftsführung der Liesegang Optoelectronics GmbH, hat auf einer Sitzung am 9. September 2004 den Aufsichtsrat um Entlassung aus seinem Vertrag gebeten. Nach der erfolgreichen Beendigung der Insolvenz, der Restrukturierung und Neuausrichtung des Unternehmens sowie der im Juni 2004 abgeschlossenen Suche nach privaten Investoren möchte Palombo sich nun neuen Aufgaben zuwenden, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Für den Aufsichtsrat bedauerte der Sprecher der Investoren, Kurt Ebert, den Schritt. Er dankte Palombo für die geleistete Arbeit und gab bekannt, daß das bisherige Management-Team, bestehend aus Finanz-Geschäftsführer Eduard Dietze und dem Prokuristen Oliver Middelhaue, Vertrieb und Marketing, sowie Andreas Wulf, Produktentwicklung, den Wiederaufstieg Liesengangs zu einem der führenden Anbieter von Projektionsgeräten wie geplant fortsetzen wird. Palombo wird dem Unternehmen weiterhin als Berater verbunden bleiben.

Neuer Leiter Vertrieb und Marketing bei WISI

Die Wilhelm Sihn Jr. GmbH & Co. KG (WISI) hat Pano Joakimidis ab sofort zum neuen Leiter Vertrieb Inland ernannt. Darüber hinaus verantwortet er die nationalen und internationalen Marketingaktivitäten des Unternehmens für Emp-

fangs- und Verteiltechnik. Joakimidis kommt vom Hersteller für Zeltbausysteme HUZ. Dort hat er als Gesamtverantwortlicher seit Januar 2003 das Unternehmen umstrukturiert. Zuvor war er über zehn Jahre in verschiedenen Leitungsfunktionen bei Handels- und Technologieunternehmen im Bereich Mobil- und Telekommunikation tätig. Darunter als Bereichsleiter bei ElectronicPartner, als Vertriebsleiter bei Vodafone/Arcor sowie als Bereichsleiter beim der R.I.C. GmbH.

Thomas Schade wechselt zu Philips nach Amsterdam

Zum 1. Oktober wechselt Thomas Schade als neuer General Manager Marketing Services in die Philips Consumer Electronics (CE) Zentrale nach Amsterdam. Michael Unverwerth ist neuer Vertriebsdirektor B2B in Hamburg. Schade übernimmt in seiner neuen Funktion die europaweite Verantwortung für Werbung, Marktforschung, Messen und Events. Der Betriebswirt arbeitet seit 1987 für Philips und übte in der Hamburger Deutschland-Zentrale sowie in Wien und Amsterdam verschiedene leitende Funktionen in Marketing und Vertrieb aus. Von August 2000 bis Ende 2003 verantwortete er als Brand Manager Werbung und Marketing von Philips CE Deutschland. Zuletzt hatte Thomas Schade als Mitglied der Geschäftsführung die Position des Vertriebsdirektors für Business-Kunden in Deutschland und Österreich inne. Michael Unverwerth wird als neuer Sales Director Business-to-Business für die Vertriebsaktivitäten von Philips

CE in Deutschland und Österreich zuständig sein. Hier arbeitet das Unternehmen mit Geschäftskunden aus dem institutionellen Bereich, dem Hotel-TV-Geschäft, Incentive & Loyalty sowie Distributoren und Systemhäusern direkt zusammen. Die Vertriebsleitung für Consumer-Aktivitäten und -Produkte liegt weiterhin bei Henrik Köhler als Vertriebsdirektor B2C.

Die bisherigen Aufgaben von Unverwerth als Senior Business Manager Mobile Infotainment werden aufgeteilt. Kai Hillebrandt, Senior Business Manager Connected Displays, verantwortet künftig zusätzlich den Bereich Monitore. Frank Schwertfeger, Senior Business Manager Home Entertainment Networks, ist ab Oktober außerdem für Mobile Infotainment-Produkte zuständig.

Zusammenarbeit zwischen Samsung und Actebis Peacock

Actebis Peacock ist neuer Distributor für Samsung Electronics. Seit Anfang Juli vertreibt der Broadliner Produkte von Samsung aus den Bereichen Displays, Notebooks und Office Automation. Seit dem 1. Juli sind bei Samsung die Vertriebsbereiche Display, Notebook und Office Automation zu einer gemeinsamen Organisation, dem Samsung-IT-Vertrieb, zusammengefaßt. Jeder Reseller und Retailer hat dann jeweils nur noch einen Ansprechpartner bei Samsung, der ihn in allen drei Produktbereichen betreut. Die Abläufe

im Tagesgeschäft, Projektpreis-anfragen und der Informationsfluß sollen dadurch deutlich beschleunigt werden.

„Durch die Zusammenarbeit mit Actebis werden beide Unternehmen in ihrem Wachstum unterstützt. Als Top-Broadline-Distributor in Europa bietet Actebis Peacock den perfekten Rahmen für die Produkte der Samsung IT“, so Hartmut Woerrlein, Senior Sales und Marketing Manager Mobile Computing.

Ingram bietet Partnern neue Bestellmöglichkeiten

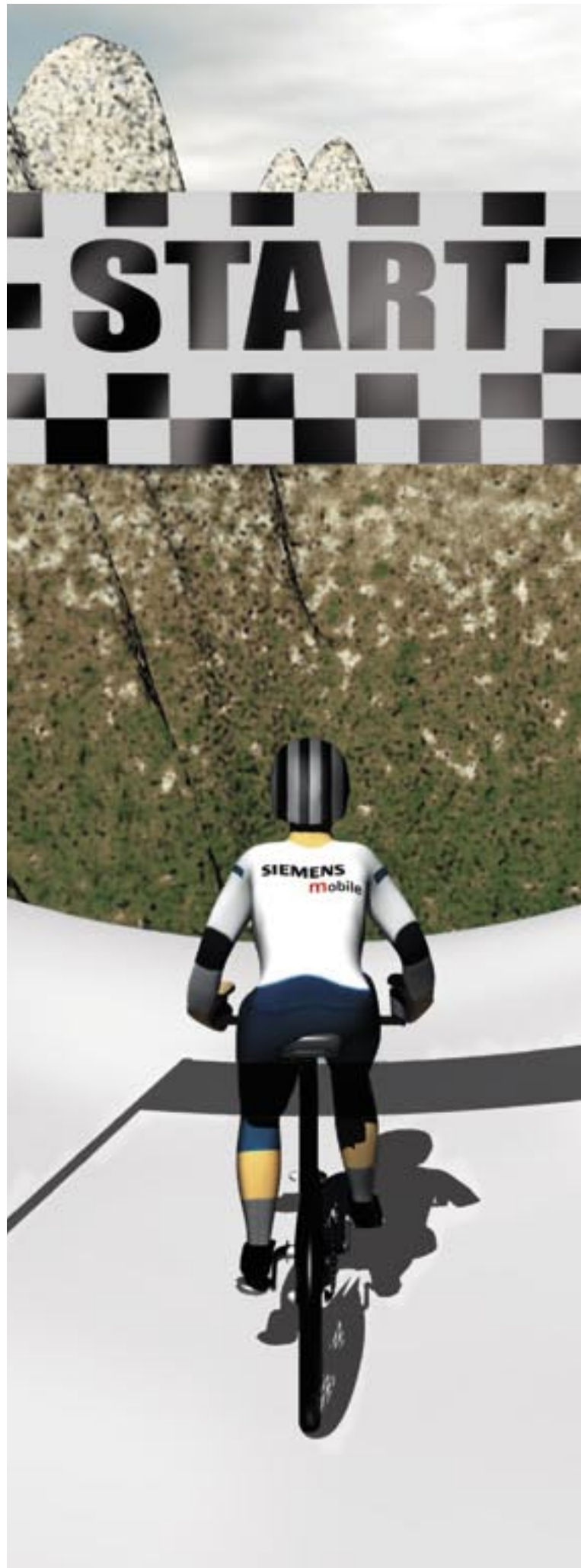
Autorisierte Microsoft Education Reseller der Ingram Micro können ab sofort über IM.order Microsoft Schulprodukte und über IM.license Microsoft OPEN Academic-Lizenzen online bestellen. Bisher war die Bestellung dieser Lizenzen nur per Fax oder Mail möglich. Die Online-Bestellmöglichkeit erschließt Microsoft Education Resellern zahlreiche Vorteile und hilft ihnen, Zeit und Geld zu sparen. Das Online-Bestellsystem kann rund um die Uhr genutzt werden. Die RealTime-Abfrage zeigt jedem Kunden die Verfügbarkeit der Produkte und seine individuellen Konditionen an. Bei Bestellung über IM.license ist die Lieferung frachtfrei. Informationen zum Gebrauch der beiden Tools finden sich unter www.IMorder.de und www.ingrammicro.de/imlicense. Fragen zum OPEN License Programm für Schulen werden unter Tel. 089-4208-2222 beantwortet.

Fujitsu General Plasmavision Roadshow 2004

Am 11. Oktober 2004 startet Fujitsu General eine Roadshow. Präsentiert wird die neueste Modellreihe der Fujitsu Plasmavision Displays. Deutschlandweit wird der Fujitsu Plasmavision Truck in 15 Städten halt machen. Interessierte Kunden – und auch Vertreter des Fachhandels – sind eingeladen, sich „an Bord“ von der Qualität der Fujitsu Plasma-Displays zu überzeugen. Die Roadshow findet an folgenden Terminen in folgenden Städten statt:



11. Oktober, Düsseldorf; 12. Oktober, Dortmund; 13. Oktober, Bielefeld; 14. Oktober, Bremen; 15. Oktober, Hannover; 18. Oktober, Hamburg; 19. Oktober, Berlin; 20. Oktober, Dresden; 21. Oktober, Leipzig; 22. Oktober, Nürnberg; 25. Oktober, Augsburg; 26. Oktober, München; 27. Oktober, Stuttgart; 28. Oktober, Frankfurt und 29. Oktober, Köln. Der Truck wird seine Türen in der Zeit von 14.00 bis 20.00 Uhr geöffnet haben.



Designed for life



FIT FOR MULTIMEDIA!

MULTI-GEWINNCHANCEN MIT M65, CX65 & C65

Starten Sie jetzt richtig durch – bei gleich zwei Gewinnspielen mit den neuen Siemens Foto-Handys!
Auf www.siemens-mobile-partnerinfo.de gibt es 6 Wochen lang nicht nur alles Wissenswerte zu Siemens mobile, sondern auch Multi-Chancen und Multi-Spaß im Doppelpack ...

Bei „PIN gewinnt!“ können Sie mit Ihren persönlichen PINs jede Woche tolle Preise gewinnen:
insgesamt 6 Cannondale Bikes und 18 M65 mit Bike-o-meter! Und beim großen Mountainbike-Online-Game „Downhill 65“ werden zusätzliche Multimedia-Sieger gesucht und natürlich auch mit attraktiven Preisen belohnt.



Sie haben noch keine PINs?
Loggen Sie sich ein unter
www.siemens-mobile-partnerinfo.de

www.siemens-mobile-partnerinfo.de

SIEMENS
mobile

T-Punkte mit neuem Shopkonzept feiern in Berlin Premiere

Premiere für die T-Punkte mit neuem Shopkonzept: In der Berliner Friedrichstraße hat der erste der neuen T-Punkte seine Türen für die Kunden geöffnet. Neben den rund 300 etablierten T-Punkten und den mehr als 100 T-Punkten Business in Deutschland erweitert die Deutsche Telekom mit den Geschäften auf der Basis der neuen Shopkonzeption ihre Präsenz an Topstandorten. Der Angebotschwerpunkt in den 50 bis 100 Quadratmeter großen Verkaufsbereichen der neuen T-Punkte liegt auf den Produkten und Services der mobilen Kommunikation. „Wir werden damit den veränderten Anforderungen des Mobilfunkmarktes gerecht, der mit der mobilen Breitbandkommunikation und der verstärkten Nutzung mobiler Datendienste in eine neue Phase tritt, in der eine verstärkte kundenindividuelle Beratung gefragt ist“, sagte Andreas Riedel, Vorsitzender der Geschäftsführung der T-Punkt Vertriebsgesellschaft mbH. „Unser Ziel ist es, die neuen T-Punkte zu einem wichtigen Vertriebskanal für T-Mobile auszubauen und auf diese Weise die Vermarktung unserer Mobile Multimedia-Angebote systematisch zu verstärken und dieses Geschäftsfeld für Privat- und Geschäftskunden auszubauen“, betonte Stefan Gilica, Geschäftsführer Vertrieb von T-Mobile Deutschland. In den neuen T-Punkten erhalten die Privatkunden aber auch weiterhin das gesamte Produkt- und Dienstleistungsspektrum der Deutschen Telekom, also beispielsweise die Breitbandprodukte von T-Com und T-Online.

Das Ladenbaukonzept der neuen T-Punkte ist auf ein junges, an Innovationen interessiertes Publikum zugeschnitten. Die persönliche Beratung durch kompetentes Personal wird durch multimediale Präsentationsinseln unterstützt, an denen die Kunden beispielsweise die Möglichkeiten der Breitbandkommunikation in Internet und per Mobilfunk interaktiv testen können. „In den neuen T-Punkten stellen wir innovative Lösungen der Telekommunikation und Informationstechnik mit modernen Präsentationsformen vor“, verdeutlichte Riedel. „Wir wollen, daß die Kunden unsere Produkte und Dienstleistungen im wahrsten Sinne des Wortes erleben können.“

Dem ersten T-Punkt nach dem neuen Shopkonzept in Berlin werden in diesem Jahr weitere folgen.

Breitbandanwendungen stehen im Fokus T-Com gründet eine neue Produktfamilie

„Wenn wir auf den DSL-Markt zurückblicken, dann sehen wir, daß T-Com Märkte machen kann“, stellte Uli Huener, Leiter Vertrieb Consumer bei T-Com, im Rahmen eines Pressegesprächs in München fest. „Inzwischen ist DSL zum Selbstläufer geworden, und wir erreichen Segmente, die wir früher nicht für möglich gehalten haben.“ Der Erfolg sei jedoch kein Anlaß, um es langsamer angehen zu lassen. „Im Gegenteil“, so Huener, „wir werden mit neuen Produkten und Applikationen den Markt für Breitbandanwendungen weiter pushen.“

Dabei sei erfreulich, daß in den vergangenen Monaten Applikationen entwickelt worden seien, die noch vor zwei Jahren unvorstellbar waren. „Ich denke hier vor allem an die Themen Bandbreite, Multimedia und Konvergenz, die vollkommen neue Geschäfts- und Wertschöpfungsmodelle entstehen lassen“, meinte Huener.

Sinus 154 media

Eines der neuen Produkte, die einst komplett unterschiedliche und streng getrennte Welten zusammenführen, ist der Sinus 154 media. Das erste Gerät einer



neuen Produktfamilie bei T-Com stellt als eigenständiger Client eine Verbindung zwischen Windows-Rechnern und Geräten der Unterhaltungselektronik her und überträgt die auf einem oder mehreren PCs gespeicherten Musik- und Videodateien, digitale Fotos und Bilder

sowie die Angebote von Internet-Radiosendern kabellos zum Fernsehgerät oder zur Stereoanlage. Die Kommunikation wird durch die Media Server Software gesteuert. Sie wird auf dem PC installiert, verwaltet die verfügbaren Multimedia-Inhalte und gibt sie für den



Uli Huener

Zugriff durch Sinus 154 media frei.

Über das auf dem TV-Gerät angezeigte Hauptmenü und die mitgelieferte Infrarot-Fernbedienung läßt sich das Gerät komfortabel bedienen. Sinus 154 media bietet in dem Menü ausschließlich Dateien mit einem geeigneten Format zur Wiedergabe an. Unabhängig vom tatsächlichen Speicherort im Netz werden dabei alle Dateien gleichen Formats (beispielsweise MP3, AVI oder TIFF) gruppiert und der entsprechenden Multimedia-Kategorie (etwa Audio, Video, Foto) zugeteilt. In diesen Kategorien sind dann alle im Netzwerk verfügbaren Dateien zu finden, auch wenn sie in verschiedenen Verzeichnissen gespeichert sind; sofern die entsprechenden Verzeichnisse zuvor im Mediaserver freigegeben wurden. Sinus 154 media läßt sich sowohl in einem kabelgebundenen als auch in einem Funknetzwerk (WLAN) betreiben. Für den Betrieb ist ein PC mit dem Betriebssystem Windows 98 SE, ME, 2000 oder XP erforderlich. Das Gerät steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 199,99 Euro.

Sinus Pro 800

Mit Sinus Pro 800 hat T-Com weiterhin ein innovatives System für Sprache und Daten angekündigt, das die Funktionen eines Funknetzwerkes und einer ISDN-Telefonanlage mit Display in einem einzigen, einfach zu bedienenden Gerät vereint. Die Basisstation Sinus Pro 800 ist eine Kombination aus T-DSL Router, WLAN-Router,

WLAN-Voice-over-IP-Gateway und ISDN-Komforttelefon. Mit dem Mobilteil Sinus Pro 800 M kann die Basisstation zu einer Telefonanlage mit bis zu acht Teilnehmern ausgebaut werden.

Die All-in-One-Lösung ermöglicht den Anschluß eines oder mehrerer PCs an das Internet über schnurlose und kabelgebundene Verbindungen mittels T-DSL oder die Integration in ein vorhandenes Firmennetz. Gleichzeitig bietet Sinus Pro 800 einen internen analogen Anschluß für Telefon- und Faxgeräte. „Für Nutzer des Systems ergibt sich daraus ein entscheidender Vorteil“, erläuterte Robert Wendels, Leiter Endgeräte bei T-Com. „Sie brauchen für ihre gesamte Sprach- und Datenkommunikation über Voice-over-IP-Technologie nur noch ein Endgerät. Sowohl die Übertragung der Daten zwischen dem PC und dem Internet als auch die Sprachübertragung zwischen Mobilteil und Basisstation erfolgen über das integrierte Funknetzwerk.“ Weitere Vorteile seien, daß sich sämtliche Komponenten des Netzwerks ohne aufwendige Verkabelung miteinander verbinden ließen und daß sich Einrichtung und Administration auch ohne PC- oder Windowskenntnisse direkt über das integrierte Grafikdisplay an der Basisstation konfigurieren ließen“, führte Wendels aus.

Sinus 810 und 820

Als weitere Neuheiten bei den Endgeräten wurden beim Münchner Pressegespräch die beiden Schnurlostelefone Sinus 810 und 820 von T-Com vorgestellt. Beide Geräte verfügen über einen integrierten WAP-Browser und eine spezielle T-Taste, die erstmals einen direkten Zugang zum Auskunftportal T-info ermöglicht. Dort lassen sich beispielsweise die Adreß- und Kommunikationsdaten von Unternehmen und Privatpersonen oder Informationen zum jeweiligen Standort (Apotheken, Kinoprogramme, preiswerte Tankstellen, Wetter etc.) abrufen.

Darüber hinaus unterstützen die Geräte die Dienste MMS und SMS im Festnetz. Über die iconbasierte Menüführung lassen sich die Telefonfunktionen intuitiv und ohne Bedienungsanleitung anhand graphischer Symbole aufrufen und

nutzen. Das eingebaute Telefonbuch bietet Platz für 200 Einträge von Rufnummern und Namen. Die Anruferliste zeigt bis zu 30 eingegangene Anrufe in Abwesenheit mit Datum und Uhrzeit an. Weiterhin unterstützen beide Geräte eine Vielzahl von Funktionen im T-Net beziehungsweise T-ISDN für komfortables Telefonieren. Dazu zählen Anklopfen, Rufnummernanzeige des Anrufers sowie die Tarif-/Entgeltanzeige. Über die Menüführung lassen sich die Funktionen Anrufweiterschaltung, Unterdrückung der eigenen Rufnummer, Dreierkonferenz, Rückfrage/Makeln und Rückruf bei besetzt steuern.

Die Markteinführung von Sinus 810 und 820 plant T-Com für November.

Herbert Päge

T-Com startet Aktion „MMS im Festnetz“

Die Aktionswochen „MMS im Festnetz“ von T-Com bringen dem Nutzer bis zum 31. Dezember eine deutliche Preissenkung durch einen einheitlichen Preis von 39 Cent je MMS. Dieser gilt unabhängig von der Größe sowohl für den Versand von MMS zu Telefon- und ISDN-Anschlüssen im Inland, zu Mobilfunkanschlüssen von T-Mobile und anderen teilnehmenden Netzbetreibern sowie als E-Mail. Die Auslieferung von Fotos per Postkarte kostet im Aktionszeitraum 1,29 Euro einschließlich Porto. Der MMS-Empfang im Festnetz ist kostenfrei. T-Com Kunden können digitale Fotos, animierte Grafiken, Texte, Musik- und Sprachnachrichten oder auch Klingeltöne über das Festnetz verschicken und empfangen. Wer MMS im Festnetz vom analogen T-Net Anschluß nutzt, muß darauf achten, daß das Leistungsmerkmal Rufnummernanzeige (CLIP) freigeschaltet ist. Der Empfang von MMS ist auch ohne MMS-fähiges Endgerät möglich: In diesem Fall erhalten die Empfänger eine SMS mit der Angabe der Internet-Adresse www.t-com.de/mms zum Abholen und Anschauen der Nachricht, die dort drei Tage lang hinterlegt ist. Mit der unter www.t-com.de/mms zum kostenlosen Download verfügbaren MMS-/SMS-Software für T-ISDN wird auch der PC am T-ISDN Anschluß zum MMS- und SMS-fähigen Endgerät. Das Erstellen von SMS wird mit dem Erfassen von Texten auf der PC-Tastatur und der Empfängerwahl aus dem integrierten Adreßbuch vereinfacht. Systemvoraussetzungen: Windows 98, ME, XP, 2000 und CAPI 2.0.



Das K700i steht im Mittelpunkt der aktuellen Werbekampagne von Sony Ericsson.

Sony Ericsson inszeniert umfangreiche Kampagne

Ob als Handy oder Digitalkamera – das neue Fotohandy Sony Ericsson K700i ist laut Hersteller dank seines außergewöhnlichen Dual-Front-Designs von jeder Seite gleichermaßen ansprechend. Den Gedanken „zwei Teile, ein Ganzes“ kommuniziert das Unternehmen derzeit in seiner bislang umfangreichsten Werbekampagne für das aktuelle Kamerahandy K700i.

Neben Anzeigen, einer zentralen Website und Online-Werbung in ganz Europa wird ein TV-Spot ausgestrahlt, der den Medien-Mix abrundet. Für die Anzeigen und den TV-Spot hat Sony Ericssons Agentur BBH, London, das Design des K700i in den Mittelpunkt gestellt und dabei eine gleichwertige Balance zwischen der Funktionalität der Kamera und der des Mobiltelefons geschaffen.

Der TV-Spot ist ein 30-Sekünder, der eine junge Frau und einen jungen Mann einen Tag lang auf ihrem Weg durch Tokio verfolgt. Während beide auf getrennten Wegen, aber an ähnlichen Schauplätzen, zu sehen sind, benutzt sie das Telefon, er die Digitalkamera. Um die Kernbotschaft „Zwei Teile, ein Ganzes“ und „Kamera trifft Handy“ zu transportieren, wurde beim Dreh eine neuartige Kreativtechnikeingesetzt. Der Betrachter sieht dabei ein in der Bildschirmmitte getrenntes Spiegelbild mit zwei unterschied-

lichen Charakteren. Obwohl so nah, treffen sich die beiden aber erst am Abend: „Boy meets Girl – Girl meets Boy“ oder „Kamera trifft Handy“.

Die Print-Motive greifen die Idee des Doppel-front-Designs auf und zeigen eine Serie aus Fotos, in denen die Kamera als Spiegelbild des Mobiltelefons und umgekehrt erscheint. Jedes dieser Bilder stellt das K700i in anderen Umgebungen dar, wie beispielsweise auf einem Stuhl, einem Sessel oder einem Glastisch.

Die Website zum K700i ist bereits online und ebenfalls zweigeteilt. Auch sie verfolgt damit konsequent die Idee der Kampagne. Eine Hälfte zeigt das Mobiltelefon, während die Digitalkamera-Seite dazu einlädt, am weltweiten „PhotoMatch“ teilzunehmen, bei dem die Besucher über Fotos ihrer Heimat kommunizieren. Zu erreichen ist die Website unter www.sonyericsson.com/k700i.

Sony Ericsson auf der photokina

Sony Ericssons Messeauftritt auf der photokina steht im Zeichen der neuen Fotohandys K700i, S700i und P910i sowie deren ungewöhnlicher Formgebung. Als Partner auf dem Messestand von Sony Deutschland in Halle 3.1 präsentiert Sony Ericsson sein erstes 1,3-Megapixel-Handy S700i, das in diesen Tagen auf den Markt kommt.

„Mit dem S700i bieten wir den Nutzern die Möglichkeit, jederzeit die schönsten Momente in Top-Qualität festzuhalten. Durch die enge Zusammenarbeit mit Sony steckt



Martin Winkler, Head of Marketing von Sony Ericsson Deutschland

in diesem Handy jede Menge Sony-Imaging-Technologie, durch die sich das S700i in der Bildqualität und der Nutzerführung deutlich von anderen Mobiltelefonen abhebt“, betonte Martin Winkler, Head of Marketing von Sony

Ericsson Deutschland. „Wir gehen davon aus, daß der Markt für Fotohandys in Zukunft stetig wächst; es werden nur noch ganz wenige Modelle ohne Kamera angeboten. Eine Ausnahme bilden preisgünstige Prepaid-Handys. Im Mobilfunkbereich wird es einen ähnlichen Trend geben, wie bei Digital Imaging: Die Kamera-Auflösung, die Software und die technische Ausstattung werden immer differenzierter.“

Das zweite große Thema auf dem Sony Ericsson-Stand ist „Connectivity“: Die Messebesucher können sich am Beispiel verschiedener Fotodrucker aus dem Profi- und dem Consumerbereich davon überzeugen, wie einfach Fotos von Kamera-Handys über Bluetooth auf Fotopapier ausgedruckt werden können.



Mehr Fahrspaß.
Mehr Sicherheit.



**MS 4150 RS
mit C-IQ Blitzerinfo.
Aktuelle Sicherheitshinweise für ganz
Europa.**



C-IQ Blitzerinfo warnt mit optischen und akustischen Signalen vor Gefahrenstellen entlang Ihrer Route, die häufig mit Ampelblitzern und fest installierten Radaranlagen versehen sind. Voraussetzung ist ein C-IQ-fähiges Navigationssystem wie das leistungsstarke MS 4150 RS im 1-DIN-Format. Damit profitieren Sie automatisch von den weiteren C-IQ Vorteilen: Sie können Navigationsinhalte und Zusatzprodukte flexibel zusammenstellen und zahlen nur das, was Sie nutzen. Außerdem erhalten Sie kostenlose Software-Updates.*

Unter www.c-iq.net erfahren Sie alles Wissenswerte über die C-IQ Blitzerinfo. Weitere Informationen zu den Navigationssystemen finden Sie unter www.vdodayton.de.

*Gilt nicht für Verträge mit zeitlich unbegrenzter Freischaltung. Für Vollständigkeit und Richtigkeit der Informationspunkte und Geschwindigkeitsinformationen kann keine Haftung übernommen werden. Die Straßenverkehrsordnung ist einzuhalten. Der Fahrer ist eigenverantwortlich für seine Fahrweise. VDO Dayton und VDO sind Handelsmarken der Siemens VDO Automotive AG.

Car Multimedia Systems.



VDO Dayton. The Car Brand.

Sechs neue Gigasetts bei Siemens

Mit sechs neuen Gigaset-Modellen baut Siemens mobile sein Portfolio für die schnurlose Kommunikation zu Hause aus. Alle Neuheiten vereinen laut Hersteller höchsten Telefonkomfort mit modernstem Design. Funktion und Optik der Geräte seien auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe abgestimmt. „Ob für den modebewußten Single oder die anspruchsvolle

Als Innovation für Kostenbewußte kann mit allen neuen Schnurlosgeräten in Kombination mit einem Gigaset M34 USB auch preiswert über das Internet (Voice over IP) telefoniert werden. Dazu wird der DECT-Adapter an einen PC gesteckt, der über DSL die Verbindung zum Internet herstellt.

Gigaset S645

Das Gigaset S645 erfüllt laut Siemens höchste Ansprüche an Qualität und Funktion: Telefongespräche in bester Klangqualität lassen sich nicht nur



über die zugehörigen Mobilteile, sondern auch direkt an der Basisstation des Schnurlostelefon führen. Dazu ist die Basis zusätzlich mit Wähltasten, Display, Freisprechfunktion in Voll-Duplex-Qualität und einem Telefonbuch mit fünfzig Einträgen ausgestattet. Das Mobilteil verfügt ebenfalls über eine Freisprechfunktion. Den eingebauten Rufnummernspeicher für bis zu 200 Namen und Nummern kann man über ein Datenkabel (als Zubehör erhältlich) jederzeit mit dem PC abgleichen. Circa 20 Teilnehmerlassensich per Sprachwahl erreichen. Verschiedene polyphone Klingel melodien verraten, wer gerade anruft – sofern man zuvor den unterschiedlichen Kontakten entsprechende Melodien zugewiesen hat. Der digitale Anrufbeantworter des Gigaset S645 bietet bis zu 25 Minuten Aufnahmezeit und kann Sprachnachrichten in drei verschiedene Eingangskörbe ablegen. So erhält jeder genau die Mitteilungen, die für ihn bestimmt sind. Die Bedienung des Anrufbeantworters erfolgt über die Basis oder das Mobilteil sogar per Sprachkommando, die Abfrage der Nachrichten funktioniert mit PIN-Sicherung auch aus der Ferne. Das silberfarbene Gigaset

Familie, die neuen Schnurlostelefone passen zu jeder Lebens- und Wohnsituation“, hieß es. Die neuen Gigasetts zeichnen sich unter anderem durch zahlreiche Komfortfunktionen, ein umfangreiches Telefonbuch, mehrstimmige Klingeltöne, Freisprecheinrichtung, SMS und einen ausdauernden Akku für lange Gesprächs- und Bereitschaftszeiten aus.

S645 (mit Anrufbeantworter) ist ab Oktober erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Telefonanlage (inklusive Mobilteil Gigaset S44) lautet 179,95 Euro. Weitere Mobilteile (Gigaset S44) gibt es mit der zugehörigen Ladeschale für je 99,95 Euro.

Gigaset S440/S445

Die neuen Gigaset S440 und S445 (mit eingebautem Anrufbeantworter) bringen den Komfort moderner Handys ins Festnetz. Dafür sorgen Farbdisplay, beleuchtete Tastatur, eine eingebaute Freisprecheinrichtung in Voll-Duplex-Qualität, Headsetanschluß, SMS-Funktion und ein Telefonbuch mit 200 Einträgen. 20 Teilnehmer lassen sich per Sprachwahl anwählen.

Die im Telefon gespeicherten Kontakte können über ein Datenkabel (als Zubehör erhältlich) mit einem PC abgegli-

chen werden. Auf diesem Weg lassen sich auch weitere mehrstimmige Klingel melodien auf das Gigaset Mobilteil S44 laden. Weist man den Anrufern unterschiedli-



che Ruftöne zu, hört man schon am Klingeln, wer anruft. Der eingebaute Anrufbeantworter nimmt Nachrichten bis zu einer Länge von 25 Minuten entgegen. Er läßt sich auch per Sprachsteuerung bedienen. Die Mobilteile Gigaset S44 eignen sich auch als Babyphone. Das Gigaset S440 und das Giga-

set S445 mit Anrufbeantworter sind ab sofort jeweils in der Farbe Silber erhältlich.

Gigaset SL440

Alles andere als konventionell präsentiert sich das Gigaset SL440 mit seinem außergewöhnlichen Design in runden Formen. In Lack-schwarz, Seidenweiß oder Orange wird das Schnurlostelefon zum Blickfang in jeder Wohnung. Mit Farbdisplay, 200 Telefonbucheinträgen und Freisprechen bietet das neue Gigaset jede Menge Telefonkomfort. Für akustische Abwechslung sorgen zehn polyphone Klingel melodien sowie zehn weitere im Telefon gespeicherte Ruftöne. Kreative Menschen nehmen mit dem eingebauten Mikrofon beliebige eigene Geräusche oder Melodien auf und verwenden diese als Klingeltöne.

Der Kreativität sind mit diesem neuen Schnurlostelefon kaum Grenzen gesetzt. Das innovative Gigaset SL440 ist ab Oktober erhältlich.

Gigaset C340/C345

Die ebenfalls neuen Gigaset-Modelle C340 und C345 hat PoS-MAIL bereits in der vergangenen Ausgabe (9/2004) auf S. 10 ausführlich vorgestellt. Hier noch einmal die wichtigsten Ausstattungsmerkmale: Highlights sind das formschöne und ergonomische Design, die warmen, modischen Farben, das übersichtliche Bedienkonzept und ein günstiger Preis. Zur komfortablen Ausstattung gehören weiterhin ein beleuchtetes Grafikdisplay, polyphone Klingeltöne, ein großes Telefonbuch und Freisprechen in Voll-Duplex-Qualität. SMS können mit bis zu 640 Zeichen Länge versendet werden. Das Gigaset C345 hat zusätzlich einen Anrufbeantworter eingebaut. Schließt man den PC-Adapter Gigaset M34 USB an einen Windows-PC an, kann man mit den beiden Gigasetts C340/C345 auch kosten günstig per Voice over IP telefonieren.



Mit dem Siemens CX70 Emoty die Stimmung übermitteln

Mit dem neuen CX70 hat Siemens mobile ein Multimedia-Triband-Handy mit dreidimensionaler Bildschirmgrafik ins Sortiment aufgenommen. In der Produktvariante CX70 Emoty kann man zudem seine aktuelle Stimmung über sensorgesteuerte Emoty-Figuren zum Ausdruck bringen und via MMS mit Freunden teilen. Mit frechen Designelementen, hochwertiger Multimedia-Ausstattung und einem übersichtlichen Bedienkonzept sollen beide Geräte Abwechslung in die mobile Kommunikation bringen.

Mit dem CX70 Emoty von Siemens kann der Nutzer jederzeit seine aktuelle Stimmungslage mitteilen. Drei animierte 3D-Charaktere – Laura, Joey und Wobble – stehen dafür zur Auswahl. Sie können zehn unterschiedliche Emotionen wie Freude, Liebe, Trauer oder Ärger ausdrücken, die man per Tastendruck auswählt. In die Gehäuseschale des Mobiltelefons sind zudem Berührungs-, Druck- und Erschütterungssensoren integriert. Über diese Sensoren kann man seine eigene Stimmung auf die Emoty-Charaktere übertragen, indem man das Handy streichelt,



drückt oder schüttelt, und so Art und Intensität eines Gefühls bei dem ausgewählten animierten Emoty-Charakter steuert. Zusammen mit einem kurzen Text schickt man die Animation dann als „emotionale“ MMS an Freunde und Bekannte. Eine VGA-Kamera für Foto- und Videoaufnahmen gehört ebenso zur Ausstattung des CX70 und des CX70 Emoty wie ein großes Display mit 65.000 Farben.

Drei virtuelle Assistenten, sogenannte „Phone Pilots“, melden neu eingegangene Nachrichten und helfen beim Navigieren durch die Menüs. Mehrstimmige Klingeltöne sowie vorinstallierte Bilder und Animationen geben den Mobiltelefonen eine individuelle Note. Neben der rei-



nen Sprachtelefonie steht die gesamte Bandbreite mobiler Kommunikationsmöglichkeiten wie SMS, MMS, E-Mail und Push-and-Talk (abhängig vom Netzbetreiber) zur Verfügung. Damit lassen sich Sprachnachrichten an eine Gruppe von Empfängern gleichzeitig schicken.

Ein innovatives, auf Java basierendes 3D-Grafikmodul bringt räumliche Tiefe und Brillanz auf den Handybildschirm. Für Spieler sind die Geräte mit dem virtuellen Autorennen „Siemens 3D Rallye“ ausgestattet; weitere aktuelle Spiele und Software-Anwendungen lassen sich über den 3D-

Download-Assistenten aufs Handy laden. Mit 90 Gramm Gewicht und den Abmessungen 115 x 56 x 24 mm paßt das CX70 in jede Westentasche. Das CX70 Emoty mit speziellem Sensorgehäuse wiegt nur wenig mehr (116 Gramm). Eine Bereitschaftszeit von bis zu 300 Stunden und die lange Gesprächszeit von 330 Minuten machen die beiden Triband-Geräte zu zuverlässigen Partnern.

Auf der Zubehörliste für das CX70 und das CX70 Emoty stehen neben einem ansteckbaren Fotoblitze mit Reduzierung des „Rote-Augen“-Effekts und austauschbaren Gehäuseschalen (CLIPit Covers Premium) auch verschiedene Headsets, Ladegeräte, Datenkabel und eine SyncStation sowie das flexible Car Kit Portable. Für das CX70 ist zusätzlich eine Auswahl an weiteren Kfz-Lösungen und praktischen Taschen erhältlich.

Die beiden Multimedia-Handys sind ab dem vierten Quartal erhältlich. Das CX70 gibt es in der Farbe „Galactic Blue“, und das CX70 Emoty kommt in der Farbvariante „Bluewater“ in den Handel.

Die neuen Stars von quadral: ARGENTUM und SIGNO



Im Gespräch mit Hans Fritz, Geschäftsführer der quadral GmbH

quadral hat seit September zwei neue Lautsprecher-Serien im Markt: ARGENTUM und SIGNO. Wir sprachen mit Hans Fritz, Geschäftsführer der quadral GmbH, über die neuen Stars des Lautsprecher-Spezialisten.

Frage: Herr Fritz, ARGENTUM und SIGNO sind die neuen Stars bei quadral. Wofür stehen diese klingvollen Namen?

Hans Fritz: SIGNO – abgeleitet vom lateinischen Signum – ist das Zeichen, der Name steht für das Zeichen unserer Zeit. Im Bereich der Unterhaltungselektronik sind das gegenwärtig die Flachbildschirme. Ob für Stereo- oder Surroundsound, quadral's SIGNO-Lautsprecher sind die ideale Ergänzung aller Plasma- und LCD-Panels; sowohl optisch als auch akustisch. ARGENTUM – lateinisch: das Silber – ist gewissermaßen das Tafelsilber quadral's. Nicht nur ihre hochglanzlackierte, silberfarbene Front, sondern auch der hohe Nutzwert bei der exquisiten Musikwiedergabe verhalten den ARGENTUM-Lautsprechern zu ihrem Namen.



Hans Fritz

Frage: Welche Zielgruppe möchten Sie mit den neuen Lautsprechern ansprechen?

Hans Fritz: Zielgruppe für quadral's neue SIGNO-Serie sind alle design- und klangbewußten Eigner von Flat- TVs. Für die ARGENTUM-Familie dagegen sind es in erster Linie Musikliebhaber, die sich für die Trendfarbe Silber, den akustisch sehr dynamischen Auftritt und für die beispielhafte Preis-/Gegenwert-Relation dieser Produkte begeistern.

Frage: Womit heben sich die Lautsprecher von quadral von den

ähnlichen Produkten anderer Hersteller ab?

Hans Fritz: Typisch für quadral-Lautsprecher ist ihre Verstärkerfreundlichkeit. Das heißt, sie kommen mit allen handelsüblichen Verstärkern bestens zurecht. Selbst bei der Programmauswahl geben sie sich stets tolerant und spielfreudig: Von zarter Kammermusik bis hin zu explosiven Filmszenen sind sie immer in ihrem Element. Und es ist uns besonders wichtig, daß unsere Lautsprecher auch beim Leisefören Vergnügen bereiten, denn man hört doch meist mit moderaten Pegeln. Rein optisch legen wir viel Wert auf die leichte Integrierbarkeit in unterschiedliches Wohnambiente.

Frage: Ab wann sind die neuen Lautsprecher lieferbar?

Hans Fritz: Die neuen Lautsprecher sind ab Ende September lieferbar.

Frage: quadral ist bekannt dafür, Produkte zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis anzubieten. Wie lautet der empfohlene Verkaufspreis für die neuen Lautsprecher ARGENTUM und SIGNO?

Hans Fritz: Die Verkaufspreise lauten für

ARGENTUM 09	449 Euro
ARGENTUM 07	349 Euro
ARGENTUM 03	229 Euro
ARGENTUM 02	179 Euro
ARGENTUM BASE	249 Euro
SIGNO 400	449 Euro
SIGNO 200	299 Euro
SIGNO 200 BASE	299 Euro

Frage: Welche Verkaufsargumente bieten die neuen Lautsprecher von quadral?

Hans Fritz: SIGNO überzeugt mit erstklassigen Klangeigenschaften, mit stabilen, formschönen und nur 6,5 cm tiefen Gehäusen aus stabilem Aluminium. Hinzu kommen edel anmutende Glassockel sowie seitliche Rundstäbe, die austauschbar und als Zubehör in verschiedenen Farben erhältlich sind: Buche, Kirsche, Silber, Royalblau und Schwarz. Die kleine SIGNO 200 und der Center, SIGNO BASE, können auch an Wänden angebracht werden – in direkter Umgebung eines Flachbildschirms. ARGENTUM, so deutet es der Name bereits an, setzt ganz auf die Trendfarbe Silber: bei den hoch-

glanzlackierten Schallwänden, den hell schimmernden Tief- und Mitteltönermembranen und den geschwungenen Frontabdeckungen. Sogar der Korpus ist außer in Buche-Dekor auch silberfarbig lieferbar. Nicht zu vergessen die technischen Innovationen. Im Fall der SIGNO sind es z. B. vor den Membranen platzierte extrastarke Neodym-Magnete, die die flache Bauweise erst ermöglichen; und bei ARGENTUM ein Gewebehochtöner, der bis 45 kHz hinaufreicht, um den hohen Ansprüchen von SACD und DVD-Audio vollauf gerecht zu werden.

Frage: Mit welchen Maßnahmen unterstützt quadral den Fachhandel?

Hans Fritz: Wir unterstützen den Fachhandel aktiv am Point of Sale, unter anderem mit Promotion-Aktionen und Give-aways. Des weiteren haben wir Anzeigen in allen Magazinen für die Monate Oktober bis Dezember geschaltet.

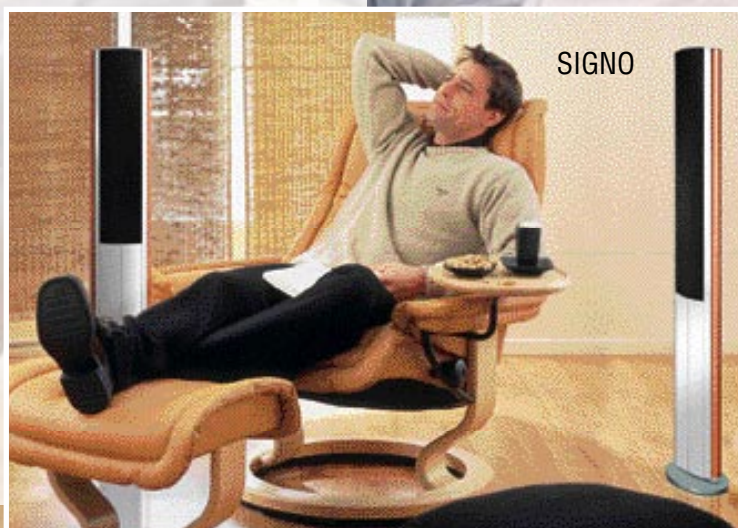
Herr Fritz, vielen Dank für dieses Gespräch.

Champion Anspruch

Mit Talent für verschiedene Einsätze stehen mit der neuen Serie ARGENTUM fünf Lautsprecher bereit: zwei kompakte Regal-Lautsprecher, zwei kraftvolle Stand-Lautsprecher und der souveräne Center. Für Surroundsound wird dazu von quadral ergänzend der SUB 77 empfohlen. Im heimischen Ambiente beherrscht die klangliche Mischung aus Genauigkeit, Kraft und Dynamik sicher den Raum – beim entspannten Genußhören, bei dynamischen Lautstärke-Sprints und bei Dauerbelastung.

quadral's neue Design-Lautsprecher ALUMA SIGNO bieten technische Faszination mit ihrem vollen Klang. In der Stereokonstellation mit zwei SIGNO 400 oder den kürzeren, aber technisch iden-

tischen SIGNO 200 bieten sie eine Raumwirkung, die Hören und Sehen zu einem Erlebnis macht. Das Gehör vernimmt dynamischen, klaren und erstaunlich kraftvollen Klang. Die Augen entdecken die perfekte optische Ergänzung zu aktuellen Flachbildschirmen.



ARGENTUM

SIGNO

www.quadral.com

PoS Aktuell

Agfeo freut sich über Platz eins bei einer Händlerbefragung

Der Branchen-Informationsdienst markt intern hat bundesweit den Tk-Fachhandel zur Leistungsfähigkeit der wichtigsten Tk-Anlagen-Hersteller befragt. Agfeo Telekommunikation belegte wie schon im vorigen Jahr den ersten Platz und erhielt somit die Auszeichnung „Partner des Telekommunikations-Fachhandels 2004“. Agfeo erzielte in acht Leistungskategorien zwei erste Plätze (Händlerservice und techn. Hotline mit Note 2,18, Online-Support und Updates mit Note 1,97), vier zweite Plätze (Sortimentsbreite mit Note 2,04, Spanne/Konditionen mit Note 2,35, Verkaufsunterstützung mit Note 2,59 und Fachhandelsausrichtung mit Note 2,01) sowie zwei dritte Plätze (Produktqualität mit Note 2,03, Garantie/Kulanz und Ersatzteile mit Note 2,38). Daraus ergab sich eine Gesamt-Durchschnittsnote von 2,19, die zum Erfolg reichte.

debitel AG läutet ihre Herbstkampagne „Einfach mehr drin“ ein

Die debitel AG läutet den Herbst mit ihrer aktuellen Kampagne „Einfach mehr drin!“ ein. Im Mittelpunkt stehen Tarife mit Inklusiv-Budgets sowie attraktive Zusatz-Optionen. Wie immer mit von der Partie ist das debitel Startgeschenk, diesmal in Kombination mit den beiden Siemens-Handys S65 und SL55. Ein entsprechendes Werbemittelpaket unterstützt die Kundenansprache am PoS. Neu konzipiert wurde ein spezieller Folder, der zu allen Fragen rund

um das Thema Tarife und Inklusiv-Budgets die richtige Antwort hat. Die Herbstkampagne läuft bis zum 31. Oktober 2004.

All Inclusive ist nicht nur im Urlaub gefragt. Auch auf dem Mobilfunksektor entdecken immer mehr Kunden den Vorteil von Tarifen mit Inklusiv-Budget. Nach dem Motto „Alles aus einer Hand“ stellt die debitel AG zu drei Netzen jeweils den entsprechenden Tarif in den Fokus ihrer aktuellen Herbstkampagne: den T-Mobile Relax 50 bis 500, den Vodafone 50 bis 500 und den E-Plus Time&More 20 bis 240, die allesamt dem Kunden maximale Kostentransparenz bieten.

Tarifthemen sind oft schwer verständlich. Aus diesem Grund hat sich debitel ganz speziell darüber Gedanken gemacht, was dem Händler für das Kundengespräch noch zusätzlich in die Hand gegeben werden kann. Ergebnis ist ein spezieller Folder, der alle Fragen zum Thema Tarife mit Inklusiv-Budget und Zusatz-Optionen übersichtlich beantwortet. „Es war uns ein echtes Anliegen“, erklärte debitel Handelsmarketing-Chef Thomas Bruker, „ein Werbemittel zu konzipieren, das in leicht verständlicher Form vermittelt, was es mit den Tarifen und den dazugehörigen Optionen auf sich hat und vor allem, was sie im einzelnen für Vorteile mit sich bringen. Nur so kann sich der Kunde am Ende für die für ihn optimale Lösung entscheiden. Der Folder liefert unseren Vertriebspartnern die optimale Unterstützung im Verkaufsgespräch, und der Kunde kann die Infos dann auch noch mit nach Hause nehmen.“

Ein Werbemittelpaket mit Poster, Aufkleber und Vitrinenaufsteller hilft außerdem, am PoS auf die Aktion optisch aufmerksam zu machen. Einlageblätter für

Dangaard Telecom feiert sein fünfjähriges Bestehen mit zahlreichen Aktionen

Die Dangaard Telecom Germany GmbH feiert am 1. Oktober ihr fünfjähriges Bestehen. Dieses Ereignis soll gebührend gefeiert werden. Deshalb hält der Distributor fünf Wochen lang Aktionen für seine Partner bereit. Händler dürfen bereits jetzt gespannt sein und sich auf Jubiläumsrabatte und weitere interessante sowie süße Überraschungen freuen.

Am 1. Oktober 1999 eröffnete Europas größter Distributor für Mobiltelefone seine deutsche Niederlassung und sorgte nicht nur durch den Vertrieb von GSM-Produkten für viel Wirbel in der Branche, sondern auch durch seine Logistik- und Serviceleistungen. Dangaard Telecom hat sein Leistungsspektrum in den vergangenen Jahren ständig erweitert, so daß heute zahlreiche Händler sowie Serviceprovider und Netzbetreiber in 15 europäischen Ländern von den value added services des Distributors profitieren.

Bei den Aktionen zum Jubiläum dreht sich alles um die Zahl „5“. So verlost der Distributor unter anderem un-

ter allen Bestellern innerhalb des Aktionszeitraums fünf Mal einen Aufenthalt für zwei Personen in Deutschlands ältester Stadt, Trier, dem Standort von Dangaard Telecom Germany. 555 treue Kunden der Dangaard Telecom dürfen sich am 1. Oktober auf eine Torte freuen und von Geburtstagsrabatten profitieren. „Mit vielfältigen Jubiläumsaktionen werden wir den Weihnachtshandel einläuten. Es lohnt sich, wachsam zu sein und regelmäßig auf unsere Website zu schauen“, meinte Torben Pedersen, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. „Jeden Tag warten neue Überraschungen auf unsere Partner. Der Handel darf sich auf eine spannende Zeit freuen.“

Weiterer Service, den Dangaard zum Jubiläum einführen wird, ist die verlängerte Bestellannahme mit Warenauslieferung noch am selben Tag. Ab dem 01. Oktober wird jede Bestellung, die bei Dangaard Telecom bis 17:00 Uhr eingeht, noch am selben Tag bearbeitet und verläßt auch noch das Dangaard Warenlager.

einen Ringbuch-Thekenaufsteller erklären darüber hinaus alle neuen debitel-Produkte und dienen ebenfalls zur Unterstützung des Verkaufsgesprächs.

Herweck belohnt E-Plus-Freischalter mit einer Woche Sonne

Fachhändler, die bis zum 30. November E-Plus freischalten, haben die Möglichkeit, eine Woche in der Sonne zu verbringen, wenn das Wetter in unseren Breiten grau und regnerisch ist. E-Plus Freischaltungen und zusätzliche Optionen werden von Herweck zusätzlich mit Punkten verprovisioniert. Die besten E-Plus Freischalter erwartet dann eine Woche Urlaub vom Feinsten: der Robinson Club Jandia Playa im Süden der Insel, der alles bietet, was zu einem richtigen Urlaubsparadies gehört. Weitere Informationen über das Punktesystem erhalten Fachhändler auf der Webseite des Unternehmens (www.herweck.de) oder telefonisch unter 06849/9009-110 oder -112.

Cullmann tritt mit neuem Corporate Design auf der photokina an

Das Traditionsunternehmen Cullmann, das in der zweiten Generation von Jens Cullmann geführt wird, tritt zur photokina und zum Auftakt der Herbstsaison im neuen Erscheinungsbild auf. Das



ästhetisch reduzierte Design ist nach Aussage des Unternehmens jünger, frischer, dynamischer und emotionaler geworden. Für die Entwicklung des neuen Corporate Design stand die Identifizierung mit der Marke im Mittelpunkt. Das stringente Markenbild ermöglicht die Umsetzung einer konsequenten Markenführung.

Mit dem neuen Auftritt wird eine eindeutige Positionierung und Stärkung der Marke Cullmann realisiert. Sie fokussiert auf eine breitere Zielgruppe und soll auch den jungen, markenbewußten Konsumenten ansprechen. Dieser gewinnt durch den Boom in der Digitalfotografie und die fortschreitende Konvergenz von Technologien und Märkten zunehmend an Bedeutung.

Der neue Geist der Marke wird auch über den Claim „perfectly equipped“ transportiert. Er soll die Relevanz der Marken-Kernwerte Innovation und Qualität unterstreichen.

chen. Durchaus zweideutig zu verstehen, ist er Botschaft und Motto zugleich. Cullmann stützt sich zum einen auf ein breitgefächertes und hochwertiges Produkt-Portfolio, zum anderen auf das langjährige Know-how in der Fotobranche. Das neue Markenbild ist bereits in verschiedenen Broschüren, Drucksachen und Verpackungen etabliert. Für den Messeauftritt auf der photokina wurden das neue Corporate Design konsequent umgesetzt und ein vollkommen neues Konzept realisiert. Die emotionalen Motive im neuen Stativkatalog lassen den Leser in die neue Welt von Cullmann eintauchen. Der Prospekt über die jugendkompatible Taschenserie 2in1 ist zielgruppenadäquat kurz und knapp formuliert. Die Verkaufsverpackungen im neuen Design muten schlicht und edel an.

Nokia unterzeichnet Lizenzabkommen für SD-Speicherkarten

Um die Unterstützung von Flash-Speicherkarten in das Produkt-Portfolio einzubinden, hat Nokia die Beantragung der Mitgliedschaft in der SD Card Association bekanntgegeben. In diesem Zusammenhang hat Nokia eine Lizenzvereinbarung für die Nutzung von SD-Speicherkarten unterzeichnet. Nokia wird auch weiterhin die derzeit in Nokia Mobiltelefonen weit verbreitete Nutzung von RS MMC-Speicherkarten (Reduced Size MultiMediaCards) unterstützen. SD-Speicherkarten stellen für Nokia eine wertvolle Ergänzung im Angebot dar. Diese Karten sind in vielen anderen Arten von Elektronikgeräten im Einsatz und erfreuen sich hoher Akzeptanz. Die Entscheidung von Nokia für die Mitgliedschaft in der SD Card Association wird dazu beitragen, die Spezifikation von SD-Karten im Hinblick auf optimale Leistung, Kapazität und Format für mobile Geräte zu erweitern.

daybyday.de erweitert Speicher für Fotos aus Mobiltelefonen auf 1.300 MB

Die daybyday Media GmbH ergänzt ihr erfolgreich gestartetes webbasiertes Fotocenter um eine weitere Funktion: Ab sofort können Besitzer von Mobiltelefonen oder PocketPCs ihre im daybyday.de Fotocenter (www.daybyday.de) abgelegten Fotoalben ansehen und Fotos zwischen ihrem mobilen Endgerät und dem Internet direkt austauschen. Das Unternehmen bietet damit den Nutzern die Möglichkeit, den limitierten Speicherplatz des Mobiltelefons für Fotos mit Hilfe der 1.300 MB Gratisspeicher des Fotocenters auszuweiten. Für den mobilen Zugriff auf das Fotocenter haben die Nutzer die Wahl zwischen einem von der daybyday Media GmbH entwickelten Java-Client („Fotocenter Mobile Client“) und einem Browser-basierten Zugang („Fotocenter Mobile Access“). Ein großer Vorteil des Java-Clients gegenüber dem Browser-basierten Zugang ist den Angaben zufolge, daß dieser kostenlos im daybyday.de Fotocenter erhältlich ist. Denn das direkte Hoch- oder Herunterladen von Fotos zwischen mobilem Endgerät und Internet unterstützen neben dem daybyday.de Java-Client derzeit nur kostenpflichtige Browser. Mit dem „Fotocenter Mobile Client“ lassen sich neben dem direkten Up-/Download von Bildern die im Foto-

center abgelegten Fotoalben ansehen, eine Vorschaufunktion verschafft einen Überblick über die in den Alben abgelegten Bilder. Die Navigation des „Fotocenter Mobile Clients“ erfolgt dabei komfortabel über die „gelernten“ Tasten des Endgeräts. Ein weiterer Vorteil für den Nutzer des Java-Clients ist die optionale Speicherung der Fotocenter-Zugangsdaten; dies ermöglicht einen „One Click“-Zugriff vom mobilen Endgerät auf das Fotocenter.

Der „Fotocenter Mobile Client“ läuft auf allen Java-fähigen Mobiltelefonen der neuen Generation (zum Beispiel Nokia 6600 oder Siemens SL55). Durch eine einfache Abfrage im Fotocenter können die Nutzer des daybyday.de Fotocenters prüfen, ob das eigene Mobiltelefon die entsprechenden Ausstattungsmerkmale aufweist.

„Mit dem mobilen Zugang zum Fotocenter haben unsere Kunden erstmals die Möglichkeit, von unterwegs aufgenommene Fotos vom Mobiltelefon direkt in das Internet zu stellen und zu günstigen Preisen printen zu lassen“, erklärte Joachim von Ahn, Geschäftsführer der daybyday Media GmbH. „Mit den stark steigenden Bandbreiten zum Beispiel durch UMTS wird sich auch der dafür erforderliche Upload-Prozeß verkürzen.“

Das SB-Fototerminal DPSKIOSK: Sind Sie bereit für mehr Umsatz?

Die Fotowelt wird immer digitaler. Sichern Sie sich jetzt neue Umsatzchancen bei geringen Investitionskosten mit dem DPSKIOSK von Mitsubishi. Ihre Kunden genießen erstklassige Fotoprints bei komfortabler Bedienung. Der Umgang mit dem Terminal ist so einfach, dass kein zusätzlicher Personalaufwand entsteht.

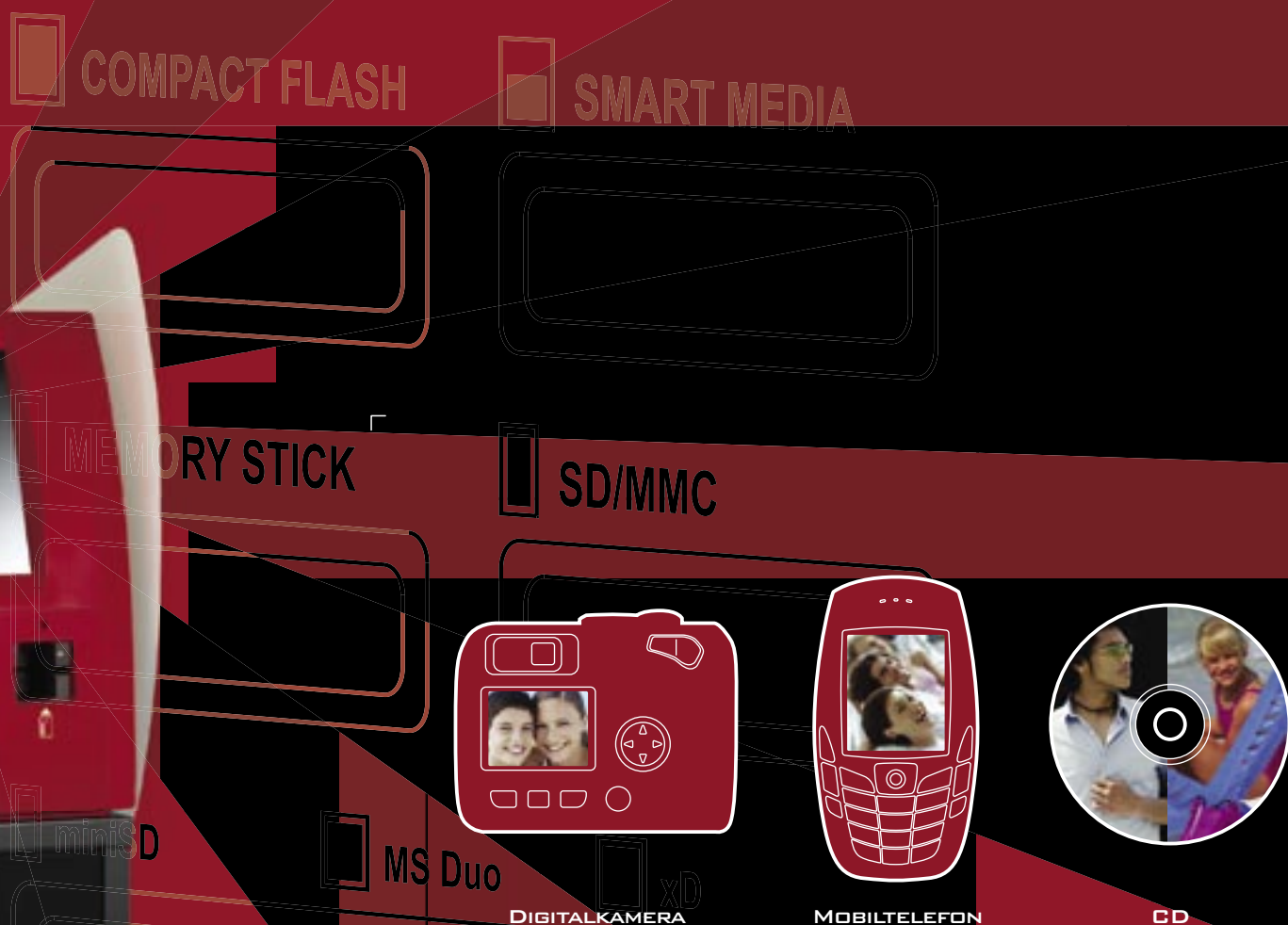
Ihren Kunden stehen viele verschiedene Sofort-Services offen: Der DPSKIOSK verarbeitet Bilddaten von Digitalkameras mit allen gängigen Speichermedien, CD-ROM, DVD und sogar vom Bluetooth-Fotohandy. Dabei können Kunden auch gleich Klingeltöne, Bildschirmschoner, Hintergrundbilder und die neusten Java-Games fürs Handy herunterladen.*

Die Mitsubishi Printer sorgen für schnelle und brillante Bildausdrucke. Wer seine Bilder im Internet griffbereit haben möchte, kann sie in ein Web-Album laden. Eine sichere Methode zur Kundenbindung: Für das Terminal kann eine Prepaid-Karte eingesetzt werden. Es kann aber auch mit Bank- oder Kreditkarte oder bar bezahlt werden.*

Schicken Sie die Karte an uns. Die ersten fünf Einsender testen den DPSKIOSK einen Monat lang kostenlos.

www.mitsubishi-evs.de

*Service benötigt bestimmte Voraussetzungen. Bitte informieren Sie sich bei Ihrem Vertriebspartner.



PoS Aktuell

Mit O₂ After-Work-Paket kostenlos telefonieren

O₂ Germany bietet ab sofort das After Work-Pack an. Alle Nutzer des Tarifs O₂ Active können dieses zu einem monatlichen Festpreis von 4,95 Euro hinzubuchen. Das After Work-Pack ermöglicht Kunden, jeden Tag zwischen 18 und 22 Uhr kostenlos in das deutsche Festnetz und in das Mobilfunknetz von O₂ zu telefonieren, inklusive Mailbox-Abfrage. Das Angebot gilt bei Abschluß eines 24-Monats-Vertrags von O₂ Germany im Tarif O₂ Active 50, 100 oder 250. Das Pack wird im Rahmen der neuen O₂ Active-Kampagne mit Veronica Ferres beworben.

Veronica Ferres spielt in neuem O₂ Werbespot mit

O₂ Germany hat eine neue Werbekampagne mit der deutschen Schauspielerin Veronica Ferres gestartet. In einem TV-Spot und in Printanzeigen wirbt der Film- und Theaterstar für O₂ Active, den neuen Tarif des Netzbetreibers mit günstigen Packs. Nach Franz Beckenbauer für Sport, Anke Engelke für Comedy und Dieter Bohlen für Musik will O₂ mit Veronica Ferres für Film und Theater ein wei-

teres in der Öffentlichkeit beliebtes Top-Thema besetzen. Der TV-Spot zeigt zu Beginn die „Skyline“ einer Stadt im Hintergrund einer grünen Wiese. Geheimnisvoll schleicht der Blick über das Grün, näher und näher. Plötzlich ist eine Ameise, dann zwei, dann mehrere zu sehen. Die Ameisen tragen leuchtende Pakete, die Inklusiv-Packs mit 100 Sprach-Minuten. Die erste Ameise sieht aus ihrer Perspektive ein entsprechend riesiges Handy im Gras liegen. Eine Ameise mit einem O₂ Active 100-Pack tritt aus der Reihe und geht direkt auf das Handy zu, in dessen Display groß „100 Sprach-Minuten“ aufleuchtet. Aus dem Off weist ein Sprecher auf die Eigenschaften des neuen O₂ Active Tarifs hin. Das Handy klingelt. Nun ist Veronica Ferres zu sehen. Sie liegt auf einer Decke mitten auf der Wiese, nimmt ihr Handy und ruft erfreut: „Ja, hallo?! Klar kann ich dich zurückrufen, das ist ja so günstig.“ Die Kampagne wird voraussichtlich bis Mitte November laufen.

Plantronics Headsets im Preis gesenkt

Plantronics senkt die Preise für das erfolgreiche, vollkommen schnurlose Headset-System CS60 und das kabellose Headset C65. Die unverbindliche Preisempfehlung für das elegant gestylte

schnurlose CS60 mit Basisstation und DECT-Technologie lautet jetzt 299 Euro (vorher 399 Euro, Preise exklusive MwSt.). Das Headset C65 wurde von Plantronics für den Einsatz in kleineren Büros und im Homeoffice entwickelt und kann direkt an GAP-kompatiblen Basisstationen betrieben werden – es soll jetzt für 149 Euro (vorher 199 Euro, Preise exklusive MwSt) verkauft werden. Es läßt sich zusammen mit vorhandenen schnurlosen DECT-Telefonen nutzen und bietet seinem Nutzer daher eine nahezu uneingeschränkte Freiheit beim Telefonieren.

Neu- und Wechselkunden können bei O₂ sparen

Bei O₂ Germany können Neu- und Wechselkunden ab sofort bis zu 120 Euro sparen, wenn sie beim Abschluß eines Vertrages „O₂ Genion ohne Handy“ auf ein neues Mobiltelefon verzichten. Die Aktion läuft bis zum 12. November. Jeder Kunde, der im Aktionszeitraum einen Vertrag O₂ Genion ohne Handy erwirbt, erhält für die Dauer von zwei Jahren ein monatliches Gesprächsguthaben in Höhe von fünf Euro. Dies entspricht einer Ersparnis von insgesamt bis zu 120 Euro. Das monatliche Gesprächsguthaben wird mit allen anfallenden Gesprächsverbindungen (außer Sonderrufnummern und Mehrwertdiensten) im Inland verrechnet und verfällt bei Nichtnutzung jeweils nach einem Monat. Auch beim Vertrag O₂ Genion ohne Handy sind Telefonate ins deutsche Festnetz ab drei Cent pro Minute möglich, ab 19 Cent pro Minute kann der Kunde mit der Mobile-Option in alle deutschen Handynetze telefonieren. Zudem ist die Abfrage der Mailbox in der Homezone kostenlos. Die Grundgebühr bei O₂ Genion ohne Handy beträgt 4,95 Euro im Monat ohne Mindestumsatz.

Neue Kampagne wirbt für Prepaid-Produkt von O₂

O₂ Germany hat eine neue Werbekampagne für das Prepaid-Produkt O₂ Loop gestartet. Diese läuft bis zum 12. November unter dem Motto „Herbstflirten mit monatlichen Frei-SMS“. Im Mittelpunkt stehen O₂ Loop-Pakete, die speziell auf die Bedürfnisse von Prepaid-Kunden zugeschnitten sind. So bietet das Unternehmen neben Handys mit Farbdisplay auch besondere Frei-SMS-Angebote, bei denen es ein Jahr lang monatlich bis zu 25 SMS kostenlos gibt. Jeder Kunde, der im Aktionszeitraum ein O₂ Loop-Paket mit einem hochwertigen Endgerät kauft, erhält ein Startguthaben im Wert von zehn Euro und 25 Frei-SMS mo-

natlich für ein Jahr im Wert von bis zu 57 Euro. Das ergibt einen Gesamtbenefit von bis zu 67 Euro. Dieses Angebot gilt für die Endgeräte Siemens C65 und LG G5400 für je 149,95 Euro sowie das Motorola V220 für 199,95 Euro. Beim Kauf eines preiswerteren O₂ Loop-Pakets erhält der Kunde ebenfalls zehn Euro Startguthaben und ein Jahr lang zehn Frei-SMS monatlich im Wert von bis zu 22,80 Euro. Den Gesamtbenefit von bis zu 32,80 Euro erhalten Kunden beispielsweise zusammen mit dem Siemens A 57 für 69,95 Euro, dem Nokia 3510i für 89,95 Euro oder dem neuen Klappenhandy LG C1100 für 129,95 Euro. Auch bei dieser Aktion steht den Kunden der Service Happy Hour zur Verfügung. Täglich zwischen 18 und 20 Uhr können Kunden SMS zum halben Preis versenden. Die Frei-SMS verfallen bei Nichtnutzung jeweils nach einem Monat.

Nokia und Vodafone gründen Java-Initiative

Nokia und Vodafone haben die Gründung einer Initiative für eine mobile Java-Dienste-Architektur angekündigt. Ziel der Initiative ist es, Spezifikationen für die auf offenen Standards basierende mobile Java-Dienst-Architektur der nächsten Generation zu definieren. Die Initiative unterstützt und repräsentiert die gesamte mobile Wertschöpfungskette und schließt auch andere führende Handy-Hersteller, Mobilfunknetzbetreiber und IT-Unternehmen ein. Die Aktivitäten der Initiative und die Definition der Spezifikationen finden im Rahmen des Java Community Process statt. Erste Java Specification Requests dieser Initiative wurden bereits durch das J2ME Executive Committee genehmigt. Diese JSRs (248 und 249) werden zwar keine neuen API-Spezifikationen einführen, dafür beinhalten sie eine Anzahl neuer Komponenten-JSRs und klären bestehende Spezifikationen. Dies schafft die Basis für die Kompatibilität von Applikationen auf Endgeräten unterschiedlicher Hersteller. Weiteres Ziel der Initiative ist es, die Lizenzbedingungen der Komponenten-JSRs zu harmonisieren, sie offen, gerecht und vorhersagbar zu gestalten. Als führende Unternehmen im Spezifizierungsprozess werden Nokia und Vodafone, in Zusammenarbeit mit Sun Microsystems, das Lizenzierungs-Rahmenwerk der Initiative festlegen. Sun Microsystems wird die Technology Compatibility Kits (TCKs) für JSR 248 und 249 erstellen und lizenzieren. Die Initiative ist bei den führenden Vertretern der Mobilfunkindustrie auf breite Unterstützung gestoßen.

T-Mobile weitet das Angebot zur Handyrücknahme aus

Von einem älteren, gebrauchten Handy kostengünstig auf ein modernes Multimedia-Handy umzusteigen, soll attraktiver werden: T-Mobile erhöht die Zahl der Anlaufstellen für die Handyrücknahme und weitet die Preisspanne für zurückgenommene Handys deutlich aus. Ab sofort können gebrauchte Geräte nicht nur bei 250 ausgewählten Vertriebspartnern, sondern auch in jedem T-Punkt und bei einer telefonischen Bestellung über den T-Mobile Kundenservice in Zahlung gegeben werden. In Kürze ist auch bei Bestellungen über den Online-Shop eine Rückgabe möglich. Die Rückkaufwerte liegen ab sofort zwischen 13 und 193 Euro. Seit Oktober vergangenen Jahres unterstützt T-Mobile in Kooperation mit Greener Solutions die Inzahlungnahme von Gebrauchthandys. Voraussetzung ist der Kauf ausgewählter Multimedia-Handys von T-Mobile oder eines T-Mobile MDA bei Neuabschluß oder der Verlängerung eines T-Mobile Vertrags mit einer Mindestlaufzeit von 24 Monaten. Der festgelegte Rückkaufwert wird dann mit dem Kaufpreis des neuen Geräts verrechnet. Bei der Handyrücknahme im T-Punkt wird dem Kunden anhand der aktuellen Liste der Rückkaufwert genannt, der nach Vertragsabschluß oder -verlängerung auf ein vom Kunden gewünschtes Konto überwiesen wird. Wer die Inzahlungnahme seines Handys beim T-Mobile Kundenservice beauftragt, erhält einen Freumschlag, mit dem das Gebrauchthandy an den Kooperationspartner Greener Solutions geschickt wird. Nach erfolgreicher Funktionsprüfung des gebrauchten Geräts überweist Greener Solutions den Rückkaufwert direkt auf ein vom Kunden genanntes Konto. Ein vergleichbares Verfahren wird in Kürze auch über den Online-Shop von T-Mobile möglich sein. Das Angebot gilt auch für ausgewählte Handys und PDAs, die nicht über T-Mobile erworben wurden. Handymodelle, die nicht in der Liste geführt sind, können nicht in Zahlung genommen werden. Je Vertragsabschluß oder -verlängerung wird nur ein Gebrauchtgerät zurückgenommen. Die Abwicklung bei der weiteren Verwertung der Geräte übernimmt T-Mobile in Kooperation mit der Greener Solutions GmbH.



Mit Herweck Big Step und O₂ exklusiv relaxen

Zum Jahresendspurt hat Herweck ein neues Incentive für Fachhändler gestartet, die O₂ freischalten: Fünf Händler, die im Zeitraum zwischen 1.9.2004 und 31.1.2005 400 O₂ Postpaidkarten freischalten, haben die Chance auf drei Tage Wohlfühlprogramm für zwei Personen in der Hundertwassertherme in der Steiermark. In den Hügeln der Oststeiermark (60 Kilometer von Graz) befindet sich seit 1997 mit dem Vier-Sterne Rogner-Bad Blumau Hotel & Spa ein besonderes architektonisches Kunstwerk. Der international bekannte Künstler Friedensreich Hundertwasser hat der Hotel- und Thermenanlage eine Seele eingehaucht. Wohlbefinden steht im Vordergrund. Küche und Keller bieten nationale und steirische Spezialitäten, meist Produkte regionaler Bauern. Nicht nur die weltweit einzigartige architektonische Gestaltung des Gebäudes, sondern auch die besondere Zusammensetzung des 36° C warmen Thermalwassers sowie die qualitativ hochwertigen und europaweit einzigartigen Gesundheitsangebote sollen zum Wohlbefinden beitragen. Das Incentive ist Teil des Herweck und O₂ Partnerprogramms Big Step, das mit vielen weiteren attraktiven Prämien in eine neue Runde geht. Fachhändler können den aktuellen Prämienkatalog beim Herweck Vertriebsteam telefonisch unter 06849/9009-110 (-112) oder per E-Mail an vertrieb@herweck.de anfordern. Weitere Informationen über das Herweck Incentive Hundertwassertherme auch im Internet unter www.herweck.de/neuigkeiten.

Sagem LP35x-Serie begründet eine neue Gerätegeneration

Neue Kombigeräte integrieren die wichtigsten Büro-Funktionen

Drucken, Kopieren, Faxen, Scannen, E-Mail, SMS: Die Ansprüche an die Kommunikation im Büro werden immer umfangreicher und intensiver. Auf diese neuen, umfassenden Anforderungen hat Sagem nun seine neue Produktlinie abgestellt: Die Serie Sagem LP35x deckt mit ihren drei Modellen 351, 356 und 358 die kompletten Anforderungen im Büro ab und konzentriert die wichtigsten Aufgaben in einem Kombigerät. Sagem bietet damit gute Voraussetzungen, in einem „No-Stress-Office“ zu arbeiten.

No-Stress-Office bedeutet für den französischen Hersteller, alle Funktionen kompakt in einer Maschine zu konzentrieren und mit aufeinander abgestimmten Tools eine einfache Nutzung zu ermöglichen. So bietet die Serie 35x neben den Standardfunktionen Drucken und Kopieren (18 Seiten pro Minute aus einem Papiervorrat von bis zu 750 Seiten) zahlreiche weitere Features für ein integriertes und einfaches Arbeiten.

Mit den Geräten der 35x-Serie ist es möglich, alle doppelseitigen Dokumente in einem Vorgang zu digitalisieren und sie entweder zu versenden oder zu archivieren. Dank des schnellen Papiereinzugs können die 35x-Geräte bis zu 50 beidseitige Dokumente auf einmal bearbeiten. Zudem lassen sich über den Flachbett-Scanner auch Bücher und andere Dokumente im Überformat einfach digitalisieren. Neben ihren Druck-, Kopier- und Scanfähigkeiten bietet die 35x-Serie zudem überdurchschnittliche Kommunikationseigenschaften. In

den Geräten 356 und 358 ist ein Highspeed-Faxmodem integriert, das eine Faxübertragung im Super 3G-Standard ermöglicht. Einzelne Faxseiten werden hier in 2,5 Sekunden übertragen. Die Übertragungszeiten verringern sich um bis zu 50 Prozent.

Alternativ zum Fax lassen sich mit den Geräten 356 und 358 alle Dokumente auch direkt per E-Mail versenden (auch Scan-to-mail-Funktion genannt). Vorteil der E-Mail-Lösung: Auch farbige Vorlagen können gescannt und verschickt werden. Durch die alphanumerische Tastatur sind die Dokumente direkt vom Gerät aus zu versenden. Über die PC-Fax-Funktion lassen sich auch eingegangene Telefax-Dokumente einfach archivieren. Darüber hinaus können auch SMS-Nachrichten vom Gerät aus verschickt bzw. am Gerät empfangen werden. Die Eingabe der SMS-Nachrichten am Gerät ist über die Tastatur weitaus einfacher als über ein Mobiltelefon.

Die im Paket enthaltene PC-Com-

panion Suite Software vereinigt eine Reihe von Features, durch die die Geräte der 35x-Serie zu komfortablen und einfach zu bedienenden Multifunktionsgeräten werden. Dazu gehört der Dokumenten-Manager Paperport SE, der den Zugriff auf alle digitalen Dokumente in verschiedenen Formaten ermöglicht. Er archiviert und organisiert gescannte Farb- oder SW-Dokumente, die sich dank der OCR-Funktion



auch im Word-Format speichern lassen. Mit dem USB 2.0/ECP-Anschluß lassen sich darüber hinaus bei den Geräten 356 und 358 Faxe und SMS mit Windows verschicken. Weitere Ausstattungsmerkmale der Companion Suite Pro: Adreßverzeichnis, Gruppeneinträge, Gerätemanagement und Verbrauchsmaterialanzeige. Die Software kann außerdem durch Form- und Farbanpassungen vom Nutzer individuell auf seinen Geschmack abgestimmt werden.

Mit weiteren Funktionen wie einem Flashspeicher und der Directory-Karte bietet Sagem seinen Kunden einfache Features, die die Arbeit mit den Geräten erleichtern sollen. So bleibt beispielsweise im Falle eines Stromausfalls der Flash-Speicher aktiviert und arbeitet zudem zeitlich unbegrenzt mit einer Speicher-Kapazität bis zu 500 Seiten. Die Directory-Karte sichert alle Geräte-Parameter und Telefonbuch- oder E-Mail-Verzeichnisse und schützt so vor versehentlichem Löschen oder Mißbrauch, beispielsweise in öffentlichen Zonen. Beim Betrieb mehrerer Geräte lassen sich mit der Directory-Karte Verzeichnisse und Einstellungen problemlos auf andere Geräte übertragen und können jederzeit abgeglichen werden.

Mit dem Sagem LP 351 verfügt das Unternehmen über ein optimal ausgestattetes Einsteigermodell,

das die Bereiche Drucken, Kopieren und Scannen abdeckt. Die Geräte LP 356 und 358 bieten neben diesen Grundfunktionen den gesamten Bereich der Kommunikation (Fax, E-Mail, SMS) und eignen sich als Kommunikationszentrale für alle Büros.

Die Version 358 ist zudem netzwerkfähig und kann in alle Unternehmensnetze auf Basis von Ethernet 10/100 base integriert werden. Mit der „FTP-Archivierungs“-Funktion ist es möglich, alle Dokumente in einem beliebigen Ordner im Netzwerk zu archivieren.

Neue Kombigeräte auch für den Markt der Privat- und SoHo-Anwender

Die unverbindliche Preisempfehlung für das Einstiegsgerät 351 liegt bei 649 Euro, für das 356 und 358 bei 799 Euro bzw. 1.099 Euro. Sagem präsentiert weiterhin mit dem Philips MF-Jet 495 und MF-Jet 450 zwei neue Kombigeräte für den stark wachsenden Markt der Privat- und Homeofficeanwender. Beide Geräte verfügen über einen kompletten Farbdrucker, Kopierer (maximale Auflösung 1.200 x 1.200 dpi) und Farbscanner (optische Auflösung 600 x 1.200



dpi) und besitzen darüber hinaus wichtige Kommunikationsschnittstellen wie Fax und SMS. Das MF-Jet 495 ist zusätzlich mit einem schnurlosen DECT-Telefon ausgestattet, zu dessen Kennzeichen die Reichweite von 300 Metern, die Stand-by-Zeit von maximal 120 bzw. die Gesprächszeit von maximal zehn Stunden gehören. In beide Geräte sind SMS-Funktionen integriert. Nachrichten lassen sich über die Komplet-Tastatur eingeben und verschicken. Beide Geräte ermöglichen das schnelle Senden und Empfangen von Fax-Nachrichten mit 33,6 kbps. Der Speicher in den Geräten (Senden und Empfangen) besitzt eine Kapazität von bis zu 50 Seiten.

Die Timer-Funktion erlaubt zeitversetztes Versenden, während die Übertragungs-Funktion das Rundsenden an bis zu 199 Kommunikations-Partner ermöglicht. Fax-Bestätigung und Fax-Polling sowie ITU-Group3-Kompatibilität sind weitere Standard-Merkmale. Ein umfassendes Softwarepaket rundet die Ausstattung ab.

Sagem Gewinn steigt um 32 Prozent

Nach einem überaus guten Vorjahr ist Sagem auch in Jahr 2004 weiter auf Wachstumskurs: Das französische High-Tech-Unternehmen konnte seinen Gesamtgewinn im ersten Halbjahr um 32 Prozent auf 65,5 Millionen Euro steigern. Der Umsatz legte im gleichen Zeitraum um 13,5 Prozent auf 1,66 Milliarden Euro zu. Für Auftrieb sorgten nach Angaben des Unternehmens insbesondere die stark steigenden Handyumsätze. Vor allem das myX5-2 sei mit mehr als 600.000 verkauften Geräten in der ersten Jahreshälfte sehr gefragt gewesen. Für das Gesamtjahr rechnet Sagem mit einem Umsatzwachstum von zehn Prozent und einem Gewinnzuwachs von 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Über eine Million Klappenhandys

In Asien längst ein Renner, erfreuen sich Klappenhandys auch in Europa zunehmender Beliebtheit. Sagem hat diesen Trend frühzeitig erkannt und ist heute mit der myC-Serie einer der großen Anbieter der erfolgreichen Klappenhandys. Bis Mitte des Jahres verkaufte das Unternehmen bereits mehr als eine Million dieser Geräte – überwiegend in Europa. Das schlichte myC-1 hat sich laut Hersteller als Klappenhandy für den Einsteiger bewährt. Viel Komfort und ein großes Farbdisplay bieten die Modelle myC-2 und my C2-2. Das my-C3b mit rubinrotem und metallicfarbenem Gehäuse begeistert vor allem modebewußte weibliche Handynutzer. Sagem wird seine Produktpalette zum Jahresende mit weiteren Klappenhandys für das mittlere und gehobene Marktsegment ausbauen.

Sagem myX1 twin im Prepaid-Paket bei E-Plus

Exklusiv bei E-Plus gibt es derzeit das neue Sagem myX-1 twin im Free & Easy-Prepaid-Paket zum Preis von 59,90 Euro (inklusive 15 Euro Gesprächsguthaben). Trotz des geringen Preises bietet das Gerät verschiedene Ausstattungsdetails, die gewöhnlich nur in teureren Handys zu finden sind. Dazu zählen beispielsweise ein Vier-Wege-Navigationskey, drei frei belegbare Tasten, eine intelligente Freisprecheinrichtung, bis zu acht mehrstimmige Klingeltöne (iMelody), bis zu fünf animierte Screensaver und ein Telefonbuch für 100 Einträge. Auch mit den weiteren Extras können Gelegenheitstelefonierer,



die keinen technischen Schnickschnack wollen, zufrieden sein. So bietet das myX-1 twin vielfältige Call-Management-Funktionen, ein unterhaltsames Spiel, austauschbare Oberschalen, die Texteingabehilfe T9, Wecker, Rechner und Währungskonverter. Das Dualband-Handy wiegt 93 Gramm. Es ist mit einem siebenzeiligen Vollgrafik-Display mit grüner Beleuchtung ausgestattet, das Schriften und kleine Bilder (JPEG, BMP, PNG, GIF Icons) mit 96 x 64 Pixel darstellt. Der Li-Ion-Akku erlaubt maximal drei Stunden Sprechzeit und bis 240 Stunden Standby-Betrieb.

Nokias Imaging-Produkte auf der photokina

Mobile Wertschöpfungskette

Nokia nimmt in diesem Jahr zum ersten Mal an der Kölner Weltmesse des Imaging, der photokina, teil und unterstreicht mit diesem Engagement das Vorhaben, sich zu einem der wichtigsten Unternehmen des Marktes für mobiles Imaging zu entwickeln. Die Messebesucher erwartet auf dem Nokia-Stand in Halle 8 nicht nur ein breites Geräte-Portfolio, das weit mehr als Mobiltelefone umfaßt, sondern auch „eine spannende Geschichte zum Thema mobile Wertschöpfungskette“, stellte Yves-Raphael Loerke, Multimedia Business Director bei der Nokia GmbH in Düsseldorf, im Gespräch mit PoS-MAIL fest.

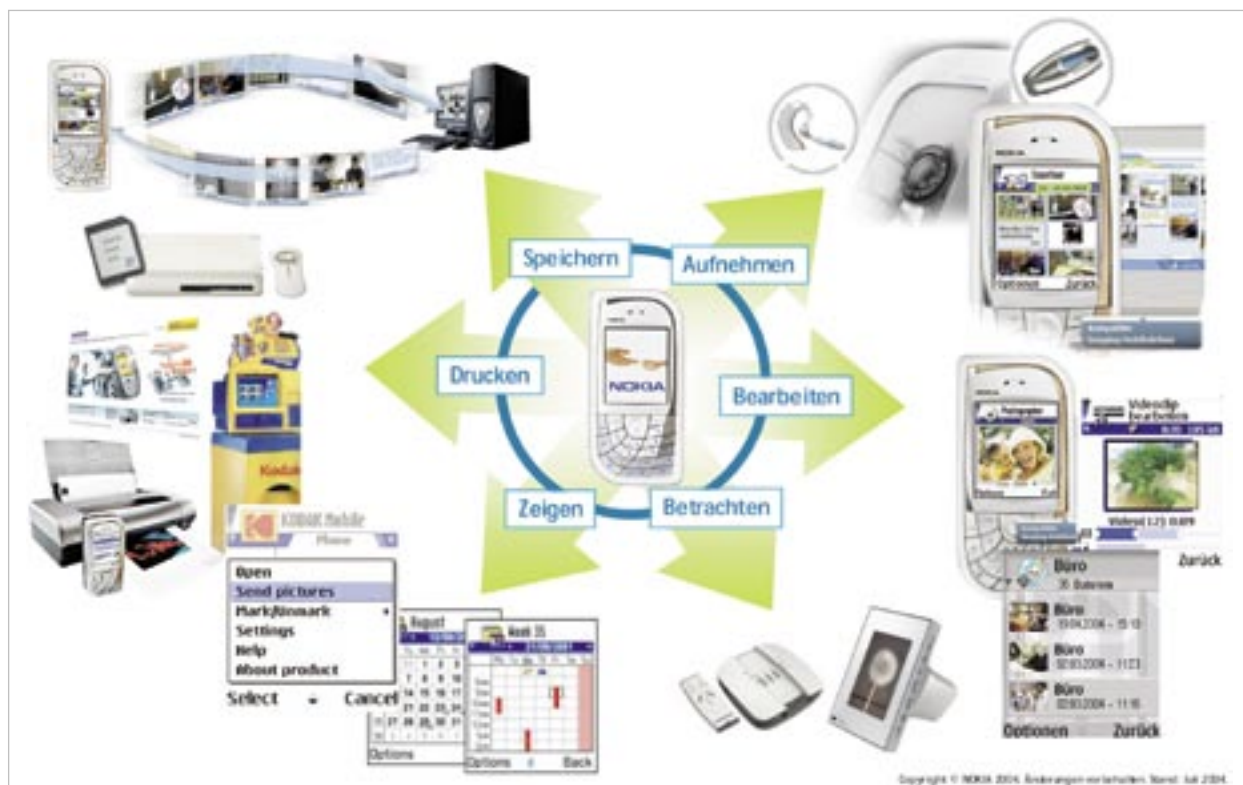
„Imagingfunktionen in Handys sind seit der Einführung des ersten Mobiltelefons mit integrierter Digitalkamera immer wichtiger geworden, und Nokia hat sehr früh entdeckt, daß Fotos und Videos in Mobiltelefonen einen großen Zusatznutzen darstellen, und zwar für alle Beteiligten: den Verbraucher, der sehr emotionale Funktionen nutzen kann, für den Handel, der weitere Argumente für das Verkaufsgespräch hat, für die Netzbetreiber, die sich den Versand der Daten bezahlen lassen, und nicht

zuletzt für uns, indem wir die Chance nutzen, einzigartige Produkte auf den Markt zu bringen“, meinte Loerke. „Auf der photokina richten wir uns zum einen an Menschen, die sich für die Fotografie begeistern. Denen zeigen wir, daß wir das Thema Imaging ernst nehmen. Zum anderen wollen wir Händler ansprechen, die gemeinsam mit uns zukunftsorientierte Geschäftsmodelle entwickeln wollen.“ Diesen professionellen Besuchern wolle Nokia das Thema mobile Wertschöpfungskette näherbrin-

gen. Man sei davon überzeugt, daß vor allem der Fotohandel in idealer Weise dazu geeignet sei, den Mehrwert der Nokia Imaging Produkte kompetent zu erläutern“, so Loerke. „Und vor allem diejenigen Händler, die sowieso schon TK-Produkte und -Dienste verkaufen, finden bei Nokia eine hervorragende

könne sein Telefon immer und überall dabei haben. Bereits integrierte oder herunterladbare Applikationen ermöglichten ihm, das Telefon zu seinem persönlichen Handwerkszeug zu machen und es seinen persönlichen Ansprüchen, Wünschen und Bedürfnissen anzupassen.

ren und zu organisieren. Darüber hinaus entwickle Nokia mit renommierten Unternehmen Lösungen, die es ermöglichen, Nokia-Produkte in die bestehende Imagingwelt zu integrieren. Als Beispiele nannte der Nokia-Manager Canon und Hewlett Packard im Bereich des Homeprinting und Kodak bzw.



Mit Nokia Produkten und Lösungen läßt sich Mehrwert in jedem Bereich des Digital Imaging schaffen.

Die Zielgruppen für Nokia Imaging-Phones

Nokia teilt die Fotografengemeinde in vier Gruppen auf: Den Schnappschußfotografen im Einstiegsbereich, den Profi, der Details dokumentieren will, sowie die beiden Fotografentypen, die Erinnerungen aufbewahren wollen oder Fotografie zum Informieren und Illustrieren nutzen.

Schnappschußfotografen oder „Social Snappers“ sind für Nokia diejenigen, denen der Inhalt eines Bildes wichtiger ist als dessen Qualität. Diese Fotografen handeln spontan und sehen Bilder als Teil ihrer sozialen Interaktion. Sie

teure, die mit viel Aufwand, teurer Ausrüstung und hohem Qualitätsanspruch ans Motiv herangehen. Diejenigen, die Erinnerungen festhalten wollen, gehen gezielter an das Thema heran, entscheiden sich bewußt für den Einsatz der Kamera und legen Wert auf gute Qualität. Sie nutzen die Kamera in gewohnter Weise.

Die vierte Gruppe nutzt Fotografie zum Illustrieren und Informieren. Für diese Fotografen sind Bilder Einwegprodukte, die ihren Zweck erfüllt haben, wenn man sie einmal gesehen hat. Typische Vertreter



machen sehr emotionale Fotos, halten beispielsweise Unvorhergesehenes und Peinliches im Bild fest, und teilen die Fotos, indem sie sie per MMS oder als E-Mail verschicken oder sie auf dem Display ihres Handys zeigen.

Zur Gruppe der Fotografen, die Details dokumentieren wollen, gehören Profis und engagierte Ama-

sind der Immobilienmakler, der seinem Kunden ein neues Angebot per Foto schickt, oder der Sachverständige, der einen Schaden dokumentiert.

Nokia geht davon aus, daß bis auf diejenigen mit extrem hohen Qualitätsansprüchen alle Fotografentypen auch durch Imaging-Phones angesprochen werden können.

de Möglichkeit, ihr Sortiment mit gewinnträchtigen Produkten auszubauen.“

Loerke betonte, daß Nokia Produkte und Lösungen für alle Glieder der Wertschöpfungskette im Bereich Digital Imaging zu bieten habe: Aufnehmen, Bearbeiten, Betrachten, Zeigen, Drucken und Speichern. Loerke: „Der Mehrwert zeigt sich dabei in drei Punkten: Erstens sind Nokia Mobiltelefone handlich und ausgewogen, wobei sich ausgewogen nicht nur auf die physischen Dimensionen der Geräte bezieht, sondern auch das Verhältnis von Preisen, Ausstattung und Leistung einbezieht.“ Punkt zwei sei der Gebrauchsnutzen: Nokia bemühe sich, die Anwendung so einfach wie möglich zu machen. Dies gelte für die einfache Bedienung im Gerät ebenso wie für übergreifende Themen, etwa die Konnektivität. „Der Käufer eines Nokia Telefons soll das Gerät sofort einsetzen können, ohne sich vorher um Gerätekonfigurationen kümmern zu müssen“, erklärte der Multimedia Business Director.

Und drittens bestehe der Mehrwert der Nokia Mobiltelefone in der Mobilität und der Möglichkeit der Individualisierung. Der Nutzer

Mobiltelefone stellten ohne jede Frage derzeit das wichtigste Segment im Nokia Portfolio dar, aber man dürfe nicht übersehen, daß das Unternehmen tatsächlich viel mehr biete als Handys. „Wir haben in den vergangenen Jahren ein



Yves-Raphael Loerke

komplettes Portfolio vollkommen neuartiger Imaging-Produkte entwickelt und in den Markt eingeführt“, sagte Loerke. „Dazu zählen beispielsweise digitale Bilderrahmen und elektronische Schmuckstücke, auf die man Bilder per Handy überspielen kann, oder unsere Fotobetrachter, die das Anschauen der Bilder auf einem Fernsehgerät ermöglichen.“

Auch Lifeblog sollte nicht unerwähnt bleiben, eine Nokia-Lösung, die den Anwendern hilft, ihre Fotos, Videos und Sprachmitteilungen auf einem PC aufzubewah-

ren und zu organisieren. Darüber hinaus entwickle Nokia mit renommierten Unternehmen Lösungen, die es ermöglichen, Nokia-Produkte in die bestehende Imagingwelt zu integrieren.

Loerke legte Wert auf die Feststellung, daß Nokia sich zwar einerseits sehr viele Gedanken über die Wertschöpfungskette gemacht habe, andererseits aber aus diesen Erkenntnissen noch kein Konzept entwickelt habe. Im Gegenteil: Die photokina solle auch dazu dienen, die Fotobranche, deren Strukturen und die Fotohändler kennenzulernen. „Wir kommen aus einem sehr dynamischen Markt, der zu einem großen Teil durch Netzbetreiber und Distributoren bestimmt wird und müssen erst noch lernen, wie die Fotobranche funktioniert“, so Loerke. Man wolle herausfinden, was der Fotohandel von Nokia erwarte, und man wolle gemeinsam mit der Fotobranche nach Strategien suchen, um eine Win-Win-Situation zu schaffen. Die Botschaft an den Handel laute: „Nokia produziert Kameras, die dem Nutzer das Versenden, Speichern und Drucken der Bilder sehr einfach machen, und Nokia bietet Geräte und Services, die einen Zusatznutzen darstellen.“ Der Fotohandel solle in Nokia einen Partner sehen, den er dann empfehlen könne, wenn der Kunde nach einer Digitalkamera frage. *Herbert Päge*

Nokia 6670 mit Megapixel-Kamera und neue Handy Fashion-Collection

Nachdem Nokias erstes Megapixel-Handy, das Nokia 7610, seit Juli ausgeliefert wird und immer mehr Anhänger findet, hat das finnische Unternehmen wenige Tage vor Beginn der photokina mit dem 6670 ein weiteres Mobiltelefon mit integrierter Megapixel-Digitalkamera vorgestellt. Wenige Tage zuvor, auf dem Totally Fashion Event in Shanghai, enthüllte Nokia bereits eine neue Handy Fashion-Collection, die zunächst aus drei Modellen besteht.

Beim Nokia 6670 handelt es sich um ein Triband-Gerät mit einer eingebauten Megapixel-Kamera (1.152 x 864 Bildpunkte), deren Kennzeichen eine im Vergleich zu früheren Nokia Imaging-Phones deutlich verbesserte Qualitäts-optik für noch schärfere Bilder ist.



Darüber hinaus bietet das Nokia 6670 ein Vierfach-Digitalzoom und ein großes (176 x 208 Pixel) Display, das über 65.000 Farben darstellen kann. Das Nokia Serie

60-Handy baut auf den Vorgängermodellen 6600 und 7610 auf, wurde aber mit einer Reihe zusätzlicher Ausstattungsmerkmale versehen. Im Imagingbereich sind dies ein Fotoeditor, ein Bildmanager und Fotomail. Bilddaten lassen sich im integrierten 8 MB-Speicher des Nokia 6670 oder auf einer RS MMC Wechselspeicherkarte (Reduced Size MultiMedia Card) mit Kapazitäten bis zu 64 MB) ablegen. Das Handy wurde für das Printen mit Geräten von Kodak und Hewlett Packard optimiert und bietet mit Lifeblog-Software und Adobe Photoshop Album zwei Programme, die das Archivieren der gespeicherten Bilddaten sehr einfach machen. Auch für das Bearbeiten von Fotos und Videos ist entsprechende Software bereits integriert. Videos können bis zu einer Länge von zehn Minuten aufgenommen werden. Der Versand von (Bild-) Dateien erfolgt über MMS oder E-Mail. Mit dem Document Viewer ist das Anzeigen von E-Mail-

Anhängen oder Dateien, die per Webbrowser aus dem Internet heruntergeladen wurden, möglich (Word, Powerpoint, Excel).

Weitere Ausstattungsmerkmale sind die elektronische Brieftasche, PIM (Personal Information Management; Kalender und Kontakte) und vielfältige Möglichkeiten, das Gerät hinsichtlich Optik und Funktionalität zu individualisieren.

Neue Fashion-Collection durch Glamour inspiriert

Mutiges und ungewöhnliches Design von Mobiltelefonen war schon immer eine Stärke von Nokia. Dieser Tradition folgend, hat das Unternehmen beim Totally Fashion-Event in Shanghai eine neue Fashion-Collection von Handys vorgestellt, die durch den Glamour und die aufwendige Eleganz der Zwanziger Jahre des letzten Jahrhunderts inspiriert wurde: das Nokia 7280, Nokia 7270 und Nokia 7260 Mobiltelefon.

Die neuen Fashion-Handys sollen nach den Vorstellungen des Herstellers die Grenzen des üblichen Mobiltelefon-Designs neu definieren und klassisches Art Déco-Design mit einer aufregenden modernen Formensprache verbinden. „Grundlegende Stileinflüsse wie Bewegung, Farbe und geome-

trische Formen sowie die Liebe zum Detail und im grafischen Bereich waren die Inspirationsquelle und kreative Energie der Kollektion“, hieß es dazu.



Nokia 7280: Schlanke und klare Linienführung

Das elegante und ausgefallene Nokia 7280 (Bild oben) präsentiert sich in einem innovativen Mobiltelefon-Design. Es verzichtet auf eine herkömmliche Telefontastatur und ersetzt diese durch eine Wählfunktion ohne Tasten. Sein edles Hochglanz-Finish, Elemente aus Leder und dezente Spiegelakzente verleihen dem Nokia 7280 Eleganz und Stil. Sie machen dieses Mobiltelefon nach Aussage des Herstellers zu einem Design-Meisterstück und vereinen dies mit hochentwickelter Technik. Das Nokia 7280 wurde dazu geschaffen, bei jeder Party Aufsehen zu erregen und zum Gesprächsthema des Abends zu werden. Mit der integrierten VGA-Kamera lassen sich Momente spontan einfangen. Durch den Quick-Slide können Gespräche mit einer Handbewegung angenommen oder beendet werden. Elegante Trageriemen und eine passende Tasche sollen dieses ausgefallene Handy zum ständigen modischen Begleiter machen. Klingeltöne, Display-Hintergrundbilder, Video-clips, Fotos und Musikdateien lassen sich mit dem Nokia Collector zwischen dem Nokia 7280 und einem Macintosh-Rechner austauschen. Für stilvolle Nutzung des Nokia 7280 im Freisprechbetrieb sorgt das ebenfalls neue Funk-Image-Headset.

Nokia 7270:

Art Déco im Detail
Das eindrucksvolle elegante Design des Nokia 7270 (Bild rechts) ist inspiriert vom Garbo-Glamour der Zwanziger Jahre und präsentiert sich in einem moder-

nen Gehäuse aus Edelstahl. Mit passenden Textilauflagen, Trageriemen aus Leder oder anderen schmückenden Materialien kann das aufklappbare Nokia 7270 den persönlichen Stil und die eigene Stimmung ergänzen. Ob beim Shopping in New York, Paris oder Berlin – mit der integrierten VGA-Kamera können Entdeckungen spontan mit Menschen überall auf der Welt geteilt werden. Eine Umrechner-Anwendung für Konfigurationsgrößen und Währungen beschert auch fern von Zuhause eine entspannte Shopping-Tour. Für stilvollen Musikgenuss sorgt das integrierte UKW-Radio in Verbindung mit dem modischen Fashion-Headset. Mit Spielen wie Chic Pinball kommt auch die Unterhaltung nicht zu kurz.

Nokia 7260:

Auffallend modisch
Materialien, Grafiken und Farben bestimmen das auffällige Aussehen des Nokia 7260 (Bild unten).



Mit Akzenten aus Chrom und Edelstahl kann dieses Handy im Art Déco-Industrie-Design ein Favorit der Modebewußten werden. Wer dabei noch aus der Menge herausragen möchte, verleiht seinem Nokia 7260 mit provokativ-modischem Zubehör eine individuelle Note, etwa mit eleganten Trageriemen und -taschen. Dank der Triband-Funktion kann mit dem Nokia 7260 in vielen Ländern telefoniert werden. Darüber hinaus besitzt das neue Nokia 7260 eine integrierte VGA-Kamera. „Mit dem Nokia 7260 tritt der Nutzer jederzeit stilvoll auf – Tag für Tag“, so Nokia in einer Pressemitteilung.



Nokia 9300 Communicator wendet sich an anspruchsvolle Tk-Profis

Nokia hat das neue professionelle Smartphone Nokia 9300 Communicator vorgestellt. Zusammengeklappt präsentiert sich das Gerät als schlankes Mobiltelefon, aufgeklappt bietet es eine vollständige Tastatur und ein Display mit 65.356 Farben. Nach Angaben des Herstellers verfügt der Nokia 9300 Communicator im Vergleich zu den meisten datenzentrierten Geräten mit Mobiltelefon-Funktionen über eine herausragende Klangqualität für Sprachkommunikation. Zudem läßt das kompakte Design auch die Nutzung mit nur einer Hand zu. „Der Nokia 9300 Communicator spricht vor allem professionelle Nutzer an, die leistungsstarke Funktionen und flexible Datenanwendungen zu schätzen wissen, dabei aber nicht auf ein ansprechendes Design und den Bedienkomfort sowie die einfachen Nutzungsmöglichkeiten eines Mobiltelefons verzichten möchten“, so Niklas Savander, Senior Vice President der bei Nokia für Business-Mobiltelefone zuständi-

gen Unternehmenseinheit. „Der Nokia 9300 bringt diese Ansprüche in Einklang und bietet gleichzeitig einen Funktionsumfang, der bisher nur in Verbindung mit mehreren Geräten erhältlich war.“ Mit einem Druck auf eine der acht Funktionstasten der inte-



grierten Tastatur bietet das Gerät Zugriff auf persönliche Daten und verschiedene Büro-Anwendungen. Über eine Fünf-Wege-Navigations-

taste kann der Nutzer komfortabel durch Menüs navigieren.

Das Triband-Mobiltelefon unterstützt GSM/GPRS/EDGE-Netze. Über die integrierte Freisprechfunktion sind Konferenzgespräche mit bis zu fünf Teilnehmern möglich. Der Nokia 9300 Communicator unterstützt das Versenden und Abrufen von E-Mails – auch mit Anhängen – über verschiedene E-Mail-Clients, darunter BlackBerry Connect, und bietet umfassende, sichere Verbindungsmöglichkeiten. So lassen sich zum Beispiel kabellose Verbindungen über Infrarot oder Bluetooth Funktechnik herstellen.

Der Nokia 9300 Communicator hat einen 80 MByte großen internen Speicher für Nutzerdaten. Dieser kann mit einer MMC-Speicherkarte (MultiMediaCard), die als Zubehör erhältlich ist, auf bis zu zwei GByte erweitert werden.

Neuheiten

AVM bietet erstmals ein DSL-Modem mit WLAN



Mit der Fritz!Box SL WLAN bietet AVM erstmals ein DSL-Modem mit integriertem Wireless LAN an. Die neue Fritz!Box verbindet Computer über Funk, Ethernet und USB direkt mit dem DSL-Anschluß. Im Mittelpunkt der neuesten Entwicklung des Berliner Unternehmens stehen einfache Bedienung und vom Start weg hohe Sicherheit. So ist der WLAN-Anschluß über das werkseitige individuelle Kennwort geschützt, und die Funkverbindungen sind von Haus aus verschlüsselt. Damit bietet die Fritz!Box SL WLAN ohne weitere



Einstellungen durch den Anwender ein hohes Maß an Sicherheit. Als einzige DSL-Endgeräte verfügen die AVM-Produkte nach Herstellerangaben mit Traffic Shaping über ein integriertes Bandbreitenmanagement. AVM gewährt fünf Jahre Garantie, kostenfreie Updates und kostenfreien Support. Die neue Fritz!Box steht dem Fachhandel ab Ende September zur Verfügung.

GN Netcom Headset ist jetzt besser bedienbar



GN Netcom hat eigenen Angaben zufolge vielfach geäußerte Wünsche der Kunden umgesetzt und bietet das speziell für den anspruchsvollen



Büroprofi konzipierte Headset GN 9120 mit noch besser bedienbaren Tasten an. Durch die angehobenen Bedienelemente können wesentliche Funktionen wie Rufannahme und -beendigung, Stummschaltung und Lautstärkeregelung einfacher als zuvor direkt am Headset ausgeführt werden. Das komplett schnurlose GN 9120 bietet eine Reichweite von bis zu 150 Metern und dank einer an den Bewegungsradius angepaßten Sendeleistung eine Sprechzeit von bis zu zwölf Stunden. Wer auf diese Automatikfunktion verzichten will, kann das Gerät zum Energiesparen auch manuell auf eine niedrigere Sendeleistung einstellen.

VoIP mit Telefonanlagen über die Auerswald ABox



Die meisten von den Providern angebotenen Konzepte zur Internettelefonie ermöglichen zwar Voice over IP mit einzelnen Telefonen, sie sind aber für bereits vorhandene Telefonanlagen selten zu gebrauchen. Abhilfe will hier Auerswald mit seiner neuen ABox schaffen. Diese ermöglicht Internettelefonate auch von den Nebenstellen. Dabei werden die Leistungsmerkmale der Telefonanlage nicht eingeschränkt. Die ABox wird einfach mit dem analogen Anschluß des ATA (Analog-Telefon-Adapters)

auf der einen Seite und einer analogen Nebenstelle der Telefonanlage auf der anderen Seite verbunden. Kommt ein Gespräch über das Internet an, wird es sofort an die Anlage durchgeschaltet. Je nach Einstellung der Anlage wird der Ruf jetzt an einer beliebigen Nebenstelle oder Gruppe signalisiert und kann dort entgegenommen werden. Will man selbst von einer Nebenstelle ein Gespräch über das Internet führen, wählt man zunächst die Nummer der Nebenstelle, an der die ABox angeschlossen ist, und danach die Zielrufnummer des Gesprächspartners. Dieses Vorgehen läßt sich auch von extern durchführen, zum Beispiel mit einem Handy, wenn die in den Auerswald-Anlagen vorhandene Call-Through-



Funktion aktiviert ist. Die ABox funktioniert generell mit Telefonanlagen aller Hersteller, sofern eine freie analoge Nebenstelle vorhanden und zum Anschluß handelsüblicher Analogtelefone geeignet ist. Die Auerswald ABox ist für den Handel ab Ende September erhältlich.

Panasonic führt erstes Bluetooth-Headset ein



Mit dem BHX70 hat Panasonic sein erstes Bluetooth Headset in den Markt eingeführt. Das 54 x 35 x 21 mm große Gerät ist mit Bluetooth-Version 1.1 ausgestattet und kompatibel zu allen Geräten, die diesen Standard unterstützen. Zur Bedienung steht dem Nutzer eine zentrale Taste zur Verfügung, über die alle Funktionen (zum Beispiel



an- und ausschalten, Rufannahme, Wahlwiederholung, Sprachwahl etc.) gesteuert werden. Auch die Lautstärke läßt sich per Knopfdruck regeln. Das Headset kann an beide Ohren angepaßt werden. Es wiegt 23 Gramm und sorgt mit auswechselbaren, im Lieferumfang enthaltenen Covern in den Farben Orange, Silber und Dunkelblau für Abwechslung. Das Gerät erreicht eine maximale Sprechzeit

Kompakte Sharp Faxgeräte für den Heimbereich



Als optimale Geräte für den Einsatz im privaten Bereich hat Sharp seine neuen Inkjet Faxgeräte UX-B15 und UX-B30 bezeichnet. Die Optik der beiden neuen Modelle wird bestimmt durch ein elegantes silbernes Design und kompakte Abmessungen. Sie sind im unteren Preissegment positioniert, wurden speziell für den Retail-Markt entwickelt und zeichnen sich durch hochwertigen Tintenstrahldruck sowie umfangreiche Funktionen aus. Das UX-B30 ist ein Kombi-Gerät mit integriertem Telefon, das UX-B15 wird als reines Faxgerät bei vorhandenen Telefonanlagen benutzt. Mit der Modemgeschwindigkeit von bis zu 14,4 Kbps gehören sie laut Hersteller zu den schnellsten ihrer Klasse. Der Vorlageneinzug



faßt bis zu zehn Seiten, bis zu 100 Blatt Papier können als Vorrat eingelegt werden, und die Speicherkapazität beträgt 24 Seiten. Rundsenden, Rufnummereingabe ohne Vorlage oder Polling, stiller Faxempfang oder DECT-Management sind weitere Kennzeichen der beiden neuen Sharp Faxgeräte. Sie verfügen außerdem über eine elektronische Bedienerführung sowie über einen Hilfelisten- Ausdruck. Sollte dennoch einmal ein Problem auftreten, springt der Sharp Quick 48 Faxe Austausch ein: Die Hotline 01805/234676 (zwölf Cent pro Minute) schafft Abhilfe oder stellt im Rahmen der Gewährleistungsfrist innerhalb von 48 Stunden ein gleichwertiges Ersatzgerät zur Verfügung.

von bis zu fünf Stunden und eine Standby-Zeit von maximal 125 Stunden.

Neues Durchzugsgerät im Brother Sortiment



Brother hat sich eigenen Angaben zufolge im Jahr 2003 mit der MFC-/DCP-8000er-Serie als Marktführer bei Multifunktionsdruckern mit Lasertechnologie deutlich vom Wettbewerb abgesetzt. Rund ein Drittel aller in Deutschland verkauften Geräte dieses Segments stammen inzwischen von Brother. Jetzt hat das Unternehmen die Leistungsmerkmale verbessert: Die neue 8000er-Serie druckt und kopiert nun bis zu 20 Seiten in der Minute. Gleichzeitig wurden die Reichweiten der Toner um jeweils 200 Seiten gesteigert, während die Verkaufspreise für die Verbrauchsmaterialien gesenkt wurden. Zu den Modellen DCP-8040, DCP-8045D und DCP-8045DN sowie den Modellen MFC-8440, MFC-8840D und MFC-8840DN, alle mit Flachbettscanner, kommt in diesem Jahr ein Durchzug-Multifunktionsgerät dazu. Mit dem MFC-8220 arbeiten sieben Multifunktionsdrucker mit dem gleichen Druckwerk und Verbrauchsmaterial. Dies bedeutet insbesondere für Händler und Großverbraucher, daß sie weniger Verbrauchsmaterial vorhalten müssen. Die Verkaufspreise sind trotz der Verbesserungen nicht gestiegen, sondern bei einigen Modellen gesenkt worden. Bereits ab 599 Euro (unverbindliche Preisempfehlung inklusive Mehrwertsteuer) kann der Anwender mit einem Gerät drucken, schwarzweiß kopieren, faxen, scannen, archivieren und, wenn ein Farbdrucker im



cher (MFC-8220: 32 Nummern) und 300 Kurzwahlen. Im 32 MB großen Speicher, der auf 160 MB aufgerüstet werden kann, können rund 500 Fax-Seiten gespeichert werden.

IP Hybrid Tk-System von Panasonic ist lieferbar



Die KX-TDA 15, das kleinste IP Hybrid Telekommunikationssystem von Panasonic, ist jetzt lieferbar und schließt damit die bislang bestehende Lücke im SoHo-Segment. Die KX-TDA 15 soll dem Fachhandel die Chance geben, kleine Unternehmen und gehobene Ansprüche an Tk-Technologie wirtschaftlich miteinander zu verbinden. Mit dem System werden VoIP-Integration, CTI-Integration und die kostengünstige DECT-Integration ohne Interface möglich. Mit einer einheitlichen Windows Programmieroberfläche der KX-TDA Systeme und dem Installationswizzard will der Hersteller darüber hinaus den Bedürfnissen seiner Kunden entgegenkommen.

Panasonic stellt mit dem X400 sein bisher flachstes Mobiltelefon vor



Mit einer Höhe von 1,75 Zentimetern ist das neue X400 das bislang flachste Klapphandy von Panasonic. Das X400 ist mit einer „Click'n'Open“-Funktion ausgestattet. Diese sorgt nach einem Druck auf die Seitentaste dafür, daß sich das Telefon von selbst öffnet. Weitere Ausstattungsdetails sind die integrierte Digitalkamera mit VGA-Auflösung und CMOS-Sensor, ein Spiegel für die Aufnahme von Selbstporträts und ein 128 x 128 Pixel großes Display, das über 65.000 Farben darstellen kann. Versenden lassen sich die aufgenommenen Bilder dank



GPRS Klasse 8 und MMS-Funktion schnell und unproblematisch per Mobilfunk oder über die Infrarotschnittstelle an ein kompatibles Gerät. 16fach polyphone Klingeltöne, zehn vorinstallierte Klingeltöne, Kalender, Erinnerungsfunktion mit Alarm sind weitere Kennzeichen des Panasonic X400. Das Dualband-Gerät hat die Abmessungen 84 x 47 x 17,5 mm, es wiegt 86 Gramm. Das X400 steht in der Farbe Schwarz-Silber zur Verfügung. Die Standby-Zeit wird mit maximal 210 Stunden angegeben, die maximale Gesprächszeit beträgt 4,5 Stunden.

Die Vodafone Mobile Connect Card UMTS gibt's jetzt auch als StarterPack

Vodafone vereinfacht seit Ende August die Vermarktung der Vodafone Mobile Connect Card für Händler, Distributoren und Systempartner. Mit dem Mobile Connect Card UMTS Starter-Pack macht das Düsseldorfer Unternehmen ein Angebot, das keine Vertragsaktivierung am Point of Sale (POS) erfordert. Diese erledigt der Käufer selbst über das Internet.

Mit diesem StarterPack soll die Vermarktung der Datenkarte nach Vodafone Angaben auch für solche Händler interessant werden, die sich bislang noch nicht mit dem Thema auseinandergesetzt haben oder denen die Formalia beim Verkauf zu aufwendig erschienen. Da der Verkauf des StarterPacks zwar Wissen über das Produkt selbst, nicht aber über die Abwicklung von Geschäftsvorgängen in der Tk-Branche erfordert, wird das Angebot auch für Händler interessant, die nicht aus der Tk-Branche stammen.

Dies können beispielsweise Fotohändler sein, für die sich mit dem Vodafone MMC-StarterPack die Chance auf Zusatzumsatz zum Beispiel bei Kunden eröffnet, die eine der zur photokina vorgestellten Spiegelreflex-Digitalkameras kaufen. Denn zum einen kann davon

ausgegangen werden, daß diese Kunden bereit sind, auch eine teurere Ausstattung zu erwerben, zum anderen dürfte ein großer Teil dieser engagierten Fotografen seine Bilder nicht nur auf dem heimischen Display nutzen. Und beim Einstellen der Aufnahmen in ein Online-Fotoalbum oder der Bestellung von Prints über einen Internet-Printservice erleichtert das MMC-StarterPack von Vodafone den mobilen Versand der Fotos. Natürlich umfaßt die Zielgruppe des Angebotes nicht nur Fotohändler. Vodafone nannte besonders Systemhausvertriebe, Notebookhersteller, Computerhändler, Distributoren und andere Technikfachhändler.

Vodafone betonte weiterhin in einer Pressemitteilung, daß der Händler nur das Package verkauft. Er muß keine Registrierung des

Kunden vornehmen, und es gibt auch keine Provisionsabwicklung oder ähnliches am oder über den Point of Sale. Der Gewinn des Händlers kommt ausschließlich über die Marge des StarterPacks zustande.

Als Vorteile für den Kunden (und Verkaufsargumente) nannte der Mobilfunkbetreiber zum einen den sofortigen Zugang zu mobilem Internet, E-Mail und Zugang zum Firmennetz bei entsprechender Firmen-IT-Infrastruktur. Zum anderen kann der Kunde nach der Aktivierung einen Monat lang kostenlos die schnellen UMTS- und GPRS-Datennetze in Deutschland nutzen. Außerdem kann er innerhalb des Monats einen Vodafone-Business DataPro Tarif mit einer Time/Volume Tarifoption über das Internet abschlie-



ßen. Ihm wird beim Abschluß ein Startguthaben von 298 Euro (brutto) gutgeschrieben.

Das StarterPack enthält die Mobile Connect Card UMTS mit SIM-Lock inklusive Software, eine SIM-Karte, eine Kurzanleitung zur Freischaltung der SIM-Karte und zum Vertragsabschluß sowie Tarifinformationen.

Der Verkaufspreis kann von den Händlern selbst festgesetzt werden. Er dürfte bei ungefähr 300 Euro liegen.

Spezieller Tarif für Telematikanwender bei Vodafone

Telematikanwendungen sind ein wachsendes Marktsegment bei der mobilen Datenübertragung. Der neue Tarif Vodafone-M2M entspricht der speziellen Charakteristik der Automatenkommunikation und ist für die häufige Übertragung kleiner Datenmengen per GPRS ausgelegt. Als einziger deutscher Netzbetreiber bietet Vodafone einen speziellen Roaming-Tarif für die westeuropäischen Vodafone-Netze an. Mit Vodafone-M2M Tarif bietet das Unternehmen eine Datenkarte zu einem monatlichen Basispreis von 9,28 Euro (brutto) inklusive einem Übertragungsvolumen von einem Megabyte für die Telemetriekommunikation. Abgerechnet wird in Kilobyte-Schritten je Verbindung bzw. je 24 Stunden. Jedes weitere Megabyte kostet 3,37 Euro. Besonders attraktiv sei das spezielle Angebot in den westeuropäischen Vodafone-Partnernetzen, hieß es. Dort kostete die Übertragung eines Zehn-Kilobyte-Datenpaketes einheitlich 35 Cent. Der Tarif wird nur über den Großkunden- und Mittelstandsvertrieb von Vodafone vermarktet.

Erhöhte Sicherheit
+ mehr Mobilität
+ mehr Effizienz
= secureVPN

Jetzt Infos und individuelles Angebot anfordern!

Telefon: 06151/680-4466
eMail: corporate@t-online.net
Internet: www.t-online-business.de/corporate

secureVPN: Ihr Netz im Netz.

Flexible Kommunikation zwischen Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden in Großunternehmen – mit secureVPN:

- ✓ Integriertes Management-Tool zur komfortablen Verwaltung von Großinstallationen
- ✓ Unabhängig von Netz und Endgeräten, beliebig erweiterbar
- ✓ Über 40.000 mobile Mitarbeiter namhafter Unternehmen kommunizieren bereits über secureVPN

T · · Online · Business · · ·

Bose präsentiert neuartigen Ansatz für Verstärkersysteme

Live-Musik in neuen Dimensionen



Im Rahmen einer Fachpresse-Konferenz Anfang September in Wiesloch-Waldorf wurden neben einer ausführlichen Demonstration des neuen Personalized Amplification System die Fragen der Journalisten beantwortet. V.l.n.r.: Kenneth D. Jacob, Chefingenieur Bose Professional Systems Division und Direktor Live Music, Jürgen Imandt, Manager Public Relations, Advertising & Communication, Bose GmbH, Ulrich Kemp, Manager Professional System Division, Bose GmbH, Frank von Heyghen, Business Director Professional Systems Division Bose Europe, und Rik van Capelle, Marketing Manager Professional Systems Division Bose Europe.

Seit mehr als zehn Jahren erforscht Bose die Vorteile und Unzulänglichkeiten herkömmlicher Verstärkungstechnik. Im Ergebnis haben die Forschungen einen völlig neuen Ansatz hervorgebracht, um Live-Musik zu verstärken. Im Rahmen einer Fachpressekonferenz Anfang September in Wiesloch-Waldorf präsentierte das Unternehmen erstmals eine ausgefeilte Lösung, die Live-Musik in ganz neuen Dimensionen erklingen läßt.

Herzstück des neuen Systems ist der sogenannte Cylindrical Radiator Lautsprecher, der den Schall sehr gleichmäßig über die gesamte Bühne und die Zuhörer verteilt und einen konstanten Sound-Level für Darbieter und Zuhörer aufrechterhalten kann.

Die neuen Lautsprecher machen es möglich, daß die Musiker nicht nur sich selbst, sondern auch alle anderen Bandmitglieder hören können. Das sehr kompakte System – es ist in wenigen Minuten aufgebaut und einsatzfähig – erhöht nicht nur die Qualität einer musikalischen Performance, sondern trägt auch zur Verbesserung der Spielfreude jedes einzelnen Musikers bei.

Die Cylindrical Radiator Lautsprecher sind das Herzstück der neuen Bose Personalized Amplification System Produktfamilie. Mit diesen neuen Produkten kann

jedes Instrument, einschließlich Stimme, verstärkt werden. Sie können von Musikgruppen fast jeder Größe und jedes Genres verwendet werden und lassen sich sowohl bei kleinen Veranstaltungen als auch bei größeren Konzerten mit mehr als 300 Zuhörern einsetzen.

„Dieses moderne Verstärkersystem beinhaltet sehr viel Technologie“, so Ken Jacob, Chefingenieur und Direktor der Bose Live Music Technology Group der Bose Corporation. „Außerdem ist es für die Musiker sehr natürlich und einfach anzuwenden, da es für sie genau so ist, wie akustisch zu spielen.“

Die Entwicklungsphase

In der Frühzeit des 20. Jahrhunderts und während der nächsten 60 Jahre verwendeten Musiker elektrische Verstärkersysteme, um den Klang ihrer Instrumente und Stimmen einem immer größer werdenden Publikum zugänglich zu machen. 1965 füllten über 55.000 Fans das New Yorker Shea Stadium, um einen Auftritt der Beatles mitzuerleben – ein Konzert, das noch heute wegen der gewaltigen, alle Rekorde brechenden Besucherzahl legendär ist. Allerdings sind auch die akustischen Probleme, die während des Konzertes aufgetreten sind, legendär. Die Weiterentwicklung – erstmals in größerem Stil 1969 in Woodstock eingesetzt – bestand

darin, für ein Konzert drei völlig unabhängige Soundsysteme einzusetzen: die Backline der Instrumentenverstärker auf der Bühne hinter den Musikern, die größeren PA-Lautsprecher vorn auf der Bühne in Richtung Publikum und Monitore auf der Bühne, die den

geändert. Das Prinzip der Verstärkung von Live-Konzerten ist im Kern immer noch dasselbe wie 1969. Nachdem die Bose-Ingenieure diese grundsätzlichen Probleme erkannt hatten, begannen sie an einer neuen Lösung zu arbeiten.

wie die vertraute Musik einer akustischen Performance an. Dank der Cylindrical Radiator Lautsprecher hören sowohl das Publikum als auch die Künstler alle Details jedes einzelnen Instruments und jeder Stimme. Die Musiker haben die volle Kontrolle über den Klang,



Das stabförmige Design des Cylindrical Radiator Lautsprechers erlaubt ein sehr breites und gleichmäßiges Abstrahlvolumen. Lieferbar ist das Personalized Amplification System mit einer PS1 Verstärkereinheit und zusätzlichen B1 Baßmodulen.



Das neue Personalized Amplification System von Bose wurde im Rahmen einer Pressekonferenz eindrucksvoll von der Band The Linemen demonstriert.

Musikern helfen sollen, sich selbst und die Bandkollegen zu hören. Dennoch: Bei Befragungen von Bose beklagten sich die Künstler, daß sie bei diesem Triple System sehr viel damit zu tun hätten, sich selbst überhaupt auf der Bühne zu hören und daß sie nicht wüßten, wie sich ihre Musik für das Publikum oder für die Bandmitglieder anhört. Die Zuhörer hingegen beklagten sich über konfus wirkende Instrumentenklänge, unverständliche Texte und unerträgliche Lautstärken. Und trotz alledem hat sich in den letzten 30 Jahren sehr wenig

Die Lösung

Das Bose Forschungsteam entwickelte den Cylindrical Radiator Lautsprecher, dessen stabförmiges Design ein horizontal sehr breites und gleichmäßiges Abstrahlverhalten erlaubt. Dadurch kann jeder Musiker auf der Bühne sich und die anderen Künstler genau so hören, wie es auch das Publikum hört. Da jeder Musiker seinen eigenen Cylindrical Radiator Lautsprecher nutzt, hört sich ein Auftritt mit Verstärker plötzlich

ganz wie bei einem akustischen Auftritt ohne Verstärker. Zudem sind die Produkte kompakt, einfach zu bedienen und innerhalb von Minuten einsatzfähig. „Die aufregendste Phase unserer Forschung war, als wir begannen, die neuen Systeme bei echten Auftritten zu testen“, teilte Jacob mit. „Sowohl die Musiker als auch das Publikum konnten sofort eine dramatische Verbesserung feststellen – und zwar nicht nur bei der Klangqualität, sondern bei der gesamten Performance.“

Seit September ist die komplette Produktlinie der Personalized Amplification System einschließlich der L1 Cylindrical Radiator Lautsprecher für den autorisierten Fachhandel lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet für den L1 Cylindrical Radiator Lautsprecher mit einer PS1 Verstärkereinheit 2.500 Euro. Der L1 Cylindrical Radiator Lautsprecher mit einer PS1 Verstärkereinheit und einem B1 Baßmodul kann zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 2.950 Euro angeboten werden. Die UVP für ein zusätzliches B1 Baßmodul lautet 450 Euro.

miz

Mehrwert durch das neue Personalized Amplification System

Laut Umfragen der Bose Forschung war die Situation bisher folgende: Musiker fühlten sich vollkommen isoliert, da sie keine Ahnung haben, wie sie für das Publikum oder ihre Bandkollegen klingen. Der Klang der einzelnen Instrumente kommt nicht aus der Richtung ihres Standortes auf der Bühne. Stattdessen hören Musiker und Publikum die Stimmen der Instrumente miteinander vermischt und aus einer einzigen Richtung: Für das Publikum kommt der gesamte Sound aus dem nächsten PA-Lautsprecher, der Musiker hört alles aus dem nächsten Monitor.

Genau bei diesen Schwierigkeiten sorgt das neue System für Abhilfe. Alle Details jedes einzelnen Instruments und jeder Stimme werden exakter wahrgenommen.

Camcorder mit Doppellauf.

Samsung DuoCam VP-D 6050i: Camcorder und Digicam in einem.



Keine ist aufnahmefähiger als die Samsung DuoCam VP-D 6050i mit zwei Objektiven. Das obere filmt, das untere fotografiert mit 5 Megapixel. Dank deutscher Menüführung und Easy Navigator ist beides so einfach, dass Features wie Blitz, Power Night Capture, Direktdruck und MultiCard Slot gleich doppelt Spaß machen. Erleben Sie unsere Stärke im Inneren. www.samsung.de

SAMSUNG

e/home 2004

Marktfähige Lösungen

Zahlreiche marktfähige Lösungen, Systeme und Produkte für das elektronisch vernetzte Heim präsentierte die e/home 2004. Die Fachmesse und der internationale Kongreß wurden nach dreitägiger Dauer auf dem Berliner Messegelände am 3. September 2004 erfolgreich beendet.

Rund 3.500 Fachbesucher konnten sich an den Messeständen der 70 beteiligten Unternehmen davon überzeugen, daß viele sinnvolle Lösungen für das vernetzte Heim bereits funktionieren und dem Verbraucher mehr Komfort, Sicherheit und Unterhaltung bieten. Insgesamt wurde deutlich, daß es nicht nur um Zukunftstechnologien und exotischen Luxus geht, sondern um Anwendungen, die den Alltag erleichtern. Die Messe Berlin, die mitveranstaltende Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu)



Auf dem Stand des Fraunhofer-Institutes hatten Besucher die Möglichkeit, mit Peter Limbach, Senior Manager AV der Sony Deutschland GmbH, über die Vernetzungsmöglichkeiten, die Sony heute schon bietet, zu sprechen.

sowie der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) sind nach dem erfolgreichen Messeverlauf optimistisch, daß die e/home 2004 dem Heimvernetzungsmarkt erneut wichtige Impulse gegeben hat. Wie die Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut ergeben hat, waren vier Fünftel der beteiligten Aussteller (81 Prozent) mit dem geschäftlichen Ergebnis ihrer Messebeteiligung zufrieden. Einige Teilnehmer vermeldeten bereits konkrete Abschlüsse, und mehr als zwei Drittel (67 Prozent) rechnen mit einem lebhaften Nachmessegeschäft. Die wirtschaftlichen Perspektiven



Auf der e/home stand bei Panasonic die Vernetzung via SD-Card im Mittelpunkt. Die neuen Flachdisplays fungieren dabei als zentrales Medium für die Bildwiedergabe.



Peter Biok, Leiter Vertrieb der Loewe AG, erläuterte in Einzel- und Gruppengesprächen mit Fachhändlern die Ziele und Maßnahmen der Loewe Organisation.

der Vernetzungsbranche werden von den e/home-Ausstellern hoch eingeschätzt. Die Kompetenz der Fachbesucher ließ aus Sicht der Aussteller kaum Wünsche offen. Mehr als vier Fünftel (86 Prozent) beurteilten die Qualität der Messebesucher mit sehr gut oder gut. Auch die Fachbesucher (83 Prozent der Gesamtbesucher) gaben der e/home 2004 gute Noten. 85 Prozent beurteilten die geschäftlichen Ergebnisse ihres Besuchs als positiv, und fast die Hälfte (47 Prozent) berichtete über neue geschäftliche Kontakte. Die e/home wurde auch als der Marktplatz der Innovationen bezeichnet. Zwei Drittel der Besucher berichteten, zahlreiche neue Produkte entdeckt zu haben. Das umfassende Konzept der e/home bewerteten 91 Prozent der Fachbesucher als positiv. Die meisten Fachbesucher kamen aus den Branchen Elektrotechnik (24 Prozent), Unterhal-



Die Symposien, die zum Rahmenprogramm der e/home zählten, zeichneten sich durch qualifizierte Vorträge aus. Die zahlreichen Besucher zeigten reges Interesse.

Zentrum für intelligente Haus-systeme Duisburg: „Unser Ziel ist es, daß in wenigen Jahren die sinnvolle Nutzung der IT-Technologie im Haushalt genau so eine Selbstverständlichkeit sein wird, wie es im Auto bereits der Fall ist. Die diesjährige e/home hat gezeigt, daß Konzepte für das vernetzte Haus mittlerweile umgesetzt werden. Im Vergleich zur letzten Messe vor zwei Jahren gibt es erheblich mehr Produkte, die am Markt verfügbar sind. Besonders positiv ist die Tatsache zu werten, daß auch zahlreiche Endverbraucher die Messe zur Information genutzt



Friedrich Manz, Senior Manager New Technologies Audio/Video, Sony Deutschland GmbH, präsentierte die besonderen Wiedergabemöglichkeiten der neuen Sony Plasma-Displays. Diese arbeiten, in Hinblick auf HDTV, mit Blu-ray DVD-Recordern und demonstrieren somit die hochauflösende Bildwiedergabe, die in naher Zukunft möglich sein wird.



Loewe präsentierte eine breite Palette an LCD- und Plasma-TVs, die über Kooperationen bereits seit Jahren die Steuerungsfunktionen für Rolläden und Beleuchtung beherrschen. Die Geräte zeichnen sich somit nicht nur für Design aus, sondern eignen sich auch bestens für die Funktionen des vernetzten Hauses.

tungselektronik (14 Prozent), Kommunikationstechnik (11 Prozent) und Informationstechnik (10 Prozent).

Marktbarrieren beseitigen

„Die Messe hat deutlich gemacht, daß ein großes Interesse an Lösungen besteht, die die eigenen vier Wände sicherer und komfortabler machen. Jetzt kommt es in erster Linie darauf an, bestehende Marktbarrieren aus dem Weg zu räumen“, so Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin. Ein ähnliches Fazit zog Dr. Viktor Grinewitschus, Leiter im Haus-

haben. Das zeigt, daß die Branche auf dem richtigen Weg ist. Insbesondere die geplanten Pilotprojekte wie „Smarter Wohnen NRW“ werden den Markt weiter voranbringen.

Antriebsmotor Consumer Electronics

Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, betonte zum Abschluß: „Unter dem Dach ‚Inno-

vative Consumer Electronics‘ positionierte sich die CE-Branche auf der e/home 2004 im Umfeld des vernetzten Hauses mit Selbstbewußtsein, gewachsenem Know-how und einer Fülle innovativer Ideen und Produkte.“ Dazu gehören Produkte der Unterhaltungselektronik, die über drahtlose und drahtgebundene Netzwerke Unterhaltungsprogramme austauschen und mit dem Internet kommunizieren ebenso wie Fernsehgeräte, die vom Bildschirm aus alle wichtigen Funktionen des elektronisch vernetzten Hauses ganz einfach über die Fernbedienung steuern.

„Geräte und Anwendungen der Consumer Electronics sind die treibende Kraft, die die auf der Messe vorgestellten Produkte und Lösungen aus dem Stadium eines noch jungen Wachstumsmarktes in Richtung Massenmarkt voranbringt. Die CE-Branche ist lebendig, weil sie innovativ ist, und wir wollen und werden nur mit Innovationen weiter wachsen“, so Dr. Hecker.

miz



Auf dem aufwendigen Sharp-Stand erläuterte Michael Kurpiers, Leiter Marketing, die Bedeutung der LC-Displays. Die flachen Bildschirme eignen sich nicht ausschließlich als TV-Gerät, sondern auch als effizientes Display für zukünftige Anwendungen im vernetzten Haus.

Wiederholungstäter



Philips 37 PF 9986 Flat TV. Europas LCD-Fernseher des Jahres.
Gewinner des EISA Awards 2004–2005. Wieder einmal Philips.



PHILIPS

PoS Neuheiten

Apple iMac G5: Fünf Zentimeter flach mit Alu-Fuß



Als „schmalster Computer der Welt“ wurde der neue iMac G5 auf der diesjährigen AppleExpo präsentiert. In der Tat darf das komplette Computer-System des iMac G5 als „das flachste“ Desktop-System bezeichnet werden: Der gesamte Rechner einschließlich Monitor-Display, Netzteil und optischem Laufwerk ist in einem rund fünf Zentimeter dicken Rahmen untergebracht. Die neue iMac G5 Produktlinie besteht aus Modellen mit 17-Zoll oder 20-Zoll Breitbild-LC-Displays und ist mit G5-Prozessoren mit bis zu 1,8 GHz Taktfrequenz bestückt. Der iMac G5 unterstützt einen bis zu 600 MHz schnellen Frontside-Bus, 400 MHz schnelle DDR-Speicher, AGP 8x-Grafik und



Serial ATA-Festplatten. Er verfügt über drei USB 2.0-Anschlüsse, zwei FireWire 400-Ports, eine integrierte Antenne, eine Ethernet-Netzwerkkarte und ein 56K V96-Modem. WLAN AirPort-Extreme und ein Bluetooth-Modul sind optional erhältlich. „Ähnlich wie der iPod den portablen Music-Player neu definiert hat, setzt der neue iMac G5 neue Maßstäbe bei den Consumer-Desktops“, erklärt

Apple-Vice-President Phil Schiller. „Das ganze System ist kaum dicker als fünf Zentimeter. Die Leute werden sich fragen, wo denn da der Computer geblieben ist“, witzelte Schiller. Die neuen iMac G5 sind ab einem UVP von 1.399,- Euro verfügbar. Das Softwarepaket für den Digital-Lifestyle „iLive“ gehört zum Lieferumfang.

Neuer Vaio Pocket Audio-Player mit Festplatte



Mit einer 20 Gigabyte Festplatte, der Kapazität von bis zu 10.000 Audio-Titeln, 190 Gramm Gewicht und 20 Stunden Batterielaufzeit bringt Sony seinen ersten portablen Audio-Player mit Festplatte auf den Markt. Der Sony Vaio Pocket VGF-AP1 läßt sich bequem und intuitiv bedienen. Auf dem 5,5 Zentimeter großen, hochauflösenden Display mit 262.144 Farben behält der Anwender den Überblick über seine Musiksammlung und die aktuelle Titelwahl. Über das ergonomische Bedienfeld „Grid Sense“ mit 25 kleinen Druckknöpfen lassen sich die auf dem Display angezeigten Funktionen ähnlich wie bei einem Touch Pad aktivieren. Über seine USB 2.0-Schnittstelle kann der Vaio Pocket VGF-AP1 an PCs und Notebooks angeschlossen und als mobiler Datenträger genutzt werden. Der voll geladene Akku hat genug Energie für 20 Stunden Betriebszeit. Die multifunktionale Ladestation des Audio-Players dient auch als direkter Anschluß für Digitalkameras. Mit der Fotospeicher-Funktion lassen sich Bilder auch ohne PC direkt von der Kamera auf den Vaio Pocket übertragen und anschauen. Der Vaio Pocket Music Player VGF-AP1 ist ab Oktober



zum UVP von 399,- Euro lieferbar. Im November will Sony für 459,- Euro (UVP) außerdem den Vaio VGF-APL mit 40 GB Festplatte und Platz für 20.000 Songs auf den Markt bringen.

Samsung 16-fach DVD-Brenner mit Double Layer



Der neue Samsung Writemaster TS-H552 unterstützt die DVD-Formate DVD- und DVD+ und bietet außerdem Double Layer Support. Bei DVD+R beträgt die Schreibgeschwindigkeit 16x. DVD-R-Scheiben brennt das Gerät mit 12facher und DVD+/-RW mit 4facher Geschwindigkeit. Bei Double Layer Medien können bis zu 8,5 GB auf einem DVD Medium gespeichert werden. Der Samsung Writemaster TS-H552 ist mit einer Energiesparfunktion und Buffer-Under-Run-Technik ausgestattet und zum UVP von 119,- Euro verfügbar.

Digitales Radio und Fernsehen in der Praxis



Das kürzlich im Verlag Technik erschienene Fachbuch „Digitales Radio verstehen und nutzen“ von Ulrich Freyer will Mitarbeiter von Fachbetrieben und Fachhändler, aber auch interessierte Laien in diese Technik verständlich einführen. Der Autor informiert anwendungsbezogen über Funktionalitäten, Problemstellungen und Möglichkeiten des digitalen Rundfunks. Er will die Leser in die Lage versetzen, qualifizierte Entscheidungen zu treffen und Dritte fachkundig zu beraten. Dazu gehört neben dem Aufzeigen der funktionalen Zusammenhänge auch die Darstellung der Nutzungsmöglichkeiten. Durch die Gegenüberstellung der jeweiligen Vor- und Nachteile der Verfahren ist die individuelle Beratung bzw. Entscheidung sichergestellt. Die systematische Aufbereitung des Inhalts sowie Register, Literaturverzeichnis und Glossar ermöglichen es, dieses Buch auch als praxisgerechtes Nachschlagewerk zu nutzen. Der Autor, Dipl.-Ing. Ulrich Freyer, ist als Bereichsleiter Technik einer Landesanstalt für Medien unmittelbar mit der Einführung der digitalen Techniken in Hörfunk und Fernsehen befaßt. Er

ist in der Branche durch zahlreiche Buch- und Zeitschriftenveröffentlichungen bekannt.

Neue Generation Druckpatronen von Hewlett-Packard



Die sechs neuen Druckpatronen von Hewlett-Packard sind das Resultat einer Kombination aus zusätzlichen Tintendüsen, neuem Patronen-Design, verbesserter HP Smart Drucktechnologie und neuer Tintenrezeptur. Die neue Generation besteht aus zwei Dreikammer-Farbdruckpatronen, zwei schwarzen Druckpatronen, einer Fotodruckpatrone, grau, sowie einer farbigen Fotodruckpatrone. Als zusätzliche Variable gibt es bei den Dreikammer-Farbdruckpatronen und den schwarzen Druckpatronen jeweils zwei Füllmengen für die unterschiedlichen Druckaufkommen von privater oder professioneller Nutzung. Je nach HP-Modell und gewünschtem Resultat lassen sich die sechs Druckpatronen einfach kombinieren und sorgen damit für optimale Druckergebnisse in Farbe und Schwarzweiß. Die Druckpatronen sind in allen neuen HP Deskjets, All-in-Ones und Fotodruckern in Einsatz.

Hama nimmt einen Digitalrahmen ins Programm



Hama stellt auf der photokina einen Digital-Bilderrahmen vor. Die integrierte Leseinheit für Speicherkarten (CF I+II, Microdrive, SD, MMC, MStick, MStick Pro und SmartMedia) ist das Herzstück des Designerstücks aus Glas und silberfarbenem Kunststoff. Ausgelesen und auf dem TFT-Display mit 5,6" abgespielt werden die Formate JPEG bis zu zwölf Megapixel Auflösung, MPEG I und II und Motion JPEG (Avi). Die Bilder können in der Helligkeit verstellt, gezoomt und gedreht oder sogar als Diashow mit MP3-Musikuntermalung dargestellt werden. Die MP3-Dateien werden dabei über die beiden integrierten Lautsprecher oder den Kopfhörer-Ausgang wiedergegeben. Um größere Bilder



zu präsentieren, kann der digitale Bilderrahmen problemlos an ein Fernsehgerät angeschlossen werden. Der digitale Bilderrahmen wird inklusive Fernbedienung, TV-Verbindungskabel und Netzteil ab November erhältlich sein. Unverbindliche Preisempfehlung: rund 350 Euro.

Kodak erhöht Kapazität der aufladbaren Max-Batterien



Kodak hat die Ladekapazität seiner Kodak Max Rechargeable Digitalkamera-Batterien spürbar erhöht. Die Kapazitätserhöhung von 2.300 mAh auf 2.500 mAh bei der KAARDC sowie die Erhöhung um 100 mAh bei der K3ARDC sorgt den Angaben zufolge für zehn bis 13 Prozent mehr Aufnahmen bei Digitalkameras. Die Batterien haben keinen Memory-Effekt und damit keinen Kapazitätsverlust über die Batterielebenszeit. Bis zu 1.000 Ladezyklen sind möglich. Die beiden Batterietypen passen in mehr als 60 Prozent der auf dem Markt befindlichen Digitalkameras. Für das schnelle Wiederaufladen der Kodak Max Batterien bietet das Unternehmen auch die passenden Ladegeräte. Mit dem schnellen 1 Hour Charger K6000 läßt sich der Aufladeprozess auf eine Stunde verkürzen. Für Digitalfotografen, die nicht auf einen sehr schnellen Wiederaufladeprozess angewiesen sind, gibt es den Kodak Max Charger K600E. Die vollständige Ladung der Batterien erfolgt damit in rund acht bis zehn Stunden.

Jobo Giga mini mit Slots für acht gängige Speicherkarten



Das Giga mini bietet wie alle Produkte der Giga-Familie Kartenslots für acht gängige Speicherkarten (alle anderen über Adapter) an und kann mit einem Volumen von 20 und 40 GB Daten und Bilder direkt von der Speicherkarte laden und sichern. Der Lithium-Ionen-Akku ist integriert und wird mit einem Netzteil im Gerät geladen. Giga mini kann durch seine Upload-Funktion auch bereits gespeicherte Bilder und Daten wieder zurück auf die Speicherkarte laden. Im Display kann der Nutzer die Bilder in Ordnern sehen und zuordnen. Die Datenübertragung von Bilddaten (auch RAW-Formate) erfolgt mit hoher Geschwindigkeit auf die Festplatte. Giga mini hat zusätzlich eine Verify-Funktion, die nach dem Datentransfer eine vollständige 1:1-Überprüfung der Daten vornimmt.

Sony präsentiert Highend-DVD-Recorder mit Festplatte



Mit Festplatten-Speicherkapazitäten von bis zu 250 GB können Sonys Highend-DVD-Recorder RDR-HX1000 und RDR-HX900 (160 GB) aufwarten und ermöglichen dadurch noch längere Videoaufnahmen bei exzellenter Bildqualität. Mit seinen neuen DVD-Recordern mit IQ Recording-Technologie startet Sony eine neue Epoche für digitale Videorecorder im Consumer Electronics-Markt. Das „I“ in „IQ Recording“ steht für die intelligente, benutzerfreundliche Steuerung, das „Q“ für DVD-Aufnahmen in außergewöhnlicher Qualität. Mit Hilfe der Sony i.LINK-Technologie lassen sich kompatible Camcorder anschließen und Aufnahmen durch einfachen Tastendruck auf Festplatte oder DVD überspielen. Der RDR-HX1000 und der RDR-HX900 können gleichzeitig auf Festplatte oder DVD aufnehmen und parallel dazu wiedergeben. Unterstützt wird zeitversetzte Wiedergabe (Time-Shift). Die erstklassige Bildqualität garantiert ein hochwertiger 12-Bit-/108-MHz-D/A-Wandler. Der Sony RDR-HX1000 ist zum UVP von 1.300,- Euro und der RDR-HX900 zum UVP von 900,- Euro lieferbar.



DAS PANASONIC PLUS: EINE NEUE VISUELLE DIMENSION.



VIERA

Die Plasma- und LCD-Fernseher aus der Viera-Serie beeindrucken durch innovative Technologie und außergewöhnliches Design. Ein hervorragender Kontrast, lebendige Farben und die neu entwickelten Lautsprecher sorgen für ein audiovisuelles Erlebnis jenseits Ihrer Vorstellungskraft.

Entdecken Sie die Zukunft:

www.panasonic.de

www.viera.panasonic.de

Panasonic

ideas for life

Interview mit Franz-Josef Gaul, Vertriebsleiter Consumer Products, JVC Deutschland GmbH

„Faire Konditionen stärken das Geschäft“

JVC startet in diesem Herbst sein Fachhandelskonzept StarLine. PoS-MAIL sprach mit Franz-Josef Gaul, Vertriebsleiter Consumer Products, über die Zielsetzungen des Unternehmens und über den Mehrwert, den StarLight dem Fachhandel bieten soll.

PoS-MAIL: Herr Gaul, was ist der Grundgedanke des neuen Fachhandelskonzeptes StarLine?

Franz-Josef Gaul: Unser Ziel ist es, die aktuelle Position Nummer fünf im Gesamtmarkt auszugleichen und kontinuierlich auszubauen und speziell die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel über eine spezifische Strategie zu intensivieren. Um die speziellen als auch



qualitativen Anforderungen des Fachhandels zu erfüllen, wurde StarLine ins Leben gerufen.

PoS-MAIL: Wie ist StarLine konzipiert?

Franz-Josef Gaul: StarLine wurde mit vielen attraktiven Punkten ausgestattet. Wir bieten dem Fachhandel ein Highlight-Sortiment aus den Produktbereichen TV, DVD, Heimkino, HiFi und Cam-

corder. Die StarLine Produkte werden ausschließlich an den kooperierten Fachhandel distribuiert. StarLine steht mit einem eigenständigen Logo für Marke und für stabile und gute Margen.

PoS-MAIL: Weshalb ist JVC diese enge Zusammenarbeit mit dem kooperierten Fachhandel so wichtig?

Franz-Josef Gaul: Nur die ehrliche und intensive Zusammenarbeit mit dem kooperierten Fachhandel sichert unsere Position im Gesamtmarkt, und für unser Unternehmen bietet sie Transparenz. Speziell in den Themen langfristige Verlässlichkeit, Marge sowie hohe Produktqualität und gute Serviceunterstützung sehen wir die Eckpunkte, um den kooperierten



Fachhandel enger an die Marke JVC zu binden. Nur faire Konditionen stärken das Geschäft.

PoS-MAIL: Welches Informationsmaterial stellen Sie dem Fachhandel zur Verfügung?

Termine der JVC Roadshow 2004

16. und 17. 9.2004, Friedberg
16. und 17. 9.2004, Leipzig
20. und 21. 9.2004, Ingolstadt
28.9 bis 2.10.2004, Köln
4. und 5.10.2004, Hamburg

Franz-Josef Gaul: Wir stellen unseren Fachhandelspartnern Flyer zur Verfügung, die zur eigenen Information dienen sollen, aber auch als Produktinformationen für die Endanwender.

Zudem sind wir mit unserer Roadshow „JVC meets Dealer“ auf den aktuellen Herbstmessen vertreten. Hier bieten sich Möglichkeiten für ausführliche und informative Gespräche.

PoS-MAIL: Herr Gaul, vielen Dank für dieses Gespräch.

Mit Everio beginnt bei JVC das 4-GB-Zeitalter

Sie sind klein, leistungsstark und kommen in ungewöhnlichem Design daher. Die beiden neuen digitalen 2-in-1 Geräte Everio GZ-MC100 und GZ-MC200 von JVC. Die Camcorder/Digitalkamera-Kombinationen sind so klein, daß sie in einer Hand Platz finden.

Die neue Digital Media Camera Everio von JVC vereint zwei Geräte in einem: einen digitalen Camcorder zur Aufnahme von MPEG2-Filmen in DVD-Qualität und eine 2,1-Megapixel-Digitalkamera für Bilder im hochauflösenden UXGA-Format.

Damit müssen Film- und Fotofans nicht mehr Camcorder und Kamera mit sich tragen, sondern können einfach und bequem die schönsten Momente in beliebiger Form mit nur einem Aufnahmegerät festhalten. Zudem hat Everio auch in Sachen Speichertechnik und Flexibilität in der Auswahl der Medien einiges zu bieten. Als Speichermedium steht dem Anwender ein 4-GB Microdrive zur Verfügung. Auf der

kleinen Festplatte lassen sich mehrere tausend Bilder in höchster Auflösung speichern, aber auch einstündige Filmaufnahmen in bester MPEG2-Qualität aufzeichnen. Für noch längeren Film- und Fotospaß sorgen verschiedene Aufnahmemodi, über die der Nutzer zwischen einer längeren Aufnahmedauer oder einer höheren Bildqualität wählen kann.

Ist die Speicherkapazität erreicht und sollen die Aufnahmen extern archiviert werden, so können Bil-

der und Filme per High-Speed-Übertragung über die USB 2.0-Schnittstelle der Kamera schnell und unkompliziert auf den PC übertragen werden. Ebenso einfach kann der Everio-Nutzer über die Video- und S-Video-Ausgänge seine Aufnahmen sofort auf dem Fernsehgerät ansehen. Optional können die Videos auch auf einer CompactFlash-Karte oder Fotos über einen zweiten Slot auf einer SD-Karte gespeichert werden. Auch optisch ist Everio ein echter

Hingucker: Die beiden Digital Media Cameras zeichnen sich durch ein elegantes, klares Design in Schwarz-Silber-Optik aus. Everio paßt locker in eine Hand. Dabei ist das Modell GZ-MC100 gerade einmal so groß wie ein Mobiltelefon. Das GZ-MC200 ist mit den Maßen eines Handhelds vergleichbar. Mit dem variablen Multifunktionsgriff können film- und fotobegeisterte Anwender aus allen möglichen Positionen Bilder und Filme aufzeichnen, ohne dabei die Hand vom Griff nehmen zu müssen.

Die beiden Winzlinge wurden mit einem integrierten automatischen Blitzlicht ausgerüstet, und über das 1,8 Zoll-LC-Display lassen sich Fotos und Videosequenzen während und nach der Aufnahme bequem betrachten.

Weiterhin wurden sie mit einem 10fach-Zoomobjektiv ausgestattet, das durch einen 200fach



Obwohl sie etwa so groß ist wie ein Handheld, sind für die Everio GZ-MC100 einstündige Videoaufnahmen kein Problem.



Die Everio GZ-MC200 läßt sich in der Mitte drehen, somit kann der Anwender auch aus ungewöhnlichen Aufnahmepositionen Fotos und Videos schießen.

digitalen Zoom unterstützt wird. Neu ist auch, daß die beiden Digital Media Cameras ganz ohne die herkömmliche Mechanik auskommen. Defekte und Abnutzungserscheinungen, wie sie bei der Mechanik von Camcordern und Kameras vorkommen, gehören somit endgültig der Vergangenheit an.

Die beiden neuen Everio-Modelle werden ab Oktober mit einer unverbindlichen Preisempfehlung, inklusive 4 GB Microdrive, von 1.199 Euro für den GZ-MC100 und von 1.299 Euro für den GZ-MC200 erhältlich sein.

epe

Neues Zubehör-Sortiment: Thomson Consumer Accessory Solutions

Markengerechte Produkte

Eine für alles – Universal- fernbedienung

Unter dem Motto „Eine für alles“ bietet Thomson mit der ROC 850 eine Universalfernbedienung an, die bis zu acht verschiedene Heimkino-Geräte ansteuern kann. Die Thomson ROC 850 vereint alle Bedienungsfunktionen für ein Fernsehgerät, den Videorecorder und sonstige Audio-/Video-Geräte, so daß sämtliches Schalten und Walten nur noch in einer Hand bzw. Fernbedienung liegt. Das hinterleuchtete Touch-Screen-Display ist ideal auf die Bedienung des Heimkino-Equipments abgestimmt.

Die individuelle Display-Benutzeroberfläche ermöglicht beste Handhabung,

da das Touchscreen Display je nach ausgewähltem Gerät nur die Funktionen oder Tasten anzeigt, die für bessere Bedienung notwendig sind.



Der empfohlene Verkaufspreis für die ROC 850 lautet 69,99 Euro.

Unter dem Namen Thomson Consumer Accessory Solutions bietet Thomson sein neues Zubehör-Sortiment an. Das Sortiment umfaßt von Fernbedienungen, Kopfhörern, SAT-Zubehör, Antennen und Kabeln bis hin zu Telekommunikations- und Computer-Equipment mehr als 1.300 Produkte.

Mit dem größten Angebot an Zubehörartikeln, die unter namhaften Markennamen vertrieben werden, möchte sich Thomson zum führenden Anbieter in diesem Segment etablieren.

Thomson Consumer Accessory stützt sich vorrangig auf die drei Hauptmarken Thomson, RCA und Jensen. Unter dem Namen Thomson werden sämtliche Produkte vertrieben, die für das Audio/Video-Equipment benötigt werden, wie beispielsweise Kabel, Stecker und Videosender.

Die in den USA sehr bekannte Marke RCA kommt nun auch nach Europa und steht für IT/PC-, Telefon-, Fax- und Handy-Zubehör. Taschen und Aufbewahrungssysteme für CDs, DVDs und Audio/

Videoprodukte, wie zum Beispiel Camcorder, werden unter dem Markennamen Jensen gehandelt. Zur Abrundung des Markenportfolios dienen die Marken Acoustic Research, Saba und Advent, die Ende dieses Jahres hinzukommen werden. Acoustic Research steht für hochwertiges Audio/Video-



„Mit dem Service, den wir für unsere Zubehörprodukte bereitstellen, schaffen wir eine einzigartige Marktpositionierung“, so Christian Bauer, Business Manager Accessory Solutions bei Thomson.

Zubehör, die Marken Saba und Advent für Aktionsware.

Drei-Drittel Strategie

Mit seiner sogenannten „Drei-Drittel Strategie“, will Thomson dem Handel einen großen Zusatznutzen bieten. Das Unternehmen verfügt nun über eine vollständige Produktpalette an Zubehör und

Die einzelnen Produktpaletten unterscheiden sich durch individuelle grafische Erkennungsmerkmale. Zudem bietet Thomson dem Handel ein komplettes Servicepaket für den Point of Sale. Mit diesem soll das Handling von Tausenden von Zubehör-Artikeln in den Geschäften deutlich erleichtert werden.

bietet eine Marketing-Lösung rund um ein solides Markenportfolio. Der Händler erhält ein komplettes Servicepaket, das Warenlogistik, Vermarktung, Vertrieb und Sortimentsbetreuung am Point of Sale einschließt. Um eine starke Positionierung jeder Marke aufzubauen, unterscheiden sich die einzelnen Produktpaletten durch individuelle grafische Erkennungsmerkmale. Verkaufshilfen, einschließlich PoS-Materialien, Promotion und Produkt-Shows sollen die Markenpositionierung unterstützen. Thomson optimiert die Wirkung der Produkte durch Verpackungen, die dem Endkunden mit klaren Informationen eine Orientierungshilfe geben und zur Kaufentscheidung beitragen sollen. Je nach Kategorie (Audio/Video, IT, TK) haben die Verpackungen verschiedene Farben. Auch die Unterkategorien wie Kabel, Adapter oder Taschen sind farblich zu unterscheiden und damit einfach zuzuordnen. Innovative Verpackungsformen, deren Design sich farblich dem Produkt und auch den Regalen anpaßt, sollen Signalwirkung zeigen und zum starken Markenimage beitragen.

Das Servicepaket für den Handel

„Mit dem Service, den wir für unsere Zubehörprodukte bereitstellen, schaffen wir eine einzigartige Marktpositionierung“, so Christian Bauer, Business Manager Accessory Solutions bei Thomson. Der Service ist auf die Besonderheiten der Produktpalette abgestimmt. Ein umfassender „Regal-Nachbestückungs-Service“ soll den Händler im täglichen Regal-Management unterstützen.

Hiermit wird das Handling von Tausenden von Zubehör-Artikeln in den Geschäften deutlich erleichtert. Eine erstklassige Logistik soll schnelle und maßgeschneiderte Lieferungen überall in Europa garantieren.

Für jede Produktkategorie stellt Thomson einen umfangreichen Händlerkatalog mit zahlreichen Produktbeschreibungen und Informationen rund um das neue Sortiment zur Verfügung. „Wir bieten unseren Händlern mit der „Drei-Drittel Strategie“ ein Waren- und Servicekonzept, das nahezu den gesamten Handelsprozeß abdeckt“, so Bauer. *miz*

Gut verpackt – Taschen von Jensen

Mit der Akquisition der Marke Jensen betritt Thomson den europäischen Markt mit einer neuen Kategorie im Bereich Zubehör, die den Verkauf im Bereich Unterhaltungselektronik abrundet. Unter dem Namen Jensen werden Taschen, Etuis und Produkte, die der Archivierung dienen, angeboten. Jensen ist eine „Non-Hardware“-Marke, die hohe Material-Qualität, gute Verarbeitung, Vielseitigkeit und Funktionalität mit gelungenem Design bietet. Jensen strebt einen umfassenden Lösungsansatz für Aufbewahrungsmöglichkeiten an. So gibt es Taschen und Hüllen für Fotoapparate und Videokameras und Etuis für CDs und DVDs in verschiedenen Größen. Äußere und innere Fächer bieten Platz für alles Notwendige, wie z. B. Speicherkarten, Filme und Ersatzbatterien. Alle Produkte sind für den jahrelangen Gebrauch entwickelt.



Funk-Kopfhörer – Kabellose Freiheit

Zum neuen Zubehör von Thomson gehören auch die beiden Funkkopfhörer WHP 465 und WHP 565. Sie zeichnen sich durch eine große Reichweite, hohe Klangtreue, optimalen Komfort am Ohr und eine innovative Ladetechnologie aus. Beide Modelle sind geschlossene, ohrumschließende Kopfhörer, die mit einer Reichweite bis zu 100 Metern größtmögliche Bewegungsfreiheit bieten. Sie sind mit drei verschiedenen Sendefrequenzen ausgestattet, um so mögliche Störungen zu vermeiden. Außerdem verfügen sie über das PLL-Abstimmungssystem (Phased Locked Loop), das eine stabile Sendefrequenz gewährleistet. Der WHP 565 hat zusätzlich die Autotuning-Funktion, d.h., der Kopfhörer findet auf Knopfdruck den Sendekanal und stimmt sich automatisch auf die Übertragungsfrequenz ab. Beide Kopfhörer haben als Alleinstellungsmerkmal eine sogenannte Induktionsladung. Wenn die Kopfhörer auf den Sockel (Ladeschale) gestellt werden, erfolgt automatisch die induktive (kontaktlose) Aufladung der hochwertigen NiMH-Akkus inklusive einer Ladekontrolle. Diese Aufladefunktion ist bekannt von der elektrischen Zahnbürste.

Der WHP 465 ist in Blau-Metallic, der WHP in Silber-Schwarz gehalten. Der empfohlene Verkaufspreis für den WHP 465 lautet 59,99 Euro und für den WHP 565 84,99 Euro.

Externe Speicherlösung und Photo-Player für alle Formate und Digitalkameras

DynaMO 1300 Photo

„Alleskönner“:
Fujitsu DynaMO
1300 U2 Photo

Das DynaMO 1300 U2 Photo gehört zu den Dingen, über die zufriedene Anwender später sagen werden: „Wenn es das nicht schon gäbe, dann hätte man es erfinden müssen!“ Mit dem DynaMO 1300 U2 Photo präsentiert Fujitsu



Projektoren oder TV-Geräte sind über TV-Ausgang anschließbar, das Farb-Display erleichtert die Bildauswahl für die Übertragung oder das Abspielen als Dia-Show.

Deutschland zur photokina eine sichere externe Speicherlösung für digitale Bilder. Das kompakte, solide Gerät kann all das, was sich Anwender, die ihre digitale Kamera intensiv nutzen, oft erträumt und

gewünscht haben: Das DynaMO 1300 U2 Photo ist die Kombination aus einem MO-Laufwerk (MO=magneto-optisch) und einem Multicard Reader/Writer für alle gängigen Flash-Speichermedien. Es überträgt Bilder nahezu selbsttätig von jedem in den integrierten Multiformat Cardreader eingelegten Speichermedium auf die 1,3 GB fassende, auswechselbare MO-Diskette. Das DynaMO 1300 U2 Photo befreit den Digital-Fotografen von der Sorge, bei einer Reise oder einem besonderen Ereignis genügend Platz für Aufnahmen auf seinen Speicherkarten zu haben und beendet die häufig zu beobachtende Suche nach eben diesen teuren und deshalb kostbaren Memory-Cards. Vorbei ist das Bedauern darüber, daß man beim Wechsel der Kamera oft die reichlich zugekauften Flashspeicher-Cards mit dem neuen Kameramodell nicht mehr verwenden kann. Der Clou des DynaMO 1300 U2 Photo ist seine Anschlußvielfalt, die die Voraussetzung für

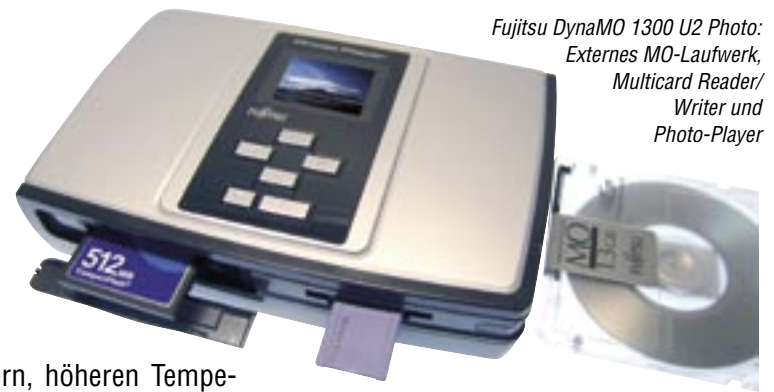
zahlreiche, über die reine Speicherlösung hinausgehende Einsatzzwecke schafft. An ein TV-Gerät oder einen Projektor angeschlossen, spielt das Gerät die auf MO-Diskette gespeicherten Aufnahmen als Diashow ab. Über seine schnelle USB-2.0 Schnittstelle an einen Computer angeschlossen, kann es als leistungsfähiges, externes MO-Wechselspeicherlaufwerk zur Sicherung von Text- und Tondateien eingesetzt werden. Zu einem Preis von 399,- Euro (UVP) bekommt man mit dem DynaMO 1300 U2 ein externes Wechselspeichergerät, dessen MO-Medien zu den sichersten Datenspeichern überhaupt gehören, sowie einen Multiformat-Cardreader / Cardwriter und einen hochwertigen Photoplayer.

MO-Wechselspeicher,
Multiformat-Cardreader/-writer
und Photo-Player

Die wiederbeschreibbaren, auswechselbaren, gegenüber Magnet-

feldern, höheren Temperaturen und Umwelteinflüssen weitgehend unempfindlichen 1,3 GB Disketten des DynaMO 1300 U2 Photo bieten, je nach Kamera-Auflösung, genügend Platz für 650 bis 3.500 Aufnahmen und können diese mindestens 50 Jahre lang und mehr sicher und unversehrt aufbewahren. Eine 1,3 GB fassende MO-Diskette kostet ca. 10 Euro. Das sind 0,7 Cent pro MB, also etwa nur der vierzigste Teil des Speicherpreises bei Flash-Memory-Cards. Der Multi-Cardreader/-writer des DynaMO 1300 U2 Photo liest und beschreibt die gängigen Wechselspeichermedien: Microdrive, Compact Flash, xD Picture Card, SD Memory Card, Memory Stick (MS), Memory Stick (PRO), Smart Media Card und Multimedia Card. Nach dem Übertragen der Daten auf MO-Diskette stehen die Speicherkarten der

Fujitsu DynaMO 1300 U2 Photo:
Externes MO-Laufwerk,
Multicard Reader/
Writer und
Photo-Player



Kameras für weitere Aufnahmen zur Verfügung. Die Bedienung erfolgt intuitiv mittels integriertem Color-LC-Display und Menüsteuerung. Auf dem Display können Aufnahmen betrachtet und für die Übertragung oder das Abspielen als Dia-Show ausgewählt werden. Projektoren oder TV-Geräte werden über den integrierten TV-Ausgang angeschlossen. Die im Lieferumfang enthaltene Fernbedienung sorgt für schnelles und einfaches Weiterschalten von Bild zu Bild. Verbindungen mit PC- oder MAC-OS Rechnern erfolgen über High Speed USB 2.0. Das DynaMO 1300 U2 Photo von Fujitsu wird mit Netzteil, USB-Kabel, 1,3 GB MO-Diskette, Fernbedienung, Videokabel, Treiber-CD und Handbuch geliefert. Ein KFZ-Adapter ist optional erhältlich.





THE POSSIBILITIES ARE INFINITE

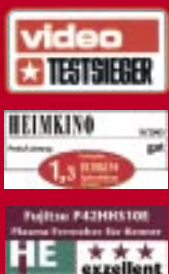




ROADSHOW 2004

...erleben Sie die
Plasmabildschirme von
FUJITSU live vor Ort!

11. 10.	Düsseldorf
12. 10.	Dortmund
13. 10.	Bielefeld
14. 10.	Bremen
15. 10.	Hannover
18. 10.	Hamburg
19. 10.	Berlin
20. 10.	Dresden
21. 10.	Leipzig
22. 10.	Nürnberg
25. 10.	Augsburg
26. 10.	München
27. 10.	Stuttgart
28. 10.	Frankfurt
29. 10.	Köln



The **FIRST**. The **BEST**. The **ORIGINAL**.

Das einzige Plasmadisplay mit **AVM** (Advanced Video Movement) Technologie.

Jetzt in noch mehr Größenvariationen: **42" 50" 55" 63"**

Neue NEC Projektoren: Vierspännig zur photokina

Zahlreiche der für 2004 angekündigten Innovationen hat NEC bereits auf den Markt gebracht. Im Projektoren-Bereich kam mit beeindruckenden Features und Verbesserungen der Heimkino-Projektor VT47 als Nachfolger des erfolgreichen VT46 zur Markteinführung, gefolgt von den mit wegweisenden Technologien ausgestatteten, professionellen Modellen VT470, VT570 und VT670 für Business-Präsentation und Einsatz in Schulen und Bildungseinrichtungen. Für NEC VT-Projektoren gilt das europaweit umfassendste Servicekonzept mit dreijähriger Garantieleistung und kostenlosem Vor-Ort-Service, der in der EU, Schweiz und Liechtenstein in der Regel bis zum nächsten Arbeitstag durchgeführt wird. Mit vier weiteren neuen Projektoren sattelt NEC zur photokina noch einen drauf: Zwei der neuen Modelle verfügen über WLAN-Schnittstellen, und die beiden anderen sind echte 16:9-Format-Projektoren für den Heimkino-Bereich.

HT410 und HT510: Heimkino mit echtem 16:9 DLP-System

Hohe Qualität bei Heimkinoprojektoren setzt die realistische Wiedergabe von Breitbild-Videofilmen im 16:9-Format voraus. Inzwischen werden schon viele Fernsehfilme im Breitbildformat gesendet, und bei DVD-Filmen ist das 16:9-Kinoformat bereits der Standard. Bei der Darstellung von Breitbild-Videofilmen auf Bildschirmen im Fernsehformat (4:3) verkleinern jedoch oben und unten schwarze Balken die Bildfläche und stören den Filmgenuß. Auch typische, für Präsentationszwecke konzipierte Projektoren fügen bei Breitbildern schwarze Balken ober- und unterhalb des sichtbaren Bildes ein. Vorteile bieten Heimkinoprojektoren, die das Breitbild im 16:9-Format an die Wand werfen. „Echte“ 16:9-Projektoren sind gleich mit einem Bild-System im Wide-Format 16:9 ausgerüstet und projizieren deshalb das Bild im Original und mit voller Qualität auf die Projektionsfläche. NEC bringt im Oktober mit dem HT410 und dem HT510 zwei mit echten 16:9-Breitbild-DLP-Chips ausgestattete Heimkinoprojektoren auf den Markt. Der HT510 verfügt über die Auflösung von 1.024 x 576 Bildpunkten, und der etwas preisgünstigere



NEC HT410, echter 16:9 DLP-Chip, 1.000 ANSI/Lumen, 854 x 480 Bildpunkte



NEC HT510, echter 16:9 DLP-Chip, 1.000 ANSI/Lumen, 1.024 x 576 Bildpunkte

HT410 liefert ein Breitbild mit 854 x 480 Bildpunkten. In allen anderen Leistungsdaten und Ausstattungsmerkmalen sind die beiden Modelle identisch und garantieren in der Wohnumgebung perfekten Kinogenuß, denn das Lüftergeräusch der neuen Heimkino-Projektoren ist mit 26 Dezibel so leise, daß bereits ein Flüstern lauter als das Lüftergeräusch wahrgenommen wird. NEC setzt mit zahlreichen Bildverbesserungsverfahren neue Maßstäbe für rauscharme, detailreiche, farbtreue und flimmerfreie Videobilder. Für größere Farbtiefe, besonders in gelben Bildpartien, sorgt ein Farbrad mit fünf Farbsegmenten: Rot, Grün, Blau, Weiß und erstmalig auch Gelb (RGBWY). Der patentierte Videoprozessor setzt Halbbilder ohne Auflösungsverluste in Vollbilder um. Bewegte Bildpartien mit feinen Details werden ohne störende Kammefekte originalgetreu wiedergegeben. Die einfache, vom Aufstellungsort weitgehend unabhängige Einrichtung des Bildes ermöglicht die großzügige Zoombereich von 1,18:1 und die vertikale Lensshift-Funktion. Die Leuchtstärke beträgt 1.000 ANSI-Lumen, das Betriebsgeräusch nur 26 dB, die Abmessungen 337 x 187 x 113 mm, die Gewährleistung umfaßt 2 Jahre europaweiten Vor-Ort-Service.

NEC präsentiert auf der photokina Video-Projektion per WLAN

Auf der photokina 2004 unterstreicht NEC erneut seine Rolle als Innovationsführer in den Bereichen Informations- und Präsentationstechnologien. Besucher können sich in Halle 10.2/Stand P-040, mit den modernsten

Technologien vertraut machen und zahlreiche neue Produkte kennenlernen, so z.B. videofähige Projektoren mit Wireless-LAN, flüsterleise Heimkinoprojektoren, 4-fach-Split-Wall-Funktion und geometrische Korrektur. Schwerpunkte setzt NEC in den Bereichen Projektoren, Heimkino und Plasma-TVs sowie DVD-Brennern mit Double-Layer für PCs. Im Mittelpunkt des Interesses dürften die ersten Wireless-LAN-fähigen Projektoren mit dem dreimal schnelleren WLAN IEEE802.11b/g stehen, mit dem die Übertragung von Bildern in XGA-Auflösung nur eine Sekunde dauert und die Übertragung von bewegten Bildern möglich ist. Mit diesen Projektoren führt NEC PC-Applikationen vor, die durch WLAN-Einsatz kollaboratives Arbeiten ermöglichen.

Zu einem besonderen Anziehungspunkt für Besucher werden mit Sicherheit die zwei neuen Heimkinoprojektoren mit echtem 16:9 DLP-Panel werden, die sich durch verbesserte Halbbild/Vollbild-Konvertierung mit Kantenglättung (Edge Adaptive Interpolation) zur optimalen Video-DVD-Wiedergabe und bemerkenswerte Geräuscharmheit auszeichnen. Als optionales Zubehör zu den neu vorgestellten Plasma-Displays mit verbessertem Kontrast und Helligkeit bietet NEC einen externen TV-Tuner von Zinnwell zur Integration auf der Rückseite der neuen Displays an, mit dem die PDPs zu High Tech TV-Geräten werden.

LT245 / LT265: Zwei Projektoren mit WLAN der zweiten Generation

Die beiden neuen NEC-Projektoren LT245 und LT265 überzeugen durch praxisorientierte Features und WLAN Funktionalität. Zum Einsatz kommt der dreimal schnellere WLAN-Standard IEEE802.11b/g. Die Übertragung eines Bildinhalts in XGA-Auflösung dauert damit nur noch eine Sekunde. Dadurch wird die kabellose Übertragung von bewegten Bildern möglich und die Voraussetzung, um multimediale Anwendungen in Präsentationen über WLAN zu übertragen. Die mitgelieferte Software verbessert durch zahlreiche Funktionen bei Präsentationen das gemeinschaftliche Arbeiten an mehreren Laptops. Bis zu zehn Notebooks können drahtlos Präsentationscharts an den Projektor senden. Aktiv ist jeweils nur eine dieser WLAN-Verbindungen, und nur die Bilder des aktiven Notebooks werden auf die Leinwand projiziert. Durch einfachen Mouse-Klick wird zum nächsten, gewünsch-

ten Präsentationsnotebook gewechselt. Zusätzliche Funktionen ermöglichen die Übertragung von Bildern zwischen den in die WLAN Verbindungen eingeloggten PCs. Von anderen Notebooks an den Projektor gesendete Daten und Bilder können mit Notizen versehen und auf dem eigenen Notebook gespeichert werden. Über gespeicherte Charts und dazu verfaßte Notizen wird automatisch ein Meetingprotokoll erstellt.

Features und Leistungsdaten

Neben der kabellosen Projektor-Technologie zeigt sich die technologische Weiterentwicklung der LT-Serie bei der Ausstattung und den Leistungsdaten: Die Helligkeit wurde auf 2.200 ANSI Lumen (LT245) und 2.500 ANSI Lumen (LT265) erhöht. Die Lebensdauer der Lampen wurde auf bis zu 4.000 Stunden (ECO-Mode) gesteigert. Die neuartige vertikale Auto Keystone-Korrektur erkennt die aktuelle Neigung des Projektors und korrigiert ein trapezförmiges Bild automatisch in die unverzerrte, rechteckige Ausgangsform. Beide Projektoren sind mit manueller Wandfarbkorrektur ausgestattet, die bei farbigen Projektionsflächen weitgehende Farbtreue gewährleistet. Geometrische Korrekturfunktionen

mittels kostenloser Zusatzsoftware ermöglichen erstmalig die Projektion auf gewölbte Leinwände. Über die Multiscreenfunktion (optionale Fernbedienung) lassen sich bis zu vier Projektoren zu einer Splittwall zusammenschalten. Komfortable Ausstattungsfunktionen sind auch die 3D-Reform Bildkorrektur, die On-Off Timer Funktion, der verbesserte Staub- und Rauch-Schutz und ein Infrarotempfänger zur direkten Steuerung mit der High End-Fernbedienung des Projektors. Die vom Notebook unabhängige Bedienung des Projektors verschafft weitgehende Bewegungsfreiheit und erleichtert dem Vortragenden die freie Rede. Der NEC LT245 und LT265 verfügen über die gleiche Grundausstattung und unterscheiden sich nur bei der Helligkeit, dem Kontrastverhältnis von 2.000:1 des LT245 (1.600:1/LT265) und dem Gewicht von 3,2 kg (2,9 kg / LT265). Die Standardauflösung der mit einem 1x 1,78 cm (0,7") DLP System bestückten Projektoren beträgt XGA (1.024 x 768), die maximale Auflösung UXGA (1.600 x 1.200).

Beide Geräte verfügen über einen RJ-45 Ethernet-Anschluß. Das Betriebsgeräusch beträgt im Eco-Modus nur 29 dB, die Abmessungen (B x H x T) 260 x 92 x 275 mm. evo

NEC LT265,
2.500 ANSI/Lumen,
Kontrast 1600:1



NEC LT245,
2.200 ANSI/Lumen,
Kontrast 2000:1

Leistungsdaten der neuen HT-Projektoren:

	HT410	HT510
Leuchtstärke in ANSI-Lumen	1.000	1.000
Lampen-Lebensdauer	3.000 Std.	3.000 Std.
Eco Mode	3.000 Std.	3.000 Std.
Kontrastumfang	1.200:1	1.200:1
DLP-Panel	854 x 480	1.024 x 576
Farbrad	5 Segment (RGBWY)	5 Segment (RGBWY)
Lensshift	0 - 0.5 Vertikal	0 - 0.5 Vertikal
Eingänge	Video / S-Video / Komponenten / RGB	Video / S-Video / Komponenten / RGB
Betriebsgeräusch	26 dB (Eco Modus)	26 dB (Eco Modus)
Größe (L x B x H)	337 x 187 x 113 mm	337 x 187 x 113 mm
Garantie	2 Jahre europaweit inklusive Vor-Ort-Service	
Lieferbar	Ab Oktober 2004	Ab November 2004

Neue Produkt-Highlights von Philips Mit Innovationen auf Wachstumskurs

Philips startet mit zahlreichen Produktneheiten in den Herbst. Im Home Entertainment-Bereich präsentiert das Unternehmen Systeme mit kabellosen Lautsprechern, integrierten DVD-Recordern und hochwertigem SACD Sound. Kleine Micro Jukeboxes sorgen jederzeit und überall für Musikspaß, und die neue LCOS-Technologie sorgt beim neuen 55" Projektions-TV Cineos für ein Home Cinema-Erlebnis. Weiteres wichtiges Thema im Hause Philips ist die patentierte Ambi-Light-Technologie.

Ambi-Light ist das Ergebnis detaillierter Konsumentenbefragungen zu den häuslichen Fernsehgewohnheiten. Mehr als 70 Prozent der Konsumenten waren der Meinung, daß die Beleuchtung in der Umgebung des Fernsehens maßgeblich zu einem entspannten Fernseherlebnis beiträgt und die Bildqualität – Kontrast, Bildtiefe und Farben – besser wahrgenommen wird. Unabhängig von der Signalquelle analysiert Ambi-Light die eingehenden TV-Signale und produziert mit den seitlich in den Flat TV integrierten Leuchtstoffröhren die Hintergrundbeleuchtung passend zu den Bildschirminhalten.

Die Lebenserwartung der Lichtquellen ist identisch mit der der Lichtquellen im Flat TV, also ca. 60.000 Stunden. Derzeit sind fünf Flat-TVs mit Ambi-Light-Technologie lieferbar. Dazu zählen drei LCD-TVs mit Bildschirmdiagonalen von 81, 94 und 106 cm und zwei Plasma-TVs mit Diagonalen von 106 und 127 cm.

Kabellose digitale Unterhaltung

Mit seinen Connected Planet Produkten verwirklicht Philips seine Vision einer kabellosen, einfachen Vernetzung der klassischen Unterhaltungselektronik mit dem PC und dem Internet. Der Streamium TV 23iF9946 ist ein LCD Flachbildfernseher mit 58 cm Bildschirmdiagonale. Neben den klassischen Fernsehfunktionen kann das Flat-TV kabellos auf Videos, Musik,

Fotos und Multimediainhalte vom PC oder aus dem Internet zugreifen. Der kabellos mit dem PC verbundene Streamium TV kann eine Vielzahl von digitalen Video-Formaten verarbeiten, inklusive MPEG, MPEG-2 und MPEG-4. Zusätzlich kann er digitale Bilder wie etwa JPEGs darstellen und MP3-plus MP3PRO Musikdateien abspielen. Bei der Audio-Wiedergabe sorgen die in das Gehäuse eingebauten Stereo Flat-Lautsprecher und Dolby Virtual Sound für ein eindrucksvolles Klangerlebnis. Die Übertragung erfolgt per Wireless LAN über den Standard WiFi 802.11g. Die Universal Plug and Play-Technologie ermöglicht eine schnelle und einfache Einbindung in dem Heimnetzwerk.

Im Audio-Bereich präsentiert Philips die MCW770, eine kompakte, elegante Micro-Anlage mit PC-Link Funktion. Das Gerät ermöglicht eine einfache Plug-and-Play-Lösung, um die Musiksammlung im MP3-Format vom PC in HiFi-Qualität kabellos abzuspielen. Im Lieferumfang ist ein vorkonfigurierter WiFi USB-Adapter für den PC enthalten, der die Musik direkt vom Computer an die Audioanlage überträgt. Somit ist ein bestehendes Heimnetzwerk keine Voraussetzung. Der Adapter wird angeschlossen, die Software installiert, und schon kann die MCW770 alle MP-Dateien aus der PC-Festplatte abspielen.

Die neuen Produkte ergänzen die bereits verfügbare Streamium-Reihe für kabellose Heimvernet-



Der Multimedia Link SL400i eignet sich wie das kleinere Modell SL300i für die Erweiterung der Streaming-Funktionen bei Home Entertainment-Systemen.

zung. Die MX-6000i ist ein komplettes Home Cinema-System und arbeitet mit WiFi. Es kann kabellos auf Inhalte von Dienstleistern im Internet zugreifen. Zum Lieferumfang des Gerätes gehört auch die PC-Link-Software zum Streamen von Filmen, Bildern und Musik direkt von der Festplatte des PCs. Die MX-6000i sorgt so für den komfortablen Zugriff auf MP3-Titel, JPEG-Bilder und MPEG-Videos. Sofern die Dateien Metadaten enthalten, zum ID3-Tags (Informationen wie Titel, Künstler oder Album), werden diese Angaben auf dem fünfzeiligen Display und zusätzlich im Bildschirmmenü angezeigt. Wenn das Home Entertainment-System an ein Fernsehgerät angeschlossen wird, lassen sich

Engagement für den Fachhandel



„Wir werden uns noch stärker für den Fachhandel einsetzen“, so Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips GmbH, im Rahmen einer Fachpresse-Konferenz in Wiesbaden.

Wie Hans-Joachim Kamp, Geschäftsführer der Philips GmbH, im Rahmen einer Fachpresse-Konferenz in Wiesbaden erklärte, wird sich das Unternehmen noch stärker für den Fachhandel einsetzen. Geplant ist ein neues Fachhandelskonzept und eine klare Internetpolitik. Philips möchte weiterhin bevorzugter Industriepartner sein. Es wird nach wie vor in das Know-how der Vertriebsorganisationen investiert, um bestens zu beraten. Zudem soll ein starkes Werbevolumen für die Unterstützung der Marke Philips und damit verbunden für hohe Abverkäufe sorgen.



Philips patentierte Ambi-Light-Technologie ist das Ergebnis einer detaillierten Konsumentenbefragung. Unabhängig von der Signalquelle analysiert Ambi-Light die eingehenden TV-Signale und produziert mit den seitlich in den Flat-TV integrierten Leuchtstoffröhren die Hintergrundbeleuchtung passend zu den Bildschirminhalten. Derzeit sind fünf Philips Flat-TVs mit Ambi-Light-Technologie lieferbar.

Digitalbilder und Videos ganz unkompliziert wiedergeben. Der 5fach-Wechsler des Systems spielt CDs, CD-RWs, MP3-CDs, VCDs, DVDs, DVD+RWs, Kodak Picture CDs und JPEG Picture CDs in beliebiger Kombination ab. Anwender, die schon ein Home Entertainment-System besitzen, können dieses um die Streaming-Funktionen ergänzen. Hierfür stehen die Multimedia Links SL400i und SL300i zur Verfügung. Die WiFi Multimedia Links können entweder über ein 802.11 g-WLAN oder ein Standard-Ethernet LAN an den PC angeschlossen werden. Für den Einsatz im drahtlosen Netzwerk hat Philips Technologien integriert, die stets für bestmöglichen Empfang sorgen. Der SL400i bietet in Form eines WiFi USB-Adapters zusätzlich Hardware für die Neueinrichtung eines WLAN und ist mit allen Netzwerkeinstellungen für eine Plug-and-Play-Installation vorkonfiguriert.

Die SL400i und SL300i lassen sich an jeden Fernseher und jede Audio- oder Home Cinema-Anlage über die Standard-Schnittstellen anschließen und ermöglichen den

Zugriff auf Musik, Bilder oder Videos aus dem PC oder Internet mit konventionellen A/V-Geräten. Durch die Internet-Vernetzung sind alle Streamium-Produkte upgradefähig und somit auch für zukünftige Formate offen.

GoGear Micro Jukeboxes

Philips erweitert die GoGear Familie mit drei neuen Micro Jukeboxes für mobilen Musikgenuss. Mit dem GoGear hdd70 und dem GoGear hdd065 mit 2 Gigabyte sowie dem GoGear hdd50 mit 1 Gigabyte Speicherplatz. Alle drei Jukeboxes sind kleiner als eine Kreditkarte, nur 18 mm dünn und leichter als 95 Gramm. Sie spielen Musik im MP3- und WMA-Format ab und bestechen durch ihr aktuelles und benutzerfreundliches Design. Der hdd070 und der hdd065 können bis zu 500 Titel im MP3-Format oder bis zu 1.000 Titel im WMA-Format speichern. Beim hdd050 sind es bis zu 250 MP3- oder bis zu 500 WMA-Titel. Die Dateien können einfach und schnell über die USB 2.0-Schnittstelle von einem PC auf die micro Jukeboxes übertragen werden. Zu der GoGear-Familie gehört auch das Modell hdd120. Diese Jukebox besitzt eine 20 GB Festplatte. Somit können bis zu 5.000 Titel im MP3-Format oder bis zu 10.000 Titel im WMA-Format gespeichert werden. Über ihr integriertes Mikrofon und den digitalen und analogen Eingang kann die Jukebox hdd120 auch Musik anderer externer Quellen, unabhängig vom PC, aufnehmen.

Die GoGear hdd120 ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 399 Euro. Die Modelle hdd070 und hdd065 sind seit September im Markt (UVP: 249 und 299 Euro). Die GoGear Jukebox hdd050 wird im November lieferbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 199 Euro.

miz

Sharp präsentiert das neue Aquos LCD-TV Basis-Line-up

Neue Größen aus Kameyama

Sharp präsentiert zwei neue LCD-TV Design-Linien im 16:9-Format. Jeweils drei Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 65, 80 und 94 Zentimetern geben dem Endanwender neuen Entscheidungsspielraum und dem Fachhandel zahlreiche Verkaufsargumente.

Mit einer verbesserten Auflösung von 1.366 mal 768 Pixeln, einem höheren Kontrastverhältnis von 800:1 und einer gesteigerten Leuchtdichte von 450 Candela pro m² repräsentiert die Sharp GA-Serie eine der modernsten LCD-TV-Generationen weltweit.

Die Geräte kommen aus der neuen hochmodernen Fertigungsstätte Kameyama. Gewählt werden kann jeweils zwischen drei Modellen der GA3E-Serie mit den Lautsprechern zentral unter dem Bildschirm und den GA4E-Versionen mit seitlich montierten Lautsprechern.

Dank der Sharp Panel-Technologie Advanced Super View kann das Bild annähernd aus jedem Blickwinkel von bis zu 170° horizontal wie vertikal betrachtet werden. Durch den Einsatz von Black-TFT werden störende Reflexionen verhindert.

Zum guten Ton bei Sharp LCD- TVs gehört mittlerweile auch der digitale 1-Bit-Verstärker. Die zweimal zehn Watt Ausgangsleistung aus den abnehmbaren Lautsprechern ermöglicht beeindruckenden Dolby Surround Sound.

Auch für die Zuspäher ist gesorgt. Über die digitale DVI-Schnittstelle lassen sich alle Audio- und Video-Signale komplett digital von DVD-Spielern oder -Recordern auf den Fernseher bringen und machen die neuen Aquos-Modelle damit zukunftssicher. Ebenso ermöglicht die DVI-I Schnittstelle auch den Anschluß eines PCs oder Notebooks und verwandelt die neuen Fernseher in einen Bildschirm für Präsentationen oder Diashows. Auch auf die Standard-Anschlüsse wie drei Scart-Eingänge, einen Komponenten-Eingang oder einen AV- und S-Video-Eingang muß nicht verzichtet werden. Selbstverständlich gewährt Sharp auch für die beiden neuen Design-Linien die Aquos-typische Garantie von drei Jahren. Die sechs neuen Modelle sind ab sofort lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: 5.999 Euro für das Modell LC-37GA3E/GA4E; 2.999 Euro für das Modell LC-32 GA3E/

Mit einer verbesserten Auflösung von 1.366 mal 768 Pixeln, einem höheren Kontrastverhältnis von 800:1 und einer gesteigerten Leuchtdichte präsentiert Sharp seine neue GA-Serie. Laut Hersteller ist dies eine der modernsten LCD-TV-Generationen weltweit. Ab sofort sind zwei neue Design-Linien mit jeweils drei Geräten mit Bildschirmdiagonalen von 65, 80 und 94 Zentimetern lieferbar.



GA4E sowie 1.999 Euro für den LCD-TV LC-26GA3E/GA4E.

Die Einführung der neuen Modelle wird von einer großen Marketing-Kampagne unterstützt. Für den Fachhandel wird Sharp werbewirksames Point-of-Sale-Material zur Verfügung stellen.

Große Aquos Werbekampagne

Sharp, weltweiter LCD-TV-Marktführer, startet in Zusammenarbeit mit der US-amerikanischen Kreativagentur Wieden+Kennedy eine globale Aquos LCD-TV-Kampagne zur weiteren Steigerung des Weltmarktanteils und zur Stärkung der Marke. Unter dem Claim „More to see“ lenkt die zunächst von September bis Dezember laufende Kampagne das Augenmerk vor allem auf die überragende Bildqualität und die brillanten Farben der flachen Sharp Aquos LCD-Fernseher. Sharp bietet die umfassende Palette an Modellen in den unterschiedlichsten Bildschirmdiagonalen. Darunter Highlight-Produkte wie den neuen 45-Zoll LCD-Fernseher LC-45GD1. Neben 113 Zentimetern Bildschirmdiagonale, voller 16:9 HDTV-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Pixeln bietet er weitere bemerkenswerte Features, wie zum Beispiel 1-Bit-Digitalverstärker, DVB-T-Tuner, digitalen DVI-I-Eingang und einen PC-Card-Slot. Zur Umsetzung der Kampagne wählt Sharp einen kompletten Marketing-Mix aus Werbung, PR, Websites und Pro-

duktlaunch begleitenden Promotion-Aktionen am Point of Sale. Die Gestaltung der Anzeigen in den Printmedien setzt auf Kombination des Motivs Aquos LCD-TV mit Fernsehzuschauern, inszeniert in realistischen Lifestyle-Szenen, um den Blick auf das Produkt zu lenken. Sharp wird in Deutschland auch im Medium Fernsehen aktiv. Wieden+Kennedy entwickelte hierfür vier TV-Spots im 30- und 60-Sekunden Format.

Michael Kurpiers, Marketingleiter Consumer Electronics der Sharp Electronics (Europe) GmbH: „Mit dieser Kampagne wollen wir ein klares Zeichen setzen. LCD-TV, vor einiger Zeit noch ‚Fernsehen der Zukunft‘ genannt, ist heute endgültig in den deutschen Wohnzimmern angekommen. Mit einer starken Präsenz in allen Medien wollen wir für unsere Partner im Handel den Boden für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft bereiten.“

Der weltweite Markt für LCD- TVs ist einer der am stärksten expandierenden Märkte der Consumer Electronics. Nach Herstellerangaben wächst der Bedarf an hochqualitativen Flüssigkristall-Fernsehern von siebeneinhalb Millionen Stück 2004 auf zwölf Millionen Fernseher im Jahr 2005. Sharp ist nach Angaben des amerikanischenMarktforschungsunternehmens DisplaySearch derzeit mit einem Marktanteil von über 25 Prozent unangefochtener Marktführer in diesem Segment.

miz



Sharps neueste LCD-TV-Serien kommen aus der Fertigungsstätte in Kameyama City, eine der weltweit modernsten für LCD- TVs.

DVD- und Videorecorder in einem Gerät

Mit dem neuen DVD-Recorder/HiFi-Videorecorder DV-RW250S bringt Sharp die ideale Lösung für Besitzer umfangreicher Videosammlungen in den Markt. Aufnahme auf Video oder DVD oder ein Überspielen nicht kopiergeschützter Medien von VHS auf DVD gestalten sich damit ganz unkompliziert. Beide Komponenten des Kombi-Gerätes bestechen durch ihre Features: Der integrierte DVD-Recorder zeichnet in vier wählbaren Aufnahmemodi bei gewähltem EP-Modus maximal sechs Stunden Filmmaterial pro DVD im DVD-R/RW-Format auf. Beim Abspielen setzt Sharp auf Vielfalt, verarbeitet werden die gängigen Formate wie DVD+R/+RW, VCD, SVCD, JPEGm WMA, MP3, CD und CD-R/-RW.

Den VHS-Part übernimmt ein moderner 6-Kopf-HiFi-Videorecorder mit einem Tuner für 80 Programmplätze und einer komfortablen Aufnahmefunktion für acht Programme pro Monat und acht Timeraufnahmen pro Jahr. Bei der Wiedergabe zählt für Sharp nicht ausschließlich das Bild. Dolby Digital Surround, Virtual-Surround MPEG2 und AC3 down mix garantieren brillanten Klang, bei Bedarf auch über den digitalen koaxialen Ausgang zur hochwertigen Home Cinema Anlage. Neben zwei Scart-Anschlüssen und einem analogen Stereo-Ausgang verfügt der DV-RW250S über einen Front-S-Video/AV-Eingang der Vorderseite des Gerätes, um dort schnell und bequem zum Beispiel einen Camcorder anzuschließen.

Die DVD-Recorder /HiFi-Videorecorder-Kombi DV-RW250S ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 599 Euro.



Pioneer präsentiert Plasma-Displays der fünften Generation

„Pure-Vision“ und HDTV

Pioneer geht mit drei neuen Plasma-Modellen der „Pure Vision“-Serie in die HDTV-Offensive. Neben einem Farbspektrum von sieben Millionen Farben verfügen die Pioneer Plasma-Displays über eine Reihe neuer patentierter Technologien.



Die fünfte Generation der Pioneer-Plasma-TVs ist noch leichter, schlanker und leistungsfähiger. Durch die optimierte HDTV-Unterstützung bietet sie eine maximale Zukunftssicherheit. Die neuen XD-Modelle sind außerdem auch für das terrestrische Digitalfernsehen DVB-T gerüstet.

Das Modell PDP-505XDE hat eine 50-Zoll-Bildschirmdiagonale und

der PDP-435XDE eine Diagonale von 43". Beide Modelle sind mit einem integrierten DVB-T Empfangsteil für den Empfang von terrestrisch ausgestrahlten Programmen ausgestattet. Zudem verfügen sie über ein Common Interface Slot für den Empfang von Pay-TV-Angeboten. Beide Modelle sind mit einem optischen Digitalausgang für den Anschluß des Receivers

an bestehendes Surround-Home-Theatre und einem externen Medien Receiver mit Home Gallery Funktion ausgestattet.

Das Modell PDP-435FDE ist ein Basis-Modell, ebenfalls mit Medien Receiver, jedoch ohne Home Gallery Funktion. Zudem ist das Gerät mit einem DVB-T Receiver und einem PC-Anschluß ausgestattet.

gen auf der Frontscheibe, wodurch sich bei der Betrachtung in hellen Räumen der Kontrast der Bildfläche im Vergleich zu älteren Pioneer Plasma-Modellen um ca. 20 Prozent verbessert.

Pioneers Plasmas sind HDTV-kompatibel und arbeiten mit den beiden High Definition-Video Formaten 1080i und 720p (die HDTV-Signale von Euro1080 werden in 50Hz und 1080i (1080 Bildzeilen im Zeilensprungverfahren) übertragen. Darüber hinaus bietet die HDMI-Schnittstelle (High Definition Multimedia Interface) die Möglichkeit, digitale Video- und Audioquellen über ein einziges Kabel zu übertragen, so daß eine hervorragende digitale Bild- und Tonqualität ohne Signalverzerrung gewährleistet wird.

High-Fidelity-Sound

Die neuen Pioneer Lautsprecher lassen sich bis zu 20° nach vorne und bis zu 10° nach hinten anwinkeln, um den Raum je nach Größe optimal beschallen zu können. Es sind zwei unterschiedliche Lautsprechergrößen erhältlich. Die große Lautsprecherausführung wird seitlich am Display angebracht und ist an die Höhe des Displays angepaßt. Die kleinen Lautsprecher können entweder seitlich am Bildschirm oder als einzelne verbundene Einheit unterhalb des Displays angebracht werden.

Ökonomisch

Die Pioneer Plasma-Geräte der fünften Generation sind dank Direct-Colour-Filter-Technologie die leichtesten ihrer Klasse. Die 50"-Geräte sind etwa fünf Kilo leichter, während die 43"-Modelle gegenüber den Vorgängermodellen etwa vier Kilo an Gewicht einsparen. Durch Optimierung der Ansteuerungselektronik wurde auch der Energieverbrauch weiter gesenkt. Mit über 60.000 Stunden Lebensdauer erreichen die neuen Panels das Vielfache der Lebensdauer eines herkömmlichen TV-Gerätes. Das Modell PDP435FDE ist seit September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 4.999 Euro. Die Modelle PDP-505XDE und PDP-435XDE sind ab Oktober lieferbar (UVP: 7.999 Euro und 5.999 Euro).

„Um Entertainment zu Hause auf einem ganz neuen Niveau zu erleben, entscheiden sich immer mehr

Hochauflösendes Fernsehen

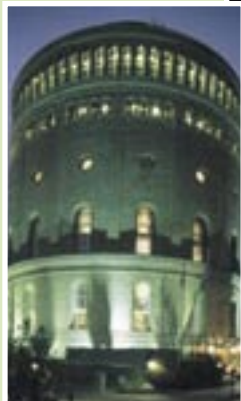
Seit dem 1. Januar 2004 ist Euro 1080 der erste europäische TV-Sender, der seine Inhalte wie Sport, Musik, Live-Sendungen und kulturelle Veranstaltungen im HDTV-Format ausstrahlt. Dank fortlaufender Investitionen in die XGA-Technologie sind Pioneer PureVision-Plasmabildschirme bereits heute HDTV-fähig.

Für die europäische Audiovisio-Welt stellt HDTV, das in den USA und in Japan bereits ein großer Erfolg ist, eine echte Revolution dar. Gegenwärtig sind in Europa lediglich TV-Quellen mit Standardauflösung erhältlich, entweder über terrestrisches, Kabelf- oder Satellitenfernsehen oder in Form von Videokassetten/DVDs. Durch eine Kombination von echter XGA-Auflösung und Plasmazeilen in Deep Waffle Rib-Struktur erreicht Pioneer eine sehr hohe Auflösung des Bildes und stellt eine originalgetreue Bildwiedergabe und ausgezeichnete Helligkeit sicher. Pioneers Plasma-Displays arbeiten mit den beiden branchenüblichen Formaten 1080i und 720p.

Pioneers Pure Drive wird außerdem durch eine überlegene Bildschirmtechnologie unterstützt, die sich auf wichtige Innovationen gründet wie High Definition Technology, die die Wiedergabe hochauflösender Bilder ermöglicht, Deep Waffle Rib Structure, die ein intensives Farberlebnis sicherstellt, und Pure Colour Filter II, die minimale Reflexionen und maximale Farbtiefe ermöglicht.

Erfolgreiche Roadshow 2004

Pioneer hat von Ende August bis 17. September mit einer Roadshow in neun deutschen Städten gastiert. Präsentiert wurden zahlreiche Produkt-Highlights: von der neuesten Generation der Pioneer-Plasma Fernseher bis zu den progressiven Pioneer-In-Car-Multimedia-Systemen. Stefan Schiller, General Manager Marketing, zeigte sich mit dem Verlauf der Vorstellungen und der Besucherfrequenz sichtlich zufrieden: „Die Pioneer Roadshow entwickelt sich zu einem hervorragenden Instrument zur Stärkung unserer Handelsbeziehungen. Der Handel nutzt unser Angebot gerne, um seine Verkaufsmannschaft mit gezielten Schulungen zum Thema Home Entertainment und In-Car Entertainment zu qualifizieren. Pioneer geht hier mit dem Bedürfnis des Handels konform, für eine breitere Basis an qualifizierten Mitarbeitern zu sorgen. Neben den gut besuchten Schulungsmaßnahmen reagierte der Handel



Die Pioneer Roadshow im Kölner Edelhofel „Wasserturm“ war, wie auch die anderen Vorstellungen in acht weiteren deutschen Städten, gut besucht.

äußerst euphorisch auf die neu vorgestellte Generation von Plasma-Displays, welche sowohl technisch als auch im Preis-/Leistungsverhältnis voll überzeugen konnte. Wir freuen uns über die rege Teilnahme seitens des Handels und sehen gemeinsam einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft entgegen.“

Klares Bild

Dank des neuen „Advanced Super Clear Drive Systems“ können über sieben Milliarden Farben dargestellt werden. In diesem neuartigen System wird erstmals die „Dynamic Bright-Up Processing“-Technologie angewandt. Dabei wird die Helligkeit dynamisch gesteuert, indem Durchschnitt und Verteilung der Helligkeitswerte auf der Bildfläche permanent überwacht werden. Dies führt zu einer Aufhellung von Bereichen mittlerer Helligkeit, die den Großteil eines Bildes ausmachen. Beachtlich hierbei ist, daß der Stromverbrauch auf einem unverändert niedrigen Niveau bleibt.

Die „MPEG Noise Reduction“ verbessert die Bildqualität, indem sie das MPEG-typische Mosaikrauschen wirksam reduziert. Der Dynamic HD Converter konvertiert Videosignale in das für hochauflösende Bildschirme optimale Format. Durch den „Direct Colour“ Filter wird die Verwendung von Glas für den Frontfilter der Plasmafläche überflüssig. Die Entwicklung von störendem Streulicht, welches sich bisher zwischen Frontfilter-Glasscheibe und Plasmafläche bilden konnte, wird somit verhindert. Außerdem reduziert der Colour Filter Lichtspiegelun-

Benutzer für einen Großbildfernseher. Digitale, hochauflösende TV-Programme und Kinofilme ermöglichen auf diesen Displays ein wesentlich beeindruckenderes, schärferes Bild. Mit Einführung der Plasma-Displays der fünften Generation unterstreicht Pioneer sein Bekenntnis zur HDTV-Zukunft und treibt die digitale Revolution im Home Entertainment weiter voran“, so Stefan Schiller, General Manager Marketing, Pioneer Electronics Deutschland GmbH. miz

Interview mit Jörn Taubert, Divisional Director Consumer Marketing, Sony Deutschland GmbH

Highlights auf der photokina

Sony zeigt auf der photokina auch in diesem Jahr wieder große Präsenz. PoS-MAIL sprach mit Jörn Taubert, Divisional Director Consumer Marketing, über die Bedeutung der Messe für das Unternehmen und über die Highlights, die den Besucher erwarten.*

PoS-MAIL: Herr Taubert, welche Schwerpunkte setzt Sony dieses Jahr auf der photokina?

Jörn Taubert: Im Grunde liegt der Schwerpunkt auf drei Hauptthemenbereichen: Camcorder, High Definition und Digital Still Camera. Im Camcorder-Bereich spielt die Vernetzung eine wichtige Rolle. Zudem präsentieren wir mit dem HDR-FX1 den ersten HDV Camcorder. HDTV wird immer wichtiger, auch hier sehen wir uns als Trendsetter. Im Bereich Digitalkameras setzen wir Akzente mit den neuen L-, T- und V-Serien. Die Kooperation mit Carl Zeiss ermöglicht neue Ansätze, von denen beide Unternehmen profitieren werden.

PoS-MAIL: Wie schätzen Sie das Marktpotential von Camcordern und das von Digitalkameras nach der photokina ein?

Jörn Taubert: Ich denke, für das Weihnachtsgeschäft ist ein Boom voraussehbar. Es kommen viele neue DSC-Modelle, insgesamt ist mit einem fünfzigprozentigen Marktwachstum zu rechnen. Dieses Segment wird sich sehr preisstabil entwickeln. Auch das Camcorder-Angebot wird um fünf bis zehn Prozent wachsen. Die Preisentwicklung ist hier jedoch noch nicht vorhersehbar.

PoS-MAIL: Denken Sie, daß die Entwicklung des HD-Camcorder Marktes auch dem Markt für HDTV-Geräte neue Impulse vermitteln wird?

Jörn Taubert: Sicherlich. Nachdem der Euro 1080 den Testbetrieb bereits im Januar dieses Jahres aufgenommen hat, bietet nun auch Astra eine HDTV-Sendeschleife, die es dem Handel ermöglicht, diesen hochwertigen Standard vorzuführen. Hier muß der Handel seine Chancen wahrnehmen, dem Kunden die Qualität dieses neuen Fernseh-Erlebnisses nahezubringen.



PoS-MAIL: Der Sony-Stand auf der photokina erinnert sehr an den Stand auf der diesjährigen CeBIT. Inwiefern hat sich das Konzept bewährt?

Jörn Taubert: Mit diesem Konzept bieten wir dem Besucher die Möglichkeit, die Sony-Welt zu erleben. Der Stand ist offen und übersichtlich. Neben den Produkt-Innovationen steht die Vernetzung im Mittelpunkt, die in allen Bereichen stattfindet und deren Möglichkeiten ständig weiterentwickelt werden.

PoS-MAIL: Was sollte ein Händler Ihrer Meinung nach leisten, um mit den zeitgemäßen Entwicklungen Schritt zu halten?

Jörn Taubert: Die Unterhaltungselektronik wird digital, die Produktionszyklen werden schneller, damit wird auch ein schnellerer Preisverfall nicht zu verhindern sein. Das sind die Fakten. Der Handel muß dem Konsumenten ein Einkaufserlebnis schaffen. Wenn das dem Handel – natürlich auch mit Unterstützung der Hersteller – gelingt, werden alle Beteiligten davon profitieren.

PoS-MAIL: Warum sollte der Handel auf einen Besuch auf der photokina und am Sony-Stand nicht verzichten?

Jörn Taubert: In einem „Nicht-IFA-Jahr“ ist die photokina die beste Alternative, sich konzentriert an einem Ort und mit minimalem Zeitaufwand einen Überblick über den Stand der neuesten Technologien zu verschaffen. Dem Fachhandel bietet sich somit die Möglichkeit, das Leistungsangebot der Hersteller zu vergleichen. Wir sind führender Marktanbieter in vielen Segmenten und freuen uns auf gute und informationsreiche Kundengespräche.

PoS-MAIL: Herr Taubert, vielen Dank für dieses Gespräch.

*Das komplette Interview mit Jörn Taubert finden Sie unter <http://discover-sony.tv>

Nie mehr in die Röhre schauen!

www.ingrammicro.de/tv



Sharp LC-15B4E

Format: 15 Zoll / 38 cm (4:3)
Auflösung: 640 x 480 VGA
Kontrast: 500:1
Helligkeit: 430 cd/m²
Top Teletext mit 252 Seiten

EUR **749,-***

36 Monate Vor-Ort-Austausch

Art.-Nr.: B89Z300



V7 Videoseven LTV 20D

Format: 20.1 Zoll / 51,5 cm (4:3)
Auflösung: 800 x 600 SVGA
Kontrast: 500:1
Helligkeit: 500 cd/m²
Reaktionszeit: 16 ms

EUR **749,-***

24 Monate Vor-Ort-Service (Pick-Up)

Art.-Nr.: J15Z745



Iiyama Pro Lite C510T

Format: 20.1 Zoll / 51 cm (4:3)
Auflösung: 640 x 480 VGA
Kontrast: 500:1
Helligkeit: 450 cd/m²
Reaktionszeit: 16 ms

EUR **759,-***

36 Monate Vor-Ort-Austausch

Art.-Nr.: R36Z038



Sony KLV-26HG2

Format: 26 Zoll / 66 cm (16:9)
Auflösung: 1.280 x 768 WXGA
Helligkeit: 450 cd/m²
Top Teletext mit 250 Seiten
Wega Engine Technologie

EUR **3.099,-***

24 Monate Pick Up & Return-Service

Art.-Nr.: 5583617



Hitachi 28LD5000

Format: 28 Zoll / 71 cm (16:9)
Auflösung: 1.280 x 768 (WXGA)
Helligkeit: 450 cd/m²
2 x 12 Watt Lautsprecher

EUR **2.999,-***

12 Monate Bring-in-Service

Art.-Nr.: 6950236



Viewsonic N3000W

Format: 30 Zoll / 75 cm (15:9 umschaltbar 4:3, 16:9)
Auflösung: 1.280 x 768 WXGA
Kontrast: 500:1
Helligkeit: 500 cd/m²
Reaktionszeit: 16 ms
PIP-Funktion

EUR **2.499,-***

24 Monate Return-to-Base-Service

Art.-Nr.: B920435



Toshiba 32 WL 46 P

Format: 32 Zoll / 82 cm (16:9)
Auflösung: 1.366 x 768 WXGA
Kontrast: 800:1
Helligkeit: 500 cd/m²
Mega Teletext mit 2.100 Seiten

EUR **4.499,-***

24 Monate Bring-in-Service

Art.-Nr.: 404ZM21

Auftragsannahme:
Tel.: 0 89/42 08 - 16 66
Fax: 0 89/42 08 - 15 55

Erstbesteller:
Tel.: 0 89/42 08 - 12 58
Fax: 0 89/42 08 - 13 76

Online bestellen:
www.ingrammicro.de/imorder

*UVP inkl. MwSt.

**INGRAM
MICRO®**

Neue Lumix-Digitalkameras mit eigenen Präsentationsmodulen

PANASONIC ERGÄNZT SHOP-IN-SHOP-SYSTEM

Panasonic stockt das seit zwei Jahren im Handel befindliche Shop-in-Shop-System um weitere Module auf. Pünktlich zur Markteinführung der neuen Lumix-Modelle stehen für die Panasonic Digitalkameras zwei hochwertige Vitrinen parat: eine funktionale Stand-/Wandlösung, die auch für Panasonics Digital Camcorder genutzt werden kann, sowie eine kleinere, abschließbare Version für das Schaufenster oder den Verkaufstresen.

Mit ihrem attraktiven Design und edlen Materialien knüpfen beide nahtlos an die bereits etablierten Module an. Zunächst hat Pana-



Die Lumix-Vitrine bietet ausreichend Raum, um die neuen Digitalkameras in Szene zu setzen. Dank einer Spiegel-Rückwand ist auch die rückseitige Ansicht der Produkte möglich. Hier kann optional ein LCD-Monitor zum Abspielen von Informationen aufgehängt werden.

sonic 50 Schwerpunkthändler mit den neuen Displays ausgestattet. „Wir sind uns sicher, mit den beiden neuen Lumix-Displays die Hochwertigkeit unserer Digitalkamera-Modelle am Point of Sale herausstellen zu können und dem

Handel damit ein attraktives Abverkaufssortiment an die Hand zu geben“, so Michael Langbehn, Panasonic Manager Marketing Support & PR.

Mit knapp einem Meter Breite und 1,4 Meter Höhe bietet die große Lumix-Vitrine ausreichend Raum, um die neuen Digitalkameras wirkungsvoll in Szene zu setzen. Die Geräte werden auf einer unterleuchteten Acrylglasfläche attraktiv inszeniert. Die Spiegelrückwand erlaubt dabei auch rückseitige Ansichten der Produkte. Hier kann optional ein LCD-Monitor zum Abspielen von Infofilmen angehängt werden. Unterhalb der ersten Prä-

sentationsebene befinden sich vier Acrylhalter für Produktschilder. Diese stehen im Log-in-geschützten Händler Extranet (<http://www.business.panasonic.de>) zur Verfügung. Das Prinzip hat sich laut Aussagen von Panasonic bewährt. Ohne großen Aufwand kann der Händler bei wechselnder De-

koration die Shop-in-Shop-Module selbstständig auf den neuesten Stand bringen. Universelle Prospekthalter an der Frontklappe halten zudem Werbemittel im DIN lang- und DIN A4-Format in ausreichender Zahl griffbereit.

Auf einer zweiten Präsentationsebene ist eine beleuchtete Vitrine zu finden, die über die große, verschließbare Frontklappe zugänglich ist. Hier läßt sich optimal das umfangreiche Lumix-Zubehör zur Schau stellen.

Alternativ empfehlen sich die Lumix-Digitalkameras in der kleinen Vitrinen-Version zur Verkaufspräsentation. Mit Abmessungen von 41 x 23 x 21 Zentimetern (BxHxT) findet diese bequem in Schaufenstern und auf Verkaufstresen Platz. Die Vitrine mit bordeauxfarbenem Sockel und abschließbarer Acrylhaube ist für drei Lumix-Kameras ausgelegt, die auf der unterleuchteten Acrylglasfläche schlicht und schön zur Geltung kommen.

miz



Auch in der kleineren Vitrinen-Version können die Lumix-Digitalkameras effektiv platziert werden. Dank ihrer schmalen Abmessungen von 41 x 23 x 21 Zentimetern eignet sich diese insbesondere für die Ausstellung im Schaufenster oder auf dem Verkaufstresen.

Panasonics Webauftritt erhält red dot award

Panasonic erhält für seinen Online-Auftritt unter www.panasonic.de den begehrten red dot award: communication design 2004. Insgesamt 2.936 Arbeiten aus 27 Ländern bewarben sich in diesem Jahr in zehn Kategorien um den „red dot award“. 229 Beiträge bestanden vor der Jury. Panasonic ist es mit seinem Online-Konzept gelungen, Massenkommunikation für eine breite Zielgruppe optisch wie inhaltlich attraktiv und mit Mehrwert zu gestalten. Handel, Presse, Privat- und Geschäftsleute der unterschiedlichsten Altersgruppen finden hier aufschlußreiches Informationsmaterial rund um das Unternehmen und dessen Produkte. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg im Juli/August 2004 die Zahl der Visits um 44 Prozent, die Seitenaufrufe sogar um 50 Prozent. Die Marke präsentiert sich heute im Panasonic Europe-Online-Netzwerk aus einem Guß und bietet eine optisch durchgängige Besuchertour vom Europa-Portal zu den lokalen Märkten. Die weite Verbreitung der Breitbandtechnik in Europa nutzt Panasonic für eine verstärkt animierte Aufbereitung der Inhalte. Die Verantwortlichen bei der Panasonic Deutschland GmbH, Thomas Dobberstein und Mareile Rumann von der Abteilung IT Innovation, arbeiteten für die Gesamtkonzeption und Entwicklung der Guidelines mit der Londoner Agentur de-construct zusammen. Den deutschen Panasonic-Auftritt setzten Proximity, Hamburg, und Casisoft, Detmold, um.

Am 3. Dezember 2004 wird die Panasonic Deutschland GmbH den red dot award: communication design 2004 in der Philharmonie Essen entgegennehmen.

-  **Ständig neue Nachrichten**
-  **Kostenlose Kleinanzeigen**
-  **Downloads**
-  **Heftarchiv**
-  **der grosse foto-katalog**
- Produktdatenbank**

www.cat-verlag.de



>> Eine Kamera für alle Gelegenheiten <<

Die DuoCam VP-D6050i
von Samsung

In der zweiten Generation der DuoCam-Familie hat Samsung die hochwertigen technischen Features aus den Bereichen des digitalen Filmens und Fotografierens in der VP-D6050i vereint. Zusätzlich wurde das neue Modell um 30 Prozent gegenüber der Vorgängervariante DuoCam VP D5000i verkleinert.



Einfach per Knopfdruck verwandelt sich die DuoCam VP-D6050i von einer 5-Megapixel-Digitalkamera in einen MiniDV-Camcorder und umgekehrt. Der schwenkbare 2,5-Zoll-LCD-Bildschirm mit einer Auflösung von 200.000 Pixeln erleichtert dem Anwender die Aufnahme von Fotos und Videofilmen sowie deren spätere Betrachtung. Aufgrund der übereinanderliegenden Objektive konnte die Kamera mit den Maßen 66 x 96 x 140 mm (B x H x T) noch kompakter gestaltet werden. Das 3fach-Zoomobjektiv der Digitalkamera wird durch einen zwölffach digitalen Zoom erweitert. Der Brennweitenbereich des Objektivs reicht von 7,7 bis 23,1 mm (entspricht 38 bis

113 mm im KB-Format). Die Bildspeicherung erfolgt in den Formaten JPEG und TIFF. Der 4-in-1-Multi Memory Card Slot unterstützt die vier Speichermedien Memory Stick, Memory Stick Pro, Secure Digital Card und Multi Media Card. Weiterhin wurde die Kamera mit einem Pop-up-Blitz und dem Pict-Bridge-Standard ausgerüstet. Bedienungsfunktionen wie Verschlusszeiten- oder Blendenaomatik kann der Anwender auch manuell einstellen. Über einen USB 2.2-Port können die digitalen Bilddaten bequem auf den Rechner übertragen werden. Die Einstellung der verschiedenen Features erfolgt über die Menüführung, die in Deutsch

und fünf weiteren Sprachen zur Verfügung steht. Die Mini-DV-Einheit bietet ein 10fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 2,7 bis 27 mm (entspricht 33,2 bis 663,5 mm im KB-Format). Für gelungene Aufnahmen auch unter schlechten Lichtverhältnissen sorgt die von Samsung

entwickelte Power-Night-Capture-Funktion. Darüber hinaus unterstützt das High-Tech-Komputergerät Videoclips im MPEG4-Format, die bequem auf Flash-Memory-Karten gespeichert werden können. Der DuoCam VP-D6050i nimmt Videos in QVGA-Auflösung mit zehn Bildern pro Sekunde auf. Das Gerät verfügt unter anderem über Anschlüsse für den AV-Ein- und -Ausgang, S-Video und ein externes Mikrofon.

Weiterhin wurde der Camcorder mit dem DIS-Bildstabilisator, neun digitalen Effekten und einer Gegenlichtkorrektur ausgestattet. Zum Zubehör der DuoCam gehören ein Netzteil, ein Akku, ein 16 MB Memory Stick und CDs mit USB-Treibern sowie Bildbearbeitungssoftware. epe

Das Samsung DuoCam-Konzept setzt sich durch

Im vergangenen Jahr hat Samsung auf der CeBIT 2003 und der IFA erstmals sein Konzept eines Camcorders, der gleichzeitig eine vollwertige Digitalkamera ist, der breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Im Jahr 2003 wurden knapp 50 Prozent mehr DuoCam I verkauft, als der Hersteller ursprünglich geplant hatte. Und 2004, als die DuoCam II schon in den Medien zu sehen war und die DuoCam I mit der drehbaren Optik nur noch abverkauft werden sollte, war die Nachfrage rund 20 Prozent größer als erwartet.

Stefan von der Bank, Corporate Marketing Manager, Samsung Electronics GmbH, erklärt dazu: „Die Medien, ein breit angelegtes PoS-Promotion Programm und die tatkräftige Unterstützung des Handels haben diese erfolgreiche Positionierung eines völlig neuen Produkts möglich gemacht.“

Mit den beiden für Foto und Video übereinanderliegenden Objektiven ohne Schwenk- und Drehmechanismus ist die DuoCam II deutlich kompakter. Obwohl das Sommergeschäft mit der neuen DuoCam II – die Markteinführung erfolgte erst im Juli 2004 – nicht bedient werden konnte, ist nach Angaben des Unternehmens heute schon abzusehen, daß die Nachfrage auch in diesem Jahr die Erwartungen des Herstellers deutlich übersteigen wird.

„Grund genug für uns, das Konzept und die für viele immer noch neue DuoCam II auf der photokina einem breiten film- und fotobegeisterten fachkundigen Publikum zu präsentieren. Nur ein einziges Gerät, das gleichzeitig optimal fotografieren und filmen kann, erfüllt nicht nur die Träume von jungen Vätern und Müttern, die die ersten Schritte des Nachwuchses für später festhalten wollen“, erläutert Stefan von der Bank.

Auf der photokina wird die DuoCam II auf dem Samsung-Stand in Halle 2.2, Gang B20/C29, zusammen mit den neuesten Digitalkameras von Samsung Opto-Electronics sowie filmenden und mit bis zu einem Megapixel fotografierenden Samsung Mobiltelefonen zu sehen sein.

Samsung SGH-P730 mit
Megapixel-Kamera

Samsung Electronics hat mit dem SGH-P730 ein neues Handy vorgestellt, das sich unter anderem durch eine integrierte Digitalkamera mit Megapixel-Auflösung und ein 262.000-Farben-Display auszeichnet. Das Triband-Klappenhandy ermöglicht Foto- und Videoaufnahmen, die per GPRS (Klasse 8) verschickt werden können. Umfangreiche Organizer-, Anrufmanagement und Personalisierungsfunktionen sowie ein üppiger Speicher (50 MB für Fotos und Videos, bis zu 2.000 Telefonbucheinträge) runden die Ausstattung ab. Das SGH-P730 hat die Abmessungen 94 x 45 x 26 mm und wiegt 123 Gramm. Die Gesprächszeit wird vom Hersteller mit maximal 5,5 Stunden, die Standby-Zeit mit maximal 310 Stunden angegeben.



Durch die übereinander angeordneten Objektive konnte die Größe der VP-D6050i auf 70 Prozent der Größe des Vorgängermodells reduziert werden.

Ingram Micro mit 40 neuen Auszubildenden in diesem Jahr

Insgesamt 40 Neuzugänge haben Anfang September ihr Berufsleben bei der Ingram Micro gestartet. Über 100 junge Menschen werden derzeit in zehn verschiedenen Berufen sowohl in der Firmenzentrale in Dornach bei München als auch im niederbayerischen Straubing ausgebildet. Damit liegt Ingram Micros Ausbildungsquote bei elf Prozent und somit vier Prozent höher als die von der Bundesregierung geforderte Quote. Seit über zehn Jahren betrachtet Ingram Micro es als lohnende Investition in die Zukunft, regelmäßig eine zunehmende Anzahl an Auszubildenden einzustellen und in eine qualifizierte Festanstellung zu übernehmen. Die Übernahmequote lag in den vergangenen Jahren bei 80 Prozent.

300 Tage Delphi Grundig – Integrationsphase ist beendet

Rund 300 Tage nach der Übernahme von Grundig Car InterMedia System durch Delphi, einen der weltgrößten Zulieferer für Fahrzeugelektronik, ist die Integrationsphase in das weltweite Unternehmens-Netzwerk so gut wie beendet. Pünktlich zu Beginn der internationalen Leitmesse Auto-mechanika in Frankfurt, sind alle Prozesse reibungslos aufeinander abgestimmt worden. „Es hat sich bereits lange vor dem Ende der Integrationsphase gezeigt, daß extrem viele Synergien zwischen den Geschäfts-Aktivitäten von Grundig Car InterMedia System und Delphi bestehen. Wir sind nun in der Lage, auf die globale Erfahrung und die Ressourcen des Delphi-Konzerns zugreifen zu können. Des weiteren sind wir mit der neuen Marke Delphi Grundig auf dem besten Weg, zu einem der führenden Anbieter für Mobile Multimedia in Europa zu werden“, so Udo Krauss, Director Mobile Media Europe bei Delphi Grundig, zur aktuellen Situation.

ElectronicPartner mit Umsatzentwicklung über Vorjahr

ElectronicPartner hat das erste Halbjahr 2004 in allen mehrheitlich kontrollierten Landesgesellschaften (Belgien, Deutschland, Italien, Liechtenstein, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Schweiz) mit plus 5,7 Prozent abgeschlossen. Der Mitgliederumsatz wird per 30. Juni 2004 auf 1.711 Millionen Euro geschätzt. Dies ist ebenfalls ein Anstieg um 5,7 Prozent. Die Umsatzsteigerung von 5,7 Prozent setzt sich zusammen aus einer Steigerung von 1,8 Prozent in Deutschland und einem Zuwachs von 12,7 Prozent außerhalb Deutschlands. Die Zahl der Mitglieder stieg per 30.6.2004 um netto 113 Mitglieder (plus 2,3 Prozent) auf 5.074 Mitglieder. Hier stand ein Rückgang in Deutschland um 35 Mitglieder einem Zuwachs von 148 Mitgliedern außerhalb Deutschlands gegenüber. Für das zweite

Halbjahr wird mit einem abgeschwächten Wachstum gerechnet. Dennoch gibt sich der Vorsitzende der Geschäftsführung, Hartmut Haubrich, zuversichtlich, auch für das Gesamtjahr 2004 eine Umsatzsteigerung melden zu können.

Helene Metz feierte 80. Geburtstag

Helene Metz, Geschäftsführende Gesellschafterin der Metz Werke, Zirndorf, sowie Vorsitzende der Paul und Helene Metz-Stiftung, feierte am 2. September ihren 80. Geburtstag. Helene Metz wurde vor Jahren mit dem Bayerischen Verdienstorden und mit der Verdienstmedaille für die bayerische Wirtschaft ausgezeichnet. Ihr ganzes Handeln gilt dem Unternehmen und dem starken Einsatz für die Belange des Fachhandels. Im Kreise ihrer Familie, Freunde, Honoratioren der Branche und der Politik und ihrer Mitarbeiter fand der Geburtstagsempfang in ihrem Unternehmen statt.

Plus X Award mit neuem Medienpartner

Der Plus X Award, der in sieben Technologie-Sparten, unter anderem im gesamten Fototechnik-Bereich, herausragende Produkte für Innovation, Design und Bedienkomfort unterstützt, hat einen neuen Medienpartner: imaging+foto-contact, die größte Fachzeitschrift der Fotobranche, erweitert den Kreis der beteiligten Fachzeitschriften, zu denen mit PoS-MAIL bereits ein Magazin aus dem C.A.T.-Verlag gehört. Weitere Medienpartner des Plus X Awards sind unter anderem die Fachzeitschriften CE Markt, electro, mobile zeit und plugged sowie die Fernsehsender ZDF und 3sat. „Der Fotomarkt zeichnet sich zur Zeit durch dynamisches Wachstum aus“, erklärte Donat Brandt, Geschäftsführer der Media Society Networks und einer der Initiatoren des Awards. „Darum sind wir erfreut, daß mit imaging+foto-contact die in diesem Bereich führende Fachzeitschrift unser Partner wird.“ „Der Plus X Award konzentriert sich nicht nur auf technische Merkmale und Meßwerte, sondern prämiiert in einzigartiger Weise Produkte, die sich durch Innovation, Design und Bedienkomfort auszeichnen und damit einen echten Mehrwert für den Fachhandel und die Verbraucher darstellen“, begründete imaging+foto-contact Verleger Thomas Blömer die Entscheidung, die Auszeichnung als offizieller Partner zu unterstützen.

Philips gewinnt EISA Awards

Philips hat im Bereich Home Entertainment Produkte zwei Auszeichnungen der renommierten European Imaging & Sound Association (EISA) erhalten. Der Philips Flat TV 37PF9986 wurde zum „Europäischen LCD-Fernseher des Jahres 2004/2005“ gewählt. Der Philips Streamium SL4000i Wireless Multimedia Link erhielt den EISA Award „Europäisches New Media/Video-Produkt des Jahres 2004-2005“. Diese Auszeichnungen unterstreichen die wichtige Bedeutung von Philips bei Flachbildschirmen und kabellosen Technologien.

All-inclusive

ISDN-TK-Anlage AS 181

Spitzenleistung für bis zu 10 Teilnehmer

- Fernsteuerbare Funktionen, z.B. Licht, Heizung oder Garagentor steuern
- Haustür verwalten: Sprechen und Öffnen per Telefon
- integrierte Wartemusik
- Professionelle Kommunikations-Software TK-Suite:
- Kontaktdatenbank,
- Terminverwaltung,
- Kostenkontrolle,
- und Computertelefonie (CTI) serienmäßig

Die ISDN-TK-Anlage AS 181 von AGFEO.
It's all you really need!



Noch Fragen?
Info-Line: 0700 CALL AGFEO
(0700 2255 24336)
Fax: 0521/447 09-98 555

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

Zwei LCD-TVs:

Fisher 27LF1-C und SD29LT1

Auf vier Säulen basiert die Produktlinie der Anfang dieses Jahres wieder eingeführten erfolgreichen Fachhandelsmarke „Fisher“. Die beiden großformatigen LCD-TV-Modelle mit Bilddiagonalen von 69 cm und 74 cm bereichern das Produktangebot gleichzeitig in den zwei Kernbereichen „Heimkino“ und „LCD-TV“.

69 cm Fisher LCD-TV: „27LF1-C“

Das mit einem 69 cm großen Active Matrix LCD-TFT-Panel ausgestattete 27 Zoll LCD-TV-Gerät löst Bildinhalte mit 1280 x 768 Bildpunkten im Bildformat 16:9 (WXGA) auf. Der Helligkeitswert von 550 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 600:1 sorgen für die detailreiche und brillante Darstellung der Bildinhalte. Die weiten, möglichen Betrachtungswinkel von vertikal wie horizontal 170° garantieren Betrachtern beste Bildqualität auf unterschiedlichsten Positionen zum Bildschirm. Der integrierte Multi-Standard-Tuner unterstützt die Farbsysteme



PAL, SECAM, NTSC4.43, NTSC3.58, NAP und ist zu den Übertragungs-Standards BG, DK, I und LL kompatibel. Digitale Kammfilter und eine optische Bildsteuerung analysieren und konditionieren die Bildsignale dynamisch in Realtime. Die Bedienung erfolgt komfor-

tabil über ein grafisches, mehrsprachiges Bildschirm-Menü und die mitgelieferte Infrarot-Fernbedienung. Der Audio-Teil mit einem A2/NICAM-Klangsystem verfügt über BassXpander und 3D Surround. Die Ausgangsleistung beträgt 2 x 10 W (RMS). Die reichhaltige Ausstattung umfaßt das Videotext System TOP/FLOF mit 1.000 Seiten Videotext-Speicher, Energiesparmodus, Plug & Play, automatische Programmspeicherung und Sortierung für 100 Programmspeicherplätze, Kindersicherung, Einschlaf-Zeitschalter, Erinnerungsfunktion und Hotel Modus. Zur Verfügung stehen folgende Anschlüsse: Scart 1 (AV-in/out, RGB-in), Scart 2 (AV-in/out, RGB-in, S-Video-in), Video (1 x Cinch), Audio-Eingang (L/R Cinch/3,5 mm Klinke), Audio-Ausgang (L/R Cinch/3,5 mm Klinke), Kopfhöreranschluß und Antennenanschluß. Die Leistungsaufnahme beträgt im Betrieb 110 W und im Standby-Modus 4,3 W. Im Lieferumfang enthalten sind die Fernbedienung JXMSD und ein

Tischfuß. Optional verfügbar ist die Wandhalterung WMB0402. Die Abmessungen (B x H x T) betragen ohne Tischfuß 721,2 x 521 x 104,2 mm, mit Tischfuß 721,2 x 570 x 230,6 mm. Das Gewicht des Fisher TV 27LF1-C beträgt mit Tischfuß 14,2 kg und ohne 18,4 kg.

74 cm Fisher LCD-TV: „29LT1“

Auch der 29 Zoll große Fisher LCD-TV „SD29LT1“ mit Active Matrix LCD-TFT Panel und WXGA-Auflösung mit 1280 x 768 Bildpunkten beeindruckt durch seine leuchtenden Bilder. Das 16:9-Panel ist mit neuester Display-Technologie und wie der 27 Zoll-Bildschirm mit einem reflexionsarmen Protektionsglas ausgestattet, welches das LCD-Panel vor Beschädigung schützt und eine besonders einfache Reinigung ermöglicht. Für die höchstmögliche Bildqualität sorgen der Helligkeitswert von 450 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 600:1 sowie die weiten Betrachtungswinkel von vertikal wie

horizontal 170°. Der Fisher SD29LT1 mit integriertem TV-Tuner ist zugleich ein hervorragender Multimedia-Bildschirm: Über den zusätzlich integrierten digitalen DVI-I Eingang lassen sich Programminhalte verlustfrei, direkt vom PC oder einem DVD-Player mit DVI-Ausgang übertragen, darstellen. Ein Progressive Scan Modus über den Komponenten-eingang unterstützt die hochwertige Darstellung analoger Signale. Zur umfangreichen Ausstattung gehört der komfortable Bild-in-Bild-Modus, mit dem man das Fernsehprogramm in voller Größe genießen kann, während in einem kleineren, in drei Größen skalierbaren Fenster das Programm weiterer angeschlossener Video-Quellen (DVD, VHS oder PC) kontrolliert werden kann. Der SD29LT1 kann mit Hilfe einer optional erhältlichen Halterung an der Wand befestigt werden. Die seitlichen Lautsprecher sind abnehmbar, z. B. wenn ein separates Home-Cinema-System zur Soundwiedergabe eingesetzt wird.

„Full House“: Sanyo LC-TVs von 38 cm bis 76 cm

Brillant sind sie in vielfältiger Hinsicht: die Sanyo LCD-TVs in diversen Bildschirmgrößen vom noch relativ zierlichen 15 Zoll-Gerät bis hin zum großen heimkinotauglichen 30 Zoll-Bildschirm. Technisch ausgereift, komfortabel ausgestattet und einfach zu bedienen, ziehen die flachen LCD-TV-Geräte die



Sanyo LCD-TV 20LC3-C: 4:3-Bildformat, 51 cm Bilddiagonale, Aktive Matrix LCD-TFT-Panel, Multi-Standard-Tuner, 1.000 Seiten Videotext

Blicke auf sich und sind zunehmend die begehrte und elegante Alternative zum herkömmlichen Bildröhren-Fernseher. Die Ausstattung mit einem Helligkeitssensor bewirkt, daß das Bild automatisch an die Hellig-

keit der Umgebung angepaßt wird. Die weiten Betrachtungswinkel sorgen dafür, daß auch seitlich vom Gerät sitzende Zuschauer jederzeit ein optimales Bild genießen können. Die Bedienung über grafisches On-Screen-Display wurde besonders übersichtlich und benutzerfreundlich gestaltet. Ein effektiver Plug&Play-Modus ermöglicht einfache Installation und Inbetriebnahme. Der Sanyo 15LC3-C und der Sanyo 20LC3-C sind mit ihren Bildschirmgrößen von 38 cm und 51 cm und dem geringen Platzbedarf ideale, vielseitig einsetzbare Zweitgeräte, z. B. für die Küche oder das Schlafzimmer. Wie alle anderen Sanyo-Modelle sind sie mit einem digitalen Kammfilter und aktuellster Display-Technologie ausgestattet und lassen sich durch optional verfügbare Wandmontage variantenreich der Umgebung und dem Einsatzzweck anpassen. Der Sanyo 20LC3-C mit integriertem TV-Tuner, 51 cm Active Matrix LCD-TFT Panel und VGA-Auflösung mit 640 x 480

Bildpunkten erreicht eine Helligkeit von 450 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 500:1. Der Sanyo 15LC3-C mit integriertem TV-Tuner, 38 cm Active Matrix LCD-TFT Panel und XGA-Auflösung mit 1024 x 768 Bildpunkten erreicht eine Helligkeit von 500 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 300:1. Die Ausstattung und die Zusatzfunktionen dieser beiden kleineren Geräte entspricht zum überwiegenden Teil der reichhaltigen Ausstattung des großen 30 Zoll-Geräts.

76 cm Sanyo LCD-TV: „30LC3-C“

Das 30 Zoll große TV-Display im 16:9-Bildformat mit 76 cm Bilddiagonale ist mit einem Aktive Matrix LCD-TFT-Panel und integriertem Multi-Standard-Tuner mit 1.000 Seiten Videotext ausgestattet. Die Auflösung beträgt 1280 x 768 Bildpunkte, die Helligkeit 500 cd/m², das Kontrastverhältnis 500 : 1. Die weiten Betrachtungswinkel von

vertikal wie horizontal 170° erlauben dem Betrachter bei voller Bildqualität die freie Wahl der Position zum Bildschirm. Digitaler Kammfilter und optische Bildsteuerung sorgen für höchstmögliche Qualität. Der TV-Tuner unterstützt die Farbsysteme PAL, SECAM, NTSC4.43, NTSC3.58 und NAP und beherrscht die Übertragungsstandards BG, DK, I und LL. Das A2/Nicam Soundsystem stellt 3D Surround Klang mit einer Ausgangs-



Sanyo LCD-TV 30LC3-C: 16:9-Bildformat, 76 cm Bilddiagonale, Aktive Matrix LCD-TFT-Panel, Multi-Standard-Tuner, 1.000 Seiten Videotext

leistung von 2 x 10 W (Sinus) bereit. Bedient wird der Sanyo 30LC3-C komfortabel über die Fernbedienung und ein grafisches, mehrsprachiges Bildschirmmenü.

Die Ausstattung umfaßt zahlreiche Zusatzfunktionen: Videotext System TOP/FLOF, Seitenspeicher Videotext: 1000, Plug & Play Installation mit 100 Programmspeicherplätzen, Kindersicherung, Einschlaf-Zeitschalter, Erinnerungsfunktion, Hotel Modus, Energiesparmodus und automatische Bildkontrolle. Reichhaltig sind auch die Anschlußmöglichkeiten: Scart 1 (AV-in/out, RGB-in), Scart 2 (AV-in/out, RGB-in, S-Video-in), Video (1 x Cinch), 1 x Side Audio-Eingang (L/R Cinch / 3,5 mm Klinke), 2 x Side Audio-Ausgang (L/R Cinch / 3,5 mm Klinke), 2 x Kopfhöreranschluß und Antennenanschluß. Die Abmessungen ohne Tischfuß betragen (B x H x T) 908 x 495,5 x 108,4 mm und mit Tischfuß 908 x 557,7 x 220 mm, das Gewicht 17 kg (ohne Tischfuß) und 20,5 kg (mit Tischfuß). Optional verfügbar sind ein passender TV-Unterschrank LCD-30S1 und eine Wandhalterung.

Flachdisplays: MODELLE • MACHER • MÄRKTE

Samsung: LCD-TV Boom durch sinkende Panel-Preise

Wie Samsung Electronics Taiwan kommentiert, sind die Preise für LCD-Panels auf ein Niveau abgesunken, das für die Hersteller zu empfindlichen Gewinneinbußen führt. Preisreduktionen bei den Endprodukten werden die unvermeidliche Folge sein. Dies wird nach Ansicht von Samsung jedoch in der zweiten Jahreshälfte 2004 eine größere Anzahl von Konsumenten zum Umstieg von CRT-Fernsehern auf LCD-TVs bewegen und damit über die steigende Nachfrage die Preisentwicklung wieder stabilisieren.

Panasonic erhöht monatliche PDP-Produktion auf 130.000

Statt wie ursprünglich geplant im April 2005, kann Panasonic laut einer Mitteilung des Unternehmens schon zum Jahresende den monatlichen Produktionsausstoß seiner Osaka Plant von bisher 90.000 auf 120.000 Einheiten Plasma-Panels erhöhen. Außerdem wird Panasonic 95 Billionen Yen in den Bau einer weiteren Produktionsstätte zur Herstellung großformatiger Plasma-Displays investieren.

Preise für TFT-Panels merklich gefallen

Wie DisplaySearch mitteilt, sinken die Verkaufspreise für 15- und 17-Zoll LCD Monitore zur Zeit jeden Monat um ca. 10 US Dollar. Die Preise für TFT-Panels sind seit Juli um knapp 30 Prozent gefallen. Die Ursachen liegen bei der Erhö-

hung der Produktionskapazitäten durch neue Panel-Fabriken bei gleichzeitig deutlich hinter den Erwartungen zurückbleibender Nachfrage. Mit den Preissenkungen hoffen koreanische und taiwanische Hersteller, ihre Lagerbestände abzubauen. Wie verlautbart kosten 17 Zoll Panels für Monitore zur Zeit 230 Dollar und 15 Zoll Notebook-Panels ungefähr 240 Dollar. Diese Preise entsprechen in etwa den Herstellungskosten und lassen damit keinen Spielraum mehr für Rendite. Im Frühjahr dieses Jahres kosteten 17 Zoll LCD Panels noch ca. 300 Dollar. Bei LCD-Monitoren entfallen 65 bis 75 Prozent der Gesamtkosten auf das Panel, 10 Prozent auf Elektronik und Gehäuse, der Rest auf Montage- und Prüfkosten. Der Marktforscher DisplaySearch erwartet im laufenden Jahr für den LCD-Markt eine Umsatzsteigerung von 50 Prozent und im kommenden Jahr um weitere 18 Prozent auf 43 Milliarden Dollar per Anno.

Samsung SDI ist Marktführer bei PDP-Verkäufen

Samsung SDI Co., Ltd. verkaufte im zweiten Quartal dieses Jahres 180.750 Plasma Display Panels und rückt damit auf Position eins in diesem Markt. Das berichtet das japanische Display Research Unternehmen Technology Systems Research (TSR). Auf Platz zwei folgt im gleichen Zeitraum mit 178.650 Einheiten LG Electronics. Mit 54 Prozent aller weltweit verkauften Plasma Displays behaupten japanische Hersteller in diesem Markt die Spitzenposition. Der weltweite Absatz von Plasma Displays stieg mit 821.751 Stück im zweiten Quartal 2004 um 140 Pro-

zent gegenüber dem entsprechenden Vergleichszeitraum in 2003.

Sony bringt LCD-TVs mit LED-Backlights

Der zu den weltweit führenden UE-Produzenten zählende japanische Konzern Sony hat eine Modellreihe neuartiger LCD-TVs vorgestellt, die statt mit herkömmlichen Fluoreszenzlampen mit LED-Backlights ausgerüstet sind. Neben zahlreichen anderen Vorteilen ermöglicht die neue, unter dem Codenamen „Trilumonic“ entwickelte Technologie eine verbesserte und natürlichere Farbwiedergabe. Die bisher in allen auf dem Markt befindlichen Flatscreen LCD-TVs verwendeten Kalt-Kathode-Fluoreszenz-Lampen emittieren den roten Teil des Lichtspektrums zu schwach. Deshalb werden rote Farbtöne nicht realistisch genug dargestellt. Wie bekannt wurde, wird Sony zwei Modelle seiner High End „Qualia“ TV-Serie mit der neuen Technologie ausstatten: ein 40 Zoll-Modell (102 cm) und ein 46 Zoll-Modell (117 cm). Sechs weitere Modelle mit LED-Backlights von 66 cm Bildbreite bis 127 cm sind für die „Wega“-Produktreihe geplant. Nach der Markteinführung in Japan sollen die neuen Geräte ab Beginn 2005 auch in Europa verfügbar sein. Einem Reuter Report nach rechnet Sony mit einem starken Anstieg der Nachfrage nach Flatscreen-TVs ab Ende des laufenden Jahres. NEC-Mitsubishi hat bereits den Prototyp eines LED-Backlight Displays fertiggestellt, das mit LEDs des US-Herstellers Lumileds Lighting arbeitet. Auch Philips hat nach eigenen Angaben zusammen mit Lumileds Flachbildmonitore mit einer Hintergrundbeleuchtung auf LED-Basis

entwickelt. Die Panels sollen sich durch lebendigere Farben, einstellbare Weißpunkte und bis zu 100.000 Betriebsstunden auszeichnen. Auf der Asia Display '04 und dem 4th International Meeting on Information Display in Daegu, Korea, hat Samsung Monitore mit LED-Backlights gezeigt. Samsung teilt mit, daß das 21 Zoll LED-Backlight Monitor nur halb so dick wie ein vergleichbarer Monitor mit konventionellem Backlight ist und der neue 17 Zoll-Monitor über die doppelte Helligkeit eines konventionellen LCD-Monitors verfügt.

Zoll für Computer-Monitore vorläufig gestoppt

Nach öffentlichen Protesten von im Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) organisierten Importeuren, Vertriebsfirmen und Distributoren hat das Finanzministerium mehrere Schreiben der Zollverwaltung über die zukünftige Verzollung von LCD-Monitoren bei der Einfuhr widerrufen. Diese Entscheidung ist jedoch nur vorläufig. Entscheidend wird das abschließende Urteil der EU-Kommission sein.

Samsung SyncMaster 730MP mit Card Reader

Auf der photokina 2004 stellt Samsung seinen TFT-Monitor SyncMaster 730MP mit Memory Card Reader vor. Der Bildschirm soll sowohl für Hobby- als auch für Profi-Fotografen ideale Eigenschaften in sich vereinen. Mit Hilfe des integrierten Multiformat-Cardreaders können Anwender die auf Memorycards gespeicherten Bil-

der auch ohne PC auf dem Monitor betrachten. Der SyncMaster 730MP liest die Bilder aller handelsüblichen Memorycards wie Smartmedia, Compact Flash und SD-Cards und ist unauffällig, aber leicht zugänglich seitlich am Gerät angebracht. Durch seine USB-Schnittstelle wird der Cardreader von einem an den Monitor angeschlossenen PC erkannt und kann als externes Laufwerk für Speicherkarten genutzt werden. Seitlich angeordnete Stereo-Lautsprecher sorgen für erstklassige Soundqualität in Virtual Dolby mit BBE Baßverstärkung. Radio- und Fernsehempfang ermöglicht der MagicTuner, ein integriertes TV-Modul (NTSC/PAL/SECAM) und Radio-Empfangsteil des SyncMaster 730MP. Die Picture-In-Picture-Funktion stellt das Fernseh-



bild oder den Computer-Desktop als kleines eingeblendetes Bild oder beide Bildinhalte in der gleichen Größe nebeneinander dar. Anschlußseitig stehen ein DVI-I Eingang, eine integrierte Scart-Buchse, Composite- und S-Video-Anschluß zur Verfügung. Eine Gesamtreaktionszeit von 16 ms, der Helligkeitswert von 400 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 450:1 garantieren hervorragende Bildeigenschaften.

PLANTRONICS

Headsets von Plantronics. Damit fahren Sie besser.

NEU
M2500

Kabellose Freiheit.
Das Mobiltelefon-Headset M2500 verbindet Design und Komfort.

- bis zu 5 Std. Sprechzeit
- bis zu 120 Std. Standby-Zeit
- Kompatibel mit allen gängigen Bluetooth-Mobiltelefonen



www.damit-fahren-sie-besser.de

I&C Zentralveranstaltung 2004 und EP-Herbstmesse „Von den Besten lernen“

„Von den Besten lernen“ – unter diesem Leitgedanken fand vom 9. bis 11. September 2004 die sechste I&C Zentralveranstaltung statt, zu der die comTeam Systemhaus GmbH ihre Systemhäuser und Industrie- und Distributionspartner in das Düsseldorf Hilton Hotel eingeladen hatte. Fast parallel dazu veranstaltete ElectronicPartner vom 10. bis 12. September seine traditionelle Herbstmesse, auf der ebenfalls zahlreiche Mitglieder und Hersteller vertreten waren.

„Die ElectronicPartner-Veranstaltungen gehören neben der Internationalen Funkausstellung in Berlin und der CeBIT in Hannover zu

den interessantesten und lebendigsten Plattformen in der IT- und Consumer-Electronics-Branche. Für die Handels- und Systemhaus-

unternehmer im ElectronicPartner-Verbund und auch für unsere Industriepartner sind die EP-Messen immer wieder ein Highlight und unverzichtbarer Event“, so Oliver Haubrich, Geschäftsführer ElectronicPartner. In diesem Jahr wurde ein starker Schwerpunkt auf den Erfahrungsaustausch gelegt. comTeam- und die I&C Systemhäuser haben hierfür in zahlreichen Workshops und Podiumsdiskussionen Raum für Gesprächsmöglichkeiten geboten. Im Rahmen eines Erfahrungsaustauschs

Roundtables ging es um konvergente IT- und TK-Lösungen. Hierbei konnten die teilnehmenden Hersteller auf informeller Ebene mit Systemhaus-Teilnehmern und Lieferanten im kleinen Kreis diskutieren. In drei separaten Arbeitsgruppen wurden die Themenkomplexe „Zertifizierte Lösung“, „Öffentliche Ausschreibungen“ und „Konvergente Lösungen“ aufgearbeitet. Anwesend waren auch Teilnehmer aus der Industrie aus unterschiedlichen technologischen Feldern und die externen

Dienstleister der comTeam certified solutions. Vor Beginn der eigentlichen Tagung am Freitag, dem 10. September, fand am Vorabend eine sogenannte „Kommunikations-Soirée“ statt. Ab 19.00 Uhr bestand Gelegenheit zum Austausch mit Fachkollegen und mit dem I&C-Team in geselligem Ambiente. Am 10. und 11. September wurden dann Lösungen und Produkte seitens der Hersteller und Lieferanten präsentiert. Auf der EP-Messe herrschte ebenfalls ein reger Besucherandrang. *miz*

Eindrücke von der EP-Herbstmesse



„Nur noch 100 Meter bis zur fetten Handelsspanne“, stand im Rahmen der EP-Messe unter dem Plakat von Fisher zu lesen.



Franz-Josef Gaul, Vertriebsleiter Consumer Products der JVC Deutschland GmbH (links), im Gespräch mit Ralf Winkelmann, Geschäftsführer der Medimax Zentrale Electronic GmbH.



Yvonne Canet, Marketing Multimedia Sagem Communication Germany, präsentierte das neue Vollgrafik-Farbdisplay des Modells D 80V.



Klaus D. Werner, Channel Manager Fachhandel, Sony Deutschland GmbH, ist sich sicher, daß die neuen DVD-Recorder für guten Umsatz im Weihnachtsgeschäft sorgen werden.



Andreas Harms, Key Account Manager der Sharp Electronics Germany, präsentierte die breite Palette der Sharp LCD-TV-Range.



Wie immer gut besucht, der Panasonic-Stand.



Gunter Kürten, Sales Director, LG Electronics GmbH, war mit einem neu konzipierten Stand auf der EP-Herbstmesse vertreten. Neben einer großen Anzahl an LCD-TVs wurde auch eine neue Plasma-TV-Serie präsentiert.



Ulrich Vohman, Gebietsverkaufsleiter West, Samsung Electronics Deutschland, präsentierte unter anderem die neue MP3-Familie „Yepp“.



Die Sanyo Deutschland AV Gruppe, v. l.: Frank Scherer, Product Manager LCD und CTV, ist neu im Team, hier mit Michael Wolf, Verkaufsleiter, und H. J. Bredefeld, Key Account Manager.

PoS Neuheiten

Produktneuheiten im Heimkinobereich von Mitsubishi



Auf der photokina präsentiert die Mitsubishi Electric Europe B.V. Neuheiten im Projektorenbereich. Premiere in Deutschland wird unter anderem der Heimkinoprojektor HC900 haben. Der Nachfolger des HC3 wurde deutlich aufgewertet und ist jetzt mit neuester DLP-Technologie auf einem 0,65 Zoll großen DMD-Chip ausgestattet. Dadurch erreicht er eine Helligkeit von 1.500 ANSI Lumen. Das Kontrastverhältnis von 3.500:1 läßt sich durch die integrierte Cine-Focus-Funktion manuell auf bis zu 4.000:1 erhöhen. Die Bildauflösung von 1.024 x 576 Pixeln im 16:9-Kinoformat sorgt für ein echtes Kino-Erlebnis. Für eine verbesserte Wiedergabe der Farben sorgt ein 7-Segment-Farbrad. Das Gerät ist zudem mit einer digitalen Schnittstelle (DVI-D) und dem Kopierschutz HDCP ausgestattet. Gegenüber dem Vorgängermodell verfügt der HC900 über eine deutlich erhöhte Lampenlebensdauer von bis zu 4.000 Stunden im Low Mode. Im Bereich Heimkinoprojektoren sind der HC900 und der bereits auf dem Markt eingeführte HC2000 die neuen Spitzenprodukte des Unternehmens. Um ihre Qualität erlebbar zu machen, präsentiert Mitsubishi Electric beide Projektoren auf der photokina in einem nachgebauten Kino. Auch bei den mobilen Projektoren hat Mitsubishi Electric Europe die Entwicklung vorangetrieben. Auf der photokina 2004 präsentiert das Unternehmen in diesem Be-

reich gleich mehrere Neuheiten. Die neuen Modelle XD400U und XD450U mit DLP-Technik führen hinsichtlich Bildhelligkeit und Ausstattung die Produktpalette in diesem Segment an. Sie bieten bei 1.024 x 768 Pixeln (XGA) ein Kontrastverhältnis von 2.200:1 und eine Bildhelligkeit von 2.100 bzw. 2.600 ANSI Lumen. Dabei liegt ihr Gewicht bei nur 2,9 Kilogramm und das Betriebsgeräusch bei 30 dB. Hervorragende Bilder liefern beide Geräte schon ab einer Projektionsdistanz von 3,3 Metern. Weitere Highlights sind die lange Lampenlebensdauer von bis zu 5.000 Stunden und der integrierte PIN-Code-Schutz. Das Modell XD450 hat zusätzlich eine digitale Schnittstelle (DVI-D) mit Kopierschutz HDCP. In der Klasse der mikroportablen Projektoren setzt der XD60U, Nachfolger des XD50U, neue Maßstäbe. Der DLP-Projektor liefert 1.800 ANSI Lumen und ein Kontrastverhältnis von 2.000:1. Darüber hinaus hat Mitsubishi Electric das Modell mit einem optischen Zoom nachgerüstet. Spätestens im Oktober sind alle neuen Produkte dann auf dem deutschen Markt erhältlich.

Metz-TV Bristol – digital jederzeit erweiterbar



Bei dem Bristol 82 handelt es sich um ein 16:9-Modell, bei dem eine ausgefeilte Breitbandtechnologie zum Einsatz kommt. Der Bristol 72 ist ein 4:3-Modell, das – ganz Metz-typisch – jederzeit für den Empfang digitaler Programme erweitert werden kann. Die Geräte sind mit der mecaflat Bildröhre ausgestattet und bieten exzellente Bildqualität durch die 100-Hertz



Technologie zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis. Für beide TVs steht eine Reihe neuer TV-Konsolen zur Verfügung. Die neuen Modelle sind seit September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.499 Euro für den Bristol 82 und 1.099 Euro für den Bristol 72.

Zahlungsmoral und Kaufkraft in Deutschland auf CD



Mit der neuen CD „klickSearch“ von klickTel finden Interessenten schnell und komfortabel statistische Daten zu Kaufkraft und Zahlungsmoral privater Haushalte in Deutschland. Die CD wird einfach auf den PC installiert, und per Mausklick können über sehr viele verschiedene Suchfunktionen und Filter die gewünschten Daten ermittelt werden. Auf der Grundlage von 19 Millionen Haushalten wurden statistische Kaufkraft- und Risikostruktur-Daten erfaßt. Auch sogenannte Negativ-Daten flossen in diese Risikoklassen mit ein. Diese stammen aus unterschiedlichen Quellen, beispielsweise von

Inkasso-Unternehmen oder aus den Datenbeständen großer Versandunternehmen. Für aussagefähige Ergebnisse und eine einfache Handhabung sind differenzierte Auswahl- und Anzeigemöglichkeiten sowie verschiedene Filter auf CD verfügbar. Dazu zählen beispielsweise die Bereitstellung der statistischen Kaufkraft- und Risikostruktur-Daten eines Straßenabschnittes oder einer Straße, eines Ortes oder eines Ortsteils, für eine einzelne Postleitzahl oder ein Postleitzahlengebiet, für einen Postleitzahlenbereich, für einen Kreis oder ein Bundesland. Auch über die Vorwahl kann gesucht werden. klickSearch ist seit Anfang August lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 14,99 Euro.

Sharp präsentiert Home Cinema zum Mitnehmen



Mit dem vielseitigen QT-5VH bringt Sharp zum ersten Mal ein portables Home Cinema System auf den Markt. Ob im Urlaub im Wohnwagen oder einfach spontan bei Freunden – oft fehlt ein DVD-Player. Sharp bietet nun mit dem QT-5VH die passende Lösung. Das portable Heimkino-System ist schnell aufgebaut, läßt sich problemlos mit einem Scart-Kabel an



jedem Fernseher anschließen und läuft mit 230 Volt oder mit Batterie. Das Home Cinema System zum

Mitnehmen ist funktionell und einfach zu bedienen. Das Bildschirm-Menü bietet in Verbindung mit der serienmäßigen Infrarot-Fernbedienung den von der Heimanlage gewohnten Bedien-Komfort. Der integrierte DVD-/CD-Player verfügt über eine motorisierte Front-Schublade und überzeugt durch die vielen abspielbaren Formate. Unterstützt werden sowohl DVD-R/RW als auch DVD-Video, CD, Video-CD, CD-R/RW, MP3-CD, Photo-CD und JPEG-CD. Ein besonderes Feature: Von einer CD abgespielte Bilder können per Tastendruck auf der Fernbedienung um 90 Grad gedreht werden – praktisch für Bilder, die im Hochformat aufgenommen wurden. Natürlich fungiert das System auch als Radio. 20 Speicherplätze sorgen für genug Platz, die wichtigsten Radiostationen zu speichern. Die eingebaute Uhr mit Timer macht das vielseitige System auch zum Wecker. Und sollte man beim abendlichen DVD-Schauen einschlafen, sorgt die Sleep-Funktion für ein Abschalten des Gerätes. UVP: 199 Euro.

Belkin mit neuem USB 2.0 15-in-1 Media Reader



Belkins neuer Hi-Speed USB 2.0 15-in-1 Media Reader/Writer kann Dateien von 15 Media-Card Formaten auslesen und diese beschreiben. Fotos, Musik, Video und Text-Dateien von PDAs, MP3-Playern oder digitalen Kameras lassen sich schnell und einfach mit 480 Mbit/s, 40 mal schneller als mit USB 1.1, auf PC oder Mac übertragen. Der empfohlene Verkaufspreis für den neuen Media Reader lautet 49 Euro.

MUSIK XXXXL IM POWERPACK

HDD 30: MAXIMUSICMIX 600 STUNDEN NONSTOP IM MP3-FORMAT



Sie möchten Musikgenuss im Maxiformat? 600 Stunden nonstop bis zu 8.000 Ihrer Wunschtitel hören? Dann ist der HDD 30 das Richtige für Sie. Denn er hat eine austauschbare Festplatte mit MP3-Funktion, ist einfach in der Menüführung und sowohl an Delphi Grundig Autoradios wie auch an jedes andere Autoradio problemlos anschließbar. Per USB mit dem PC verbunden, kann man in Sekundenschnelle Musik übertragen. Einfach riesig, der Kleine.

DELPHI GRUNDIG

WWW.DELPHIGRUNDIG.COM



GC 2004 mit Rekordergebnissen: 105.000 Besucher und 1.700 Journalisten



Die GC ist für die Branche ein MUSS geworden. Mit einem absoluten Besucherrekord ging die Games Convention in Leipzig zu Ende. 105.000 Besucher kamen in vier Tagen auf das neue Messegelände. Die

GC 2004 sorgte auch bei den Medien für Aufsehen. Mehr als 1.700 Journalisten aus 21 Ländern (2003: 1.300 Journalisten aus sechs Ländern) berichteten von Europas einziger Erlebnis- und Fachmesse, in deren Mittelpunkt interaktive Unterhaltung stand. PoS-MAIL präsentiert hier zusammenfassend die größten Spiele- und Konsolen-Highlights.

SPS

Sony Computer Entertainment hat jetzt erstmals offiziell die technischen Daten für die mobile Spielekonsole PlayStation Portable (PSP) bekanntgegeben. Auf der PSP lassen sich wie mit der PlayStation 2-Konsole 3D-CG-Spiele mit Full-Motion-Video in super Qualität abspielen. PlayStation Portable wird in Japan Ende des Jahres verfügbar sein, in Europa und den USA ist die Markteinführung für das Frühjahr 2005 geplant.



In einem schön gestalteten schwarzen Gehäuse wartet die PSP mit einem TFT-LC-Display im 16:9-Breitbildformat auf. Durch das ergonomische Design des schlanken Gehäuses liegt die mobile Spielekonsole perfekt in der Hand. Mit Abmessungen von 170 x 74 x 23 mm (L x B x H) und einem Gewicht von nur 260 Gramm entpuppt sich die PSP als handliches Leichtgewicht. Bestechend ist auch die Qualität des hochauflösenden Displays, das 16,77 Millionen Farben mit einer Auflösung von 480 x 272 Pixeln darstellen kann. Eingebaute Stereolautsprecher, ein externer Kopfhöreranschluß, Regler für die Helligkeit und verschiedene Einstellungsmöglichkeiten für die Auswahl diverser Audio-Modi sorgen dafür, daß die PSP auch als mobiles Musik- und Videoabspielgerät seine volle Leistungsfähigkeit entwickeln kann. Die Bedienungstasten und Knöpfe der PlayStation Portable stellen die weltweit Millionen von PlayStation- und PlayStation 2-Fans vor keine großen Rätsel, da sie eng an die bekannten Konsolen angelehnt sind.

Diverse Anschlüsse wie USB 2.0 und integrierte WLAN-Funktionalität vereinfachen die Anbindung externer Geräte wie Digicams für das perfekte Entertainment-Center zu Hause oder die Einbindung der PSP in kabellose Netzwerke. In eine neue Dimension von Spielwelten stößt die PSP durch die Möglichkeit, mehrere PSPs über ein drahtloses Netzwerk miteinander verbinden und online gemeinsam mit Freunden spielen zu können. Zusätzlich lassen sich über den USB-Anschluß oder ein drahtloses Netzwerk Software und Daten auf den Memory Stick PRO Duo übertragen. PlayStation Portable ist damit das erste auf dem Markt verfügbare mobile Endgerät, das all diese faszinierenden Einsatzmöglichkeiten in einem einzigen handlichen Gerät vereint.

Als zentraler Speicher fungiert bei PSP die Universal Media Disc (UMD), auf der Spiele mit Full-Motion-Video und weiteren digitalen Inhalten gespeichert werden können. Die neu entwickelte UMD repräsentiert die nächste Generation kompakter Speichermedien – rund 1,8 GB an Daten schluckt die Disk mit einem Durchmesser von nur 60 Millimetern.

Software Highlights: Gran Turismo 4

Gran Turismo 4 läßt alles hinter sich, was bisher als Rennsimulation auf dem Markt erhältlich ist. Mit einer völlig neuartigen Spiel- und Physik-Engine in Kombination mit einer verbesserten künstlichen Intelligenz sorgt die nahezu perfekte Rennsimulation für atemberaubende Effekte. Auch unter der Haube der Fahrzeuge können ähnlich drastische Innovationen erwartet werden. In GT4 wurden die Charakteristika der Fahrzeuge so realistisch berechnet und entwickelt, daß jedes Fahrzeug seinem „echten“ Vorbild exakt entspricht, wobei auch Gewicht, Geschwindigkeit, Reibung, Wind und vieles mehr berücksichtigt wurden. Mehr als 5.000 Polygone pro Fahrzeug liefern einen außergewöhnlichen Detailgrad, bis hin zu den Scheibenbremsen hinter der Felge. Äußerst detailliertes Fahrzeug- und Umgebungs-Mapping sorgt für Animationen in TV-Qualität – vom Licht und der Spiegelung des gegnerischen Wagens auf dem des Spielers bis hin zu dem Laub



der Bäume, das sich im Wind bewegt. Auch die Zuschauer wurden bei GT4 komplett in 3D gerendert, eine deutliche Verbesserung im Vergleich zu GT4 Prologue. Ein komplettes Physik-Modell für den Fahrer berücksichtigt die Auswirkungen von Geschwindigkeit und Beschleunigung auf den menschlichen Körper.

Killzone

Obwohl Killzone von Sony Computer Entertainment erst in einigen Monaten erhältlich sein wird, erzeugt dieser Titel bereits mehr Spekulationen, Hype und wilde Gerüchte als andere Spiele über den gesamten Produktlebenszyklus hinweg. Schon bevor die ersten Informationen im Web auftauchten, gingen bei dem Online-Händler Amazon Vorbestellungen ein. Und im Internet sprießen die ersten Fan-Sites hervor. Insgesamt 2,5 Jahre Entwicklungszeit haben die Spiele-Designer von Guerrilla in das Projekt investiert. Die Ziele sind klar gesteckt: Killzone soll neue Maß-



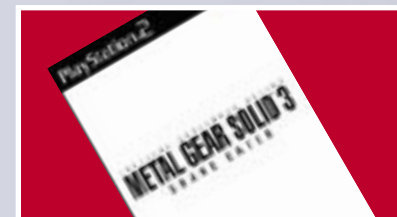
stäbe bei Action-Games in allen Belangen schaffen.

Das Geschehen ist in einer nicht allzu fernen Zukunft angesiedelt, in der die Menschheit das Weltall kolonisiert. Nachdem eine Milizen-Splittergruppe namens Helghast eine Erdkolonie angegriffen hat, müssen sich die Spieler als Mitglied der ISA hinter die gegnerischen Linien durchschlagen und sämtliche Eroberungspläne sabotieren. Aufgabe des vierköpfigen ISA-Teams ist es, sich mitten im Kampfgetümmel zu halten. Das Spiel erhält dadurch eine zusätzliche Prise Realitätsnähe, da erst gar kein Einer-gegen-Alle-Gefühl wie bei vielen anderen Action-Games aufkommt. Außerdem kommt die Teamdynamik den „echten“ Bedingungen wesentlich näher.

Das Mantra der Entwickler von Guerrilla lautete bei dem Design und der Konzeption von Killzone „Reality with a Twist“ – also Realitätsnähe, aber doch anders, mit einem gewissen Drall. Das Spiel ist zwar in der Zukunft angesiedelt, doch es hat seine Grundlage in realen Konflikten des 20. Jahrhunderts: Infanterieschlachten, Großstadt-Häuserkämpfe, Schützengrabengefechte, Guerilla-Angriffe etc. avancieren bei Killzone zu einer Art epischer Monumentalschlachten, bei denen aber taktische und künstlerische Effekte den Spielern den Atem rauben. Die Detailtreue wird in allen Levels des Spiels durchgehalten, angefangen von den Uniformen und den Waffen über die Transportfahrzeuge bis hin zu den Gebäuden. Und diese Realitätsnähe garnieren die Genies von Guerrilla noch mit einem unverwechselbaren Look – eben „Reality with a Twist“.

Einzigartig bei Killzone wird auch sein, die Gefechtsgeschwindigkeit anzupassen und das Gefechtsgeschehen heran- und wegzuzoomen, um bestimmte

Brennpunkte der Mission besser überblicken zu können. Eine willkommene Verschnaufpause für alle Spieler!



Metal Gear Solid – Snake Eater

Diese Enthüllung erfolgt im Rahmen einer Einleitung, die den atemberaubenden Brückensprung aus MGS2 weit in den Schatten stellt. Das Datum ist der 24. August 1964. Snake ist auf Black Ops-Mission, um einen gewissen Solokov aus den Händen von Terroristen zu retten. Während der Einsatzbesprechung im Flugzeug über Pakistan – so nahe wie nur möglich am russischen Luftraum also – raucht Snake eine Zigarre, setzt eine Schutzmaske auf und springt aus dem Flugzeug.

Nach etlichen Überschlügen und anderen unnötigen, aber sehr beeindruckenden Manövern öffnet Snake seinen Fallschirm und fällt durch das dichte Laubdach der Bäume. Dabei bleibt sein kostbarer Rucksack an einem vorstehenden Ast hängen. Nach einer dramatischen und supercoolen Landung aktiviert Snake – aus Gründen, die wir hier nicht preisgeben wollen, ist dies der Codename von „Jack“ – sein Funkgerät und nimmt Kontakt mit „Major Tom“ auf, dem Gegenstück zu Solid Snakes Colonel. Kurz darauf übernimmt der Spieler zum ersten Mal die Steuerung von Snake und versucht, seinen Rucksack vom Baum zu holen. Eingefleischten MGS-Fans ist die Steuerung sofort klar. Nun lernt man das Konzept der Kondition kennen. Dabei geht es nicht nur um Snakes Wohlbefinden und um den Grund für die ganze „Schlangenfresserei“, sondern auch um die Haltbarkeit seiner Waffen. Der Spieler findet bald heraus, daß der Schalldämpfer seiner Standardpistole sich abnutzt, bis seine Schüsse laut und deutlich zu hören sind. Es empfiehlt sich also, ausgiebig Gebrauch vom neuen CQC-Nahkampfsystem des Spiels zu machen. Warum auch nicht?

Need for Speed Underground 2

Laut EA ist für den Herbst dieses Jahres eine Fortsetzung zu „Need for Speed: Underground“ geplant. Die Need for Speed-Serie ist eines der ältesten Straßenrenn-Franchises der Spielegeschichte. Letztes Jahr wurde mit „NFS: Underground“ der Rennspaß in Städte verlegt, und die Fahrzeuge ließen sich sogar frisieren. Das Spiel war ein sofortiger Erfolg und wurde über fünf Millionen Mal verkauft.

In „Need for Speed: Underground 2“ kann der Spieler sich in fünf verschiedenen Stadtvierteln einer Riesenstadt beliebig herumtreiben und dort auf Rennrivalen stoßen. Wenn er sich mit ihnen kurzschließt, fordern sie ihn zu einem Duell heraus, zeigen ihm die besten Renngegenden und die besten Stellen, um an Zubehör für sein Auto heranzukommen. Über 30 lizenzierte Fahrzeuge stehen zur Befriedigung des Geschwindigkeitsbedarfes dem Gamer zur Auswahl. Und es wurden auch neue Tuning-Optionen versprochen. NFSU2 bietet doppelt so viele optische Tuning-Optionen wie sein Vorgänger.

Astra HDTV-Demonstrationskanal für PoS

Seit September 2004 betreibt die Satellitengesellschaft Astra einen HDTV-Demonstrationskanal, der es dem europäischen Fachhandel ermöglicht, am Point of Sale potentiellen Käufern und Interessenten live hochauflösendes Fernsehen vorzuführen. Der Astra Demonstrationskanal ergänzt das HDTV-Programmangebot von Euro 1080 um spezielle, auf die Bedürfnisse des PoS abgestimmte Programmelemente. Ferdinand Kayser, Präsident und CEO von SES Astra, bemerkt dazu: „Diese neue Initiative von Astra soll die aktuelle europaweite Diskussion um das neue Fernsehen visuell unterstützen. Mit diesem frei empfangbaren HDTV-Demonstrationskanal werden europaweit mehrere hundert Millionen Verbraucher in den nächsten zwölf Monaten am Point of Sale im Fachhandel direkt angesprochen. Ich bin sicher, diese Bildqualität mit fünfmal schärferen Bildern wird die Konsumenten stark beeindrucken. Die neuen großen und flachen Fernsehbildschirme sind dabei ein weiterer innovativer Baustein hin zu einer modernen und zeitgemäßen Mediennutzung. Damit Konsumenten ein fit for future-Fernsehgerät erkennen und kaufen können, wurde ein abgestimmtes HDTV-Logo als Qualitätsmerkmal für die Konsumenten, für Handel und Hersteller geschaffen.“

Hitachi LCD-TVs und PDPs bei Ingram Micro

Ab sofort führt Ingram Micro in seinem Portfolio auch Hitachi LCD-TVs und Plasma-Displays. Mit diesem Schritt baut Ingram Micro sein CE-Produktspektrum weiter aus. Außerdem können Fachhändler nun auch Hitachi Homecinema-Projektoren im 16:9-Format bei Ingram Micro beziehen. Informationen zum erweiterten Hitachi-Portfolio bei Ingram Micro unter www.ingrammicro.de/tv.

Zoll für Computer-Monitore vorläufig gestoppt

Nach öffentlichen Protesten der im Bundesverband BITKOM organisierten Importeure, Vertriebsfirmen und Distributoren hat das Finanzministerium mehrere Schreiben der Zollverwaltung über die zukünftige Verzollung von LCD-Monitoren bei der Einfuhr widerrufen. Alle Importeure hätten bei Inkrafttreten der Verordnung auf LCD-Monitore mit digitalem Signaleingang (DVI-Schnittstelle) 14 Prozent Einfuhrzoll zahlen müssen. Von derartigen Monitoren werden im laufenden Jahr in Deutschland etwa 1,9 Millionen Stück verkauft werden. Diese Entscheidung ist jedoch nur vorläufig. Entscheidend ist das abschließende Urteil der EU-Kommission. Diese hatte im Frühjahr Plasma-Bildschirme mit DVI-Schnittstelle als zollpflichtig klassifiziert, weil nach Ansicht der Kommission mit diesen überwiegend Filme und Videos betrachtet werden. Inzwischen ist man in Brüssel der Ansicht,

auch LCD-Monitore mit DVI-Anschluß seien Geräte der Unterhaltungselektronik (UE) und deshalb zollpflichtig. Der Standpunkt der EU widerspricht internationalem Handelsrecht. Im 1996 unterzeichneten „Information Technology Agreement“ (ITA) der Welthandelsorganisation hat sich die EU verpflichtet, auf IT-Produkte keine Einfuhrzölle zu erheben und damit die Entwicklung und Verbreitung der Informationstechnik zu fördern.

Sonic übernimmt Roxio für 80 Mio. US-Dollar

Sonic Solutions und Roxio haben bekanntgegeben, daß Sonic durch Zahlung von 80 Mio. US-Dollar das Unternehmen Consumer Software Division von Roxio übernehmen wird. Durch die Übernahme kann Sonic Solutions seinem Portfolio die gesamte Reihe erfolgreich im Markt eingeführter Roxio Software-Produkte einverleiben: Roxios CD und DVD Recording, Authoring, Photo und Video-Editing Applikationen inklusive Easy Media Creator, PhotoSuite, VideoWave, Easy DVD Copy and Toast. Roxio plant, seinen Firmennamen in „Napster“ zu ändern und sich zukünftig auf den digitalen Musikmarkt zu fokussieren. „Die Übernahme wird Sonic Solutions zu einen extrem starken Anbieter von Software zur Erzeugung digitaler Medien machen“, sagte Bob Doris, Präsident und CEO von Sonic. Die Übernahme im vierten Quartal 2004 bedarf noch der Zustimmung der Roxio-Aktionäre.

Fujitsu verstärkt Festplatten-Vertrieb

Mit den HDD Sales-Spezialisten Dirk Devogelaere und Tony Matt verstärkt die Fujitsu Deutschland GmbH ihr HDD Sales Team. Dirk Devogelaere ist als OEM Sales Key Account Manager von Festplattenprodukten für die Industriekunden in Deutschland, Österreich, Frankreich, der Schweiz und den Beneluxstaaten verantwortlich. Der 38jährige Sales-Profi sammelte wertvolle Erfahrungen im Vertrieb von Markement, Roxio, Xircom und Actebis. Tony Matt betreut als Channel Sales Representative den Fachhandel und die Distributoren der Regionen Deutschland Mitte/Nord und Österreich in den Produktbereichen Festplatten und KVM (Keyboard-Video-Mouse). Vor seinem Wechsel zu Fujitsu war der 33jährige Vertriebspezialist als Key Account Manager und Produktmanager von Speicherprodukten bei triangel Computer Systeme tätig.

Samsung eMotion Tour 2004

Vom 21.9.2004 bis 13.10.2004 lädt Samsung Partner, Kunden und Vertreter der Presse zur eMotion Tour 2004 ein. In sechs Städten präsentieren die Bereiche Monitor, Office Automation und Mobile Communication ihre Highlights. So werden die neuesten Produkte und die Samsung IT-Vertriebsstrategie vorgestellt. Außergewöhnliche Locations und kulinarische Genüsse bieten dabei eine angenehme Atmosphäre. Schirmherr und Gastgeber der eMotionTour 2004 ist S. K. Kang, Präsident der Samsung Electronics GmbH.

Die Veranstaltungsorte und Termine der eMotion Tour: 4.10.2004 Berlin, Felix; 7.10.2004 Düsseldorf, G@rdens; 12.10.2004 Stuttgart, Römerkastell; 13.10.2004 München, 8seasons. Beginn der Veranstaltung ist jeweils 19.30 Uhr, der Einlaß beginnt ab 18.30 Uhr. Weitere Informationen unter <http://partner.samsung.de>.

Loewe forciert Flachdisplay-Offensive

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist – bereinigt um das zu schließende US-Geschäft – im ersten Halbjahr 2004 von 129,3 Mio. Euro auf 111,3 Mio. Euro gesunken. Der 14prozentige Umsatzrückgang führte zu einem EBIT des fortzuführenden Geschäftsbereiches von 16,5 Mio. Euro. Die Schließung der amerikanischen Tochtergesellschaft Loewe Opta Inc. hat das Ergebnis mit 8,1 Mio. Euro belastet, so daß sich insgesamt ein EBIT von 24,6 Mio. Euro ergibt (-9,2 Mio. Euro im Vorjahreszeitraum). Hauptursache für den verringerten Umsatz in Deutschland und den wichtigsten Exportländern ist der weiterhin starke Rückgang des Marktvolumens bei Bildröhrengeräten im Premiumsegment. Im europäischen Unterhaltungselektronik-Markt hat sich der Umsatz mit Premium-Bildröhren-TVs um 38 Prozent stark verringert. „Durch das dynamische Wachstum bei Flachdisplay-Geräten konnten wir diesen Umsatzrückgang teilweise abmildern“, so Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG. Der Umsatzbeitrag der Loewe Flachbildschirme liegt bei 20,2 Mio. Euro. Das entspricht rund 22 Prozent des Gesamtumsatzes nach vier Prozent im Vorjahreszeitraum. Der Verlust im ersten Halbjahr sei auf das niedrige Geschäfts- und Produktionsvolumen sowie einen ungünstigeren Produktmix zurückzuführen. Zudem haben sich Preissenkungen bei Bildröhrengeräten belastend ausgewirkt. Die Restrukturierung bei Loewe ist im vollen Gange. Neben der Kosten- und Organisationsstraffung ist die Produktoffensive 2004 Kernelement der Aktivitäten. So wird das Loewe Produktportfolio im laufenden Jahr mit insgesamt zehn großformatigen LCD- und Plasma-Geräten ausgebaut. Dr. Hecker: „Früher als geplant haben wir mit dem Xelos SL 32 und 37 zwei weitere großformatige LCD-Fernseher zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis jetzt im Fachhandel eingeführt. Unser Ziel ist es, im zweiten Halbjahr noch stärker am gerade entstehenden Markt für großformatige Flachbildschirmgeräte zu partizipieren.“ Im Juli betrug der Umsatzanteil der Loewe Flachdisplay-TVs am Gesamtumsatz über vierzig Prozent. Loewe konzentrierte sich parallel auf die Stärkung der internationalen Aktivitäten in den Kernmärkten mit Fokus in Europa. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Schärfung des Profils der Premiummarke Loewe. Das neue Sortiment soll noch klarer gegliedert werden. Komplettiert wird der Loewe Auftritt durch eine eindrucksvolle Präsentation am PoS und die stärker produktorientierte Werbekampagne. Bedeutsam ist auch die zehnprozentige Beteiligung der Sharp Corporation, Osaka, an Loewe. Das finanzielle Engagement von Sharp fördert Loewe gerade auf der operativen Seite.

**schneller geht's nicht
Digitalbilder in
SEKUNDENSchnelle**



**Mehr dazu unter:
www.di-support.de
oder
06103 - 3012364**

Mit einem FotoToGo-Terminal bieten Sie Ihren Kunden eine schnelle, bequeme und einfache Möglichkeit brillante Bilder von digitalen Speichermedien zu bekommen. Infrarot- und Bluetooth-Schnittstellen sorgen zusätzlich für eine drahtlose Verbindung zu Foto-Handys und weiteren Handheld-Geräten.



Wir laden Sie ein
Halle 11.1, Gang C,
Stand-Nr. 027





WLAN Infos und News

Mit „UMA“ nahtlos zwischen WLAN und GSM wechseln

Nahtloser und unterbrechungs-freier Wechsel einer bestehenden Mobilfunkverbindung zwischen GSM/GPRS, WLAN und Bluetooth soll durch den neuen Standard „UMA“ (Unlicensed Mobile Access) möglich werden. Die Spezifikationen sind bereits veröffentlicht, und erste, zu dem neuen Standard kompatible Endgeräte werden wahrscheinlich schon im kommenden Jahr auf den Markt kommen. Mit UMA können Sprach- oder Daten-Verbindungen voll-automatisch zwischen GSM-Zellen, WLAN-Netzen und Bluetooth-Verbindungen übergeben werden. Die Bezeichnung „Unlicensed Mobile Access“ unterstreicht, daß der Betrieb von WLAN und Bluetooth lizenzfrei ist. Wenn ein mobiles Endgerät die Verbindung an WLAN oder Bluetooth übergibt oder darüber herstellt, bleibt trotzdem die Verbindung zum Kernnetz des GSM-Anbieters mit allen Sicherheitsmerkmalen und unter Beibehaltung der digitalen ID des Anwenders erhalten. Im Gegensatz zum noch nicht verabschiedeten konkurrierenden Standard SCAN (Seamless converged Communications Across Networks) können beim Einsatz von UMA bisherige Access Points, Router und Modems weiter verwendet werden. UMA wird von maßgeblichen Mobilfunkunternehmen unterstützt und vorangetrieben: Alcatel, AT&T Wireless, British Telecom, Cingular, Ericsson, Kineto Wireless, Nokia, Nortel Networks, O2, Rogers Wireless, Siemens, Sony Ericsson, T-Mobile USA und Motorola.

T-Mobile Handy-PDA „MDA III“ mit WLAN

Der neu vorgestellte MDA III des Mobilfunkanbieters T-Mobile besteht aus der Kombination eines Pocket-PC als Handheld mit einem Handy und kann über seine WLAN-Schnittstelle nach IEEE 802.11b auch zur drahtlosen Nutzung des Internets in Funknetzen und Hotspots eingesetzt werden. Das 210 Gramm schwere Gerät verfügt über eine ausziehbare Qwertz-Tastatur, mit der sich Texte und E-Mails schnell und bequem verfassen lassen. Der MDA III ist sowohl



in GSM-Netzen mit 900 und 1.800 MHz wie auch in amerikanischen 850- und 1900-MHz-Netzen einsetzbar (Quadband). Mit kostenloser Client-Software von Fremd-anbietern (z.B. Skype) können über WLAN auch Voice-over-IP Telefonate geführt werden. Als Betriebssystem wird Windows Mobile 2003 SE für Pocket PC Phone eingesetzt.



Der MDA III ist mit einer Digital-kamera bestückt, soll aber zum Jahresende auch ohne Kamera angeboten werden. Ohne Vertrag ist der MDA III zum UVP von 780 Euro verfügbar. Mit einem Zweijahresvertrag ist das Gerät für 450 Euro zu haben.

WMV9 HD-kompatibler DVD-Player mit WLAN

Der neue DVD-„AveL LinkPlayer“ des Herstellers I-O Data kann neben allen gängigen Formaten auch im WMV9-HD-Format vorliegende, hochauflösende Videos abspielen. Mit seinen in das Gerät integrierten 10/100-Mbps-Ethernet- und 54-Mbps-WLAN-Schnittstellen und der mitgelieferten Windows-Server-Software ist der „AveL LinkPlayer“ voll netzwerkfähig. Audio- und Videodaten kann sich der DVD-Player deshalb über das Netzwerk auch von PCs und sonstigen im Netzwerk verfügbaren Speichermedien holen. Der im „AveL LinkPlayer“ verwendete

Sigma-Chip EM8620L dekodiert Microsofts Windows-Media-Video-9-Kompression (WMV9) in HD-Auflösung (WMV9 HD) und normal bis hochauflösendes MPEG-2. Das Gerät spielt digitale Videos, digitale Fotos und Musik von CD, DVD oder WLAN ab. Neben Spielfilm-DVD, Video-CD und Audio-CD werden die Videoformate DivX, XviD, MPEG-1, MPEG-2 und WMV9-HD, das Bildformat JPEG (per PC-Software auch auf BMP, GIF und PNG) und die Musikformate AAC, OggVorbis, MP3, PCM und WMA unterstützt. WMA Pro soll durch ein Firmware-Update verfügbar gemacht werden. An den auf der Frontseite befindlichen USB-2.0-Anschluß können USB-Datenträger, wie Festplatten und USB-Sticks angeschlossen und die darauf gespeicherten Daten wiedergegeben werden. Das Videosignal steht analog über Composite Video (Cinch), S-Video und digital über Fernsehanschluß (D-Terminal) oder DVI-I-Schnittstelle mit Auflösungen bis 1080 i zur Verfügung. Die höchste progressive Digitalauflösung ist 720 p. Neben analogen Audioausgängen steht auch koaxiales und optisches S/PDIF bereit. Der AveL LinkPlayer von I-O Data, Modell: AVLP2/DVDG, ist in Japan bereits erhältlich und soll in den USA ab Ende Oktober 2004 für unter 300,- US Dollar angeboten werden. Der Termin für die Markteinführung in Europa wurde noch nicht genannt.

WLAN LCD-TV: Sony KLV-20WS2

Wie die japanische Marketing-Abteilung von Sony, Marketing Inc. of Japan, mitgeteilt hat, wird Sony ein 20 Zoll (51 cm Bild-diagonale) großes LCD-TV-Gerät mit WLAN-Schnittstelle auf den Markt bringen. Der „KLV-20WS2“ soll zu den WLAN-Standards im 5 GHz Band (IEEE802.11a) und im 2.4 GHz Band (IEEE802.11g) kompatibel sein und automatisch die qualitativ



günstigste Verbindung unter sieben zur Verfügung stehenden WLAN-Kanälen auswählen. Der Verkaufspreis wird vermutlich bei 200.000 Yen (ca. 1.830 US Dollar) liegen. Der Aufrechterhaltung ei-

ner stabilen Kommunikation in Funknetzen dient eine externe, direktionale Richtantenne (Dish Antenna) mit hoher Störsignalunterdrückung. Der WLAN LCD-TV Sony KLV-20WS2 verfügt über Ghost Reduction Technology und dreidimensionale Comb-Shaped-Filter, um hochqualitative Bilder zu garantieren und arbeitet mit einem voll digitalen Video Transmission System, welches digitale Videosignale direkt und ohne analoge Zwischenschritte verarbeitet und dem Panel zuleitet. Dieses Verfahren minimiert dramatisch die bei den herkömmlichen Verfahren auftretenden Signalverluste.

WLAN bald mit 540 MBit/s

Die zahlreichen, im Konsortium „WWiSE“ organisierten Hersteller von WLAN-Chips haben nun einen Vorschlag für die nächste WLAN-Generation, IEEE 802.11n, vorgelegt. Durch Einsatz der von Herstellern wie Broadcom, Conexant, STMicroelectronics und Texas Instruments vorgelegten neuen Spezifikation sollen WLAN-Datenübertragungsraten von 540 MBit/s möglich werden. Der neue Spezifikations-Vorschlag setzt auf MIMO-OFDM-Technik (Multiple-Input-Multiple-Output / Orthogonal Frequency Division Multiplexing), soll zu allen bisherigen WLAN-Standards kompatibel sein und könnte weltweit, also auch in Japan, eingesetzt werden. Lizenzgebühren würden, wie von der IEEE gefordert, vom WWiSE Konsortium nicht erhoben werden.

WWiSE verwendet Kanäle mit 20 MHz, die sich zwecks Steigerung der Bandbreite zu 40 MHz Kanälen zusammenfassen lassen.

Auch „Tn Sync“ arbeitet an neuem WLAN-Standard

Unter dem Namen „Tn Sync“ hat sich eine weitere Allianz zur Schaffung eines neuen WLAN-Standards etabliert. Auch „Tn Sync“ basiert auf MIMO (Multiple-Input-Multiple-Output) mit mehreren Sende- und Empfangsantennen und Kanälen. Während WWiSE ausschließlich auf Kanäle mit einer Bandbreite von 20 oder 40 MHz setzt, will Tn auch Kanäle mit einer Bandbreite von 10 MHz benutzen. Durch diese Erweiterung will „Tn Sync“ sogar Datenübertragungsraten bis zu 600 MBit/s erzielen.

Wi-Fi führt Sicherheitsprotokoll WPA2 ein

Die Wi-Fi-Allianz hat inzwischen erste Produkte nach dem neuen Sicherheitsstandard WPA2 (Wi-Fi Protected Access 2) zertifiziert. WPA2 ist der Nachfolger von Wi-Fi Protected Access (WPA) und basiert deshalb auf IEEE 802.11i, soll aber spezielle Sicherheitsbedürfnisse in Unternehmen adressieren können. Erste WPA2-Produkte von Atheros, Broadcom, Cisco, Instant802 Networks, Intel, Realtek sollen Anfang Oktober auf den Markt kommen. WPA2 nutzt AES (Advanced Encryption Standard) statt WEP zur Verschlüsselung und ist zu WPA abwärtskompatibel. Die Migration von WPA auf WPA2 soll deshalb unkompliziert möglich sein.

Intel bringt Dual-Band-WLAN-Modul

Ab sofort ist das erste Dual-Band-WLAN-Modul 2915ABG von Intel erhältlich. Mit dem Centrino-Modul „PRO/Wireless 2915ABG“ schließt Intel zur Gruppe der Anbieter von Dual-Band Mini-PCI-Interfaces auf. Das neue Intel-Modul nutzt wahlweise das 2,4-GHz-WLAN-Band nach dem IEEE-Standard 802.11b/g oder den 5-GHz-Bereich nach 802.11a mit maximal 54 MBit/s. Das mit Intel-eigenen WLAN-Chips bestückte 2915ABG ist bei Abnahme von 10.000 Stück zum Preis von 27 US-Dollar erhältlich und damit nur vier Dollar teurer als die bisher verbreitete Single-Band-Ausführung Typ 2200BG.

Zu welchem Zeitpunkt erste Notebooks mit dem neuen Intel Dual-Band-Modul auf dem Markt erscheinen werden, hängt von der schnellen Umsetzung durch die Notebookhersteller ab. Nach Angaben von Intel unterstützt das Dual-Band-WLAN-Modul 2915ABG bereits den gerade verabschiedeten IEEE-Standard 802.11i (WPA2 / Wi-Fi Protected Access 2) für verbesserte Verschlüsselung. Zusammen mit dem Dual-Band-Modul setzt Intel die PROSet/Wireless-Version 9.0 ein, mit deren Hilfe die WLAN-Konfiguration erheblich erleichtert und alle für das jeweils genutzte Funknetz wichtigen Einstellungen auf einer Seite zusammengefaßt werden.

Außerdem beherrscht PROSet/Wireless-Version 9.0 die vereinbarte Sonderbehandlung von Linksys-Access-Points.

POS Neuheiten

Neues Umschaltpult AV-760 von Hama



Das neue Umschaltpult AV-760 von Hama ist in der Lage, bis zu vier Geräte mit YUV-Ausgängen beispielsweise an einen Beamer oder Plasma anzuschließen. Die Anschlüsse sind entsprechend dem Komponentenanschluß im Cinch-Format ausgeführt, wobei es von Hama auch die passenden Kabel bzw. Adapter für andere Formate wie YUV auf Scart gibt. Parallel zu den YUV-Anschlüssen sind auch entsprechende Cinch-Audio-Anschlüsse für das Stereo-Signal vorhanden, so daß dies gleich mit umgeschaltet wird. Dank der separaten Audio-Anschlüsse kann das Audio-Signal dann auch an eine HiFi-Anlage weitergeleitet werden. Der empfohlene Verkaufspreis für das AV-760 Umschaltpult lautet 40 Euro.



Tragbarer Monitor mit Mehrfachnutzen



Mit dem Vision-Center hat die SeVic Systems AG ein multifunktionales, tragbares Gerät im Programm, das kaum größer ist als ein handelsüblicher Flachbildschirm, dabei aber zahlreiche andere Unterhaltungsfunktionen bietet. Das Anhören von Musik CDs und das Betrachten von auf DVD gespeicherten Filmen sind damit ebenso möglich wie das Empfangen von Fernsehprogrammen im 4:3-Normal- oder 16:9-Breitbildformat. Der entsprechende Tuner und das CD/DVD-Laufwerk sind platzsparend an der Geräterückseite untergebracht. Die ebenfalls integrierten Lautsprecher sorgen für den guten Ton. Über eine VGA-Buchse kann ein PC angeschlossen werden, somit kann das Vision-Center als hochauflösender Computerbildschirm genutzt werden. Sämtliche Anschlüsse sind an der Unterseite gut zugänglich. Zwischen den einzelnen Funktionen kann per Fernbedienung umgeschaltet werden. Das vielseitige Gerät wiegt lediglich 15 kg und läßt sich an seinem Tragegriff sehr einfach transportieren. Das Vision-Center steht auf allen Ebenen Flächen sehr stabil. Es läßt sich aber auch einfach an den in Booten, Wohnmobilen oder Caravans meist vorhandenen Normalhalterungen für TV-Geräte anbringen. Es müssen lediglich der Griff und seine Grundplatte entfernt werden; darunter befinden sich genormte Bohrungen.

Erster kompakter CD/DVD-Rundum-Drucker



Die Möglichkeit, eigene, gebrannte CDs und DVDs einfach und mit professionellem Ergebnis bedrucken zu können, wünschen sich zahlreiche Anwender im privaten und semiprofessionellen Bereich, aber z. B. auch in Klein- und Mittelbetrieben, Institu-



ten, Museen und Bildungseinrichtungen bei vielen Anlässen. Mit dem „Signature Z1“ von Primera Technology Inc., dem weltweit ersten CD/DVD-Drucker, der fast die gesamte Oberfläche bedrucken kann, kann dieser Wunsch nun erfüllt werden: Für 149,- Euro (UVP) erhält der Anwender ein sehr kompaktes Gerät, mit dem die Oberfläche optischer Medien im Thermo-

transfervorgang mit wasserfesten und gegen äußere Einwirkungen relativ beständigen Aufdrucken versehen werden kann. Die Scheibe wird automatisch viermal um 90 Grad gedreht und dadurch fast die gesamte Fläche bedruckt. Wichtige Vorteile der Thermo-Technologie: keine Wartung, kein Eintrocknen von Tinte oder Düsen und Bedrucken von Standard-CD/DVDs. Der Primera Signature Z1 druckt in Schwarz, Rot, Grün und Blau.

Logitech Laser Cordless Mouse MX 1000



Die neue Logitech MX 1000 tauscht als weltweit erste Computermouse der Welt die Oberfläche mit Laser-Technologie ab, liest 20mal

mehr Oberflächeninformationen als herkömmliche optische Mäuse und setzt neue technologische Maßstäbe für Ansprechverhalten und Präzision: univer-



selle Vor- und Zurück-Taste/Programmumschaltung, Lithium-Ionen-Batterie, Schnellladestation, kabellose Leistung mit FastRF, vierstufige Batterieanzeige, 4-Wege-Tastenrad plus Zoom. Das mit dreijähriger Garantie versehene Gerät hat eine UVP von 74,99 Euro.



PLUS X AWARD™ 2004

Der Name PLUS X AWARD™ und das Logo sind eingetragene Markenzeichen der media society networks.



Produkte, die durch innovative Technik, Höchstqualität und revolutionäre Ästhetik überzeugen, sind wieder gefragt. Der PLUS X AWARD ist eine ausgezeichnete Chance für Kunden-Orientierung und Hersteller-Profilierung. Das PLUS X-Siegel steht für besondere Leistungen in den Kategorien USP/Innovation, Design und Bedienkomfort.

Markenartikel aus der Unterhaltungselektronik und der IT-Branche, der digitalen Fotografie und dem gesamten Imaging-Bereich stellen sich einer hochkarätigen Fachjury. Sichern Sie sich das PLUS X gegenüber der Konkurrenz. Melden Sie Ihre Produkte für den PLUS X AWARD 2004 an. Teilnahme: www.plusxaward.de

Offizielle Partner des PLUS X AWARDS:

CE Markt

electro

plugged
TECHNIK VON MORGEN

POS-MAIL

imaging foto
contact
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBranche

mobile
zeit
die ganze welt der
mobilen kommunikation

ZDF 3sat

Fotografieren und Filmen mit den Neuen von Sony Mit Zoompower in die Zukunft

Sony hat jetzt drei weitere neue Digitalkameras zur photokina angekündigt: Mit dem 7-Megapixel-Modell Cyber-shot V3, der schlanken Design-Kamera Cyber-shot T3 und der modischen Cyber-shot L1 will das Unternehmen seine Marktposition weiter ausbauen. Und für alle Videofilmer bietet das Unternehmen mit dem HDR FX1 seine erste High Definition Handycam und mit den Modellen HC 1000 und DCR-PC350 zwei handliche MiniDV Handycams an.

Cyber-shot L1

Mit der neuen Cyber-shot L1 bringt Sony eine kompakte, technisch hochwertige und modische Digitalkamera auf den Markt. Zur Ausstattung gehört ein 4,1 Megapixel Super-HAD-CCD und ein Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv mit 3fach-



Die Cyber-shot L1 sieht nicht nur stylish aus, sondern vereint auch modernste technische Features in sich.

Zoom. Zusätzlich gibt es eine 6fach Digitalzoom-Funktion. Sonys Smart Zoom-Technologie ist bis zum 10-fachen Zoombereich einsetzbar. Auch bei dieser neuen Sony Digitalkamera sorgt der Real Imaging Prozessor für Schnelligkeit: Nach zwei Sekunden ist das Gerät einsatzbereit; die Verschlussverzögerung beträgt 0,35 Sekunden. Trotz der kompakten Abmessungen von nur 95 x 44,3 x 25,7 mm können die Aufnahmen mit dem 3,8 cm großen (Diagonale) Hybrid-LCD gut kontrolliert werden. Neben gängigen Fotofunktionen wie Mehrzonen-Autofokus, verschiedenen Belichtungsmessungen und vier Einstellungen für den automatischen Weißabgleich stehen dem Anwender sieben

voreingestellte Motivprogramme zur Verfügung. Videoaufnahmen sind mit der L1 im MPEG Movie VX-Modus mit einer Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten in einer Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde möglich.

Als Speichermedium fungieren der Memory Stick Duo oder der Memory Stick Pro Duo mit einem Speichervolumen von bis zu 512 MB. Die Datenübertragung zum Computer erfolgt über eine USB 2.0-Schnittstelle. Für den Direkt-Druck gibt es die PictBridge-Funktion.

Zum Lieferumfang gehören ein 16 MB Memory Stick Duo mit Adapter, der Info-Lithium-Ionen Akku NP-FT1 mit Ladegerät, ein USB-Kabel, Tragegurt und ein Software-Paket.

Als optionales Zubehör gibt es ein Sportgehäuse, das bis zu drei Meter Tiefe wasserdicht ist und die Kamera zudem am Strand und auf der Skipiste schützt, sowie eine hochwertige Ledertasche. Die neue Cyber-shot L1 kommt im Oktober in den Farben Silber, Schwarz und Blau auf den Markt und wird mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 330 Euro angeboten.

Cyber-shot V3

Mit der Cyber-shot V3, die im September die auslaufende Cyber-shot V1 ablösen wird, will Sony anspruchsvolle Hobbyfotografen, die Spaß an einem klassischen Kamera-Design haben, ansprechen. In dem schwarzen Magnesiumgehäuse der V3 steckt jede Menge Technik, die eine hohe fotografische Leistung gewährleistet.

Der 7,2 Megapixel Super-HAD-CCD sorgt für eine komfortable Vergrößerungsreserve für große Bildformate. Dazu bietet das Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss einen 4fachen Zoombereich mit einer Brennweite von 34 bis 136 mm (KB äquivalent), der mit dem



Cyber-shot V3

optionalen Tele- und Weitwinkelkonverter auf 24 bis 231 mm ausgebaut werden kann. Hinzu kommt eine 8fach Digitalzoom-Funktion mit Sony „Smart Zoom“-Technologie. Dabei werden auch die nicht genutzten Pixel für das Bildergebnis verwertet, so daß die Qualität nach Angaben von Sony mit der eines optischen Zooms vergleichbar ist. Durch den „Real Imaging Prozessor“ ist die neue Cyber-shot V3 schon in 2,3 Sekunden startklar und weist mit 0,3 Sekunden nur eine geringe Auslöseverzögerung auf. Im Serienbild-Modus ist dieses Tempo nur von Vorteil: Bis zu acht Bilder können in höchster Auflösung mit einer Geschwindigkeit von 2,5 Bildern pro Sekunde hintereinander aufgenommen werden. Durch die Stamina Energieversorgung können mit nur einer Ladung des InfoLithium-Ionen Akkus bis zu 260 Aufnahmen geschossen werden.

Die Aufnahmen können nicht nur als JPG-, sondern auch als TIFF- oder RAW-Datei gespeichert werden – und zwar auf dem Memory Stick bzw. Memory Stick Pro oder einer CF-Karte Typ I. Zur schnellen Übertragung der Bilder auf den PC gibt es einen USB 2.0-Anschluß. Da die Kamera PictBridge-kompatibel ist, können die Aufnahmen auch direkt auf Drucker übertragen werden, die diesen Standard unterstützen.

Die V3 bietet zudem eine Programmautomatik und verschiedene Motivprogramme. Der Anwender hat jedoch auch die Möglichkeit, die Einstellung von Verschlusszeit, Blenden, Farbsättigung, Kontrast und Schärfe manuell vorzunehmen. Mit dem Laser-

Autofokus stellt das Gerät auch bei extrem schlechten Lichtbedingungen zuverlässig scharf. Mit der Sony NightShot-Funktion können durch den integrierten Infrarot-LED auch bei völliger Dunkelheit Bilder aufgenommen werden. Dabei macht die NightFraming-Funktion per Infrarot die Motive sichtbar.

Die Kamera ist mit einem Mittenkontakt-Blitzschuh zum Anschluß externer Blitzgeräte, wie zum Beispiel das Sony HVL-F32X, ausgestattet. Der Slow Sync-Blitzmodus ermöglicht interessante Effekte. Neben dem erwähnten Weitwinkel- und Telekonverter und dem Blitzgerät bietet Sony für die Cyber-shot V3 eine hochwertige Ledertasche als spezielles Zubehör an. Zudem kann das Cyber-shot Systemzubehör mit dieser Kamera verwendet werden. Das neue Modell ist Ende Oktober lieferbar und wird zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 750 Euro erhältlich sein.

Cyber-shot T3

Mit der Cyber-shot T3 will Sony den Erfolg der mehrfach ausgezeichneten Vorgängerin T1 fortsetzen. Die Kamera ist nicht nur noch schneller und noch edler geworden, sondern mit Abmessungen von 91 x 60 x 17,8 mm (BxHxT) auch noch flacher. In Verbindung mit dem Vario-Tessar-Objektiv von Carl Zeiss, das einen Brennweitenbereich von 38–114 mm (entspr. KB-Format) bietet, sorgt der 5 Megapixel Super-HAD-CCD für gute Aufnahmen. Das 3fach-Zoomobjektiv ist vertikal in das Gehäuse eingebaut. Dabei wird das Licht über ein 90 Grad-Prisma umge-

lenkt. Der „Real Imaging Prozessor“ ermöglicht eine Startzeit von nur 1,3 Sekunden und eine Auslöseverzögerung von lediglich 0,009 Sekunden. Im schnellsten Modus sind bis zu vier Bilder in Serie mit einer Geschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde möglich.

Mit dem großen Hybrid-LCD mit einer Diagonale von 6,35 cm macht nicht nur das Fotografieren, sondern auch das Anschauen der Bilder Spaß. Dabei wurde das Display gegenüber der T1 deutlich verbessert. Die 230.000 Pixel bieten neun Prozent mehr Auflösung, und die Leuchtkraft stieg sogar um 44 Prozent. Auch die Farbwiedergabe ist nach Angaben von Sony um 40 Prozent brillanter und naturgetreuer als beim Vorgängermodell.

Die Bildübertragung zu externen Geräten erfolgt über eine Docking-Station, die sowohl als USB High-speed Schnittstelle als auch als AV-Ausgang fungiert. Ein paralleles Interface in der Kamera nutzt die Highspeed-Funktionalität des als Speichermedium eingesetzten Memory Stick Pro Duo aus, die besonders der Aufnahme von Videos im MPEG VX-Modus (bis zu 640 x 480 Pixel in einer Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde) und bei der Serienbildfunktion zur Geltung kommt. Die Länge der MPEG-Filme ist dabei lediglich durch die Kapazität des Speichermediums begrenzt. Im



Mit dem großen Hybrid-LCD der Cyber-shot T3 macht die Motivsuche noch einmal so viel Spaß.

Lieferumfang enthalten sind ein InfoLithium Akku mit Ladegerät, ein 32 MB Memory Stick Duo mit Adapter, Trageband, USB/-AV-Kabel, die Cyber-shot Station UC-

TA und ein umfangreiches Software-Paket. Als optionales Zubehör gibt es ein Unterwassergehäuse und eine edle, paßgenaue Ledertasche.

Die Cyber-shot T3 wird in den Farben Silber und Schwarz ab Anfang Oktober mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 530 Euro erhältlich sein.

Neue Handycams von Sony

Die MiniDV Handycam DCR-HC1000 ist mit drei CCDs mit jeweils 1.070.000 Pixeln, einem 14 bit Analog/Digital Wandler und der MegaPixel Engine Technologie für eine schnelle Signalverarbeitung ausgestattet. Die HC1000 bietet ein Carl Zeiss Vario-Sonnar T*-Objektiv mit 12fach Zoom und 150fach Digitalzoom. Zudem sorgt der optische Super SteadyShot für wackelfreie Aufnahmen. Der Griff der Handycam läßt sich um 90 Grad drehen, damit können auch Filmaufnahmen aus ungewöhnlichen Perspektiven realisiert werden. Darüber hinaus ermöglicht die HC1000 Aufzeichnungen in digitalem Mehrkanalton und die Wiedergabe der Aufnahmen im 5.1 Surround-Sound.

Die Bedienung des deutschsprachigen Menüs erfolgt bei der Handycam über das berührungssensitive Touch Panel des 6,35 Zentimeter großen Hybrid LCD. Bedienerfreundlich kann am Touch Panel die Schärfe des gewählten Motivs per Spot Focus eingestellt werden. Berührt der Filmer das unscharfe Objekt auf dem Display, stellt sich der Focus automatisch auf dieses ein und schärft es. Die DCR-HC1000 ist mit einem Memory Stick Duo Slot, einer USB 2.0-Schnittstelle, einer i.LINK-Schnittstelle (DV Ein- und Ausgang) und einem Multi Audio/Video Ein- und Ausgang ausgestattet. Die integrierte Anschlußstelle für zusätzliche Geräte erkennt optionale Geräte wie z. B. Standard-Blitzsysteme und synchronisiert diese mit dem Camcorder. Im Lieferumfang der Handycam sind ein 8 MB Memory Stick Duo, ein USB-Kabel, Treiber-

Software sowie Picture Package Software enthalten. Weiterhin werden ein Eingabestift und ein Reinigungstuch für das LCD Touch Panel sowie Stereo-AV-Kabel, Fernbedienung, Netzteil und ein Akku mitgeliefert.

Mit der 3 Megapixel MiniDV Handycam DCR-PC350 können Filme und Fotos aufgenommen werden. Die MiniDV-Handycam verfügt über ein Carl Zeiss Vario-Sonnar T*-Objektiv mit einem 10fach optischen (120fach digitalen) Zoom und einen 14 bit Analog/Digital Wandler. Die PC350 speichert Fotos auf einem Memory Stick Duo oder Memory Stick Pro Duo. Im Fotomodus verfügt die Handycam über ein 8,5fach Zoomobjektiv. Dies entspricht einem Brennweitenbereich von 44 – 374 mm (entspr. 35 mm KB-Format). Sie ist mit einem eingebauten Blitz, Autofokus, Selbstauslöser und diversen Bildprogrammen ausgestattet. Die mitgelieferte Handycam-Station kann mit PC oder Fernseher verbunden werden. Schnittstellen wie i.LINK, USB 1.0, S-Video und AV sind in die Handycam-Station integriert. Die Anschlüsse für AV, Mikrofon und LANC befinden sich zusätzlich direkt am Camcorder. Am 6,35 Zentimeter Hybrid Farb-LCD ist eine zusätzliche Start/Stop-Taste angebracht. Auch die PC350 verfügt über ein Touch Panel auf dem LCD.

Im Lieferumfang sind unter anderem die Handycam-Station, ein Ladeadapter, ein InfoLithium-Ionen-Akku, ein 16 MB Memory Stick Duo, ein USB- sowie ein Multi-AV-Kabel für den analogen Ein- und Ausgang enthalten. Die DCR-HC1000 ist ab August mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 1.800 Euro und die DCR-PC350 ab September für 1.500 Euro (UVP) erhältlich.

High Definition Handycam HDR-FX1

Mit der HDR-FX1 bringt Sony seine erste HDV 1080i Handycam auf den Markt. Das Besondere an dem mit drei CCDs ausgestatteten Prosumer-Camcorder ist seine extrem

Der erste High Definition Camcorder von Sony überzeugt durch seine hohe Bildqualität. Diese wird unter anderem durch das Carl Zeiss Vario-Sonnar T*-Objektiv gewährleistet.



hohe Bildqualität, die, laut Herstellerangaben, deutlich über dem heutigen PAL-Standard liegt. Der HDV 1080i-Camcorder ist nur mit den besten Komponenten ausgestattet: Das Vario-Sonnar T*-

HDR-FX1 aber auch in DV-Qualität auf, entweder 90 Minuten im Long-play- oder 60 Minuten im Short-play-Modus.

Der Videofilmer kann durch den Sucher wie auch über das Display

de, Verschußzeit, Gain Werte und die manuelle Tonaufnahme gehören zum Standard. Darüber hinaus gibt es Funktionen wie „Cinematone Gamma“, „Cineframe“ oder die Veränderung von Farbton und

Die 3 Megapixel MiniDV Handycam DCR-PC350 kann sowohl Filme wie auch Fotos aufnehmen.



Objektiv mit 72 mm Filterdurchmesser wurde von Carl Zeiss entwickelt und hat ein 12fach-Zoomobjektiv. Seine Lichtstärke beträgt F1,6 bis 2,4, die Brennweite reicht von 32,5 bis 390 mm (verglichen mit KB). Die HDR-FX1 wurde mit einem manuellen Zoom, manuellem Fokus und integriertem ND-Filter (ND1=1/6 / ND2=1/32) ausgestattet. Drei CCDs mit jeweils 1.120.000 Pixeln, ein für HD optimierter 14 bit Analog/Digital Wandler und Sonys „HD Codec Engine“ sorgen für eine schnelle und hochwertige Signalverarbeitung. Die HDV Handycam zeichnet dabei im 16:9-Format auf.

Das Format High Definition Video ist ein neuer, hochauflösender Video-Aufnahmestandard, der die MPEG2-Kompression nutzt. Aufgezeichnet wird auf MiniDV-Kassetten. Zusätzlich nimmt die

das Geschehen beobachten. Hierzu steht ein fast neun Zentimeter großes Hybrid-LCD im 16:9-Format, das je nach Bedarf umgeklappt und gedreht werden kann, zur Verfügung.

Auffällig ist der große Griff, welcher nahezu die gesamte Länge des schwarzen HDV-Camcorders einnimmt. In den Griff integriert ist der Zoomhebel sowie der Start/Stop-Knopf.

Der Camcorder bietet eine breite Palette an manuellen Funktionen. Bei der Bildstabilisierung kommt das optische Steady Shot System zum Einsatz. Hoher Wirkungsgrad ohne Bildverluste zeichnen dieses Aktiv-Prisma-System aus. Je nach Einsatzgebiet kann der Wirkungsgrad des Systems vorgegeben werden. Bis zu vier Modi stehen hier zur Verfügung. Funktionen wie die Wahl der manuellen Blen-

Farbphasenlage. Über drei programmierbare „Assign“-Knöpfe können die bevorzugten Funktionen direkt am Camcorder abgerufen werden. Zudem zeigt eine Batterieanzeige immer den aktuellen Stand der Energieversorgung an. Die HDR-FX1 verfügt über eine i.LINK-Schnittstelle mit einem HDV- bzw. DV-Ein- und Ausgang, einen Mini AV (analog In/Out und Audio In/Out), einen S-Video In/Out und DC In sowie Anschlüsse für ein externes Mikrofon und für einen Kopfhörer.

Im Lieferumfang enthalten sind ein Netzladeadapter, Fernbedienung, AV- & Komponentenkabel, Sonnenblende, großer Sucheraufsatz, Schulterriemen, Fotoschuh-Adapter und Akku.

Der HDR-FX1 soll zum Winter 2004/2005 lieferbar sein und unter 5.000 Euro (UVP) kosten. epe



Der Super SteadyShot der MiniDV Handycam HC1000 sorgt für wackelfreie Aufnahmen, und durch die MegaPixel Engine Technologie wird eine schnelle Signalverarbeitung garantiert.

Fünf neue kompakte Digitalkameras von Casio



Mit den ersten Modellen seiner Marke Exilim brachte der Newcomer der Fotobranche, Casio, eine Serie von kompakten Digitalkameras in den Handel, die sehr schnell ihren Platz in diesem Markt und in der Gunst der Verbraucher fand. Nun erweitert das Unternehmen seine Exilim-Reihe um vier neue Digitalkameras, die durch ihr Design und vor allem durch technische Innovationen die Verbraucher für sich einnehmen wollen.



Klein, schwarz und stark, so präsentiert sich die 7-Megapixel-Digitalkamera Exilim Pro EX-P700 von Casio.

Exilim vereint Design und Technologie

Exilim EX-Z50 und Exilim EX-Z55

Die beiden kompakten Digitalkameras verfügen über 5,0 Megapixel und ein 3fach-Zoomobjektiv. Zusätzlich ist die Exilim EX-Z55 mit einem 2,5 Zoll TFT-Farbdisplay ausgestattet. Durch die FIL-Technologie konnte der Sucher in das TFT-Farbdisplay integriert werden. So bleibt die Exilim EX-Z55 genauso klein und flach wie die Exilim

EX-Z50, obwohl das neue Display mehr Raum einnimmt. Auch das Design der neuen Exilim Zoom Generation wurde verfeinert. Die Multitalente im silberfarbenen Metallgehäuse sind durch ihre Super Life-Battery sehr leistungsstark. Trotz der höheren Pixelzahl der Kameras ist es möglich, nach einmaligem Aufladen des Lithium-Ionen-Akkus bis zu ca. 390 bzw. ca. 400 Bilder zu schießen. Weiterhin wurden die Lifestyle-Kameras

mit einer neuen Auto Makro-Funktion ausgestattet. Bei Bedarf schaltet diese selbständig vom Autofokus in den Makro Modus und wieder zurück.

Die Flash Assist-Funktion ist ebenfalls neu, mit ihr können zu dunkel geratene Aufnahmen nachträglich aufgehellt werden. Mit der Bestshot Funktion wählt der User aus unterschiedlichsten voreingestellten Motivprogrammen das beste Szenario für sein Motiv. Speziell für Präsentationen und Konferenzen wurde das Programm „Business Shot“ entwickelt. Diese Business Shot-Funktion wandelt die trapezförmige Ansicht eines Charts in eine Frontansicht um, auf der alle Details der Präsentation klar erkennbar sind.

Mit der Direct On-Funktion sind sowohl die Exilim EX-Z50 als auch die Exilim EX-Z55 in ca. 1,6 Sekunden startklar und bieten ca. 0,01 Sekunden Auslöseverzögerung. Die Movie-Funktion kann, abhängig von der Kapazität der Speicherkarte, Filme mit Tonaufzeichnung ohne Zeitlimit aufnehmen.

Die Symbole der vielfältigen Funktionen und Einstellungen werden

mit Hilfe der neuen Icon Help-Funktion übersichtlich erklärt. Sie zeigt dem User an, in welchem Modus er gerade fotografiert.

Die beiden Modelle werden über eine USB-Dockingstation aufgeladen, die auch die Verbindung zum PC herstellt und die Bilddaten überträgt. Neben der Super Life-Battery und der Dockingstation werden USB-Kabel, umfangreiche Software auf CD-ROM und Handtrage-riemen mitgeliefert. Optional sind das mobile Ladegerät BC-30L sowie diverse Kamerataschen erhältlich.

Die Exilim Zoom EX-Z50 wird für 399 Euro und die Exilim Zoom EX-Z55 für 449 Euro unverbindliche Preisempfehlung ab Anfang Oktober erhältlich sein.

Exilim Pro EX-P700

Die EX-P700 startet mit 7,2 Megapixeln im schwarzen Gehäuse durch.

Neben der 7,2 Megapixel-Bildauflösung und lichtstarker Canon Optik mit 4fach Zoom bietet die EX-P700 dem ambitionierten Fotoamateure eine Fülle von Extras, die in einem schwarzen, matt

glänzenden Gehäuse untergebracht wurden.

Die Kamera ist bereits nach ca. zwei Sekunden betriebsbereit, und durch die Auslöseverzögerung von 0,01 Sekunden erscheinen die Aufnahmen innerhalb kürzester Zeit auf dem hochauflösenden 2 Zoll TFT-Farbdisplay. Die EX-P700 ist mit einem High Speed Hybrid-Autofokussystem mit der neuen Auto Makro-Funktion ausgestattet. Der Nutzer kann zusätzlich zum Spot Autofokus den Mehrfeld Autofokus betätigen, der über sieben verschiedene Meßpunkte automatisch das nächststehende Objekt anvisiert. Zudem ist das Fokusfeld über die Free Auto Focus Area frei wählbar. Mit der Multi Bracketing-Funktion kann der Anwender innerhalb einer Belichtungsreihe Aufnahmen mit verschiedenen Parametern erstellen (z. B. Schwarzweiß, Sepia oder Farbe). Und sollte eine Aufnahme bei ungünstigen Lichtverhältnissen einmal zu dunkel geraten sein, kann mit der Flash Assist-Funktion das Bild nachträglich aufgehellt werden.

Mit dem EX-Key kann schnell auf die Grundeinstellungen der Kamera wie Weißabgleich oder ISO-Einstellungen zugegriffen werden. Dabei visualisiert der EX-Finder die aktuell festgelegten Parameter der Kamera sehr übersichtlich. Die Manual Assist-Funktion hilft beim Bestimmen von Blende und Belichtungszeit. Zusätzlich zeigt sie



Die Casio Exilim EX-Z55 überzeugt nicht nur durch ihr stylisches Äußeres, sondern auch durch die vielen technischen Extras, die sie auf kleinstem Raum in sich vereint.

dem Fotografen anhand von Beispielen an, welche Ergebnisse er mit unterschiedlichen manuellen Einstellungen erzielen wird.

Die Bestshot-Funktion der EX-P700 hält 27 voreingestellte Motivprogramme für verschiedene Aufnahmesituationen bereit, darunter z. B. Weichzeichner oder Sportmotive. Auch diese Kamera verfügt über das Motivprogramm Business Shot, in dem trapezförmig verzerrte Seitenansichten eines Präsentationscharts in eine gerade Frontansicht umgewandelt werden.

Die EX-P700 ist jedoch nicht nur in der Lage, Einzelbilder und Serienbildaufnahmen zu machen, sondern auch Filme mit Ton können mit ihr aufgezeichnet werden. Die Icon Help-Funktion der Kamera erklärt die Symbole des jeweiligen Aufnahmemodus. Aufgrund der vielfältigen Anschlußmöglichkeiten lassen sich die Fotos und Filme direkt auf den Fernseher oder PC übertragen. Außerdem unterstützt die EX-P700 den Pict-Bridge- und USB Direct Print-Standard.

Zur Ausstattung der Kamera gehört eine Infrarot-Fernbedienung, die das kabellose Durchführen vieler Funktionen möglich macht. Zum Lieferumfang gehören die Super Life-Battery und Ladegerät, ein USB- und AV-Kabel, ein Handtrageriemen sowie Software auf CD-ROM. Optional erhältlich sind Linsenadapter, Vorsatzlinsen und Filter für verschiedene Bildeffekte.

Ab Anfang Oktober ist die Exilim Pro EX-P700 für 599 Euro unverbindliche Preisempfehlung erhältlich.

Exilim Card EX-S100

Mit der Exilim Card EX-S100 präsentiert Casio eine Weltneuheit. Die neue Exilim Card EX-S100 wurde mit einer „keramischen Linse“ ausgestattet. Das hochwertige Material Keramik findet aufgrund seiner Auflösungsfähigkeit und präzisen Lichtbrechung überwiegend in der High-End Technologie Verwendung. Casio nutzte nun die technischen Eigenschaften des Materials und entwickelte die „keramische Linse“ für die Exilim EX-S100.

Die Kamera im Scheckkartenformat von 88 x 57 x 16,7 mm verfügt über eine Auflösung von 3,2 Megapixeln und ein 2,8fach Zoomobjektiv.

Das Leichtgewicht ist in ca. 1,4 Sekunden betriebsbereit und bietet eine Auslöseverzögerung von nur ca. 0,01 Sekunden. Die Kamera besitzt neben dem Autofokus auch einen Auto Pan Fokus. Er-



Die Exilim Card EX-S100 ist die bisher einzige Kamera der Welt, die mit einer „keramischen Linse“ ausgestattet wurde. Sie ist ein Beispiel dafür, daß außergewöhnliche Technologien auch auf kleinstem Raum untergebracht werden können.

gänzt wird das variable Fokussieren durch die neue Auto Makro-Funktion. Auch hier können zu dunkle Fotos mit der Flash Assist-Funktion gleich nach der Aufnahme bei Bedarf aufgehellt werden. Die Bedienbarkeit der Kamera wird durch die Icon Help-Funktion wesentlich vereinfacht.

Auch die EX-S100 bietet die Bestshot-Funktion. Mit 23 voreingestellten Motivprogrammen ist es dem Anwender möglich, Bilder auch in schwierigen Aufnahmesituationen, wie z. B. bei der Strandparty bei Sonnenuntergang, Landschaftsaufnahmen oder Porträts von Freunden aufzunehmen. Auch hier wurde die Business Shot Funktion integriert.

Videoaufzeichnungen mit der Movie-Funktion werden lediglich von der Kapazität der Speicherkarte begrenzt.

Zum Schutz des Objektivs der Exilim Card EX-S100 legt sich in der Off-Stellung automatisch eine Abdeckung vor die hochwertige „keramische Linse“.

Für die Datenspeicherung steht dem Exilim Card Nutzer der integrierte, ca. 9,3 MB große Flash-Speicher zur Verfügung. Dieser ist optional durch SD- oder MMC-Karten erweiterbar. Die Übertragung der Bilddaten erfolgt über eine USB-Dockingstation, von dort werden die Fotodateien bequem auf den PC übertragen. Zudem wird hier auch der Lithium-Ionen-Akku der Kamera aufgeladen. Die Exilim Card EX-S100 unterstützt PictBridge- und USB Direct Print-Standard. Zum Lieferumfang gehören der Akku und die Dockingstation, ein Anschlußkabel, ein Handtrageriemen sowie Software auf CD-ROM.

Die Exilim Card EX-S100 ist ab Anfang Oktober mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 399 Euro erhältlich.

Casio QV-R61

Mit sechs Megapixeln und 3fach-Zoomobjektiv wurde diese Kamera ausgestattet. Das 2 Zoll TFT-Farbdisplay erleichtert die Motivsuche, und in Kombination mit der Direct On-Funktion ist die Kamera bereits

nach ca. 1 Sekunde einsatzbereit. Die Auslöseverzögerung von ca. 0,01 Sekunden macht extraschnelle Schnappschüsse möglich.

Mit der Highspeed-Serienbildaufnahme kann der Anwender ganze Bewegungsabläufe in einer kontinuierlichen Bildabfolge ablichten. Schnelles und variables Fokussieren ermöglicht die neue Auto Makro-Funktion, die automatisch vom normalen Autofokus in den Makro Modus umschaltet. Und falls es zu dunkel ist, sorgen der integrierte Blitz mit Red Eye-Reduction und die Flash Assist-Funktion für die nötige Helligkeit während und nach der Aufnahme. Durch die übersichtliche Menü-

führung wurde das Wechseln zwischen einzelnen Funktionen vereinfacht. In welchem Aufnahmemodus sich der Fotograf befindet, erklärt die neue Icon Help-Funktion. Weiterhin bietet die Kamera einen Print Size Guide. Dieser zeigt an, mit welcher Auflösung welches Format gedruckt werden kann.

Durch die verbesserten elektronischen Komponenten konnte der Energieverbrauch reduziert werden, und durch die leistungsstarken NiMH-Akkus garantiert Casio dem Verbraucher noch längeren Foto-spaß.

In ihrem silbernen Gehäuse vereint die Kamera die Bestshot-Funktion mit 23 voreingestellten Motivprogrammen, eine Movie-Funktion sowie Selbstauslöser. Zudem verfügt sie über eine Makro-Funktion, einen automatischen Kalender und Weltzeit sowie eine Alarmfunktion mit Bild.

Der integrierte 9,7 MB Speicher ist durch eine beliebige SD- oder

MMC-Karte erweiterbar. Mit den Maßen 88,3 mm x 60,4 mm x 33,4 mm sowie einem Gewicht von nur ca. 168 Gramm paßt die QV-R61 in jede Tasche.

Ab Anfang Oktober ist die Kamera mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 349 Euro erhältlich.

Mitgeliefert werden Akkus mit Ladegerät, Handtrageriemen, USB-Kabel sowie umfangreiche Software auf CD-ROM.

Zum optionalen Zubehör gehören die Kamerataschen QVR-CASE 1, QVR-CASE 2 und der Netzadapter AC-C30. epe



Die QV-R61 schafft es, trotz sechs Megapixeln, Auto Makro-Funktion sowie 23 voreingestellten Motivprogrammen, innerhalb einer Sekunde startklar zu sein.

Seien Sie vorbereitet!



Denn Ihre Kunden wollen vergleichen!

Flachbildschirme richtig präsentieren mit den Signalen: S-Video, Y/U/V, Progressive Scan, HDTV, DVI und HDMI.

Vorführrkonzepte für die Steigerung Ihrer Marge. Nutzen Sie unsere Erfahrung - rufen Sie uns an.

ADCON, Andrew Domarkas
Stegwiesen 16, 78333 Stockach (Germany)
Tel. +49(0)7771-9392-31, Fax +49(0)7771-61465
Email: kunden@adcon-teknopolis.com
www.adcon-teknopolis.com

**BERATUNGSZENTRALE
FÜR KOMPETENTES VORFÜHREN**
☎ 00800-2000-1000 (Gebührenfrei)

ADCON® and you will get a Smile!

Ob Kameras oder Druck

Canon hat auf der photokina-Preview in München neue Analog- und Digitalkameras vorgestellt. Unter den Neuheiten befindet sich sowohl im analogen als auch im digitalen Bereich jeweils eine Spiegelreflexkamera: Mit der EOS 20D und der EOS 300X richtet sich Canon vor allem an ambitionierte Fotografen. Nach unten abgerundet wird das Digitalsortiment durch die Canon A400.



Mit der EOS 20D wendet sich Canon vor allem an ambitionierte Fotografen.

Die EOS 20D wird durch einen neuentwickelten 8,2-Megapixel-CMOS-Sensor (Verlängerungsfaktor 1,6), eine Serienbildgeschwindigkeit von bis zu fünf Bildern pro Sekunde sowie einen neuen Neun-Punkt-Autofokus und das entfernungsgekoppelte E-TTL II Blitzsystem gekennzeichnet. Mit diesen Merkmalen etabliert sich die Nachfolgerin der EOS 10D in punkto Leistung, Geschwindigkeit und Flexibilität auf dem Niveau hochwertiger analoger SLR-Kameras. Sie wird dem Handel voraussichtlich schon vor der photokina zum Preis von 1.599 Euro (UVP) zur Verfügung stehen. Das robuste Magnesium-Gehäuse der EOS 20D unterstreicht den professionellen Look. Die überarbeitete Menüstruktur in Verbindung mit dem ebenfalls erstmals bei einer EOS-Kamera eingesetzten Multifunktionsschalter („Jog-Dial“) erlaubt komfortables Navigieren durch die umfangreichen Funktionen der EOS 20D. Die Kamera wurde mit neuen Funktionen für Farbmanagement und Weißpunktbestimmung ausgestattet und bietet zudem als erste Canon Spiegelreflexkamera einen Monochrom-Modus, mit dem Schwarzweißaufnahmen mit ähnlichen Optionen wie bei der analogen Fotografie möglich sind. Besonders erwähnenswert sind dabei Aufnahmefiltersimulationen für die Filterfarben Gelb, Orange, Rot und Grün. Weiteres Kennzeichen der EOS 20D ist die Aufnahmebereitschaft

Die Nachfolger kommen

Analoge und digitale Neuheiten

0,2 Sekunden nach dem Einschalten. Die Auslöseverzögerung von 65 Millisekunden liegt auf Profi-Niveau. Verantwortlich für den schnellen Antritt ist in erster Linie der neue DIGIC II Prozessor. Die erweiterte Puffergröße des DIGIC-Prozessors der zweiten Generation macht eine Serienbildgeschwindigkeit von 23 Bildern in Folge bei bis zu fünf Bildern pro Sekunde möglich. JPEG- und RAW-Dateien können simultan aufgezeichnet werden. Der neue 8,2-Megapixel-CMOS-Sensor wurde für die neue EOS 20D maßgeschneidert. Neben seiner hohen Auflösung bietet der Sensor einen Empfindlichkeitsbereich von ISO 100–1600 (in „H“-Einstellung ISO 3200).

Besonders komfortabel läßt sich der Weißpunkt den individuellen Vorlieben und dem Stil des Fotografen anpassen. Die neun rautenförmig um die Bildmitte angeordneten Autofokuspunkte decken einen größeren Bildbereich ab als das AF-System der EOS 10D, vor allem aber ist der Autofokus erheblich schneller geworden. Die Auswahl der Sensorpunkte erfolgt alternativ mit dem großen EOS-Wählrad oder dem neuen Multifunktions-Wahlschalter auf der Rückseite der Kamera.

Die EOS 20D ist als erste digitale Canon Spiegelreflexkamera mit der schnellen USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle ausgestattet. Sie unterstützt via USB den herstellerübergreifenden PictBridge-Standard. Die Bilddateien werden auf Compact Flash Karten vom Typ I und Typ II gespeichert; auch Microdrives und Speicherkarten mit Kapazitäten über zwei Gigabyte sind verwendbar.

EOS 300X

Mit einer hohen Autofokus-Geschwindigkeit und einer Bildfre-



Die Auslösesperre wird automatisch aktiviert, wenn sich kein Film in der Kamera befindet.

quenz von bis zu drei Bildern pro Sekunde tritt die neue analoge Canon EOS 300X die Nachfolge der EOS 300V an. Zu den weiteren Kennzeichen zählen die E-TTL II Blitzsteuerung und der extrem schnelle Verschluss mit einer kürzesten Verschlusszeit von 1/4.000 Sekunde. Die EOS 300X steht dem Handel ab September 2004 für 229 Euro* oder im Set mit dem neuen Canon EF 4-5,6/28-90 mm III für 299 Euro (UVP) zur Verfügung.

Im Vergleich zum Vorgängermodell wartet die EOS 300X nach Herstellerangaben mit zahlreichen Verbesserungen im Detail auf. So wurde beispielsweise der Verschlusszeitenbereich von 1/2.000 Sekunde auf 1/4.000 Sekunde erweitert. Dieser verkürzt entsprechend auch die Blitzsynchronzeit von 1/90 Sekunde auf 1/125 Sekunde. Der optimierte Filmtransport erreicht in der Autofokus-Betriebsart One-Shot die maximale Bildfrequenz von drei Bildern pro Sekunde. Das Display auf der Rückseite hat eine Diagonale von 4,2 cm, ist beleuchtet und auch bei Dunkelheit bestens ablesbar. Das ergonomisch verbesserte Gehäuse aus Glasfaser verstärktem Polycarbonat mit Metallbajonett ist mit einer professionell anmutenden, mattschwarzen Oberflächenlackierung beschichtet.

Zur weiteren Ausstattung gehören der eingebaute Blitz mit Leitzahl 13 (bei ISO 100), Dioptrienausgleich am Sucherokular, sechs Individualfunktionen mit zwölf Einstellungen, automatische oder manuelle Empfindlichkeitseinstellung, Abblendeblende und eine Funktion für Mehrfachbelichtungen. Neu ist die Auslösesperre, die automatisch aktiviert wird, wenn sich kein Film in der Kamera oder kein Objektiv im Bajonett befindet.

Das ebenfalls neue und auch im Set mit der EOS 300X erhältliche Standardzoom Canon EF 4-5,6/28-90 mm III ist mit 190 Gramm ein Leichtgewicht und auf die EOS 300X abgestimmt. Es unterstützt den neuen Algorithmus für die E-TTL II Blitzsteuerung und fokussiert an der EOS 300X schnell und leise.

Prima Super 180 Date

Die neue Prima Super 180 Date ist das neue Topmodell unter Canons analogen Sucherkameras. Bei dem Modell handelt es sich um eine extrem kompakte Kamera mit einem 4,7fachen Zoomobjektiv. Der große Zoombereich umfaßt Brennweiten von 38 bis 180 mm. Weitere Kennzeichen sind die sechs Belichtungsprogramme und der Sieben-Punkt-Autofokus, die die fototechnischen Möglichkeiten erweitern und das Fotografieren noch einfacher und präziser machen. Die Prima Super 180 Date ist ab September für 179 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

PowerShot G6

Die PowerShot G6 stellt ab sofort das neue Topmodell der Canon PowerShot G-Reihe dar. Die Ka-



Die PowerShot G6 ist das neue Topmodell der PowerShot G-Serie.

mera wendet sich laut Canon an ambitionierte Bildermacher, die Spaß an der kreativen und anspruchsvollen Digitalfotografie haben. Sie löst die PowerShot G5 ab und unterscheidet sich von ihrer Vorgängerin durch ein Plus an Leistung und kleineren Abmessungen. Für die höhere Qualität sind neben dem hochauflösenden 7,1-Megapixel-CCD-Sensor insbesondere die Leistung des lichtstarken Vierfach-Zoomobjektivs sowie weiter verbesserte interne Bildbearbeitungs-Algorithmen verantwortlich. Das neue, ergonomisch geformte Gehäuse liegt den Angaben zufolge sicher in der Hand, alle wichtigen Bedienelemente sind einfach und komfortabel erreichbar. Den Überblick behält der Nutzer dank eines dreh- und schwenkbaren 2,0-Zoll-Displays auch in schwierigen Aufnahmesituationen. Die PowerShot G6 ist ab sofort für 749 Euro (UVP) verfügbar.

PowerShot S70

Mit der PowerShot S70 stellt Canon das neue Flaggschiff der kompakten PowerShot S-Serie vor. Das Gehäuse der neuen PowerShot S70 fällt durch schlankes Design in dunklem Metallic-Schwarz auf. Die Neue ist mit einer Vielzahl Features ausgestattet, die nach Angaben des Herstellers bislang Kameras mit professionellem Anspruch vorbehalten waren, und erweitert die PowerShot S-Serie um ein Modell mit 7,1-Megapixel-CCD-Sensor. Das 3,6fach



Die S70 ist das neue Flaggschiff der PowerShot S-Reihe.

Weitwinkel Zoomobjektiv der PowerShot S70 bietet einen Brennweitenbereich von 28–100 mm (äquivalent Kleinbild), verbunden mit einer besonders kompakten Bauweise. Diese wird durch Verwendung von ultrahochbrechenden asphärischen Linsenelementen möglich. Die PowerShot S70 ist ab sofort für 629 Euro (UVP) erhältlich.

PowerShot A95

Die PowerShot A95 löst als neues Topmodell der kompakten PowerShot A-Serie die PowerShot A80 ab. Highlights der Neuen sind unter anderem der 5,0-Megapixel-CCD-Sensor, das große dreh- und schwenkbare TFT-Display und 21 unterschiedliche Belichtungsfunktionen für verschiedenste Aufnahmesituationen. Das 3fach-Zoomobjektiv (38–114mm äquivalent Kleinbild) rundet den kreativen Spielraum der PowerShot A95 ab. Typisch für die PowerShot A-Serie ist laut Canon das gute Preis-/Leistungsverhältnis. Die PowerShot A95 kann ab sofort für 399 Euro (UVP) geordert werden.

PowerShot A400

Die PowerShot A400 löst als neues Modell im Einstiegsbereich die PowerShot A310 ab. Neben dem neuen 2,2fach-Zoomobjektiv (45–100 mm äquivalent Kleinbild) und einem 3,2-Megapixel-CCD-Sensor stehen zwölf Belichtungs- und Motivprogramme für unterschiedliche Aufnahmesituationen zur Verfügung. Die aus Aluminium gefertigte Frontpartie der PowerShot A400 sorgt für einen hochwertigen Look. Für Individualisten steht die

ker: Canon hat sie alle



Die PowerShot A400 gibt es in vier Farbvariationen.

Kamera ab sofort in den vier Farbvariationen Silber, Blau, Grün und Orange für 179 Euro (UVP) zur Verfügung.

Mit vier weiteren Druckern seiner im Sommer eingeführten Pixma-Familie läutet Canon die nächste Runde ein. Vier neue Fotodrucker vereinen in sich noch mehr technische Raffinessen und futuristisches Design.

Die Pixma-Produktlinie wird um einen Drucker für den kabellosen Einsatz im Netzwerk erweitert. Der iP4000R basiert auf dem Foto- und Korrespondenzdrucker mit 5-Tintensystem und FINE-Technologie (Full-photolithography Inkjet Nozzle Engineering) Pixma iP4000. Zusätzlich bietet er die Funktionalität eines Druckers mit WiFi-Zertifizierung (IEEE802.11g). Er kann ins kabellose



Der iP4000R kann in ein kabelloses Netzwerk eingebunden werden.

Netzwerks sowohl auf einer Windows- als auch Macintosh-Plattform eingebunden werden. Der Pixma iP4000R wurde ebenfalls mit der Contrast-PLUS Technologie ausgestattet. Das 5-Tintensystem mit dye-basiertem Schwarz als zusätzlicher Tintenfarbe sorgt für einen hohen Farbkontrast und konturenscharfe Details beim Bilderdruck.

Beim Textdruck kommt die hierfür bewährte Pigmenttinte zum Einsatz. Für Randlosprints in Postkartengröße (10 x 15 cm) benötigt der neue Canon-Drucker nur circa 36 Sekunden. Ein vollfarbiges DIN A4-Dokument ist nach rund 26 Sekunden fertig. Textdokumente werden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 25 Seiten pro Minute in Schwarzweiß oder bis zu 17 Seiten pro Minute in Farbe ausgegeben.

Die Pixma-Serie erhält Zuwachs

Der iP4000R beschränkt sich nicht nur auf den kabellosen Druck. Per PictBridge können kompatible Digitalkameras und Camcorder direkt an den Drucker angeschlossen werden. Die Print-on-Demand-Funktion ermöglicht die Nutzung des iP4000R durch mehrere Anwender. Dabei kann der Drucker alle eingehenden Druckaufträge selbst regeln, und die Nutzer haben die Möglichkeit, sich per einfachem Zugriff, den Druckerstatus anzeigen zu lassen. Der Drucker ist Ethernet-kompatibel und kann daher gleichzeitig im Wireless- wie auch im kabelgebundenen Netzwerk eingesetzt werden. Seine Datenrate beträgt 54 Mbps (Wireless-Netzwerk) beziehungsweise 10/100 Mbps (kabelgebundenes Netzwerk). Die Reichweite (innen) beträgt bis zu 50 Meter. Die Kommunikationsanbindung an die meisten Netzwerke wird mit Hilfe eines integrierten Set-up-Wizard hergestellt.

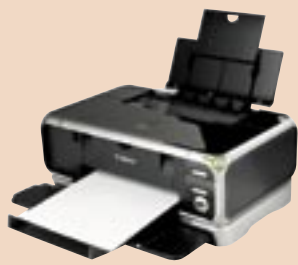
Auch der Pixma iP4000R verfügt über einen automatischen Original-einzug und ein Papierkassetten-system. Dadurch kann er auch an beengten Plätzen (zum Beispiel im Bücherregal) aufgestellt und bedient werden. Die zwei Papierzuführungen ermöglichen die Bevorratung mit Normalpapier und Fotopapier. Die beiden Führungen, die Vorrichtungen für den Duplexdruck sowie für den Druck auf geeigneten CD-Rs und DVDs sind vollständig in den Drucker integriert. Auch im iP4000R findet sich das Single Ink-System, bei dem jede Tinte in einem separat austauschbaren Tintentank untergebracht ist. Ein Pop-up-Fenster weist den Anwender rechtzeitig auf eine zur Neige gehende Tintenfarbe hin. Ist nicht mehr genügend Tinte vorhanden, wird der Druckvorgang gar nicht gestartet.

Der iP4000R ist ab Mitte Oktober mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 229 Euro erhältlich.

Pixma iP5000

Der Pixma iP5000 druckt mit einem Picoliter kleinen Tintentröpfchen und mit bis zu 9.600 dpi Auflösung. Darüber hinaus bietet er eine PictBridge-Schnittstelle für den Anschluß an alle kompatiblen Digitalkameras sowie digitale Camcorder. Auch hier kommt Canons ContrastPLUS Technologie mit insgesamt fünf Tinten

zum Einsatz. Zudem benötigt der Drucker für einen randlosen Foto-print im Format 10 x 15 cm nur rund 36 Sekunden. Zum Drucken von Textdokumenten verwendet der iP5000 pigmentierte schwarze Tinte, und mit dye-basiertem Schwarz als zusätzlicher Tinte sorgt Contrast-



Der iP5000 wartet mit 1 Picoliter großen Tintentröpfchen auf.

PLUS für Fotoausdrucke mit hohem Farbkontrast. Nicht nur die Tröpfchengröße von einem Picoliter, sondern auch die dicht angeordneten FINE-Mikrodüsen sorgen für eine hohe Geschwindigkeit beim Druck von Korrespondenz und Fotoprints. Textdokumente werden mit bis zu 25 Seiten pro Minute in Schwarzweiß und bis zu 17 Seiten pro Minute in Farbe ausgegeben. Der Druck eines vollfarbigen DIN A4-Dokuments dauert nur rund 26 Sekunden.

Auch der iP5000 verwendet Canons Single Ink-System, bei dem jede Tinte in einem separat austauschbaren Tintentank untergebracht ist. Beim iP5000 findet sich eine doppelte Papierführung mit einem J- und einem U-Papierlauf. Sowohl die beiden Papierzuführungen als auch die Duplexeinheit und die Führung für den Direktdruck auf geeignete CDs und DVDs sind im Lieferumfang enthalten.

Der Pixma iP5000 wird ab Oktober zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 199 Euro erhältlich sein.

Pixma iP6000D

Der Pixma iP6000D ist die Lösung für den Direktdruck von Speicherkarten und Fotohandys.

Der Drucker ist mit einem integrierten Kartenadapter, einer IrDA Infrarotschnittstelle sowie dem PictBridge-Standard ausgestattet. Er druckt mit einem 6-Tintensystem und einer Auflösung von bis zu 4.800 x 1.200 dpi. Und auch der iP6000D wurde mit der FINE Druckkopf-Technologie ausgerüstet. Auf dem 2,5 Zoll LCD-Farbbildschirm lassen sich die auf der Speicherkarte enthaltenen Bilder im Miniaturformat

anzeigen. Und über weitere Bildschirmoptionen kann das Zuschneiden und Ausrichten der Bilder sowie die Auswahl des Papierformats und der Fotoeffekte geregelt werden.

Die Steckplätze des iP6000D unterstützen nahezu alle gängigen Digitalkamera-Speichermidien. Alle Druckereinstellungen können am Bedienfeld des Druckers vorgenommen werden. Vor dem Drucken lassen sich die Bilder auswählen, anzeigen und bearbeiten. Vor dem Hintergrund immer höherer Speicherkarten-Kapazitäten wurde eine Suchfunktion (Datum, Uhrzeit) integriert, um so die Liste der dargestellten Bilder zu komprimieren. Weitere praktische Features beinhalten die Farbkorrektur und eine Funktion zur Nachbearbeitung von Porträtaufnahmen.

Der iP6000D unterstützt den PictBridge-Standard. Dadurch können



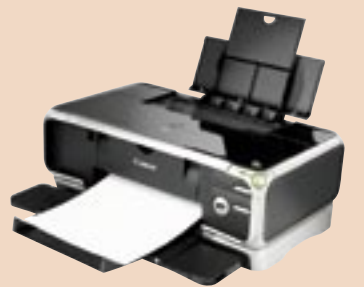
Der Fotodruck vom Fotohandy ist für den iP6000D kein Problem.

viele Fotofreunde ihre Bilder direkt über den iP6000D ausdrucken. Durch die Unterstützung des IrDA-Protokolls druckt der neue Pixma-Drucker auch kabellos JPEG-Bilder von kompatiblen Fotohandys.

Auch der iP6000D verwendet Canons Single Ink-System und wurde ebenfalls mit einer doppelten Papierführung mit einem J- und einem U-Papierlauf ausgestattet. Sowohl die beiden Papierzuführungen als auch die Duplexeinheit und die Führung für den Direktdruck auf geeignete CDs und DVDs sind im Lieferumfang enthalten. Der iP6000D ist ab Oktober erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 199 Euro.

Pixma iP8500

Der iP8500 ist mit seinem 8-Tintensystem und mit bis zu 4.800 x 2.400 dpi Auflösung das Flaggschiff der Pixma-Familie. Er wurde mit dem von Canon entwickelten ChromaPLUS System mit zusätzlichem Rot und Grün ausgerüstet. Auch hier kommt die FINE Druckkopf-Technologie zum Einsatz und sorgt für Tintentröpfchen mit einer Größe von nur zwei Picolitern.



Der iP8500 wurde mit einem 8-Tintensystem und der ChromaPLUS Technologie ausgestattet.

So ist ein DIN A4-Fotoprint nach ungefähr 34 Sekunden ausgedruckt. Der Druckkopf des iP8500 hat 6.144 Mikrodüsen, und damit ergibt sich rein rechnerisch ein Wert von rund 147 Millionen Tintentröpfchen, die pro Sekunde auf das Papier gespritzt werden. Das Resultat ist ein Druckbild mit höherer Schärfe, Kontrast, Farbraum und Farbdynamik.

Die im iP8500 verwendete Chroma-PLUS Technologie setzt sich aus insgesamt acht Farbtinten zusammen: Cyan, Magenta, Gelb, Foto-Cyan, Foto-Magenta, Schwarz, Rot und Grün. Die dye-basierten Tinten sorgen bei Fotoprints für lebendige Farben und Kontrast. Durch Hinzunahme von hoch gesättigtem Rot und Grün können die Farbübergänge von Gelb nach Rot beziehungsweise von Gelb nach Grün sichtbar besser wiedergegeben werden. Weiterhin kommt auch bei diesem Drucker Canons Single Ink-Technologie zum Einsatz. Für einen DIN A4-Fotoprint benötigt der iP8500 nur etwa 34 Sekunden, ein Randlosprint in Postkartengröße (10 x 15 cm) ist nach ungefähr 21 Sekunden gedruckt. Randlose Bilder sind auch im Kreditkartenformat (54 x 86 mm) möglich, in 13 x 18 cm und natürlich auch in DIN A4. Beim Druck von Textdokumenten benötigt er bis zu 17 Seiten pro Minute in Schwarzweiß oder bis zu 15 Seiten pro Minute in Farbe. Canons neuer Pixma-Drucker unterstützt den PictBridge-Standard für den Fotodirektdruck von kompatiblen Digitalkameras und Digitalcamcordern. Zudem ist er mit einer USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle ausgestattet. Auch der iP8500 verfügt über die doppelte Papierführung mit einem J- und einem U-Papierlauf. Im Lieferumfang sind sowohl die beiden Papierzuführungen als auch die Duplexeinheit und die Führung für den Direktdruck auf geeignete CDs/DVDs enthalten. Der iP8500 ist ab Oktober zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro erhältlich.

PoS Neuheiten

Philips bringt 16fach DVD-Double Layer Laufwerk



Das neue Einbaulaufwerk DVDR1640K von Philips beschreibt DVD-Medien mit 16fach Highspeed und Double Layer-Discs mit 2,4-facher Geschwindigkeit. Auf einem Double Layer-Medium finden bis zu 8,5 GB Platz. Das reicht für vier Stunden Video in DVD-Qualität und entspricht 13 mit Daten beschriebenen CD-ROMs. DVD+RWs be-



schreibt das Philips DVDR1640K mit 4facher Geschwindigkeit. Alle neuen Philips DVD-Brenner arbeiten mit dynamischer Kalibrierung und passen die Schreibparameter durch Walking OPC und regelmäßige Testbrennvorgänge optimal an die Eigenschaften des jeweiligen Rohlings an. Tilt Correction sorgt für die konstante Einhaltung des 90 Grad Winkels zwischen Laser und Rohling. Zusätzlich zu dem von Philips favorisierten DVD+R/+RW-Format beschreibt das DVDR1640K auch DVD-R/-RW

Medien. Zum Lieferumfang gehören eine Vollversion von Nero Burning ROM 6 und ein 16fach DVD+R-Medium. Das DVDR1640K (Kit) ist zum Preis von 129,90 Euro erhältlich.

Samsung mit zwei neuen Druckern für den SoHo-Bereich



Mit zwei Modellen ergänzt Samsung das Angebot monochromer A4-Laserdrucker. Die Modelle ML-2250 und ML-2251N überzeugen durch Wirtschaftlichkeit, einfache Bedienung und gewohnt hohe Funktionalität. In beiden Geräten arbeitet ein neues Druckwerk mit der Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Die Druckgeschwindigkeit von bis zu 20 A4-Seiten pro Minute qualifiziert die Geräte auch für den professionellen Einsatz. Der ML-2250 ist zum UVP von 279,- Euro, der ML-2251N zum UVP von 349,- Euro lieferbar. Garantie: drei Jahre Vor-Ort-Service.

Professionelles LC-Display Sony SDM-P234



Das neue, entspiegelte und reflexionsgeminderte LC-Display SDM-P234 von Sony erzielt höchstmögliche Abbildungsleistung. Die maximal möglichen Betrachtungs-



winkel des 23 Zoll TFT-LCD mit Antireflexionsbeschichtung liegen bei 176°. Dadurch wird auch mehreren Personen auf unterschiedlichsten Betrachterpositionen eine gute Bildqualität geboten. Mit der extrem hohen 2,3 Mega-Pixel Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten (WUXGA) und der kurzen Reaktionszeit von 16 ms ist das Display ausgezeichnet für Desktop

Publishing und Videobearbeitung geeignet. Der „Intelligent Eco-Mode“ mit Lichtsensor regelt die Display-Helligkeit optimal für die jeweilige Anwendung und das Umgebungslicht ein und reduziert den Energieverbrauch. Das Seitenverhältnis von 16:10 macht die Darstellung von zwei DIN A4-Seiten im Vollformat möglich.

Ein mit 200 MHz blitzschneller Grafikprozessor, vom Anwender definierbare Einstellungen für Gain, Bias und Gammawert, Anschlußmöglichkeiten für bis zu 3 PCs über DVI-D und D-Sub 15 sowie mehrere Stereo Ein- und Ausgänge für Lautsprecher und Monitoring erschließen diesem Bildschirm eine Vielzahl von Einsatzmöglichkeiten. Sony gewährt auf das zusammen mit einem drehbaren Standfuß zum

UVP von 2.199,- Euro verfügbare LC-Display SDM-P234 drei Jahre Garantie.

Pinnacle mit drei neuen MediaCenter-Lösungen



Jedes der drei neuen Pinnacle PCTV 100i, 100e und 300i macht den PC zu einem komplett fernsteuerbaren MediaCenter. Vom Wohnzimmer aus können dann Multimedia-dateien wie Fotos, Videos oder Musik ausgewählt und über den Fernseher oder die Stereoanlage wiedergegeben werden. Mit dem Pinnacle MediaCenter läßt sich der Rechner außerdem als digitaler Videorekorder mit Time-Shifting-Funktion einsetzen, mit dem Fernsehaufnahmen per Knopfdruck auf der Festplatte gespeichert und jederzeit abgespielt werden können.

Die drei zur Auswahl stehenden Lösungen bestehen jeweils aus einer internen TV-Karte (MediaCenter 100i und 300i) oder externem USB2-Unit (MediaCenter 100e), verbunden mit der neuen Pinnacle MediaCenter-Software und einer Fernbedienung.

Die Dual-TV-Karte des PCTV MediaCenter 300i ermöglicht wahlweise den Empfang von digitalem terrestrischem (DVB-T) Fernsehen oder den analogen Empfang über Kabel oder Antenne.

Samsung: 60 und 80 GB 2,5“ SpinPoint Festplatten



Samsung erweitert seine erste 2,5“-Festplatten-Serie, die zur Zeit 30 und 40 GB SpinPoints umfaßt, durch weitere Modelle mit 60 und 80 GB Speichervermögen.

Mit der Rotationsgeschwindigkeit von 5.400 rpm und 8 MB Cache liegen die mobilen SpinPoints der M40-Serie bei Notebookplatten in der oberen Leistungsklasse. Ausgestattet mit FDB-Motor (Fluid Dynamic Bearing), sind die Laufgeräusche der SpinPoint M-Geräte deutlich leiser als bei herkömmlichen Festplatten. Die verbesserte Mechanik und ein extrem widerstandsfähiges Gehäuse lassen die sensiblen Komponenten im Inneren der Platte bei Erschütterungen im mobilen Einsatz weitgehend unbehelligt. Die SpinPoint M40 kostet mit 60 GB 139,- Euro (UVP) und mit 80 GB 169,- Euro (UVP).

NO(?)SENSE Killer-Applikation für UMTS gefunden?

Da zermartern sich europaweit Verkaufsmanager, Marketingspezialisten und Werbe-Fachleute die Köpfe, um gewinnbringende Anwendungen für die endlich verfügbare und den Tele-Companies teuer ge-

wordene UMTS-Technologie zu (er-)finden. Von „sinnvollen“ Anwendungen mag ohnehin niemand sprechen. Sogar bundesweite Preisausschreiben und Wettbewerbe um die „UMTS-Killer-Applikation“ wurden schon gestartet, bisher jedoch ohne Entdeckung des „Killers“. Hilfe naht (schon wieder einmal?) aus dem fernen Osten: Die Firma Artificial Life <http://www.artificial-life.com/> aus Hongkong

hat die „Virtuelle Freundin für UMTS-Handys“ angekündigt, die als Spiel-Simulation im Handy verfügbar sein wird. Mit seinem UMTS-Mobiltelefon kann der Benutzer Kontakt zur irrealen Freundin aufnehmen und sich mit dieser, wie mit einer lebendigen Gesprächspartnerin (oder vielleicht besser?) unterhalten. Um die Illusion mit Leben zu füllen, meldet sich „Virtual Girlfriend“ bei Anruf

von unterschiedlichen Orten aus und bei unterschiedlichen Tätigkeiten: z. B. bei der beruflichen Arbeit, aus dem Einkaufszentrum, Restaurant, Fitneß-Center oder aus der Disco. Mit der virtuellen Freundin kann auch über SMS und MMS kommuniziert werden. Und ganz wie im „richtigen Leben“: Wer seiner „Freundin“ ein Geschenk übermittelt, erhöht die Chancen, in ein höheres Level eingestuft zu wer-

den. Dann läßt sie sich sogar 3D-animiert in ihrem Alltag beobachten. „Virtual Girlfriend“ kommt ab Anfang Dezember in den Sprachen Englisch, Deutsch, Chinesisch, Koreanisch und Japanisch in den Handel. „Virtual Boyfriend“ soll dann im Februar 2005 nachfolgen. Damit unterprivilegierte Nutzer von 2G-Handys nicht vereinsamen, soll es später auch eine Light-Version über WAP geben.

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
Eva Pesch, M.A.
Dipl. rer. pol. Karla Schulze
Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Daniel Blömer, Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 5 v. 1. Januar 2004

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und

Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.

Der Abonnementspreis beträgt

60,- € jährlich
(Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



Everio: Deine Welt in Deiner Hand

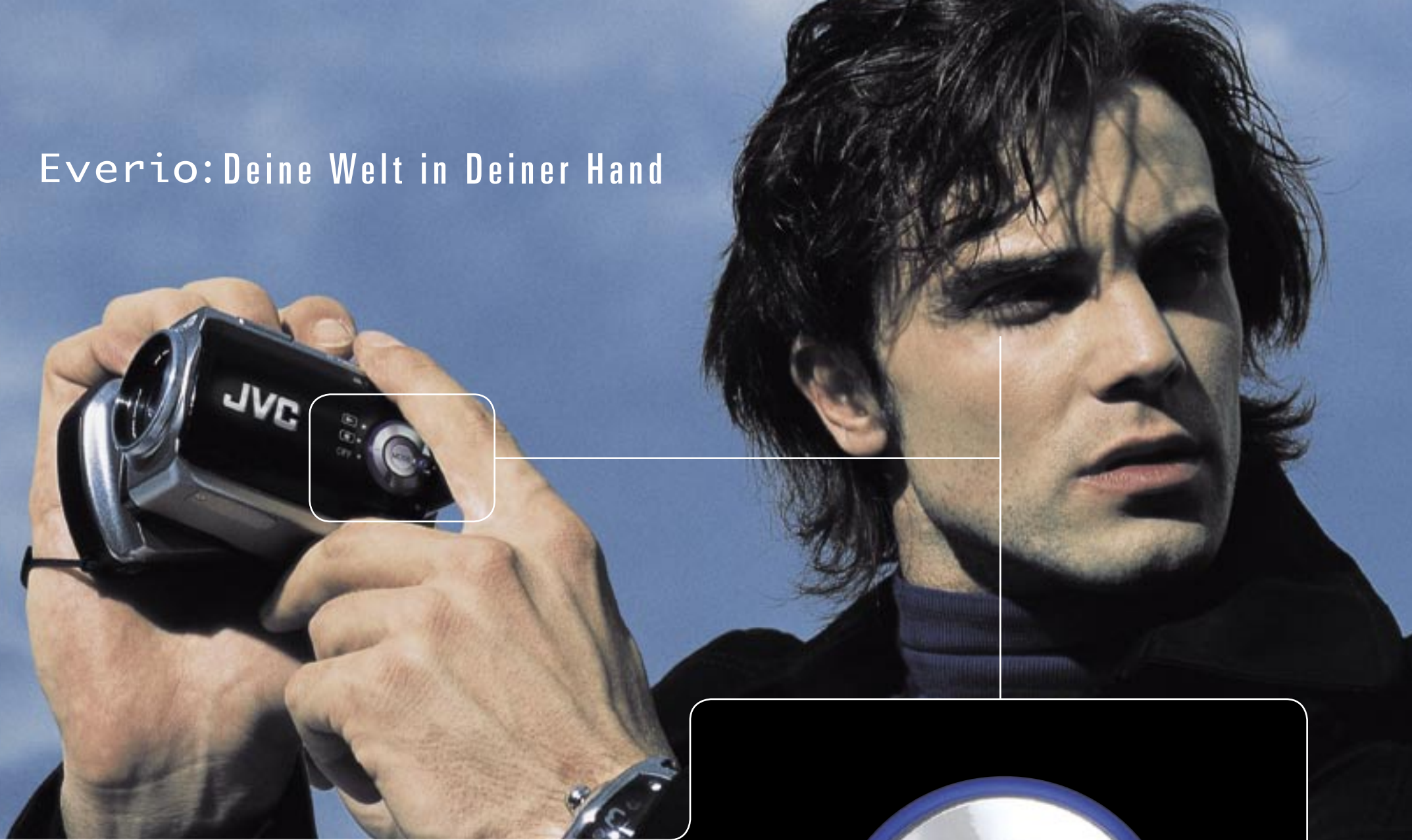


Foto oder Film –
Du entscheidest.



Everio

Digital Media Camera



Im Leben gibt es viele Momente, die man festhalten möchte. Du entscheidest, ob als faszinierendes Bild oder im fesselnden Film. Du bist Dein eigener Regisseur. Teile diese Momente mit allen. Wo Du möchtest, wann Du möchtest. Die ultra-kompakte **EVERIO Digital Media Camera GZ-MC200** bietet Dir höchste Qualität und Anwendungsvielfalt.

- ☐ Weltweit erste 2-in-1 Digital Media Camera
- ☐ Original DVD-Qualität durch **MPEG-2**
- ☐ 2,12 Megapixel-CCD (UXGA-Auflösung)
- ☐ 4 GB Microdrive für lange Aufnahmen
- ☐ 10fach optischer/200fach digitaler Zoom

