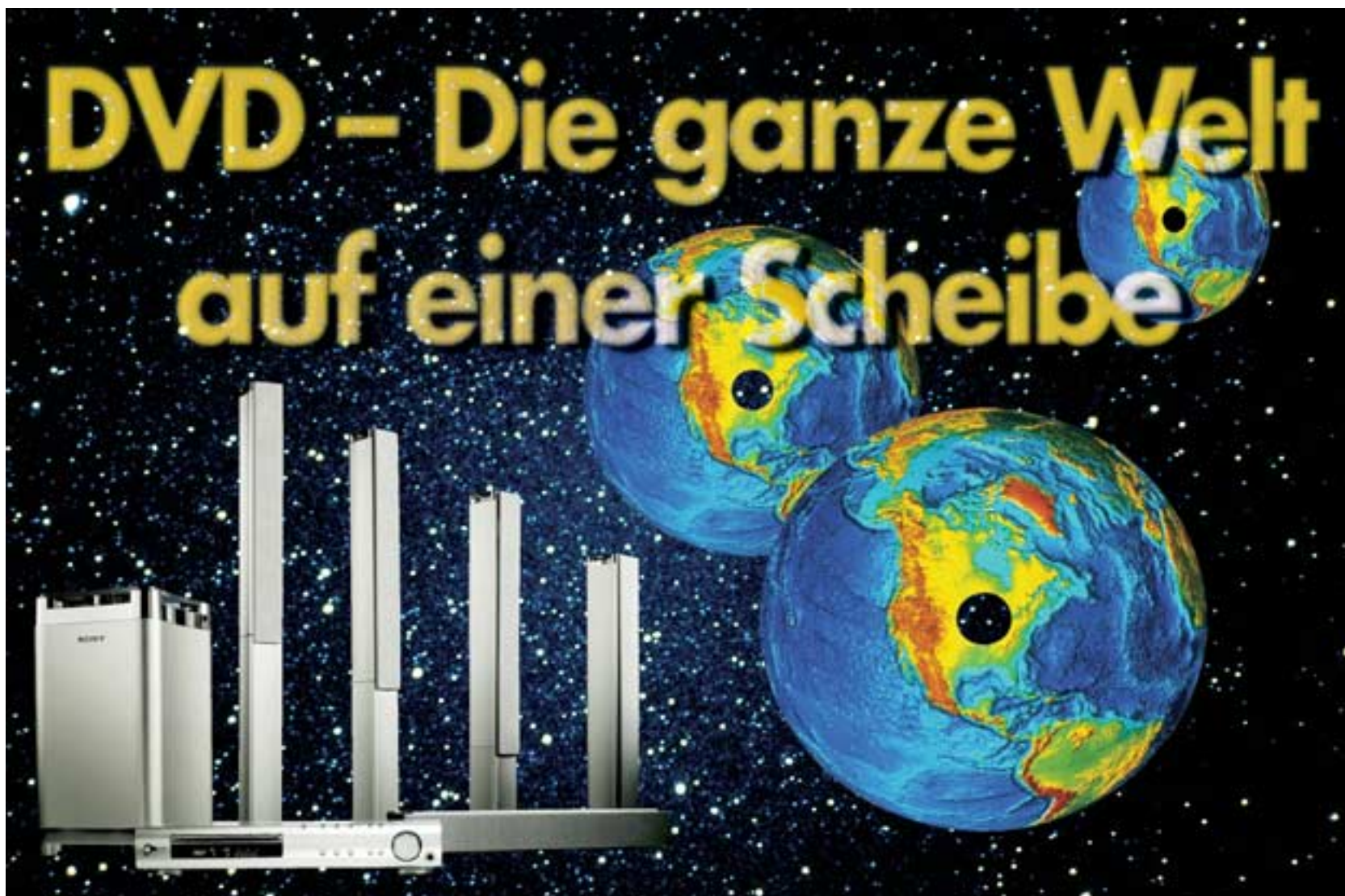


INHALT

Bose begleitet die Realisierung umfassender Soundsysteme	...S. 6
Sharp erschließt 3D für Flachbildschirme	...S. 6
Tharus 51 erweitert die LCD-TV-Serie von Grundig	...S. 7
LG Philips surft die LCD-Welle: Der Welt erstes 52 Zoll LCD-TV	...S. 8
Home Cinema in Vollendung: Thomson Scenium 61 TW 610 S	...S. 9
Toshiba Portégé 2010 – Perfect for Business	...S. 10
IT-Distributor Devil pfeift erfolgreich auf E-Commerce	...S. 13
Interview mit Frank Schwertfeger, Leiter PC Peripherals Philips Consumer Electronics	...S. 14
Apple Mac OS X v10.2 bringt verbesserte Features	...S. 15
Perfekte Digitalkamera für den Augenblick: Sanyo VPC-AZ3EX	...S. 16
Neue Tintenstrahldrucker von Canon	...S. 16
Olympus legt den Kompaktklassiker µ[mju:] jetzt auch als Digitalversion auf	...S. 17
O ₂ vermarktet Lösungen, die Kundennutzen bringen	...S. 18
Handel kann sich auch 2003 auf Unterstützung verlassen	...S. 19
Systems tritt 2003 mit neuem Konzept an	...S. 21
Motorola präsentierte erste Neuheiten für das Jahr 2003	...S. 23
i-mode hat für E-Plus auch 2003 strategische Bedeutung	...S. 24
Interview mit Hans-Joachim Winzeck, Marketingleiter Deutschland, und Katrin Braun, Leiterin Mobile Phones Deutschland, bei Siemens mobile	...S. 25
Sonys neues DVD-Multitalent RDR-GX7 garantiert maximale Kompatibilität	...S. 26
Die Gewinner des PoS-MAIL Gewinnspiels 2002	...S. 28
Interview mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland	...S. 30
WLAN Infos und News	...S. 12
Games	...S. 30
Tk-Nachrichten	...S. 20
Tk-Neuheiten	...S. 22
Neuheiten	...S. 7, 8, 11, 14
Aktuelles	...S. 4, 26
Kleinanzeigen	...S. 31
No(?)sense	...S. 31
Impressum	...S. 31



Die Verbreitung des digitalen Speichermediums DVD vollzieht sich mit einer Geschwindigkeit, die selbst optimistischste Prognosen weit hinter sich läßt. Wie die DVD-Arbeitsgemeinschaft mitteilt, verfügten am Jahresende 2002 rund 6,6 Millionen Haushalte über ein DVD-Abspielgerät, was einem Zuwachs um 135 Prozent gegenüber den 2,8 Millionen Geräten Ende des Jahres 2001 entspricht. Noch im April hatte man eine

Siegeszug setzt sich bei Filmtiteln fort

Der Rekord im Absatz von DVD-Geräten setzt sich bei den Verkäufen von Filmtiteln auf DVD fort. Im ersten Halbjahr 2002 gingen in Deutschland bereits 14 Millionen Filme aus unterschiedlichen Sparten über den Ladentisch. Die Programmanbieter schätzen die Anzahl der in 2002 verkauften DVD-Videofilme auf 40 Millionen. Wie den Mitteilungen der Fachverbände zu entnehmen ist, haben neben dem inzwischen erfreulich umfangreichen Angebot von 6.000 Filmtiteln auch Film-

erfolge wie: „Der Schuh des Manitu“, „Harry Potter“, „Der Herr der Ringe“, „Monster AG“, „Ice Age“, „Spider-Man“ und „Die Gefährten“ dazu beigetragen, daß sich die DVD besonders in der Zielgruppe der Familien mit Kindern durchsetzen konnte. Fast jede zweite DVD (47,5 Prozent) wird im Fachmarkt erworben. Durch die im Vergleich zur herkömmlichen Videokassette hervorragende Bild- und Tonqualität des DVD-Formats ist der Anteil der Musiktitel mit 6,3 Prozent ungewöhnlich hoch.

frühere niedrigere Prognose auf die Anzahl von 5,2 Millionen DVD-Playern erhöht. Zur Zeit steht in 18 Prozent der deutschen Haushalte ein solches Gerät. Eine Marktsättigung liegt in weiter Ferne, vor allem weil sich, genau wie beim Color-TV, ein Trend zum Zweitgerät entwickeln dürfte. Die zur Zeit in Deutschland erzielte Wachstumsrate wird in keinem anderen europäischen Land erreicht.

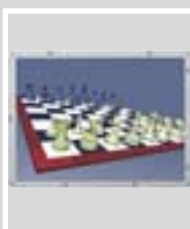
Beispiellos in der Geschichte der Unterhaltungselektronik

DVD ist das sich am schnellsten entwickelnde Produkt in der bisherigen Geschichte der Unterhaltungselektronik. Von der zur Zeit in einigen Bereichen schwierigen Geschäftslage bleibt das Marktgeschehen rund um die DVD völlig unbeeindruckt. Selbst Fachexperten sind von dem Tempo der Entwicklung überrascht. „Kein anderes Medium ist vom Markt bislang so schnell akzeptiert worden“, sagt Daniel Mayer, Marketingleiter von Steag HamaTech,

dem nach eigenen Angaben weltweit führenden Hersteller von Produktionsanlagen für digitale Medien. Die CD habe zehn Jahre gebraucht, um eine nennenswerte Marktdurchdringung zu erreichen, die DVD habe das innerhalb von fünf Jahren geschafft. Nach Angaben der Industrievereinigung Media-Tech Association schätzt die Branche, daß im Jahr 2002 die Schwelle von weltweit zwei Milliarden hergestellter DVDs überschritten wurde. Wie die DVD-AG mitteilt, hat die DVD in Deutschland den Programmträger Videokassette inzwischen überholt. Im vergangenen Jahr übertraf

Sharp erschließt 3D für Flachbildschirme

Sharp hat für Ende 2003 erste Produkte mit einer neuentwickelten LCD-Technik angekündigt, die ohne Spezialbrille 3D-Darstellungen auf Flachbildschirmen realisiert. ... S. 6



Home Cinema in Vollendung

Mit dem Scenium 61 TW 610 S, einem 61 Zoll Rückprojektions-TV-Gerät, setzt Thomson die für alle Scenium-Produkte geltenden ästhetischen Richtlinien konsequent um. ... S. 9



Toshiba Portégé 2010 – Perfect für Business

Das neue Portégé 2010 wird den Ansprüchen an ein leistungsfähiges Arbeitsgerät gerecht und unterstreicht optisch die Professionalität des Benutzers. ... S. 10



i-mode bleibt für E-Plus wichtig

Mit zwei neuen Handys und einer Kampagne in den Printmedien unterstreicht E-Plus, daß das Thema i-mode auch im Jahr 2003 strategische Bedeutung besitzt. ... S. 24



Geiz ist doof!



Von der Menge her war das Weihnachtsgeschäft 2002 für die Hightech-Branche ohne Zweifel nicht schlecht – mit den Bestsellern DVD und Digitalkameras an der Spitze. Bei den Erträgen dürfte es dagegen weniger erfreulich ausgesehen haben. Die umsatzstärkste Zeit des Jahres war von heftigen Preiskämpfen begleitet, die gleich nach dem Jahreswechsel durch eine wahre Rabatt-Orgie noch übertroffen wurden.

Leider läßt sich ein großer Teil des Hightech-Fachhandels in der Auseinandersetzung mit Großvertriebsformen nicht nur die Waffen vorschreiben, sondern richtet diese auch noch vorwiegend gegen sich selbst. „Geiz ist geil“ – dieser unsägliche Slogan von Saturn spielte nicht nur die Ouvertüre zum fröhlichen vor- und nachweihnachtlichen Preisverhau, sondern wurde von vielen Fachhändlern lautstark mitgesungen. „Preise zum Abfahren“, „Klein? Billig? – Will ich“, „Der Preis ruft!“ – das ist nur eine willkürliche Auswahl der Schlagzeilen aus Weihnachtsbeilagen gestandener Fachhändler. Mehr davon kann auf Wunsch gerne nachgeliefert werden.

Dabei wurden, man mag es kaum glauben, oftmals Produkte und Marken in den Keller gezogen, die überhaupt nicht im Preisfokus der Fachmärkte stehen. Die verkehrte Welt im Hightech-Fachhandel schlägt tolle Kapriolen. „Bei uns haben in der Vorweihnachtszeit die Einkäufer großer Fachmarkt-Ketten angerufen, um sich über die Preispolitik des Fachhandels zu beschweren“, illustrierte ein gestandener Vertriebsleiter aus der Markenindustrie am PoS-MAIL Redaktionstelefon diese verkehrte Welt.

Nach Angaben des HDI haben im vergangenen Jahr fast 9.000 Einzelhändler Insolvenz angemeldet – die meisten davon waren Mittelständler. Auch aus unserer Branche gibt es prominente Beispiele.

Inzwischen nimmt nicht nur der Einzelhandel, sondern in verstärktem Maße auch die Industrie durch den täglichen Wahnsinn an der Preisfront Schaden. Experten befürchten eine zunehmende Entwertung selbst starker Marken, wenn Produkte mit prominentem Qualitätslabel immer wieder zu Eierpreisen verschleudert werden. Das dient besonders den Discountern, die mit markenlosen Produkten aus Taiwan und China nicht nur niedrige Preise, sondern dazu auch noch Erträge realisieren können. Denn wenn die Kunden einmal das Vertrauen in Qualitätsmarken verloren haben, werden sie mit noch größerer Begeisterung nach namenlosen Billigprodukten greifen.

Wer die zunehmende „Aldisierung“ Deutschlands beklagt, sollte nicht das Verhalten der Discounter zum Maßstab der eigenen Geschäftspolitik machen. Eine Allianz der Vernunft aus Industrie und Handel ist nicht nur wünschenswert, sondern lebenswichtig, und zwar für alle! Wenn eine Branche flächendeckend den Preis zum wichtigsten Verkaufsargument erklärt, muß sie sich nicht wundern, wenn davon am Ende die Discounter und Billigproduzenten profitieren.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

der Erlös aus dem Verkauf von DVD-Titeln das VHS-Kaufkassettengeschäft um 76 Prozent. Der insgesamt mit dem Verkauf digitaler Bildträger erwirtschaftete Umsatz stieg von 155 Millionen Euro um 80 Prozent auf 278,8 Millionen Euro. Auch Philips zeigt sich zufrieden: „Mit voraussichtlich 50.000 verkauften DVD-Rekordern in Deutschland haben sich unsere Erwartungen für das Jahr 2002 erfüllt“, teilte Klaus Petri von Philips mit. „Die CD-Player haben zum Erreichen der gleichen Akzeptanz wie die DVD-Player die doppelte Zeit und die Videorekorder die dreifache Zeit benötigt, um auf 20 Millionen verkaufte Einheiten zu kommen. Es dauerte 25 Jahre, bis der Videorekorder in Haushalten allgegenwärtig wurde. DVD könnte dieses Ziel in nur zehn bis zwölf Jahren erreichen. Es ist wahrscheinlich, daß Fortschritte beim Format sowie die kontinuierlichen Anstrengungen von Unternehmen wie Philips das Wachstum von DVD weiter vorantreiben werden.“ Einen ersten Stand-Alone DVD-Player mit Aufnahmefunktion stellte das niederländische Unternehmen auf der CeBIT 2001 vor. Seitdem haben sich die Preise der Einsteigermodelle von Philips und Panasonic mehr als halbiert.

Zunehmendes Interesse an DVD-Rekordern

„DVD-Player sind Renner im CE-Segment. Sie werden immer öfter in eine Vielzahl von Audio- und Video-Produkten integriert, um diesen Geräten eine noch höhere Attraktivität zu verleihen. DVD-Player sind überall“, lautet die Aussage einer aktuellen Studie des US High-Tech Marktforschungs-Unternehmens In-Stat/MDR. DVD-Ab-



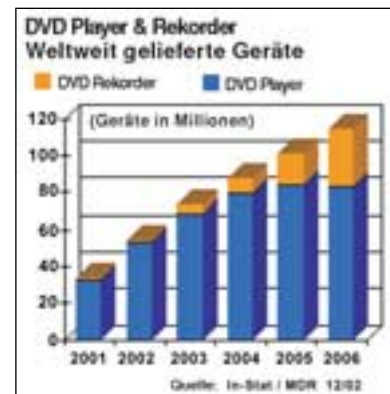
Der DVD-Player Yamaha DVD-S830 verfügt neben hoher Bildqualität über eine herausragende Audioleistung: DVD-Audio über 192-kHz/24-Bit-Audio-D/A-Wandler. Kompatibel zu CD-R/RW, DVD+RW/+R, DVD-R/RW, DVD-Video, Video-CD, MP3-CD. DTS/Dolby-Digital, Video-Off, Advanced-Surround. Titan oder Schwarz. UVP 499,- Euro.

spielgeräte werden in Fernseher, Set-Top Boxen, Spielkonsolen, Videorekorder und Home Theatre Systeme eingebaut. Dieser Trend soll sich nach der Analyse von In-Stat/MDR fortsetzen. Die Prognose rechnet im Jahr 2006 mit weltweit über 84 Millionen verkauften DVD-Playern. Wie der Senior Analyst von In-Stat/MDR, Michelle Abraham, zusammenfaßt, rechnet das Marktforschungsunternehmen in den Jahren 2005 und 2006 – mit einem stark zunehmenden Interesse an DVD-Rekordern anstelle von DVD-Playern. Begünstigt durch eine Vereinheitlichung der DVD-Standards sollen 2006 neben circa



DVD-5194 von LG Electronics: DVD-Player im Spiegeldesign, PAL- & NTSC-Wiedergabe, CD-R(W), MP3, Audio-CD, Video-CD, S-Video-CD-Wiedergabe, mit AC-3 (Dolby Digital) und dts-Unterstützung, Zoomfunktion: 4x und 16x, digitale Audio-Ausgänge, UVP: 349,- Euro. Außerdem der dazu passende Dolby-Receiver FA-D5000 mit 5x 40W + 1x 80W und RDS-Tuner. UVP 399,- Euro.

84 Millionen Abspielgeräten weltweit bereits 32 Millionen DVD-Rekorder verkauft werden. 2002 waren es eine Million. Die Marktbeobachter rechnen mit einem dreistelligen Absatzwachstum weltweit. Ab 2005 werde Europa die Vereinigten Staaten überholt haben, China könnte dieses Ziel 2006 erreichen, so die Analysten. Ab 2003 würden die Hersteller zunehmend DVD-Rekorder produzieren. Da-



Laut einer aktuellen Studie des US High-Tech Marktforschungs-Unternehmens In-Stat/MDR werden DVD-Abspielgeräte zukünftig immer öfter in Fernseher, Set-Top Boxen, Videorekorder und Home Theatre Systeme eingebaut. Dieser Trend soll sich nach der Analyse von In-Stat/MDR in den kommenden Jahren verstärken. Die Prognose rechnet im Jahr 2006 mit weltweit über 84 Millionen verkauften DVD-Playern. Das Marktforschungsunternehmen rechnet in den Jahren 2005 und 2006 mit einem stark zunehmenden Interesse an DVD-Rekordern anstelle von DVD-Playern.

durch soll nach Meinung von In-Stat/MDR der Preis für Rekorder schon in diesem Jahr unter die 400-Dollar-Grenze fallen. Durch Preis-

ner vollständig ablösen? Pioneer behauptet: Wenn der Preis für die Medien unter einen kritischen Schwellenwert fällt. Nachdem der Preis für eine CD-R weltweit unter die 2-US-Dollar-Marke gefallen war, entwickelte sich der Absatz von CD-R/RW-Brennern rasant. Ein Blick auf die Preisentwicklung bei DVD-Rohlingen zeigt: Der Grenzwert von rund 2 US-Dollar pro Stück ist schon erreicht. Nach den Marktgesetzen wird sich dadurch der Absatz von DVD-R/RW-Brennern rasant beflügeln.

LG Electronics: Neues DVD Line-up

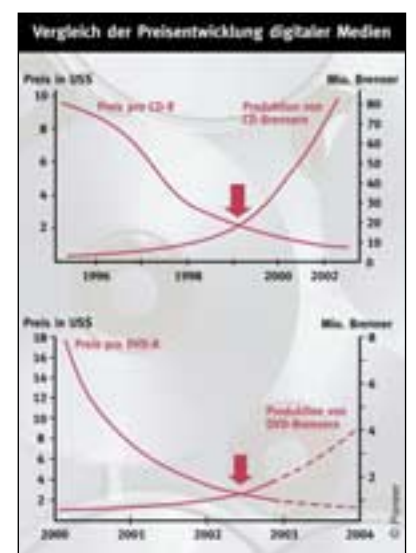
Mit einem rundum erneuerten Angebot, bestehend aus zwei DVD-Receiver mit 5.1 Dolby Digital Boxenset, zwei DVD-Playern und zwei DVD-VHS Videokombinationen, davon ein System mit Boxenset, entert LG Electronics gut gerüstet das „Jahr der DVD“. Der DVD-Player DVD-5194 im Spiegeldesign mit Wiedergabe nach PAL- und NTSC-Videonorm ist kompatibel mit CD-R(W), MP3- und Audio-CD-Wiedergabe sowie Video-CD- und S-Video-CD. Das mit einem AC-3 Dolby Digital/Dolby ProLogic 1+2 Decoder ausgerüstete Gerät kann Markierungen setzen und suchen, verfügt über eine 4x und 16x Zoomfunktion und digitale Audio-Ausgänge (koaxial und optisch) sowie einen Scart-Anschluß und ein RDS-Radioempfangsteil. Die Ausgangsleistung beträgt 5x 40W + 1x 80W, der UVP: 349,- Euro. Über ein elegantes, besonders flaches Super Slim Design verfügt der DVD-Player 6194 DVD-6194, der außer (S)VCD und MP3 auch Bilder im

kämpfe sei sogar ein Preis unter 300 Dollar möglich, was wiederum mehr Verbraucher zu einer Kaufentscheidung bewegen würde.

Pioneer: Medienpreis unter 2 Dollar pusht Brenner-Absatz

Ab welchem Zeitpunkt wird der DVD-R/RW-Brenner Standard jedes neuen PCs und den CD-Bren-

Pioneer prognostiziert auf der Grundlage eigener Untersuchungen: Der Absatz von DVD-Rekordern boomt, sobald der Preis für die Medien unter einen kritischen Schwellenwert fällt. Nachdem der Preis für eine CD-R weltweit unter die 2-US-Dollar-Marke gefallen war, entwickelte sich der Absatz von CD-R/RW-Brennern rasant.



JPG- und Foto-CD-Format wiedergeben kann. Eine Kombination aus einem DVD-Player und einem VHS-Rekorder mit Überspielfunktion und 5.1 Lautsprechersystem bietet der DTS-5855. Die Ausgangsleistung (RMS) beträgt 5x30 W + 1x 50 W, die Musikausgangsleistung 5x60 W + 1x 100 W, unterstützte Surroundsound-Formate: Dolby Digital, dts, Dolby ProLogic 1&2, DVD-Player Wiedergabe: DVD, Audio-CD, Video-CD, S-VCD, MP3, CD-R(W), Videorekorder: 4+2 Kopf-HiFi-Videorekorder, ShowView & VPS, Anschlüsse: 2 Scart-Anschlüsse, Front-AV-Eingang, digitaler Audio-Eingang (optisch). Einen ähnlichen Leistungsumfang hat der DVC-5935, der jedoch ohne das Boxenset geliefert wird. Abgerundet wird die DVD-Palette durch die zwei DVD-Receiver mit 5.1 Boxensystem DA-3630 und DA-5630 zu UVPs von 499,- und 599,- Euro.

Samsung DVD-H40E

Unter den neun verschiedenen DVD-Geräten im Angebot von Samsung befindet sich ein Kombinationsgerät aus Videorekorder mit einer 40 GB Festplatte als Aufzeichnungsmedium und einem DVD-Player. Die Ausstattung des DVD-H40E enthält einen 10 bit

Aufnahmefähigkeit auf DVD-RAM und DVD-R Medien und Wiedergabe von DVD-Video, DVD-RAM, DVD-R/Video CD, Audio CD, CD-R/RW. Der Rekorder beherrscht 5 Aufnahmemodi (XP/SP/LP/EP/FR), und erreicht die maximale Aufnahmezeit von zwölf Stunden im EP-Modus auf 9,4 GB und zwei Stunden im XP-Modus auf 9,4 GB Medien.

Panasonic DVD-XV10 im „Half-Mirror Design“

Im stilvollen Half-Mirror Design präsentiert sich Panasonics DVD-Player DVD-XV10. Das nur 5,2 cm hohe Gerät ist ein Augenschmaus für designverliebte Heimkino-Fans und läßt sich optisch und technisch hervorragend mit dem 1 bit Receiver SA-XR10 kombinieren. Für verbesserte Klangqualität bei der Wiedergabe von Audio-CDs sorgt ein 192 kHz/24 bit-Audio-D/A-Wandler. Der DVD-XV10 ist kompatibel zu MP3 und CD-R/RW und liest neben DVDs auch mit dem Panasonic DVD-Rekorder DMR-E20 bespielte DVD-R Medien. Der übersichtliche Zugriff auf MP3-Dateien erfolgt mit dem neuen Audio-Navigationsmenü. Bei DVD-Wiedergabe erzeugt die Advanced Virtual Surround Sound-Technologie auch bei



Panasonics DVD-Player DVD-XV10 im „Half-Mirror Design“ ist nur 5,2 cm hoch und ein Augenschmaus für designverliebte Heimkino-Fans. Für höchste Klangqualität bei der Wiedergabe von Audio-CDs sorgt ein 192 kHz/24 bit-Audio-D/A-Wandler. Der DVD-XV10 ist kompatibel zu MP3 und CD-R/-RW und liest neben DVDs auch bespielte DVD-R Medien. Der UVP beträgt 329,- Euro.

Video D/A Wandler, 24 bit Audio D/A Wandler, Ausschnitts-Zoom bei Pause und Play-Funktion, Universal-Fernbedienung mit Joystickfunktion, MP3 CD Wiedergabe, DTS, AC3 und MPEG Digital out. Der Videorekorder mit seiner 40-GB-Festplatte speichert eine Max./Min. Rec. Time von 40/8 Stunden, verfügt über Time Shift Recording, Easy Video Editing, Virtual Light Machine, ShowView Timer-Programmierung (8/Monat) und VPS/PDC. Die Anschlüsse: 2 Scart-Anschlüsse, Front-AV, S-Video, Ein-/Ausgang, optischer und koaxialer Digitalausgang, Video-Ein-/Ausgänge (RCA), Audio-Ein-/Ausgänge (RCA) und Kopfhöreranschluß. Neben dem ultraleichten, flachen, portablen DVD-Player DVD-L100 mit 10" TFT-LCD (800x480), DVD-Video, DVD-R, CD-R/RW-Wiedergabe und 24 bit D/A Converter verdient besondere Erwähnung auch der DVD-Rekorder DVD-R3000 mit

Stereobetrieb einen vollen Surround Sound. Schließt man über das „2 Kanal+Bass“-System einen zusätzlichen aktiven Subwoofer an, bringt dieser das Wohnzimmer mit kraftvollen Bässen zum Beben. Um trotzdem Dialogverständlichkeit zu garantieren, kann der Lautstärkepegel des Center-Lautsprechers im Dialog-Sprachmodus bis zu 6 dB erhöht werden. Als sehr augenfreundlich erweist sich der Cinema-Modus, der wechselnde Lichtverhältnisse optimal ausgleicht und unsaubere Farbübergänge verhindert. Die Quick Replay-Funktion macht auf Knopfdruck die letzten 7 Sekunden einer DVD sichtbar. Mit dem 200fachen Super High Speed Scan kann jede Szene schnell wiedergefunden werden. Der Progress Indicator zeigt an, wo man sich gerade im Film befindet. Die ideale Anpassung eines 16:9 Bildes an einen 4:3 Bildschirm übernimmt die Zoom-Funktion. Erhält das Gerät länger als eine Stunde kein



Sonys neueste Home-Entertainment-Systeme DAV-S880 und DAV-S550 sind HiFi-Anlage und Heimkino-System in einem Gerät und bestehen aus Receiver, DVD-Player und Super Audio CD-Player in einem ansprechend gestalteten Gehäuse. Die DAV-S880 wird zusammen mit eleganten Surround-Lautsprechersäulen, einem Subwoofer sowie einem Center-Lautsprecher ausgeliefert. Die Systeme sind mit einem diskret aufgebauten hochwertigen S-Master-Digitalverstärker sowie Dekodern für Dolby Digital, DTS und Dolby Prologic II ausgerüstet und spielen nicht nur DVD, Superaudio CD Multikanal, CD-R, CD-RW, Video-CD und S-Video-CDs, sondern auch komprimierte Musiktitel im MP3-Format ab. UVPs: DAV-S880 1.400,- Euro und DAV-S550 950,- Euro.

Sony vereint DVD-Heimkino und HiFi

Wie gewohnt zeichnen sich die etwa 20 aktuellen Modelle des DVD-Angebots von Sony neben ihren technischen Eigenschaften auch durch ihr außergewöhnliches und sorgfältig verfeinertes Design aus. Eine perfektionierte HiFi-Anlage und ein Heimkino-System vereinen Sonys neueste Home-Entertainment-Systeme DAV-S880 und DAV-S550 in einem Gerät. Beide AV-Systeme bestehen aus Receiver, DVD-Player und Super Audio CD-Player in einem ansprechend gestalteten Gehäuse. Die DAV-S880 wird zusammen mit eleganten Surround-Lautsprechersäulen, einem Subwoofer sowie einem Center-Lautsprecher ausgeliefert. Diese Home-Entertainment-Serie von Sony spricht vor allem Käufer an, die in ihrem Wohnzimmer keine große Anlage aufstellen möchten, aber trotzdem auf eine audiophilen Ansprüchen gerecht werdende Soundreproduktion und exzellente Bildwiedergabe Wert legen. Die DAV-S880 ist mit einem diskret aufgebauten hochwertigen S-Master-Digitalverstärker sowie Dekodern für Dolby Digital, DTS und Dolby Prologic II ausgerüstet und spielt, ebenso wie die DAV-S550, nicht nur DVD, Superaudio CD Multikanal, CD-R, CD-RW, Video-CD und S-Video-CDs, sondern komprimierte Musiktitel im MP3-Format ab. Durch den Einsatz von Sonys „Advanced Smooth Search Technologie“ bleiben Bilder bei allen Einstellungen stets ruhig und flimmerfrei. Mit der Funktion Digital Cinema Sound (DCS) kann der Benutzer auf Knopfdruck mit den vorhandenen Surround-Lautsprechern auch Multikanal-Lautsprechersystem eine eindrucksvolle Sound-Performance wie in Hollywood-Referenzkinos realisieren. Unter anderem sorgen für diesen einmaligen Sound die Verstärkerleistung von 5 x 100 Watt Sinus RMS für die Lautsprecher und 100 Watt RMS für den Subwoofer. Die DAV-S550 stellt die preisgünstigere Alternative in dieser Konzeption dar, bei der Sony kaum an der Ausstattung gespart und lediglich auf die Lautsprechersäulen verzichtet hat. Bei der DAV-S550 besteht das Lautsprecher-System aus fünf kleinen Satellitenboxen und einem kraftvollen Subwoofer. Auch die DAV-S550 unterstützt DCS. Ihr Digitalreceiver ist auf 5 x 80 Watt Sinus ausgelegt. Zur Ausstattung gehören Super-Audio-CD-Multikanal und MP3-CD-Wiedergabe sowie ein leistungsstarker RDS-Tuner mit 30 Stationsspeichern. Beide Modelle sind ideale Home-Entertainment-Anlagen in Miniaturgröße und die perfekte Erweiterung eines Fernsehgeräts oder Multimedia-Displays. Zum Lieferumfang gehören eine vorprogrammierte Systemfernbedienung und ein S-Video-Kabel. Die UVPs: DAV-S880: 1.400,- Euro, DAV-S550: 950,- Euro.

Video-Signal von einer DVD, schaltet der Sleep Timer es automatisch in den Standby-Modus. Der UVP beträgt 329 Euro.

Aus einem Guß: Hitachi HTD-K160

Die komplette Heimkino-Lösung HTD-K160 von Hitachi umfaßt einen DVD-Player, einen Mehrkanalton-Verstärker und ein 5.1 Lautsprecher-Boxen-System. Der DVD-Player der HTD-K160 ist kompatibel zu CD-R, CD-Rewritable and MP3-Musiktiteln sowie zu konventionellen Audio-CD's und arbeitet mit einem Dual-Laserdriver. Die Leistung beträgt 5 x 50W RMS Output der Subwoofer Output 100W RMS.

Grundig DVD-Player Xenaro GDP 4200

Mit dem Xenaro GDP 4200 und dem Xenaro GDP 5200 hat

die erfolgreiche Grundig Xenaro-Range „schlanken Nachwuchs“ bekommen. Der Xenaro GDP 4200 ergänzt die Linie durch einen nur 6 cm hohen, sehr flachen, aber leistungsstarken DVD-Player und stellt eine optisch und technisch ideale Ergänzung zu HiFi-Geräten oder einem AV-Receiver dar.

Aber nicht nur das Äußere des Xenaro begeistert; der Einsatz des hochwertigen Pantera 2-Chips garantiert exzellente Video- und Audio-Performance. Der Zweifach-Laser liest nicht nur DVD-Videos, Video CDs (2.0, S-VCD), sondern auch Audio-CDs, CD-Rs, CD-RWs und MP3-CDs aus. Die audiophilen Benutzer des neuen Xenaro GDP 4200 werden Random Play (Zufallsanwahl von Titeln) und Program Play (Wiedergabe einer programmierten Titelliste) zu schätzen wissen. Der integrierte Virtual Dolby



Der Grundig Xenaro GDP 4200 besticht durch sein elegantes Design. Mit Pantera 2-Chip und Zweifach-Laser bestückt, liest das Gerät DVD-Videos, Video CDs (2.0, S-VCD), Audio-CDs, CD-Rs, CD-RWs und MP3-CDs. Virtual Dolby Surround integriert, Farben Schwarz und Procon Silber. UVP: 269,- Euro.

Surround Sound erschafft auch ohne weitere zusätzliche Lautsprecherboxen satte und räumliche Klangwelten.

Der Xenaro GDP 4200 ist seit Anfang November im Fachhandel in den Farben Schwarz und Procon Silber zu einem UVP von 269,- Euro erhältlich.

evo



JVC XV-S302: DVD-Video-Player, kompatibel zu DVD-Video, CD, CD-R/RW, MP3 (CD-R/RW) & SVCD/VCD. Mit P.E.M.D.D. Audio-D/A-Wandler für 96 kHz/24 bit, Video-D/A-Wandler für 10-bit/27 MHz. Mit Lesezeichen-/Auswahl-/Stroboskop-/Blickwinkelwahl- & Zoom-Funktion, Zeitlupe- und Suchlauf-Funktion (vorwärts, rückwärts), SCART mit RGB-Ausgang. Koaxialer Digital-Ausgang, NTSC-Wiedergabe auf PAL TV. UVP: 249,95 Euro.

POS Aktuell

Hitachi bringt IBMs Microdrive mit 4 GB

Der japanische Konzern Hitachi, der für die von IBM übernommene Festplatten-Sparte ein eigenes Unternehmen, die Hitachi Global Storage (HGS), gegründet hat, möchte die kleinen Microdrive Festplatten in möglichst vielen mobilen elektronischen Geräten zur bevorzugten Speicherlösung machen. IBM hält noch eine 30-prozentige Beteiligung an HGS. Hitachi will die winzigen Festplatten, die sich in einem CompactFlash Steckplatz betreiben lassen, auf eine Speicherkapazität von 4 Gigabyte bringen. Das wäre die vierfache Speichergröße der bei IBM maximal realisierten 1 Gigabyte. Eine besondere Eigenschaft der Microdrives ist, daß sie sich im Energiespar-Modus selbständig ausschalten, beim Abruf von Daten aber innerhalb einer halben Sekunde ihre volle Drehzahl erreichen können. Dem Vernehmen nach befindet sich eine miniaturisierte Lösung für Fahrzeugbauer in der Entwicklungsphase: Zweieinhalbmal so groß wie die Microdrives soll diese Festplatte 20 Gigabyte Speicherkapazität erreichen. Erste Produkte von Hitachi Global Storage (HGS) sind für das Frühjahr angekündigt.

WLAN Joint-Venture zwischen Philips und Accton

Die Royal Philips Electronics und das taiwanische Unternehmen Accton Technology haben die Unterzeichnung einer Absichtserklärung (letter of intent) zur Bildung eines Joint-Ventures bekanntgegeben. Die

Partner wollen ihre Technologien und Aktivitäten für WLAN Produkte nach den Standards 802.11 a / b / g und für Bluetooth Übertragungstechnik zusammenlegen und gemeinsam für die drahtlosen Funktechniken neue Produkte entwickeln und produzieren. Es wird erwartet, daß der Joint-Venture Vertrag in der ersten Hälfte 2003 unterzeichnet wird. Das neue Unternehmen wird 200 Mitarbeiter beschäftigen und rechnet mit einem Jahresumsatz von 200 bis 250 Millionen Dollar.

Fujitsu, Philips und NEC mit Smart Displays

Im Februar will Philips in den USA für 1.500,- Dollar sein erstes Smart Display „DesXscape 150 DM“ mit 15 Zoll-Touchscreen und zusätzlicher drahtloser Tastatur ausliefern. Das Upgrade auf Windows XP Professional ist nicht im Preis enthalten. Auch NEC und Fujitsu haben für Ende März die Auslieferung von Smart Displays an den europäischen Handel angekündigt.

Viewsonic liefert Smart Displays aus

Viewsonic liefert auf Microsofts Smart-Display-Technologie (Codename: „Mira“) basierende Rechner aus. Smart Displays sind einem Tablet-PC ähnliche Geräte, mit denen Benutzer über WLAN auf Rechner mit Windows-XP zugreifen und unter anderem Videos oder E-Mails abrufen oder im Internet surfen können. Die Bedienung erfolgt mittels Touch Screen Funktion. Das „Airpanel V110“ mit einem 10-Zoll-Display kostet etwa 1.000 US-Dollar. 1.300,- US-Dollar soll das

Sampo übernimmt Grundig

Die Zukunft des Unterhaltungselektronikkonzerns Grundig scheint gesichert zu sein. Der bisherige Hauptanteilseigner, Prof. Dr. Anton Kathrein, und Felix Chen, Aufsichtsratsvorsitzender des taiwanesischen Konzerns Sampo, haben am 8. Januar 2003 die entsprechenden Verträge zur mehrheitlichen Übernahme des Nürnberger Unternehmens unterzeichnet. Der 1936 gegründete Sampo-Konzern beschäftigt heute etwa 5.400 Mitarbeiter und ist mit seinen beiden Kerngeschäftsfeldern Haushaltselektronik und Multimedia (TV, LCD und DVD-Player sowie PDP) im asiatisch-pazifischen Raum, in den USA und insbesondere im Heimatmarkt Taiwan gut positioniert. Darüber hinaus ist Sampo einer der weltweit führenden Hersteller von Elektronik-Komponenten (OEM), dessen Produkte vor allem in den USA, Australien, Hongkong und China verbreitet sind. Die Sampo Gruppe hat einen Jahresumsatz von 1,4 Mrd. US-Dollar und ist an der Börse in Taiwan notiert. Mit dem Verhandlungsabschluß übernimmt Sampo die Position des Hauptanteilseigners und damit die unternehmerische Führung der Grundig AG. Hierzu gehören die Bereiche Home Intermedia System, Car Intermedia System, Bürokommunikation, Professional SAT-Systems und Hotelkommunikation. Ein wichtiger Bestandteil ist außerdem der Bereich Forschung und Entwicklung – über 400 Ingenieure und Entwickler sind bei Grundig in Nürnberg allein auf diesem Sektor tätig. Über den Kaufpreis haben die Parteien Stillschweigen vereinbart.

„Airpanel V150“ mit 15-Zoll-Monitor kosten. Beide Airpanels arbeiten mit einer 400 Megahertz XScale-CPU von Intel. Zum Lieferumfang gehören WLAN-Adapter, USB-Schnittstelle und Windows XP Professional Edition, das Voraussetzung zum Betrieb der Smart Displays ist.

Pinnacle übernimmt Steinberg Media Technologies AG

Die Pinnacle Systems Inc. hat die komplette Übernahme der Hamburger Steinberg Media Technologies AG durch ihre Tochter, Pinnacle Systems GmbH in Braunschweig, angekündigt. Steinberg Media Technologies ist Anbieter von Softwarelösungen für digitale Audioproduktionen sowohl im professionellen als auch im Consumer-Bereich. Beide Unternehmen gehen davon aus, daß die Übernahme bereits in diesem Monat abgeschlossen sein wird. Laut Pressemitteilung beläuft sich der Gesamtkaufpreis auf 24 Millionen US-Dollar. Acht Millionen US-Dollar

des Kaufpreises werden in bar, die restlichen 16 Millionen in Aktien von Pinnacle Systems bezahlt. Durch die Übernahme erhält Pinnacle Systems das gesamte geistige Eigentum, die Rechte an allen Produkten und der gesamten Software sowie alle anderen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der Firma.

Cirrus Logic: DVD-Rekorder bald für unter 500 US-\$

Cirrus Logic hat eine Chip-Lösung für die Videoaufzeichnung auf DVD+RW vorgestellt, mit der es möglich sein wird, DVD+RW-Rekorder für unter 500 US-Dollar Endverkaufspreis anzubieten. Die bereits voll funktionsfähige Referenzplattform basiert auf dem Cirrus Logic DVD-Prozessor CS98200 und dem Video-Encoding-Chip CS92288 MPEG A/V Codec. Der CS98200-Chip unterstützt DVD-Audio, MPEG-4 Simple Profile und erweiterte DVD-Technologien, wie die Einbindung interaktiver Inhalte via Web. Der CS98200 kann mit einer Vielzahl von Bitraten arbeiten und ermöglicht es bis zu sechs Stunden Video auf DVD-Medien zu speichern, die sich auf gängigen DVD-Playern abspielen lassen.

Neue Mitgliedschaften bei Euronics

Euronics, eine der führenden Einkaufsorganisationen unabhängiger Fachhändler für Consumerelektronik, wird neuerdings durch die Mitgliedschaft von Avans Polska s.p.o.o. und Hemmagruppen Sverige AB verstärkt. Damit erhöht sich die Anzahl der Euro-

nic's Mitglieder auf insgesamt 19. Avans Polska wurde 1998 gegründet und ist eine der führenden Fachhandelsorganisationen in Polen. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz in Warschau und konnte im Jahr 2001 einen Einzelhandelsumsatz von insgesamt 390 Mio. Euro ausweisen. Hemma („Heim“ auf schwedisch) belegt unter den Spezialisten auf dem schwedischen Haushaltsgerätemarkt den zweiten Platz und zählte in den vergangenen drei Jahren zu der am schnellsten wachsenden Einzelhandelsorganisation. 2001 betrug der Gesamtumsatz 222 Millionen Euro.

JVC ändert die Garantiedauer

Rückwirkend zum 01.01.2002 gewährt die JVC Deutschland GmbH auf alle UE-Produkte eine Garantie von 24 Monaten ab Kauf. Bisher galt eine Garantie von 12 Monaten ab Kauf. Bei einigen Produkten wurde von JVC bereits eine verlängerte Garantie von 24 Monaten eingeräumt.

Auszeichnung für Sony LCD-Projektoren

Sony Business Europe erhält für die zwei neuen ultraportablen LCD-Projektoren VPL-CS5 und VPL-CX5 den iF Design Award 2003. Neben den außergewöhnlichen „inneren Werten“ zählte für die Jury bei der Vergabe der Preise natürlich auch das Design. Sony – seit jeher bekannt für eine ästhetische Gestaltung seiner Produkte – überzeugte hier durch das kompakte und elegante Äußere im Platin mattierten Look.



Staatsmedaille für Loewe Chef Dr. Rainer Hecker

Der Vorsitzende des Vorstands der Loewe AG, Dr. Rainer Hecker, ist mit der Staatsmedaille für besondere Verdienste um die bayerische Wirtschaft ausgezeichnet worden. In seiner Laudatio begründete der bayerische Wirtschaftsminister Otto Wiesheu die Auszeichnung mit dem „herausragenden Engagement“ des Firmenchefs.

Loewe sei mit rund 1.200 Mitarbeitern ein „wichtiger Wirtschaftsfaktor für den strukturschwachen Frankenwald“. Darüber hinaus lobte Wiesheu die weitreichenden Aktivitäten von Hecker: „Er ist an maßgeblicher Stelle in deutschlandweit organisierten Fachverbänden tätig, aber auch vor Ort in den Industrie- und Handelsvertretungen.“ Des weiteren engagiert sich Hecker zusammen mit Loewe auch im Regionalmarketing sowie im kulturellen und sozialen Leben im Kreis Kronach. So werden beispielsweise die Faust-Festspiele oder der weitere Ausbau der Online-Anbindungen von Schulen in Kronach tatkräftig unterstützt.

Die Neuen von LG.

**Mehr sehen. Mehr hören.
Mehr erleben.**

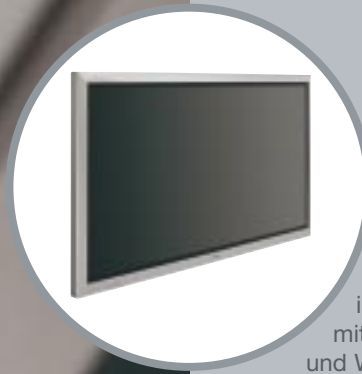
Wir bieten Ihren Kunden mehr für die Sinne:
Mehr Größe – mit unseren innovativen, digitalen Bildschirmtechnologien.
Mehr Klang – mit unseren beeindruckenden Digital Home Cinema Systemen.

Mehr für Ihre Kunden – mehr für Ihren Umsatz.

Von uns können Sie einfach mehr erwarten. Denn LG Electronics ist mit 55.000 Mitarbeitern auf 5 Kontinenten einer der Weltmarktführer in der Unterhaltungselektronik.

Freuen Sie sich auf die Neuen von LG.

LG Electronics
Deutschland GmbH
Jakob-Kaiser-Straße 12
D-47877 Willich
Telefon (02154) 492-0
Telefax (02154) 42 87 99
info@lge.de
www.lge.de



FLATRON Plasma-Monitor
MZ-50PZ42:
High-End Plasma-Display
im 16:9 Format
mit 127 cm Bilddiagonale
und WXGA-Auflösung



FLATRON LCD-AV-Monitor
MW-30LZ10:
LCD Audio/Video-Design-Monitor
im 16:9 Format
mit 76 cm Bilddiagonale
und WXGA-Auflösung



FLATRON DLP™-
Rückprojektions-TV
RE-44SZ20RD:
Rückprojektions-TV
basierend auf neuester
DLP™-Technologie
im 16:9 Format
mit 112 cm Bilddiagonale



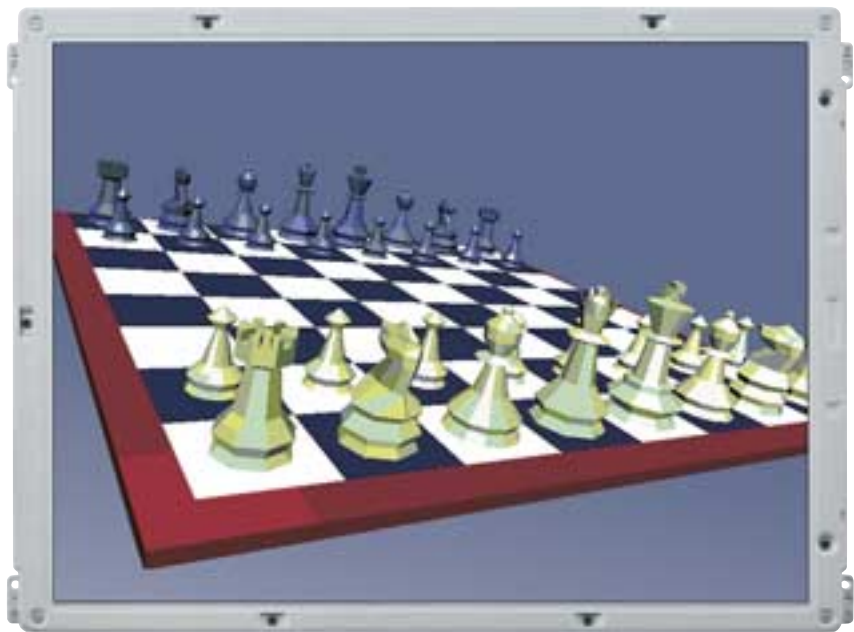
Home Cinema
Komplettlösung DA-5630:
DVD-Receiver mit 5.1-Kanal-
Surroundlautsprecher-System



Microanlage F-S198:
designorientierte Stereo-Audio-Anlage
mit zusätzlichem Subwoofer



Digitally yours



Sharp hat die räumliche 3D Darstellung von Bildinhalten auf TFT-Displays und Bildschirmen ohne die Verwendung einer Spezialbrille und mit Umschaltmöglichkeit zwischen 2D und 3D entwickelt. Erste Produkte mit der neuen 3D Technik sind für Ende 2003 angekündigt.

Schon Ende 2003 will der japanische Elektronik-Konzern Sharp erste Produkte mit seiner neuentwickelten LCD-Technik auf den Markt bringen, die ohne den Einsatz einer Spezialbrille 3D Darstellungen auf TFT-Flachbildschirmen realisiert und das Umschalten zwischen zwei- und dreidimensionaler Bilddarstellung ermöglicht.

elektronische Bildbearbeitung erforderlich ist, haben die Sharp-Entwickler die „Parallaxen-Barriere“ in Form einer zweiten, der Hintergrundbeleuchtung überlagerten TFT-Matrix ausgeführt, die bei Bedarf für die zweidimensionale Darstellung völlig durchlässig geschaltet werden kann.

bei E-Commerce-Unternehmen und für den technischen Service eine Vielzahl von Einsatzmöglichkeiten und völlig neuen Anwendungen. Ernsthaftes Interesse für Sharps neue 3D Technologie hat General Motors bekundet, die den Einsatz im Bereich der Design-Studien und Entwürfe für vorteilhaft ansehen. Seit langem ist 3D-Visualisierung ohne zusätzliche Hilfsmittel ein begehrtes Ziel der Elektronik-Industrie. Im Jahr 2002 wurde ein 3D-Konsortium gebildet, zu dessen Gründungsmitgliedern Hersteller wie Kodak, Microsoft, Olympus, Sony und Toshiba gehören. Für Software-Entwickler sieht Nakagawa keinen erheblichen Mehraufwand zur zusätzlichen Programmierung der 3D Bilddarstellung. „Es dauert lediglich einen Tag, um ein 2D-Quake mit 3D-Funktionalität auszustatten“, erläutert er, und betont, daß auch dann die Anwender jederzeit die Wahl zwischen 2D- und 3D-

Vielzahl von Anwendungen für 3D Displays

Räumlich korrekte 3D Darstellungen auf Monitoren und Displays sind für eine Vielzahl von Anwendungen vorteilhaft oder werden diese erst ermöglichen. Sharp sieht die Zielgruppe für seine 3D Neuentwicklung vorrangig in den unzähligen spielebegeisterten Benutzern, für die eine räumliche, tatsächlich dreidimensionale Darstellung einen gewaltigen Schritt zur höheren Realität des Spielgeschehens mit sich bringt. Lang-

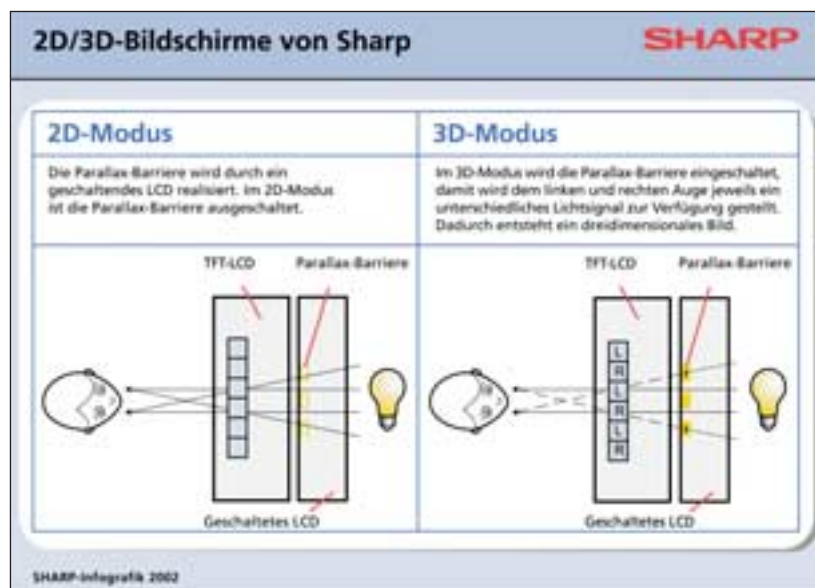
Sharp erschließt 3D für Flachbildschirme

Parallaxen-Barriere macht 3D Brille überflüssig

Wie Sharp Mitte des vergangenen Jahres bekanntgab, hat der Marktführer im Bereich LCD-TFT-Displays in den Sharp Laboratories of Europe der englischen Universitätsstadt Oxford eine Technologie entwickelt, mit der räumliche 3D Bildbetrachtung ohne spezielle 3D-Brille möglich ist. Bei der bahnbrechenden neuen Entwicklung werden Bildpunkte eines TFT-Displays gleichzeitig mit den für die dreidimensionale Darstellung

unterschiedlichen Bildsignalen für das rechte und linke Auge des Betrachters angesteuert. Bisher wurde eine 3D-Brille benötigt, die durch Polarisierungseffekte dafür sorgte, daß jedes Auge nur eines der parallaxen-versetzten Bilder sah. In den neuartigen 3D Displays von Sharp bewirkt eine „Parallaxen-Barriere“, daß die unterschiedlichen Signale das rechte und linke Auge getrennt erreichen. Der technische Durchbruch besteht aus der Kombination einer speziellen Hintergrundbeleuchtung mit pixelgenauer Darstellung auf einem TFT-Display. Die Hintergrundbeleuchtung wird hierbei durch ein

Streifenraster überlagert, das in einem bestimmten Abstand zum Bildschirm für die jeweils unterschiedlichen Blickwinkel des rechten und des linken Auges nur jede zweite Spalte freigibt. Auf diese Weise sieht jedes Auge ein anderes der beiden gleichzeitig dargestellten Bilder. Bei der verbreiteten Bildschirmauflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten wird ein dreidimensionales Bild mit der Auflösung von 512 x 768 Bildpunkten erzeugt. Damit auf einem derartigen 3D Bildschirm auch zweidimensionale Darstellungen möglich werden, wie es für Office-Anwendungen und viele Zeichenprogramme und



fristig sieht Greg Nakagawa, Vizepräsident von Sharp Systems Amerika, aber auch in der Industrie, dem medizinischen Bereich,

Darstellung haben werden. In Japan werden bereits Mobiltelefone mit Sharps 3D-Display verkauft.

evo

Bose begleitet Realisierung umfassender Soundsysteme

In Deutschland sieht man bei Bose ein Potential von über 50.000 Installationsorten für professionelle Soundsysteme. In der Ausgabe PoS-MAIL 1/2003 berichteten wir über das Design Programm Modeler, das die fachgerechte Installation von Beschallungsanlagen fördert. Modeler ist ein Baustein der Bose Audiotoner Audio Demonstrator Technology. Diese Technologie ermöglicht es, genau zu hören, wie eine Anlage klingen wird, bevor das Equipment erworben wird und sogar bevor die Bauarbeiten beginnen.

Somit sind Bose Tontechniker in der Lage, die gesamte Auswirkung auf die Akustik des Bauvorhabens zu analysieren. Das Modeler Design Programm bietet visuelle Unterstützung bei der Zusammenstellung der Anlage und der Positionierung der Lautsprecher. Dabei

erlaubt das Programm, die virtuellen Lautsprecher beliebig auszurichten, zu bewegen, ein- oder auszuschalten, zu verstärken und mit Zeitverzögerungen auszustatten. Außerdem berücksichtigt es die verwendeten Oberflächenmaterialien und deren Einfluß auf Klang



Dank Audiotoner Audio Demonstrator Technology ist es Bose möglich, ein Projekt von der ersten Planung bis zur betriebsbereiten Realisation zu begleiten.

und Klangausbreitung. Dank des Audiotoner Audio Demonstrators können vorgeschlagene Soundsysteme exakt gehört werden und bieten eine genaue Wiedergabe des Klanges, der genau dem entspricht, der nach Abschluß des

Bauvorhabens an Ort und Stelle gehört wird. Die Sound-Ergebnisse des Audiotoners basieren auf wissenschaftlich überprüfter Präzision. Nachdem die Technologie entwickelt war, ließ Bose Testpersonen die

Klangsimulation des Audio Demonstrators mit dem „realen“ Klang in verschiedenen Gebäuden vergleichen. Die Klangunterschiede waren im wesentlichen unhörbar oder wurden als äußerst gering eingestuft. Dank dieser ausgefeilten Planungssoftware ist es Bose möglich, ein Projekt von der ersten Planung bis zur betriebsbereiten Realisation zu begleiten.

Zum Leistungsumfang der Bose Professional Sound Division gehören die Auswahl, Prüfung und Lieferung aller Systemkomponenten und Komplettinstallation aller Baugruppen. Das Unternehmen bietet, auch in Zusammenarbeit mit seinen Fachhandelspartnern, maßgeschneiderte professionelle Soundsysteme für alle öffentlichen und kommerziellen Einsätze.

miz



Design und Komfort

Tharus 51 – Grundig erweitert LCD-TV Serie

Mit dem Tharus 51 erweitert Grundig seine LCD-TV-Serie. Das neue Modell verfügt über ein 20-Zoll TFT-LC-Display und ist mit zahlreichen komfortablen Features ausgestattet.

Zu den wesentlichen Merkmalen des LCD-TV zählen eine hohe Luminanz, ein hoher Kontrast sowie eine schnelle Reaktionszeit der Flüssigkristalle. Darüber hinaus hat Grundig in seinen Entwicklungslabors Display-Komponenten wie „blacklight“, „inverter“ und „panel“ in aufwendigen Verfahren fein aufeinander abgestimmt. Spielfilme, die auf DVD im Film- bzw. im Cinema-Mode aufgenommen wurden, gibt der Tharus 51 dank Digi 100 Reference Plus-Technik ohne ruckende Bildelemente wieder. Auch rasche Kameraschwenks oder schnell bewegte Bildinhalte,

wie beispielsweise bei einem Fußballspiel, gibt er als natürlich fließende Bewegungen wieder. Zu den praktischen Komfortmerkmalen des LCD-TV zählen unter anderem 2.000 Seiten Speicher für Videotext sowie Unterstützung von Megatext Level 2.5. Nach Angaben von Grundig ist dieses Feature bisher einmalig bei einem LCD-TV. Zudem ist der Tharus 51 mit Grundigs bewährtem EPG (electronic program guide) ausgestattet und dem OSD (on screen dialog-System), das in 20 Sprachen die gedruckte Bedienungsanleitung ersetzt. Das ATS Euro Plus vereinfacht bei Ersteinstellung des Gerätes die Sendersuche und die Programmierung. Eine optisch abgesetzte Sound-Einheit und eine von Kabeln, Buchsen und Steckern befreite Rückseite verleihen dem in Metallic-Lack hochglanzpolierten Tharus 51 ein edles Design. Im Lieferumfang ist eine farblich passend

lackierte Wandhalterung enthalten. Dank dieser kann der Tharus auch flach wie ein Bild an die Wand gehängt werden. Der Tharus 51 verfügt über ein voll integriertes Netzteil und kommt trotz der extrem kompakten Bauweise ohne zusätzliche Lüfter aus. Das macht ihn im Betrieb besonders leise. An den integrierten VGA-Anschluss kann ein PC mit eigenem DVD-Laufwerk angeschlossen werden. Damit steht die Wiedergabeart mit progressive scan für DVD zur Verfügung. Ein ausgeklügeltes Lautsprecherkonzept verleiht dem Tharus 51 einen brillanten Sound. Der Tharus lässt sich zudem mit dem WT-AV 1- Set, bestehend aus Receiver und Transmitter, zu einem Wireless LCD-TV kombinieren. Grundigs Tharus 51 ist ab Ende Januar lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.800,- Euro (2.849 Euro incl. WTAV-1 Modul). *miz*

Neuheiten

Transparente Satelliten-Antennen von Thomson

Mit den Modellen 60 TP und 85 TP präsentiert Thomson Sat-Antennen, die aus patentiertem Kunstharz gefertigt sind und deren Reflektoren am Gebäude kaum sichtbar sind. Das Empfangsnetz der Antennen ist in das SRC-Kunstharz eingearbeitet und somit nicht der Witterung ausgesetzt. Eine Beeinträchtigung der Empfangsqualität durch Oxidation wird verhindert. Die robuste LNB-Halterung aus Kunststoff hat einen Durchmesser von 40 mm und lässt sich zudem auf zwei LNBs erweitern (Astra und Eutelsat-Empfang). Die Masthalterung aus verzinktem Stahl ist rostfrei und wetterbeständig. Zudem sind die Antennen mit einem UV-Schutz ausgestattet, der mehr als zehn Jahre vor Vergilbung schützt.



Die transparenten Sat-Antennen Thomson 60 TP und Thomson 85 TP sind seit November 2002 für den Fachhandel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 89,99 bzw. 99,99 Euro.

Neue Universal-Fernbedienungen von Thomson

Thomson präsentiert vier neue Universal-Fernbedienungen, die sich für die Steuerung handelsüblicher TV-Geräte, Videorecorder, DVD-Player und Satelliten-Receiver eignen. Darüber hinaus sind sie auch für die DVD-Funktion der Spielkonsolen PlayStation 2 und Xbox programmiert. Alle Fernbedienungen verfügen über Direktmenütasten. Weitere Funktionen wie Videotext oder ShowView sind ebenfalls über einen Tastendruck abrufbar. Auch bei Batterieausfall bleiben bei allen Fernbedienungen die Programm-Codes und die persönlichen Einstellungen erhalten. Die neuen Thomson Fernbedienungen sind ab sofort lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise betragen je nach Modell zwischen 19,99 und 59,99 Euro.

CES: Panasonic mit DVD-R Camcorder

Bereits vor der Eröffnung der Consumer Electronic Show CES in Las Vegas präsentierte Panasonic der Presse den VDR-M30 Camcorder, der auf 8 cm DVD-RAM- und DVD-R-Discs auf-

zeichnet. Für die Speicherung von Daten stehen auf diesen Medien 1,46 GByte zur Verfügung. Diese Speichergröße ermöglicht die Aufzeichnung von 120 Minuten Videoaufnahme oder von 1.998 Standbildern. Die Digital-Fotos lassen sich alternativ auch auf SD-Memory-Card speichern, für die das Gerät einen Steckplatz besitzt. Der VDR-M30 besitzt ein 2,5-Zoll-LC-Display und einen 10-fach optischen sowie einen 240-fach digitalen Zoom. Ab dem Frühjahr 2003 soll der VDR-M30 zum Preis von 899,95 Dollar auf dem US-Markt verfügbar sein. Über

den Zeitpunkt der Markteinführung in Europa liegen noch keine Angaben vor.

CES: Roxi Easy CD & DVD Creator 6 Platinum

Roxi, die Digital Media Company, stellte auf dem CES Media Event „Digital Experience“ zwei neue Produkte, Easy CD & DVD Creator 6 Platinum und PhotoSuite 5 Platinum, vor. Easy CD & DVD Creator 6 ist die erste umfassende Digital Media Suite auf dem Markt. In

einem Produkt bekommt der Anwender ein Set von Digital Media-Anwendungen, mit denen er Musik, Bilder, Videos und Daten speichern, organisieren, bearbeiten und auf CD oder DVD brennen kann. Mit PhotoSuite 5 Platinum lassen sich Fotos komfortabel und auf unterschiedlichste Weise bearbeiten. Die Bilddateien können direkt aus dem Programm heraus mit der Easy CD Creator-Brenntechnologie auf CD oder VideoCD geschrieben werden. Flash-Tutorials und intuitive Benutzeroberflächen machen die Bedienung leicht.

Ultrakleine Digitalkamera mit Dreifach-Zoom



Pentax stellt mit der OptioS eine Digitalkamera vor, die trotz Dreifach-Zoomobjektiv (35–105 mm KB-Format) so klein ist, daß sie in einer Zigarettenschachtel verschwindet. Die Digitalkamera verfügt über zeitgemäße Features wie zum Beispiel eine effektive Pixel-Auflösung von 3,2 Millionen oder ein hochauflösendes Display, mißt dabei aber lediglich 8,3 cm (B) x 5,2 cm (H) x 2 cm (T). Damit ist sie laut Aussage von Pentax „die mit Abstand kleinste und handlichste Digitalkamera mit optischem Dreifach-Zoom“. Möglich wurde die kompakte Bauweise durch das exklusive Pentax Sliding Lens System. Im Gegensatz zur üblichen Verfahrensweise, bei der sich die Objektivteile in der optischen Achse mit einem bestimmten Mindestabstand ineinander schieben, wird in der OptioS die zentrale Linsengruppe zunächst vertikal auf eine zweite Ebene verlagert. Erst danach fahren die Elemente in der horizontalen Achse in den Kamerabody ein. Darüber hinaus hat ein neu entwickeltes Multi-Chip-Modul (MCM) auf der Platine zu einer weiteren Volumenreduzierung beigetragen. Dank neuartiger Schaltkreise zur Bildverarbeitung glänzt die Kamera zudem noch mit kleinsten Werten bei der Auslöseverzögerung. So beträgt die Zeit zwischen dem Drücken des Auslösers und dem Beginn der Aufzeichnung lediglich zirka 0,01 Sekunden. Es stehen acht verschiedene Aufnahmeprogramme zur Verfügung. Zudem kann erstmals mit



einer Pentax Optio-Digitalkamera neben einem 30 Sekunden-Video auch der dazugehörige Ton bzw. der Kommentar des Fotografen aufgenommen werden. Zu den weiteren Features der Kamera gehören Autofokus, Automatikblitz, 1,6 Zoll LC-Monitor, Digitalzoom (2fach), manuelle Fokussierungsoption, verschiedene Weißabgleichsmöglichkeiten sowie ein interner 11 MB-Speicher. Neu ist auch, daß die Bilddaten der OptioS auf SD und MultiMedia Card abgespeichert werden können. Die Kamera ist ab März lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 499 Euro.

LG Philips surft die LCD-Welle: Der Welt erster 52 Zoll LCD-TV

Nach Prognosen des US-Marktforschers DisplaySearch wird der weltweite Markt für LCD-TV-Geräte von 1,3 Millionen Stück in 2002 auf mehr als 16,1 Millionen Geräte im Jahr 2006 anwachsen. Durch die Vorstellung seines weltweit ersten serienreifen LCD-TV mit 123 cm Bilddiagonale und HDTV-Auflösung bekräftigt das Gemeinschaftsunternehmen LG Philips seine Absicht und zugleich die Fähigkeit, die neue Display-Trendwelle im Bereich der Consumer-Elektronik von einem Spitzenplatz aus mitzubestimmen.



LG Philips' weltweit erster 52 Zoll LCD-TV im Format 16:9 und mit mehr als 2 Millionen Bildpunkten löst Bilder 7x höher auf als herkömmliche Fernsehgeräte (123 cm Bilddiagonale).

2002 stellte das seit vier Jahren bestehende Joint-Venture des koreanischen Industrie-Giganten LG Electronics und der in den Niederlanden beheimateten Royal Philips Electronics der Weltpresse in Seoul den Prototyp eines 52 Zoll großen, hochauflösenden LCD-TVs mit der gewaltigen Bilddiagonale von 123 cm und HDTV-Auflösung vor. LG Philips will gegen Ende des 3. Quartals 2003 mit der Produktion des riesigen TFT-Fernsehgeräts mit einem Bildschirm im Seitenverhältnis 16:9 beginnen.

Digital-TV wird zum Treibsatz für LCD-TVs

Mit der Bildschirm-Diagonale von 52 Zoll stößt LG Philips jetzt in den typischen Größenbereich der Plasma-Displays vor. Durch ihre hohe Auflösung können LCD-Bildschirme jedoch, bauartbedingt, einen ihrer größten Vorteile gegenüber den konkurrierenden Plasma-Displays ausspielen: Mit einer Auflösung von 1,920 x 1,080 Pixeln, was mehr als zwei Millionen Bildpunkten entspricht, bietet

das neue LG Philips LCD-Fernsehgerät hervorragende Voraussetzungen für die Darstellung von HDTV-Fernsehprogrammen. Neben den Argumenten der längeren Lebensdauer und der kostengünstigen Austauschmöglichkeit der Backlights wird nach Meinung von Fachleuten vor allem die leichtere Realisierbarkeit hoher Bildauflösungen zum gesteigerten Einsatz von LCD-TVs führen, sobald eine zunehmende Anzahl von Verbrauchern Zugang zum hochauflösenden Fernsehen im HDTV-Standard erhält. Die Nachfrage nach LCD-TVs könnte dann geradezu explosiv ansteigen, denn herkömmliche Röhrenbildschirme sind zur Darstellung von HDTV-Bildinhalten nur bedingt geeignet, und die Field-Emission-Displays, eine Weiterentwicklung der CRT-Technologie, steckt zur Zeit noch in den Kinderschuhen.

Mehr als doppelte HDTV-Auflösung

Die 1,920 x 1,080 Pixel des LG Philips 16:9 LCD-TVs lösen dargestellte Bilder mehr als siebenmal so hoch auf wie ein Standard-Fernsehgerät und doppelt so hoch wie

viele der bisher als „HDTV-Gerät“ angebotenen Fernsehgeräte. Durch den Einsatz der von LG Philips neu entwickelten „Super-In-Plane-Switching (S-IPS) Technologie“ beträgt der mögliche Betrachtungswinkel horizontal wie vertikal 176 Grad und garantiert, selbst von ungewöhnlichen Zuschauerpositionen aus, höchste Bildqualität.



Einsame Spitze

Laut dem aktuellen Report von DisplaySearch, Austin / Texas, verfolgt LG Philips mit 35,5 Prozent Marktanteil des LCD-TV Markts mit knappem Abstand den Konkurrenten Sharp mit 48,4 Prozent. Keiner der anderen Mitbewerber erreicht mehr als 6,8 Prozent vom Markt. Mit der Erweiterung um ein 52 Zoll-Modell verfügt LG Philips nun mit Bilddiagonalen von 13 Zoll, 15,1 Zoll, 17 Zoll, 20,1 Zoll, 23 Zoll, 30 Zoll, 42 und 52 Zoll über das am dichtesten gestaffelte und umfangreichste Modell-Angebot an LCD-Bildschirmen für den Einsatz als Fernsehgerät. *evd*

Bisher unmöglich: LCD-TVs über 52 Zoll

Bisher existierte keine Technologie zur serienmäßigen Produktion von mehr als 50 Zoll großen TFT-Displays. Doch Ende Dezember

Der Markt für LCD-TVs wird laut DisplaySearch von 1,3 Millionen Stück in 2002 auf mehr als 16,1 Millionen Geräte im Jahr 2006 anwachsen. Die Nachfrage nach HDTV-tauglichen LCD-TV-Bildschirmen wird nach Aussagen von Analysten mit der Ausbreitung des digitalen Fernsehens explosiv ansteigen.



Neuheiten

Sony zeigte Highend-PDA auf der CES

Mobil Auf der CES in Las Vegas stellte Sony mit dem Clie NZ90 einen Highend-PDA mit dem Betriebssystem PalmOS vor. Der Clie NZ90 ist mit einem Bluetooth-Chip und einer 2-Megapixel-Digitalkamera ausgerüstet. Damit lassen sich qualitativ hochwertige Foto-Aufnahmen aufzeichnen und an bluetoothfähige Geräte übertragen. In einem Erweiterungssteckplatz läßt sich eine optional erhältliche WLAN-Steckkarte nachrüsten, mit der sich der Clie NZ90 in drahtlose Netzwerke oder über WLAN Hotspots ins Internet einklinken kann. Das Gehäuse des Clie NZ90 ähnelt dem NZ70V und enthält eine Mini-Tastatur, ein schwenkbares, reflektives Farb-Display mit 320 x 480 Bildpunkten und einem ausblendbaren Soft-Graffiti-Feld. Die Digitalkamera arbeitet mit einer Auf-

lösung von 1.600 x 1.200 Pixeln, besitzt einen Blitz mit Anti-Rote-Augen Funktion, 2x-Digital-Zoom, Selbstauslöser sowie Autofocus und kann Kurz-Videofilme aufzeichnen. Die automatisch ermittelten Belichtungswerte lassen sich auch manuell einstellen. Für die erforderliche Performance sorgt ein ARM-Prozessor PXA250 von Intel mit 200 MHz und 16 Mbyte RAM.

Eine Ladung des austauschbaren Lithium-Ionen-Akkus reicht bei deaktivierter Display-Beleuchtung für zehn Tage Betriebszeit. Die zu Transportzwecken klein zusammenfaltbare USB-Dockingstation dient der Daten-Synchronisation und -Übertragung zu Desktop-PCs.

Zur Software-Ausstattung gehören MP3-Player, Foto-Editor, Foto-Album, Movie-Player und eine Applikation zur Sprachaufzeichnung. Mit der Fernbedienungssoftware lassen sich Unterhaltungsgeräte wie TV, Video-Rekorder, DVD-Player per IR-Schnittstelle steuern. Der mitgelieferte Viewer (Anzeige-Programm) von Pictel Technology dient der Betrachtung von Word-, Excel-, PDF-

und PowerPoint-Dateien auf dem PDA. Der PalmOS-PDA Clie NZ90 kostet in den USA 800,- Dollar. Über den Zeitpunkt einer Markteinführung in Europa ist noch nichts bekannt.

Neue LCD-Technologie bei BenQ FP767



Der BenQ FP767 ist das erste Modell im Rahmen eines Upgrading der BenQ Display Angebotspalette. Der BenQ FP767 ist der Nachfolger des erfolgreichen BenQ FP751, des deutschlandweit meistverkauften 17" Office-Displays in seiner speziellen Preisklasse. Mit der außergewöhn-



lich schnellen Reaktionszeit von 16 ms ist der BenQ FP767 nicht nur ein ideales Display für die Spiele-

freaks, sondern eignet er sich außerdem ideal zum Betrachten von Videofilmen und Fernsehsendungen. Für den Office-Bereich ist der BenQ FP767 ideal. Die Betrachtungswinkel von horizontal 140° und vertikal 140°, eine auf 260 cd/m² erhöhte Helligkeit und der Kontrast von 500:1 sind Werte, die eine ergonomische Benutzung und hohe Wiedergabequalität garantieren. Die Abmessungen des 17" Monitors betragen (B/H/T) 382 x 404 x 200 mm, der sichtbare Bildschirmbereich 338 x 270 mm, das Gewicht beträgt 4,4 kg. Das zusammen mit Stereolautsprechern, Kensington Lock und einer Wandhalterungsvorbereitung nach VESA Norm ausgelieferte Display ist zu einem UVP von 598,- Euro verfügbar.

Heimvernetzung über Stromkabel mit PowerNET



Eine kostengünstige Vernetzung aller geeigneten Geräte und Rechner in einem Haus oder einer Wohnung über die vorhandene Stromkabel-Instal-

lation soll der neue PowerNET-Ethernet-Adapter mit X1-Chipsatz von Corinex ermöglichen. Vertrieben wird der Adapter in Deutschland von der Firma Kraftcom. Der Endkundenpreis (UVP) für den PowerNET Ethernet Adapter beträgt 139,- Euro.

VideoWave 5 Power Edition – All-in-One Video-Software



Roxio hat die Auslieferung der VideoWave 5 Power Edition in Europa angekündigt. Video Wave 5 Power Edition ist ein umfassendes Videoschnitt- und Authoring-Programm. Professionelle Werkzeuge wurden mit einer intuitiven Drag-and-Drop-Benutzeroberfläche kombiniert. Somit kann der Anwender Videomaterial unkompliziert erfassen und Szenen schneiden sowie seine Produktionen mit Spezialeffekten, Titeln, Übergängen und Ton aufwerten.

Die unverbindliche Preisempfehlung für VideoWave 5 Power Edition beträgt 99,- Euro.

Mit dem Scenium 61 TW 610 S, einem 61 Zoll Rückprojektions-TV-Gerät der absoluten Spitzenklasse, setzt Marktführer Thomson die für alle Produkte der Scenium-Klasse verbindlichen ästhetischen Richtlinien konsequent um und bereichert sein Angebot mit einem Modell, das neben seinen Funktionen als TV-Gerät alle Komponenten eines perfekt abgestimmten Home-Cinema-Systems in sich vereint.

Anspruch und Verpflichtung

Das Rückprojektions-TV-Gerät Thomson 61 TW 610 S mit 155 cm Bildhöhe, integriertem DVD-Player, Sub-Woofer und Virtual Dolby Surround ist ein Modell der Scenium Produktfamilie, bei der edles Design und Spitzentechnologie nach dem Willen des Herstellers harmonisch abgestimmte Verbindungen eingehen. Die klare Formgebung und ausgewogene Materialkombination der Thomson Scenium Geräte resultiert in einem edlen Erscheinungsbild und macht sie zu dekorativen Einrichtungsgegenständen in anspruchsvollen Wohnumgebungen.

Home Cinema in Vollendung:



Das 61" Rückprojektions-TV-Gerät Thomson 61 TW 610 S mit 155 cm Bildhöhe, integriertem DVD-Player, Sub-Woofer und Virtual Dolby Surround ist ein Modell der Scenium Produktfamilie und stellt volle Home-Cinema-Funktionalität auf höchstem Qualitätsniveau bereit.

Marktführerschaft auch in den USA

Laut GfK Erhebungen hat Thomson in Deutschland bei Rückprojektions-Fernsehgeräten die absolute Marktführerschaft übernommen. Im Oktober und November 2002 lag der Marktanteil nach Wert bei 40,7 Prozent und nach Stückzahl bei 38,9 Prozent. Mehr als jeder dritte verkaufte Rückpro-TV kommt aus dem Hause Thomson. Der neue

Scenium 61 TW 610 S wird auch in den USA verkauft, wo Thomson ebenfalls die Position des Marktführers einnimmt.

Alle Weichen gestellt für HDTV

Die optische Konzeption des Scenium 61 TW 610 S wird den gesteigerten Anforderungen des hochauflösenden digitalen Fernsehens

(HDTV) gerecht, das in den USA bereits ausgestrahlt wird und zu starker Verbreitung von HDTV-tauglichen Geräten führt. Zu den konstruktiven Maßnahmen gehören eine verbesserte Bildröhre, eine weiter optimierte Digitaloptik und eine gesteigerte Spiegelqualität. Die elektronische Signalverarbeitung, der Signalverlauf und das Chassis wurden mit der Zielsetzung überarbeitet, Spitzenwerte bei Auflösung, Schärfe Helligkeit und Kontrast zu erreichen. Thomsons innovatives 100 Hz Digital Vision Mastering (DVM) sorgt für ruhigen, stabilen Bildstand ohne Großflächen- oder Zeilen-Flimmern und garantiert selbst bei schnell bewegten Bildern und dynamischen Kameraschwenks hohe Bildschärfe und die Vermeidung von Nachzieheffekten. Aus einem erweiterten Blickwinkel heraus genießt der Betrachter erhöhten und augenschonenden Sehkomfort. Luxuriös ist auch die Bild- und Text-Funktion (PAT) sowie High Speed TOPText mit 1.500 Seitenspeicher und das NaviLight-Bediensystem.

Optimaler Ton für DVD und Mehrkanal-Sound

Die Audio-Fähigkeiten des Scenium 61 TW 610 S sind sorgfältig für den Einsatz in Verbindung mit dem integrierten DVD-Player abgestimmt.

Durch hochwertige Lautsprecherboxen, einen zusätzlichen Subwoofer mit 80 Watt Musikleistung und ein Virtual Dolby Surround System wird auch bei dreidimensionalem Mehrkanal-Ton der über den eingebauten DVD-Player abgespielten Videofilme ausgezeichnete Stimmenverständlichkeit erreicht. Ein zusätzlicher AV-Verstärker kann über den Dolby Digital- und DTS-kompatiblen optischen Digitalausgang angesteuert werden. Der DVD-Spieler spielt DVD-Videos, Audio-CDs sowie beschriebene CD-R Medien und MP3-Musiktitel ab. Die reichhaltige Ausstattung mit unterschiedlichsten Zusatzfunktionen und vielfältigen komfortablen Anschluß-, Einstellungs- und Bedienungs-Optionen entspricht voll dem luxuriösen Grundkonzept dieses Großbild-TV-Geräts. Neben den technischen inneren Werten stellt der Scenium 61 TW 610 S eine elegante und platzsparende Lösung dar. Aufwendige Geräteinstallationen und unschön anzusehende und bei vielen Anlässen unpraktische Kabelwüste entfallen. Sämtliche Funktionen des Fernsehers und DVD-Players lassen sich komfortabel von einer einzigen Fernbedienung aus steuern und ermöglichen ein beeindruckendes und unbeschwertes Heimkinoerlebnis. (www.thomson.de) *evo*

AQUOS SHARP LCD-TV

SCHÖN GROSS UND BRILLANT.

MIT 76 CM BILDSCHIRM-DIAGONALE!



Den weltweit größten verfügbaren LCD-Fernseher für 16:9 Wiedergabe finden Sie natürlich in der umfassenden Produktrange von Sharp! Unser neuestes Highlight heißt Aquos LC-30HV2E und bringt Ihren Umsätzen mit 76 cm Bildschirmdiagonale gleich doppelten Nutzen! Als TV-Gerät bietet er das ultimative Heimkino-Feeling in jedem Wohnzimmer. Und als Flachbild-Display macht er zusammen mit PC oder Notebook jede geschäftliche Präsentation zu einem Erlebnis der Extraklasse! Sie erreichen also mit dem Aquos LC-30HV2E von Sharp alle kaufkräftigen Zielgruppen und setzen Ihre Top-Kompetenz für die Zukunft des Fernsehens gleich richtig ins Bild! Jetzt anrufen: 040-2376-2844!

Am POS für Sie aktiv: Einzeldisplay im Life-Style-Design!

SHARP

Toshiba Portégé 2010 – Perfect for Business

Mobile Rechner sind für viele zum wichtigsten Werkzeug bei der Bewältigung beruflicher Aufgaben avanciert. Das Notebook Toshiba Portégé 2010 wird nicht nur allen Ansprüchen an ein leistungsfähiges und zuverlässiges Arbeitsgerät gerecht, sondern unterstreicht durch seine elegant und wertvoll anmutende Linienführung auch optisch den Eindruck der hohen Professionalität seines Besitzers, ein nicht zu unterschätzender Nebeneffekt, der in bestimmten Situationen ausschlaggebend sein kann.

Mehr als nur ein Notebook

Das aktuelle Angebot an mobilen Rechnern ist mit Blick auf ihre unterschiedlichen Eigenschaften und Verkaufspreise äußerst vielfältig und nahezu unüberschaubar. Fehlentscheidungen beim Kauf sind nicht selten und können sich für den Benutzer als ernsthafte Produktivitätsbremse erweisen. Will man dieses Risiko minimieren, so sollte man bei bestimmten Grundforderungen keine Kompromisse eingehen: uneingeschränkte Kompatibilität zu verbreiteten Kommunikations-Schnittstellen, Zugriff auf Wechselspeicher-Medien und Steckplätze für Flashspeicher-Cards, lange netzunabhängige Betriebszeit, mechanische Stabilität und geringes Eigengewicht. Andere wichtige Eigenschaften, wie eine ergonomische Tastatur und ein ausreichend großes und kontraststarkes Display, kann man heute bei allen wettbewerbsfähigen Angeboten im Markt voraussetzen. Der Portégé 2010 von Toshiba erfüllt alle vorstehend genannten Kriterien und bietet außerdem Hochleistung, verpackt in edlem Design.



Das Notebook besticht durch sein elegantes Magnesium-Gehäuse und die geringen Abmessungen von 289 mm x 229 mm x 14,9 mm (vorne) x 19,1 mm (hinten).

Universelle Schnittstellen-Vielfalt

Das Konzept eines besonders flachen und leichten Notebooks, das von Ballast aller nicht portabel zu nutzenden Komponenten befreit ist, geht für seinen Benutzer nur dann auf, wenn er beim Anschluß von Peripheriegeräten keinerlei Beschränkungen unterworfen ist. Deshalb ist der Portégé 2010 auf vorbildliche Weise mit allen aktuell genutzten Schnittstellen ausgestattet: ein Steckplatz für Speichererweiterung, zwei USB-Schnittstellen nach dem neuen USB 2.0 Standard mit hoher Übertragungsgeschwindigkeit und abwärtskompatibel zu USB 1.1/1.0 garantieren Anschlußmög-

lichkeiten für nahezu jede Art von Peripherie-Geräten, vom Drucker bis zu externen Festplatten und optischen Laufwerken, ein Steckplatz für PC Card Typ II (CardBus- und PC-Card 16 kompatibel), der unter anderem auch zum Anschluß von optional verfügbaren DVD-ROM-, CD-RW-Combo-Laufwerken, Floppy Disk Drives oder zusätzlicher Festplatten verwendet werden kann, ein SD-Card-Slot für den schnellen Zugriff auf jede Art von Daten, die auf diesem stark verbreiteten Flashspeicher-Typ gespeichert werden können, der über einen für Digital Rights Management geeigneten Controller verfügt und deshalb als Speichermedium für komprimierte Musiktitel zukunftsicher ist, Fast Infrared Schnittstelle (FIR), Docking-Connector, Steckbuchse zum Anschluß eines externen Bildschirms, je eine Kopfhörer- und Mikrofon-Buchse, ein DC-in (Netzteil-Anschluß) und schließlich der Anschluß für ein Kensingtonkabel zur Diebstahlsicherung.

Mobile „Kommunikationszentrale“

Die Fähigkeit, an jedem Ort auf jede Weise mit jedermann kommuni-

zieren zu können, ist gleichermaßen ein charakteristisches Merkmal der modernen Welt, wie eine Grundvoraussetzung, um in ihr erfolgreich leben und arbeiten zu können. Das gilt auch für beruflich genutzte mobile Rechnersysteme. Flächendeckende nationale oder kontinentale breitbandige Netzwerke werden in naher Zukunft nicht verfügbar sein. Doch selbst dann wäre der Zugriff auf alternative Kommunikationswege aus Gründen der Kostenminimierung und Redundanz unverzichtbar. Das Toshiba Portégé 2010 beherrscht alle Technologien der digitalen Kommunikation und kann sich deshalb bei Bedarf in jedes Netzwerk auf verschiedenen Wegen einloggen, um Daten aus-

zutauschen oder zu synchronisieren, Faxe oder E-Mails abzusenden oder zu empfangen: Über die RJ 11 Modem-Buchse wird das integrierte V.90 Fax-/Datenmodem mit Telefon-Festnetzen verbunden, mittels RJ 45 Steckbuchse und integrierter Ethernet-Schnittstelle läßt sich das Notebook an ein lokales Netzwerk (LAN) anschließen.

„Wireless“ mit WLAN oder Bluetooth

Der Portégé 2010 ist serienmäßig mit der modernen WLAN-Schnittstelle für den Funknetz-Standard nach IEEE 802.11b ausgerüstet und kann sich damit auch drahtlos über einen Accesspoint in Firmennetzwerke einloggen oder direkte Verbindung zu anderen WLAN-fähigen Notebooks aufnehmen. An sogenannten „Hot Spots“ oder „Public Spots“ (öffentlich zugänglichen drahtlosen Internetzugängen) nimmt der Portégé 2010 drahtlos und mobil Kontakt zum Internet auf mit all seinen Informationsquellen und interaktiven Diensten. „Hot Spots“ werden in zunehmender Anzahl an stark vom Publikum frequentierten Plätzen, wie z. B. Hotels, Flugplätzen, Bahnhöfen, Messen, Kongress-Centren und Shopping-Malls errichtet und unterhalten. Mit der optional erhältlichen Toshiba Bluetooth-PC-Card kommuniziert der Portégé 2010 auch mit allen Bluetooth-fähigen Devices.

Im Lieferumfang: CD-ROM-Laufwerk, 24-fach

Trotz der Vorteile des extrem leichten und flachen Gehäuses des Portégé 2010, das den Einbau eines optischen Laufwerks ausschließt, kann man bei Bedarf jederzeit über die Vorteile eines CD-ROM Laufwerks oder auch eines optional verfügbaren DVD-ROM CD-RW-Combo-Recorders verfügen, der extern über eine USB-Schnittstelle angeschlossen wird. Zum Lieferumfang gehört bereits ein externes CD-ROM-Laufwerk-24-fach (max.), das alle Standard CD-Formate wie Red Book, Yellow Book, CD-ROM XA, CDI-Bridge

(Photo CD), CD-I, CD-I ready, CD-G, Multisession (Photo-CD, CD-Plus) und CD-RW sowie die CD-Abmessungen 12 cm und 8 cm unterstützt. Die Datenübertragungsgeschwindigkeit beträgt 3.600 KB/s bei 24x (CD-ROM) und die durchschnittliche Zugriffszeit 110 ms.

Höchstleistung bei geringem Energiebedarf

Die lange netzunabhängige Betriebszeit von zwei Stunden, oder mit dem im Lieferumfang enthaltenen zusätzlichen Hochkapazitätsakku sieben Stunden, wird ermöglicht durch den Einsatz eines stromsparenden Ultra Low Voltage Mobile Intel Pentium III Prozessors mit 866 MHz CPU Takt und 100 MHz Front Side Bus, 1.10 Volt Technologie (AC), 0.95 Volt Technologie (Batteriemodus), 32 KB Cache auf dem Chip und 512 KB Level 2 Cache. Zusammen mit dem 32-Bit Systembus PCI (V2.2) mit 33 MHz Takt und einem Cyber ALADDiN (Trident) PCI 3,3 Volt Chipset sowie einer Hauptspeicherbestückung von 256 MB SD-RAM (erweiterbar bis 512 MB) garantiert diese Konfiguration hohe Leistungsfähigkeit und Performance bei gleichzeitig minimalstem Energiebedarf. Das BIOS unterstützt ACPI (1.0b), SM BIOS (V 2.3), DDC2B Support, Plug and Play (V 2.2), Vesa (V 2.0) und Advanced Power Management (V 1.2). Die eingebaute 30 Gigabyte fassende 1,8 Zoll kleine Festplatte läuft mit geräuscharmen 4.200 rpm, ist nur 8 mm hoch und wiegt gerade mal 62 Gramm.

Immer im Blick: der Bildschirm

Das Display des Portégé 2010, die wichtige Benutzerschnittstelle, besteht aus einem kontrastreichen 12,1 Zoll Poly-Silizium TFT-Farbdisplay mit 1.024 x 768 Bildpunkten und bis zu 16,7 Millionen Farben. Angesteuert wird das Display durch einen SVGA-/VGA-kompatiblen PCI Grafikkarten-Adapter mit Trident Cyber ALADDiN-T Grafikkchip, BitBLT Grafikkbeschleuniger, 16 MB (UMA) und



Das 19 mm flache und 1,19 kg leichte Toshiba Notebook Portégé 2010 arbeitet mit einem stromsparenden Mobile Intel Pentium III Prozessor mit 866 MHz CPU Takt und 100 MHz Front Side Bus. Der UVP beträgt 3.399,- Euro.

128-bit Datenbus. Zur Ansteuerung eines externen Bildschirms stehen bei 16,7 Millionen Farben folgende Auflösungen zur Verfügung: 640 x 480, 800 x 600, 1.024 x 768; bei 65.536 Farben 1.280 x 1.024, 1.600 x 1.200 Bildpunkte (alle bei einer Bildwiederholfrequenz bis zu 85 Hz (non-interlaced)).

Sound on Board

On Board ist ein integriertes 16-bit-Stereo Sound Blaster Pro kompatibles Windows Sound System V 2.0 (WAVE und MIDI) mit integriertem Lautsprecher und Mikrofon, 3D-Wide Modus, mit dem Soundchip Ali M1535 (integriert) und voll Duplex-fähig.

Vorinstallierte Software

Vorinstalliert sind als Betriebssystem und Anwendungs-Software: Windows XP Professional, Toshiba Utilities und Treiber, PC Card Management Software, Hypertext Online Hilfe und Modem-Handbuch, Toshiba Client Manager und SPANworks 2000.

Lieferumfang, Abmessungen und Gewicht

Der Portégé 2010 wird ausgeliefert mit einem Lithium-Ionen Polymer-Akku (2 Std. Betriebsdauer) und einem zweiten zusätzlichen Hochkapazitäts-Akku (bis zu 7 Std.), Wechselstromadapter mit automatischer Spannungserkennung von 100 bis 240 Volt und einem externen USB 24-fach CD-ROM Laufwerk. Als optionales Zubehör sind erhältlich: 128, 256 MB Speichererweiterungen, Lithium-Ionen Akku, Akku-Ladegerät, Slim Advanced Port Replicator, Floppy Disk extern DVD-CD-R/RW Brenner Combo. Die Abmessungen des Notebooks betragen 289 mm x 229 mm x 14,9 mm (vorne) x 19,1 mm (hinten). Gewicht: 1,19 kg. Die internationale Garantie beträgt drei Jahre und kann optional erweitert werden. *evo*

Neuheiten

NEC: Neue LCDs von 15" bis 20 Zoll" Highend



Eine komplett neue Produktfamilie von TFT-Monitoren im modernen, platz- und raumsparenden Design stellt NEC-Mitsubishi Electronics Display vor. Nachdem NEC-Mitsubishi im Sommer des vergangenen Jahres seine neue CRT-Monitor-Linie eingeführt hat, folgen nun die LCDs. Die neue Modellreihe erstreckt sich vom 15 Zoll Einstiegs-Gerät bis zum 20 Zoll Profi-Monitor, die im Design an der zeitlosen Schlichtheit des Bauhaus-Stils orientiert sind. Die professionelle LCD-Linie wird durch das Flaggschiff NEC MultiSync LCD2080UX angeführt und zeichnet sich auch bei den 18- und 19-Zoll Geräten durch sehr schmale Gehäuserahmen mit schwarzen oder hellgrauen Blenden aus. Außergewöhnlich: Auch die Modelle mit schwarzem

Gehäuse erfüllen die strengen Anforderungen der TCO99. Zugleich wurden neueste Technologien in die Geräte integriert, die anwenderfreundliche und produktionssteigernde Funktionen ermöglichen. So enthält z.B. die standardmäßige Ausrüstung zwei Schnittstellen (DVI-D und VGA) für die wahlweise Ansteuerung mit einem digitalen oder analogen Signalausgang. Ergonomisch vorteilhaft ist die durch ErgoDesign mögliche Höhenverstellbarkeit von 86 bis 110 mm (beim NEC MultiSync LCD2080UX sogar 130 mm), die angenehmes Arbeiten ermöglicht. Schnelle Reaktionszeiten garantieren die scharfe Wiedergabe von bewegten Bildinhalten und Videos ohne Nachziehen oder Schleierbildung. Wie bei allen NEC-Mitsubishi

Monitoren ist das On-Screen-Menü (OSM) sehr einfach zu bedienen. Die Einstellungen lassen sich auch mit Hilfe der NaViSet™ Software über Maus und Tastatur vornehmen. Die komplette Linie ist ab dem 1. Quartal 2003 verfügbar. Zum Lieferumfang gehören Netz- und VGA-Kabel, Installations-/Treiber CD mit 11-sprachigem Handbuch, gedrucktes Handbuch und Garantie-Karte. NEC-Mitsubishi Electronics Display Europe gewährt auf alle Geräte eine Garantie von drei Jahren, inklusive Hintergrundbeleuchtung und kostenlosem 24-Stunden Vor-Ort-Austauschservice.

DVB-T Modul mit CI für Metz- TVs



Ein DVB-T Modul mit Common Interface (CI) ergänzt seit November die Nachrüstmöglichkeiten von Metz Fernsehgeräten. Das Modul bietet die Möglichkeit, mit einem Conditional Access und Smart Card auch verschlüsselte digitale TV- und Radioprogramme terre-

strisch zu empfangen. Dank Integration des Moduls in das TV-Gerät ist keine Set-Top-Box erforderlich. Aufrüstbar sind alle Metz TVs mit 100 Hz-Technologie.



Die unverbindliche Preisempfehlung für das DVB-T Modul beträgt 399,- Euro.

Legend QDI-Mainboard sucht selbst nach aktuellem Bios



Mit der integrierten Funktion „UpdateEasy“ sollen die neuen QDI-Mainboards von Legend dem Anwender die Suche nach dem neuesten und korrekten Bios ersparen und das Flashing (update) des Bios erleichtern. Mit der „Update by Net“-Funktion sucht sich das Mainboard selbst das aktuellste Bios im Internet, lädt es auf die Festplatte und spielt es in das Flash Memory ein. Eine Wiederherstellungsfunktion spielt bei Problemen das ursprüngliche Bios wieder ein. Legend QDI bietet die UpdateEasy Funktion nur bei eigenen Mainboards an, und zwar für bereits im Handel erhältliche wie auch alle künftigen Produkte. Unterstützt werden: P2E ab Bios v1.2, P1D ab Bios v1.1, P7B ab Bios v1.2, P7BL ab Bios v1.2, P2E ab Bios v1.3, P8(L) ab Bios v1.0, P2D/533 ab Bios v1.7, P2D ab Bios v1.7, P1 ab Bios v2.3, KD7 ab Bios v3.3, KD7/E333 ab Bios v3.3, S4 ab Bios v1.9, S4M ab Bios v1.9 und P8(L) ab Bios v1.2.

Philips präsentiert Super Audio CD- und DVD-Player in einem



Mit dem DVD 963 SA kombiniert Philips hohe Klangqualität mit Home Cinema Eigenschaften. Der DVD 963 SA beinhaltet eine Reihe von neuartigen Technologien wie beispielsweise Progressive Scan, Crystal Clear Pro, 108 MHz/13 Bit Unsampling und ein Korrektursystem



für Bewegungen, basierend auf dem Faroudja DCDi Chip. Hiermit optimiert der Player permanent das Bild, befreit es von unerwünschten Digitaleffekten, bringt noch feinere Detailschärfe und beseitigt Kantenflimmern durch pixelgenaue Interpolation.

Zudem ermöglicht der DVD 963 SA eine Verbesserung der Wiedergabe von herkömmlichen Audio CDs. Das Audio Unsampling rechnet das CD-Signal von 16 Bit/44,1 kHz hoch auf 24 Bit/192 kHz und erzielt somit weichere Klänge. Neben herkömmlichen Audio-CDs spielt der DVD 963 SA auch Super Audio-CDs sowie CD-R, CD-RW und MP3-CDs ab. Das neue Advanced Bass Management erlaubt die individuelle Aufteilung des Audio-Signalgemisches an die Surround-Lautsprecher und den Subwoofer. Bei besonders intensiven Geräuschen, wie beispielsweise bei Explosionen in Actionfilmen, verhindert diese Technologie die Überlastung der einzelnen Lautsprecher. Bei der Wiedergabe von Super Audio CDs kann eine ausgeglichene, natürlichere Signalaufteilung gewählt werden, um die volle Klangentfaltung optimal genießen zu können. Weiterhin können mit Advanced Bass Management die Laufzeitunterschiede für die einzelnen Lautsprecher ausgeglichen werden.

Der DVD 963 SA ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 600,- Euro.

Drei neue MP3-Player von Thomson



Die aktuelle Generation der Produktlinie Thomson Lyra präsentiert drei neue handliche MP3-Player für individuelle Einsatzmöglichkeiten. Das Modell PDP 2225 unterstützt die Formate MP3, WMA und MP3PRO, der integrierte Speicher besitzt eine Kapazität von 128 MB. Neben MP3-Musikstücken liefert ein Radio mit PLL-Tuner Informationen und Musik, zudem stehen zehn Speicherplätze zur Verfügung. Die digitalen Player PDP 2424 und PDP 2428 spielen MP3- und WMA-Kompressionsformate, der Festspeicher des PDP 2424 ist 128 MB groß, der des PDP 2428 speichert eine Datenmenge von 64 MB. Zudem ist die Speicherkapazität der drei Modelle mit Speicherkarten erweiterbar. Über die USB-Schnittstelle wird die direkte Verbindung mit dem Rechner (PC und MAC) hergestellt. Die mitgelieferte Software MusicMatch unterstützt die Verwaltung und Erstellung der digitalen Audio-Files.

Die neuen Thomson Lyra MP3-Player sind seit November lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 279,- Euro für den PDP 2225, 229,- Euro für den PDP 2428 und 179,- Euro für das Modell PDP 2424.



Die Exilim EX-Z3 jetzt mit 3,2 Megapixeln



3,2 Megapixel effektiv, einen dreifach optischen Zoom und eine Fülle innovativer Software-Features: Mit der Exilim EX-Z3 ist den Miniaturisierungskünstlern von Casio ein neuer großer Wurf gelungen.

Auf engstem Raum von 87 x 57 x 22,9 mm (B x H x T), in silberglänzendes Aluminium gehüllt, ergänzt die EX-Z3 die weiter wachsende Exilim-Familie nun in schon dritter Generation. Die kreditkartengroße und nur 126 Gramm leichte Kamera (ohne Batterie und Speicherkarte) steht für einen neuen Typus von Digitalkameras, die so flach und kompakt gebaut sind, daß sie auch in der kleinsten Tasche Platz finden und zum ständigen Begleiter werden, ohne jedoch auf hochwertige Hard- und Software-Ausstattung zu verzichten. Dank der 3,2 Megapixel effektiv können nun auch große Bilder bis DIN A4 ohne Qualitätsverluste ausgedruckt werden. Und der dreifach optische Zoom erlaubt mühelos und ohne Stufen Aufnahmen vom Weitwinkel- bis in den Telebereich. Der 1/2.5 Zoll CCD der EX-Z3 erreicht eine Auflösung von 3.340.00 Pixeln total (3.200.000 effektiv), das entspricht einem Bildformat von 2.048 x 1.536 Bildpunkten. Das Pentax-Objektiv besitzt bei Lichtstärken zwischen F=2.6 und 4.8 Brennweiten von f=5.8 bis 17.4 mm, analog einer Brennweite von 35 bis 105 mm bei 35 mm-Kleinbildkameras. Zu diesem optischen dreifach Zoom kann zusätzlich noch ein vierfach digitaler Zoom genutzt werden. Bei ungünstigen Lichtverhältnissen schaltet sich der integrierte Blitz mit Red-Eye-Reduction-Funktion zu.

Zur Hardwareausstattung gehört zusätzlich zum optischen Sucher auch ein 2 Zoll großes TFT-LCD mit 84.960 Pixeln. Zwei pfiffige Software-Features lassen sich damit erst richtig in Szene setzen: zum einen die Digital Photo Stand Funktion, die automatisch und individuell im Favoriten-Ordner zusammengestellte Dia-Shows zum reinsten Vergnügen macht. Die Kalender-Funktion ist die andere innovative Idee: In einem Monatskalenderblatt können die einzelnen Tagesfelder mit Bildern belegt werden, so daß leicht eine optische Erinnerungsfunktion hergestellt werden kann.

Die neue Exilim bietet bei deutscher Bedienung eine Reihe von komfortablen Funktionen: Einzelfotos, Fotos per Selbstauslöser, Movie mit Tonaufzeichnung (320 x 240 Pixel, max. 30 Sekunden pro Movie) und Makro (6 bis 50 cm). Neue Features sind die Coupling Shot- und die Pre Shot-Funktion. Mit Pre Shot legt der Anwender seinen spezifischen Hintergrund fest und läßt sich dann vor dieser eingefrorenen Szene fotografieren. Nacheinander gegenseitig fotografiert, fügt Coupling Shot zwei Portraits zu einer Aufnahme zusammen.

Die EX-Z3 bietet zusätzlich auch die beliebte, von anderen Casio Digitalkameras bekannte Bestshot-Funktion. Mit nur einer Taste stehen 21 voreingestellte Motivprogramme zur Verfügung.

Die EX-Z3 ist sehr schnell: Sie ist in weniger als zwei Sekunden betriebsbereit, und die Auslöseverzögerung beträgt nach erfolgter Fokussierung nur 0,01 Sekunden. Die Bilder speichert die Kamera auf den internen 10 MB großen Speicher. Optional können auch SD/MMC Karten als Speichermedium eingesetzt werden. Die USB-Dockingstation dient gleichzeitig als Verbindung zum PC und zur Übertragung der Bild-daten, wie auch als Ladestation für den Lithium-Ionen-Akku. Die Stromversorgung löst Casio mit einem wiederaufladbaren, leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku. Die EX-Z3 wird inklusive Lithium-Ionen-Akku, Handtrageriemen und USB-Dockingstation mit USB- und Anschlußkabel, Netz-Adapter für die Dockingstation sowie umfangreicher Software auf CD-ROM ausgeliefert. Die Exilim EX-Z3 ist ab März 2003 lieferbar.





WLAN Infos und News

Philips übernimmt WLAN-Chip-Entwickler

Der Elektronikkonzern Philips beabsichtigt, das deutsch-amerikanische Unternehmen Systemonic zu übernehmen. Systemonic ist auf die Entwicklung von Chips für drahtlose Netzwerke spezialisiert. Das Unternehmen fertigt unter anderem die zur Zeit weltweit begehrten Multi-Band-Chipsätze für WLANs nach IEEE 802.11b (11 MBit/s im 2,4-GHz-Band), 802.11a (54 MBit/s im 5-GHz-Band) und 802.11g (54 MBit/s im 2,4-GHz-Band). Einzelheiten der für das erste Quartal des laufenden Jahres geplanten Vereinbarung zwischen Philips und Systemonic hat Philips noch nicht bekanntgegeben. Wie von Seiten Philips verlautbart, biete das Unternehmen Systemonic mit seiner Technologie zahlreiche Möglichkeiten für die Integration seiner Produkte in Philips-Systeme. Im Vordergrund stehe dabei die umfassende Vernetzung zu Hause, im Büro, mobil und unterwegs. Auch denke man daran, Audio- und Videodaten drahtlos zu übertragen. Mit der Übernahme von Systemonic schaffe Philips eine der notwendigen Voraussetzungen, um im WLAN-Bereich eine Führungsrolle zu übernehmen. Geplant ist auch, die Technologien von Systemonics zukünftig in die System-on-Chip-Lösungen der Nexperia-Plattform von Philips zu integrieren.

Sonicblue DVD-Player empfängt Videos über WLAN

Der durch die Einführung des weltweit ersten MP3 Players bekannte Hersteller Sonicblue hat einen DVD-Player angekündigt, der neben dem Abspielen von handelsüblichen DVD-Medien auch Fotos, Videos und Musikfiles über eine WLAN-Verbindung vom PC empfangen und auf einem TV-Gerät oder Bildschirm darstellen kann. Die Navigation zwischen den auf der Festplatte des PCs gespeicherten Daten erfolgt über die Fernbedienung des DVD-Players. Das Gerät mit der Modellbezeichnung Go-Video D2730 wurde erstmals auf der US-Messe CES Anfang Januar 2003 der Öffentlichkeit vorgestellt. Es soll bereits im ersten Quartal 2003 zum Verkaufspreis von 250 US-Dollar auf dem US-Markt verfügbar sein. Ob die WLAN-Karte bei diesem Preis bereits eingeschlossen ist, ist nicht bekannt.

Eingesetzt wird der WLAN-Standard IEEE 802.11b mit der Brutto-Datenrate von 11 MBit/s. Innerhalb von Gebäuden kann in den meisten Fällen eine Reichweite von 30 Metern überbrückt werden.

Wireless LAN-Karte für Sony Clié PEG-NX70V

Das „WLAN in der Tasche“ hat man, wenn man die dazu passende Wireless LAN-Karte PEGA-WL100 in den Compact Flash Slot Type 1 des PDA Clié PEG-NX70V einschleibt.



Mit der PEGA-WL100 können Benutzer eines NX70V im Wirkungsbereich von Hotspots und in WLAN-Netzwerken ohne langes Booten im Internet surfen, E-Mails schreiben und empfangen. Über die WLAN-Karte haben Mitarbeiter Zugriff auf ihr Firmennetzwerk und können z. B. wireless ihre auf dem Clié NX70V gespeicherten Daten, Adressen und Termine mit einem PC synchronisieren. Der PDA Sony Clié PEG-NX70V verfügt über einen 200 MHz ARM-Prozessor und läuft unter dem Betriebssystem Palm OS 5.0. Die eingebaute Digitalkamera mit 310.000 Pixeln kann auch MPEG-Videos aufzeichnen. Der NX70V verfügt über die gewohnten Organizer-Funktionen, wird mit einer Infrarot-Fernbedienung geliefert und kann außerdem als Diktiergerät und Audioplayer eingesetzt werden. Webseiten werden mit dem vorinstallierten Browser „fullscreen“, das heißt mit einer Auflösung von 320 x 480 Bildpunkten, dargestellt. Die PEGA-WL100 nutzt das IEEE 802.11b (Wireless LAN-Standardprotokoll) und beherrscht Datenverschlüsselung mit WEP 64/128 bit. Innerhalb von Gebäuden wird eine maximale Reichweite von 90 m realisiert (typisch 30 m), im Freien sind Reichweiten bis 300 m möglich. Die UVPs: Wireless LAN-Karte PEGA-WL100: 185,- Euro, Clié Handheld PEG-NX70V: 650,- Euro.

ict AG übernimmt WebDT Terminal-Vertrieb

Die ict AG agiert jetzt in Deutschland als Distributor für die WebDT Produktfamilie des Herstellers DT Research. Die tragbaren Terminals von DT Research ermöglichen auf der Basis von Thin-Client Plattformen den drahtlosen Informationszugang

und volle Mobilität. Sie können zum Beispiel mit „Windows Based Terminal“ zur Anbindung an einen MS Terminal-Server eingesetzt werden. Über vorinstallierten MS-RDP- oder Citrix ICA-Client lassen sich beliebige Applikationen, Dateien und Hardware des Servers vor Ort nutzen. Mittels zusätzlicher Software läßt sich auch ein Windows-PC mit einem WebDT fernsteuern. Ein integrierter Web Browser und ein E-Mail-Client machen die WebDT-Produkte zu mobilen Internet-Terminals. An Schnittstellen stehen ein PC-Card-Slot (PCMCIA), ein CompactFlash Steckplatz, ein USB Port für Tastatur, Maus und Drucker sowie 16-Bit Stereo-Audio zur Verfügung. Eine Wireless-LAN PC-Karte nach IEEE 802.11b Standard für Funknetz-Zugang gehört zum Lieferumfang. Als Betriebssystem dient Windows CE.net. Mit dem eingebauten Li-Ion Akku kann mehrere Stunden unabhängig vom Stromnetz gearbeitet werden. Die ict Innovative Communication Technologies AG bietet weitere WebDT-Geräte an: WebDT 325, WebDT 400, WebDT 530, WebDT 220 + 220R und WebDT 370. Informationen: Tel. 07025/102-3 53

Hotspots in Erste-Klasse-Lounges der Deutschen Bahn

Die Deutsche Bahn hat zum Ende 2002 zusammen mit ihrer Tochter DB Telematik und ISIS Arcor ihre ersten WLAN-Hotspots in Betrieb genommen. Bahnkunden können in den Erste-Klasse-Lounges in Köln Hbf., Frankfurt Flughafen und Frankfurt Hbf. kostenlos im Internet surfen, E-Mails abrufen oder Dateien versenden und dazu eigene, mit WLAN ausgerüstete PDAs und Notebooks einsetzen oder sich zu diesem Zweck vorrätig gehaltene Geräte ausleihen. Benutzer, die auf Daten von Firmennetzwerken zugreifen, können sichere Verbindungen über Virtual Private Networks (VPN) aufbauen. WLAN Hotspots

sollen im ersten Quartal 2003 in allen Erste-Klasse-Lounges der Deutschen Bahn eingerichtet werden. Nach Ablauf der Pilotphase mit kostenlosem Zugang wird die Bahn für den Internetzugang per WLAN 5,50 Euro pro Stunde berechnen. Zu diesem Zweck kauft man sich am Empfang der Lounge eine ein Jahr gültige Guthabekarte mit „rail&mail-PIN“. „Die Abrechnung erfolgt minutengenau“, versichert Martin Brandenbusch, Bereichsleiter der DB Reise&Touristik AG in Frankfurt. Für die Dauer der Pilotphase rechnet man mit 1.000 Nutzern pro Monat. Das eigene Online-Angebot der Bahn unter www.bahn.de/railandmail kann kostenlos genutzt werden. Eine zehn Minuten lang inaktive Verbindung wird zwecks Kostenverminderung automatisch getrennt. Kunden, die mit einem DB-Ticket für die zweite Klasse reisen, werden sich noch mindestens bis 2004 gedulden müssen. Dann plant die Bahn, auf einer Reihe ausgewählter Bahnhöfe das gesamte Gelände mit Funkzellen abzudecken. „Auch Reisende in haltenden Zügen werden dann per Datenturbo E-Mails senden, abrufen und Daten übertragen können“, meint Brandenbusch.

„rail&mail“ mit Sharp PDA Zaurus SL 5500 G

Die Deutsche Bahn hat für das am 15. Dezember 2002 gestartete öffentliche WLAN-Angebot „rail&mail“ den Sharp PDA Zaurus SL 5500G als ideale Plattform ausgewählt. DB-Lounge-Kunden, die das WLAN-Angebot der Bahn nutzen wollen, aber nicht selbst über ein WLAN-fähiges Gerät verfügen, können sich einen Sharp Zaurus ausleihen. Die Sharp Mini-Computer sind mit WLAN-Karten und vorinstalliertem Browser ausgestattet und können auf das „Walled Garden“ genannte Portal der DB zugreifen. Dort werden bahneigene, kostenfreie Inhalte aus dem Reiseportal der Deutschen Bahn AG

und aktuelle Nachrichten angeboten. Es findet sich auch ein Link zur Sharp-Website mit Informationen über den Zaurus SL 5500G. Für 5,50 Euro kann man eine Guthabekarte erwerben, die bei minutengenauer Abrechnung eine Stunde lang freien Zugriff auf alle Internetinhalte ermöglicht. „Das mobile Office des Zaurus SL 5500G synchronisiert Termine und Kontakte mit MS Outlook, bearbeitet MS Word und Excel Dateien und sorgt auch für die nötige Entspannung“, erläuterte Saskia v. Boxberg, Produktmanagerin PDA bei Sharp in Hamburg. „Der Zaurus kann Musik und Videos abspielen, der DB-Lounge-Nutzer kann aber auch Spiele aus dem Internet laden und sie über das WLAN-Netz zusammen mit anderen Lounge-Nutzern ausprobieren.“

Zukunftssicherer Lancom Accesspoint 3050

Lancom Systems GmbH hat die Verfügbarkeit des neuen, leistungsfähigen Wireless-LAN Access-Point Lancom 3050 Wireless zum UVP von 929,- Euro bekanntgegeben. Der Accesspoint 3050 verfügt über sehr hohe Performance, herausragende Sicherheitsfunktionen und ist auf einfache Weise auf zukünftige neue WLAN Standards erweiterbar. Das Gerät ist für den professionellen Einsatz in Netzwerkumgebungen jeglicher Größe, vom kleinen Büro bis zur sicherheitssensitiven Installation in großen Netzwerken, geeignet. Der hochintegrierte Lancom 3050 Wireless stellt die Funktionen von vier Einzelgeräten bereit: kompletter Multiprotokoll-Router mit Stateful-Inspection Firewall, optionalem VPN-Gateway, Dual-Slot/Dual-Band WLAN-Accesspoint.



Durch ein zweites Carbus-Interface upgradbar auf alle kommenden 54 MBit/s-Funkstandards.



Fujitsu Siemens Computers Access Points für Hotspot Hamburg

Fujitsu Siemens Computers unterstützt „Hamburg Sponsoring-Partner“, das größte nichtkommerzielle Wireless LAN Projekt in Deutschland, auf seinem Weg an die Spitze der Mobility-Metropolen. In der Startphase werden 30 WLAN Access-Points von Fujitsu Siemens Computers als Hotspots an stark frequentierten Orten, wie z.B. Restaurants oder der Zentrale der Hamburger Bücherhallen, installiert. Hotspot Hamburg ist ein Projekt der Initiative Hamburg@work und wird in Kooperation mit der Deutschen Telekom, Fujitsu Siemens Computers, Datenlotsen Informationssysteme und Siggelkow Computer realisiert. Hotspot Hamburg ist das Kernelement des Hamburger IT-Aktionsprogramms „Hamburg – Always on“. Bis Ende 2003 sollen kontinuierlich weitere Hotspots im ganzen Hamburger Stadtgebiet errichtet werden.

Die Braunschweiger Devil Computer GmbH verzichtet völlig auf E-Commerce und erzielt trotzdem kontinuierlich kräftige Umsatzsteigerungen

IT-Distributor Devil pfeift erfolgreich auf E-Commerce



Devil Standort in der Kocherstr. 30 in Braunschweig

Devil setzt auf Menschen statt auf Module

Gerne verzichtet Karsten Hartmann, der Geschäftsführer der Devil Computer Vertriebs GmbH, auf E-Commerce. Den stetig zunehmenden Umsatz seines Unternehmens erzielt er völlig ohne Online-Verkäufe. Die Mitarbeiter seines Teams erfahren, wie er erläutert, bei Kundengesprächen oft von „Qualen mit Portalen“. Als Alternative zu virtuellen Marktplätzen und Online-Distributoren setzt die Devil GmbH auf engagierte, gut informierte Ansprechpartner für die Kunden. „Solange im E-Commerce enttäuschte

oder skeptische Kunden die Mehrheit stellen, ist 'e-to-b' für uns kein Thema“, unterstreicht der 34-jährige Realist seine Sicht der Lage. „Wir hören uns erstmal den Bedarf der Kunden an, stellen dann schlüssig unsere Leistungen vor und kommen schließlich über das Gespräch ins Geschäft“, beschreibt Karsten Hartmann vereinfachend die Erfolgsstrategie seines Unternehmens. Devils intern geschulte Akquise- und Verkaufsteams sind bestrebt, sich für die Kunden des Unternehmens als wertvolle und geschätzte Ansprechpartner zu profilieren. Im Verlauf des telefonischen Dialogs erhalten sie täglich aktuellste Informationen über die Probleme des

Marktes und sind in der Lage, sich optimal auf die spezifischen Bedürfnisse des jeweiligen Kunden einzustellen und diesen durch Vorschläge und Empfehlungen Rechnung zu tragen.

Gespräche entscheiden das Geschäft



Devil Geschäftsführer Karsten Hartmann

Aus dem in Kundengesprächen fortlaufend aktualisierten Wissensstand über die Marktlage leiten die EDV-Vertriebsstrategen der Devil Computer Vertriebs GmbH ihre Offerten ab und treffen damit fast immer exakt den Puls des Marktes. „Und zwar meist bevor der Wettbewerb seine Bedarfsanalyse erhoben hat“, ergänzt Karsten Hartmann mit einem Lächeln. Die Devil GmbH unterhält zwar eine

Internetpräsenz (<http://www.devil.de>), doch die dient den zur Zeit 2.600 aktiven Abnehmern, überwiegend Fachhändler und Systemhäuser, nur zur ergänzenden Information über Verfügbarkeit und Richtpreis des Angebots und die direkte Durchwahl zum Mitarbeiter. Der letzte Preis wird erst am Telefon verhandelt und berücksichtigt die stündlich aktualisierte Gesamtsituation und Preisentwicklung des betreffenden Artikels.

Kein Platz für Ladenhüter

Das Vollsortiment der Devil Computer Vertriebs GmbH wird durch dynamischen, großvolumigen Umschlag von Topsellern bestimmt und umfaßt alles, was im PC drin ist oder sich daran anschließen läßt. Devils Erfolg basiert auf kontinuierlicher Verfügbarkeit von stark nachgefragten Computerkomponenten und Zubehör zu stundenaktuellen, attraktiven Preisen. Anfragen nach Ladenhütern verweist man bei Devil gern an die Mitbewerber. Einmal wöchentlich schlägt Devil das Volumen des nach einem Umzug auf

3.600 Quadratmeter erweiterte Lager um. Wer vor 18:30 Uhr bestellt, erhält seine Lieferung am darauffolgenden Werktag. Genau so rasch agiert Devils Personal bei Reklamationen.

220 Millionen Euro Jahresumsatz prognostiziert

Das Konzept geht voll auf: Günstige Kreditkonditionen, geringe Preise durch minimierte Lagerkosten und persönlicher Telefonverkauf machen Devil zum erfolgreichen fachhandelsorientierten Distributor. Die höheren Personalkosten für mehr als 100 erstklassige Mitarbeiter und proaktives Marktmonitoring mit Folgeservice zahlen sich für Karsten Hartmann aus. Mit rund 10 Millionen Euro Umsatz im Gründungsjahr 1994 und 200 Millionen Euro Umsatz in 2002 schreibt Devil von Anfang an schwarze Zahlen. Geplant ist weiteres Wachstum mit mehr Mitarbeitern. Mit hoher Trefferwahrscheinlichkeit wird für 2003 ein Umsatz von 220 Millionen EUR prognostiziert. (Devil Computer Vertriebs GmbH, Tel. 0531-21540 660) *evo*



digital dream

for all

PEOPLE around the

WORLD



www.daewoo-electronics.de

Interview mit Frank Schwertfeger, Leiter PC-Peripherals Philips Consumer Electronics



Philips mit starker Positionierung bei Monitoren

Der Bereich Philips PC-Peripherals hat in den letzten Jahren eine feste Positionierung im Markt eingenommen. Nach Marktforschungserhebungen (GfK) ist das Unternehmen mittlerweile Marktführer Monitore im Retail-Kanal. PoS-MAIL sprach mit Frank Schwertfeger, Leiter PC-Peripherals Philips Consumer Electronics, über die positive Entwicklungen des Bereiches und über die geplanten Aktionen und Maßnahmen für das laufende Jahr.

PoS-MAIL: Herr Schwertfeger, wie beurteilen Sie das Jahr 2002 für den Bereich Philips PC-Peripherals?

Frank Schwertfeger: Obwohl sich der Gesamtmarkt in 2002 extrem schwierig darstellte, konnten wir unsere selbstgesteckten Ziele weitestgehend erfüllen. Dies ist das Ergebnis einer längerfristigen Änderung unserer Strategie im Retail-Kanal, die wir vor zwei Jahren umgesetzt haben. Als Ergebnis daraus haben wir im Herbst 2002 im Retail die Marktführerschaft bei Monitoren übernommen. Es ist uns gelungen, innerhalb von zwei Jahren den Marktanteil mehr als zu verdoppeln. Bei Stückbetrachtung liegen wir inzwischen mehr als zwei Prozentpunkte vor dem nächsten Wettbewerber. Aber auch im wichtigen Systemhauskanal konnten wir 2002 unseren Marktanteil in Wert um zwölf Prozent steigern.

PoS-MAIL: Was sind Ihrer Ansicht nach die markantesten Merkmale bei Philips Monitoren?

Frank Schwertfeger: Unseren Monitoren wurde im Jahr 2002 in über 50 positiven Tests eine hervorragende Qualität bescheinigt. Hinzu kommt die Vielfalt unseres Angebots, mit dem wir schon heute praktisch alle Anwendungsbereiche, auch im Premium-Segment, abdecken. Ergänzt werden wir im Laufe des ersten Halbjahres

eine Reihe von neuen TFT-Modellen vorstellen. Als wichtigste Themen sehen wir größere Diagonalen, Design und Monitor-TV-Kombinationen.

PoS-MAIL: Mit welchen Argumenten können Sie den Fachhandel überzeugen?

Frank Schwertfeger: Wir bieten die richtigen Produkte zu richtigen Preisen. Darüber hinaus sind unsere Produkte mit zahlreichen innovativen Features ausgestattet, die dem Fachhandel wiederum zahlreiche Verkaufsargumente bieten. Dazu zählen beispielsweise das LightFrame 3 Feature, das die Wiedergabe von Bildern jetzt auch beim Surfen im Internet verbessert, oder die vor über einem Jahr gestartete Zero-Bright-Dot Garantie bei TFT-Monitoren. Mit dieser Garantie, die weit über die ISO 13406-2 Fkl. II hinausgeht, waren wir die ersten im Markt und haben verunsicherten Kunden eine wichtige Entscheidungshilfe bieten können. Zum anderen haben wir unser Vertriebsteam verstärkt und planen für 2003 nochmals eine Verdopplung unseres Retail-Außendienstteams.

PoS-MAIL: Und was ist der Grund für den Ausbau des Retail-Außendienstteams?

Frank Schwertfeger: Wir wollen insbesondere bei Monitoren unser Produktsortiment ausweiten und noch stärker das margenträchtige Premiumsegment bedienen. Daraus ergibt sich auf der Vertriebsseite ein höherer Bedarf an Beratung, was sowohl quantitativ als auch qualitativ verstanden wird. Dies kann nur durch ein verstärktes Team geleistet werden.

PoS-MAIL: Welche Aktionen und Maßnahmen planen Sie für das laufende Jahr?

Frank Schwertfeger: Wir werden noch Anfang 2003 mit einem Fachhandelsprogramm starten. Fachhändler, die ausschließlich über die Distribution Produkte von uns beziehen, erhalten durch ihre Teilnahme an dem Programm exklusive Informationen und Marketingunterstützung, beispielsweise in Form von Mailings, Promotions und gemeinsamer Werbung. Ferner laden wir alle Fachhändler ein, uns auf der CeBIT zu besuchen. Wir würden uns freuen, sie auf unserem Stand, der mehr als doppelt so groß ist wie im letzten Jahr, begrüßen zu dürfen. Unser Stand befindet sich in Halle 21, B06.

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

Neuheiten

JackRabbit 32 von Philips: DVD-Player, CD-RW-Brenner und DVD-ROM



Mobil Ein DVD-Player, CD-RW-Brenner und DVD-ROM-Laufwerk zugleich ist der neue JackRabbit 32 von Philips mit der Typenbezeichnung JR32RWDV. Dieser JackRabbit der dritten Generation kann nicht nur schnell und komfortabel CDs brennen, sondern im Stand-Alone Betrieb und ohne an den PC angeschlossen zu sein DVD-Videos, MP3-Discs und Musik-CDs wiedergeben. Deshalb ist der JackRabbit der ideale Begleiter für mobile PC-Benutzer und für DVD-Liebhaber. Als eine Art mobiles Multimedia-Center läßt sich der JackRabbit 32 problemlos an einen Fernseher, PC oder ein Audio-System anschließen. Für den komfortablen Filmgenuß bietet er alle Funktionen eines hochwertigen DVD-Players.

Mit der im Lieferumfang enthaltenen Fernbedienung navigiert sich der Benutzer durch die Inhalte von DVD, SVCD, VCD oder MP3-CDs. Die USB 2.0/1.1-Schnittstelle garantiert eine Hochgeschwindigkeits-Verbindung zum PC. JackRabbit beherrscht 32fach CD-Schreiben, 10fach CD-Wiederbeschreiben, 40fach CD-Lesen und 12fach DVD-Lesen und stellt einen Foto-Viewer für das Betrachten von Fotos direkt am TV oder PC bereit. Digitaler 5.1-Surround Sound, ein Kopfhörer-Anschluß, Fernbedienung und On Screen Display (OSD) sorgen für einfache Bedienung. EasyWrite-Technologie, Fehlermanagement und Betriebssystemintegration von Mt. Rainier-Funktionen sowie Philips Thermo Balanced Writing (TBW) garantieren optimale Brenn- und Kopier-

Ergebnisse. Philips bietet den JackRabbit 32 zu einem UVP von 299,90 Euro als Komplett-Kit an.

Memorex liefert Medien für 52x24x48x Ultra Speed-Laufwerke



Memorex, weltweit die Nummer eins im Bereich Digital Media, liefert ab Februar seine ersten Ultra Speed CD-RW 16-24x aus. Memorex gehört zu den ersten Anbietern der von den Anwendern lange erwarteten Ultra Speed CD-RW-Medien für die neue Generation der Ultra Speed-Brenner. Außer der kürzeren Brenndauer spart der Anwender bei der Formatierung der CD-RW Zeit, weil diese unter dem neuen Software-Standard Mount Rainier im Hintergrund abläuft. Ein weiterer Vorteil der neuen Brenner besteht in der Universal Disk Format Lesekompatibilität (UDF) gegenüber allen Laufwerken, die auch die Mount Rainier-Software verwenden.

KEF mit neuem aktiven Subwoofer



Mit dem PSW 4000 hat KEF Audio die Produktlinie um einen neuen aktiven Subwoofer erweitert. Ein kraftvoller, hocheffektiver 500 Watt Klasse-D-Verstärker treibt ein 300 mm Langhub-Basschassis an. Die Gehäuse aus MDF sind in drei verschiedenen Oberflächenausführungen lieferbar und haben eine Hochglanzabdeckung aus solidem Rauchglas. Der PSW 4000 wurde als eigenständiger Lautsprecher entwickelt, der aber auch in KEF-Heimkinosysteme inte-



griert werden kann. Der Ausgangspegel, die Phase (unendlich variabel) und das Tiefpass-Filter können auch mit einer Funkfernbedienung gesteuert werden.

Der Subwoofer PSW 4000 ist seit Januar dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.999,- Euro.

Pinnacle-Box speichert Fernsehen in DVD-Qualität



Zur CeBIT 2003 hat Pinnacle zwei neue Videoschnitt-Lösungen angekündigt. Es handelt sich um zwei Video-Konverterboxen zum Digitalisieren analoger Quellen. Über FireWire- oder USB-Anschluß konvertieren die Boxen analoge Videosignale direkt ins DV-AVI- oder MPEG2-Format. Eine weitere Pinnacle-Neuheit besteht aus einer TV-Box, mit der Fernsehsendungen direkt im MPEG2-Format aufgenommen werden können. Mittels einfacher Schnittfunktionen läßt sich Werbung schnell entfernen und danach das Video direkt auf DVD brennen. Die USB-2.0 Schnittstelle überträgt Daten mit bis zu 480 MBit/s. Das ist ausreichend für das MPEG2-Format.

Digitale Anwendungen mit hohem Komfort

Mit der Vorstellung des Betriebssystems Mac OS X in der Version 10.2 bietet Apple über 150 neue, verbesserte Features gegenüber Vorgängerversionen. Darunter mit iPhoto, iMovie und iDVD auch Programme, die die digitale Bildver- und -bearbeitung komfortabel gestalten. Mit iTunes 3 kommt eine Reihe von Features hinzu, die für den Umgang mit Audiodaten vorgesehen sind. Ein von Apple organisierter Digital Lifestyle Day bot die Gelegenheit, am neuesten iMac diese Funktionen auszuprobieren.



MAC OS X v10.2



Der aktuelle iMac, ausgerüstet mit einem 17-Zoll-Flachbett-Bildschirm, ist mit einer Reihe von Features und Softwareprogrammen ausgestattet, die den alltäglichen Umgang mit digitalen Produkten auf einfache und komfortable Weise ermöglichen. Das beginnt bereits mit Anschlußmöglichkeiten wie USB und FireWire, die die bequeme Anbindung an digitale Produkte wie Digitalkameras, MP3-Player, DV-Camcorder, Drucker oder Lautsprecher erlauben. Die meisten dieser Geräte werden sofort vom Betriebssystem erkannt, ohne daß zuvor eine spezielle Software installiert werden müßte.

Ein Beispiel für die hohe Leistungsfähigkeit des neuen Betriebssystems ist die verbesserte Version der iPhoto-Applikation. iPhoto ermöglicht die Archivierung, Verwaltung und Bearbeitung von digitalem Bildmaterial. Sobald eine Digitalkamera mit dem Rechner verbunden wird, öffnet sich das Programm automatisch. Mit einem Klick auf den „Import-Button“ werden die Bilder von der Digitalkamera heruntergeladen und am Computerbildschirm in einer daumengroßen Ansicht dargestellt. Über die Maus können einzelne Bilder vergrößert und wieder verkleinert werden. Durch Scrollen über die Bildansichten können sich Anwender in Sekundenschnelle einen Überblick über die in der „photo library“ geladenen Bilder verschaffen.

Wird der „Film Roll“-Button unten rechts an der Bildschirmdarstellung aktiviert, werden alle Thumbnails sortiert nach dem Datum ihres Downloads dargestellt.

Durch Überschreiben des Titelfeldes erhält das Bild einen selbstgewählten Namen. Wer weitere Informationen, etwa eine Notiz darüber wo oder zu welchem Anlaß ein Foto aufgenommen wurde, hinzufügen

möchte, kann den Informations-Button links unten in der Ansicht drücken. In das sich öffnende Feld können dann die gewünschten Notizen hinzugefügt werden. Um mehr Ordnung in die digitale Fotosammlung zu bringen, sind den Bildern Stichworte zuzuordnen. Apple gibt eine Reihe von Stichwörtern, wie beispielsweise Familie, Sport, Beruf oder Ferien, vor. Aber auch die Vergabe eigener Stichwörter ist möglich.

Mit Hilfe von Alben können bestimmte Anwendungen, wie das Abspielen einer Diashow oder die Kreation eines virtuellen Fotoalbumes besser ausgeführt werden. Um eine Kollektion von Aufnahmen in einem Album zu bündeln, wird der +-Button der Hauptmaske gedrückt, und schon wird der Anwender aufgefordert, sein Album zu benennen. Die Bilder können anschließend einfach per Drag-and-Drop in das Album gezogen werden.

Neben den Ordnungsfunktionen bietet iPhoto auch eine Reihe kleinerer Bildbearbeitungsoptionen. So können Bildausschnitte ausgewählt, rote Augen auf Bildern retuschiert oder Farbfotos in Schwarzweißaufnahmen umgewandelt werden.

Zu iPhoto gehört mit iBook eine Funktion, die es ermöglicht, Bildalben samt Fotos und Text zusammenzustellen. Anwender, die über einen Farbdrucker verfügen, können die fertigen Seiten ausgeben und sie binden lassen.

Für den Ausdruck von Fotos stellt iPhoto unter dem Menüpunkt „Print“ eine Reihe von Treiber-Einstellungen für die gängigsten

Drucker zur Verfügung. Unter Print Format kann zwischen der Ausgabe als Kontaktabzug, ganzseitiger Ausgabe, einem Postkartenformat und verschiedenen Foto-Standardformaten gewählt werden.

iMovie

Für Videofilmer bietet Mac OS X v10.2 mit iMovie einfache Möglichkeiten der Archivierung und Bearbeitung von Filmmaterial. Video- und Tonaufzeichnungen können über die schnelle FireWire-Schnittstelle vom Camcorder auf den iMac übertragen werden. Die iMovie-Menüansicht gliedert die Videosequenzen in einzelne Thumbnaildarstellungen. Immer an der Stelle, wo ein Hobbyfilmer mit der Aufnahme gestoppt hat, um beispielsweise eine neue Szene aufzunehmen oder eine andere Einstellung zu wählen, setzt iMovie mit einer neuen Thumbnaildarstellung an. Per Drag-and-Drop können diese einzelnen Videosequenzen in einer Leiste im unteren Teil des Hauptmenüs erneut zusammengefügt werden. Mit Features wie Wischern oder Auf- und Abblenden können dann zwischen den ausgewählten Sequenzen Übergänge geschaffen werden. Anschließend läßt sich der Film mit Musik, Soundeffekten oder gesprochenen Texten unterlegen. Weitere digitale Effekte wie Weichzeichner, Sepia- und Schwarzweißeffekte können gewählt werden. Abschließend werden Titel und Abspann hinzugefügt. Durch das Programm lassen sich einfach und effektiv spannende Amateurfilme basteln. Für die Wiedergabe des Films stehen je nach Ausstattung des Macs verschiedene Optionen zur Verfügung. So kann er in der Vollbild-darstellung auf dem Computer abgespielt werden, auf eine Videokassette übertragen oder übers Internet verschickt werden.

iMacs, die mit einem SuperDrive-Laufwerk ausgestattet sind, verfügen auch über die Software iDVD. Mit Hilfe des Programms können DVDs – mit einem interaktiven

Menü und Titeln – hergestellt und gebrannt werden. Diese DVDs können anschließend auf den meisten handelsüblichen DVD-Playern abgespielt werden. Die DVD ist das ideale Medium, um Bilder, Videosequenzen und Musik, die auf dem iMac bearbeitet worden sind, zu vereinen. Darüber hinaus kann iDVD Datenmaterial aus Programmen wie AppleWorks, Word, PowerPoint, Excel sowie PDF-Dateien hinzugefügt werden. Um eine DVD herzustellen, müssen lediglich fertige iMovies, Quick Time Datenmaterial oder digitale Bilder in die iDVD-Benutzeroberfläche gezogen werden. Um das Erstellen einer interaktiven Bedienoberfläche zu erleichtern, stellt iDVD diverse Buttons und Hintergründe zur Verfügung. Die Anordnung von Fotos, Videofilmen und Buttons können Anwender durch einfaches Hin- und Herziehen der Elemente mit Hilfe der Maus selber bestimmen. Wenn die DVD fertig ist, kann der

wird vom Computer eine Internet-Verbindung zu einem Internet-Service hergestellt, der Interpreten, Titel und eine Titelliste der gewählten CD anzeigt. Am Bildschirm erscheinen die Musiktitel in einer zentralen Bibliothek angeordnet. Von hier aus können Anwender ihre Musiktitel per einfachem Drag-and-Drop einer persönlichen Abspielliste hinzufügen. Zuvor müssen die Titel, die nicht gespeichert werden sollen, gekennzeichnet werden. Die ausgewählten Lieder werden dann nach Klicken des Import-Buttons ins platzsparende MP3-Format konvertiert. Über die Browserfunktion können Songs schnell nach Interpret oder Titel ausfindig gemacht werden. Darüber hinaus steht eine Suchmaske zur Verfügung. Zu den weiteren Funktionen, die iTunes bietet, zählen eine Equalizer-Funktion, mit der beispielsweise die Lautstärken verschiedener CDs für die Aufnahme auf einen Level gebracht



Den iPod bietet Apple für Mac- und Windows-Anwender an. Er ist mit drei verschiedenen Kapazitäten (5 GB/399 Euro, 10 GB/499 Euro und 20 GB/649 Euro) erhältlich.

Brennvorgang durch Drücken des Burn-Buttons in Gang gesetzt werden.

iTunes/iPod

iTunes und iPod ist die ideale Kombination für die Archivierung und den Umgang mit Audio-Daten. Mit der Musik-Verwaltungs-Software iTunes können Anwender ganz einfach Ordnung in ihre digitalen Audiodaten (beispielsweise von CDs) bringen. Sobald eine Musik-CD ins Laufwerk eingelegt wird,

werden können, die Erstellung einer individuellen Abspielliste mit persönlich zusammengestellten Stücken oder das Brennen einer individuellen Musik-CD. Beim Anschließen des Apple MP3-Players iPod werden sowohl die Musikdaten der Bibliothek als auch die persönlichen Titellisten automatisch über die FireWire-Schnittstelle übertragen. Bis zu 4.000 Lieder können auf dem iPod mit einer Kapazität von 20 GB gespeichert werden. höl

Digitalkamera perfekt für den Augenblick



Sanyo VPC-AZ3EX

Eine hohe Einsatzgeschwindigkeit gehört zu den herausragendsten Eigenschaften der neuen Digitalkamera VPC-AZ3EX von Sanyo. Hinzu kommt eine Auflösung von vier Megapixeln.

Die Kamera ist innerhalb von 1,7 Sekunden startklar und darüber hinaus mit einem Dreifachzoom-Objektiv ausgestattet, das den extremen Wechsel von der Nahaufnahme zu weit entfernten Objekten in nur einer Sekunde schafft. Das

Objektiv bietet einen Brennweitenbereich von 37 bis 111 mm im Vergleich zum Kleinbildformat.

In weniger als sieben Sekunden ist die Kamera eingeschaltet, gezoomt, der Auslöser gedrückt und wieder ausgeschaltet. Mit bis zu neun Bildern in höchster Auflösung nimmt die VPC-AZ3EX selbst schnellste Bewegungen in Serie auf.

Für unerfahrene Anwender stellt die Kamera eine Basic-Einstellung zur Verfügung, die das Menü auf das Wesentliche reduziert, während Profis im Experten-Modus auf diverse Einstellmöglichkeiten zurückgreifen können.

Neben der Aufnahme von Fotos können mit der Sanyo VPC-AZ3EX auch Videos in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufgezeichnet werden. Ein in die Kamera integriertes Mikrofon sorgt dabei für die atmosphärische Audio-Untermalung. Gespeichert werden können die Aufnahmen auf der im Lieferumfang enthaltenen CompactFlash-Karte (16 MB). Wer mehr Kapazität benötigt, kann auch den IBM Microdrive einsetzen.

Für die Kontrolle der Aufnahmen steht ein 1,5 Zoll LC-Monitor zur Verfügung. Die Kamera steckt in einem hochwertigen Edelstahl-

gehäuse und bietet kompakte Abmessungen.

Laut Aussage von Sanyo macht der neu entwickelte CCD-Chip mit 4,13 Millionen Bildpunkten und exzellenten Farbfiltern die Bilder noch farbechter und detailgetreuer als beim Vorgängermodell VPC-AZ1EX.

Ihre USB-Schnittstelle dient zum einen der Übertragung der Bilddaten zum PC, zum anderen der Verbindung der Kamera mit dem Computer als Webcam.

Für die Energieversorgung der Digitalkamera sorgt ein Lithium-Ionen-Akku, der mit einem dazu passenden Ladegerät zum Lieferumfang gehört. Des Weiteren werden ein USB-Kabel, Schutztasche und Handschlaufe sowie die Softwareprogramme Sanyo Utility Software und Ulead Photo Explorer 7.0SE zusammen mit der Kamera ausgeliefert.

Sanyos VPC AZ3 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 649 Euro.

Neue Tintenstrahldrucker von Canon

Canon stellt mit dem i950 einen Tintenstrahldrucker vor, der sich durch verschiedene Eigenschaften speziell für den Fotodruck anbietet. Der ebenfalls neue i850 eignet sich nicht zuletzt durch sein flottes Drucktempo auch für den Einsatz im Büro.

Flott und präzise

Der Sechsfarbdruk, eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi und eine Tröpfchengröße von nur zwei Picolitern prädestinieren den Canon i950 für den Fotodruck. Die geringe Tröpfchengröße wurde durch eine Optimierung der Canon Advanced MicroFine Droplet Technology, zu der ein neues Druckkopf-Design mit kleinsten Microdüsen zählt, erreicht. Hinzu kommt die präzise Platzierung der

Tintentröpfchen – die von Canon hergestellten Druckköpfe realisieren eine physikalische Auflösung von 1.200 dpi. Der i950 schreibt die Druckzeile mit dieser Auflösung in einem einzigen Durchgang. Somit legt der Drucker ein hohes Tempo vor: Ein randloser Ausdruck im Postkartenformat dauert zirka 30 Sekunden, ein vollflächiges A4-Foto liegt schon nach zirka einer Minute in der Hand.

Durch einzeln austauschbare Farbtintentanks ist das Sechsfarbdrucksystem besonders wirtschaftlich. Der i950 ist mit Windows und Mac kompatibel und verfügt über eine USB-Schnittstelle. Er wird zusammen mit einem umfangreichen Softwarepaket ausgeliefert. Dazu zählt das Programm Easy-PhotoPrint, das die Druckqualität von Exif 2.2 kompatiblen Bildern digitaler Kameras optimiert, oder Easy-Web-Print, das den Ausdruck von Internetseiten durch automatische Seitenanpassung vereinfacht. Der Canon i950 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro.

i850

Durch sein Leistungsprofil eignet sich der i850 sowohl für den Fotodruck als auch für den Einsatz im Büro. Er bietet eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi. Canon hat den i850 mit einem neuen Druck-



Randloser Fotodruck in einer Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi mit nur 2 Picoliter kleinen Tröpfchen bietet der Canon i950.

kopfdesign ausgestattet. Die bereits bei Vorgängermodellen eingesetzte Advanced Precision Color Distribution Technology wurde weiter verfeinert. Bei diesem Verfahren wird zunächst die Schwarztinte auf das Papier gebracht, diese ist bereits trocken, wenn die anderen Farben gedruckt werden. Somit kann ein Verlaufen der Farben unterbunden werden, was zu gestochen scharfen Ausdrucken beiträgt.

Darüber hinaus verfügt der Drucker über Microdüsen mit nur 10 Mikron feinen Öffnungen. Damit produziert er feinste, nur 2 Picoliter kleine Tintentröpfchen. Wie auch der i950 hat der i850 einen Druckkopf, der eine physikalische Auflösung von

1.200 dpi ermöglicht. Während andere Drucker sich x-mal über ein und dieselbe Druckzeile hin- und herbewegen müssen, schreibt er die Druckzeile mit 1.200 dpi in einem einzigen Durchgang. Auf diese Weise bietet er eine Geschwindigkeit von 22 Schwarzweißseiten pro Minute. Ein randloser Ausdruck im Postkartenformat dauert nur zirka 32 Sekunden. Der i850 ist sowohl mit USB- als auch Parallel-Schnittstelle ausgestattet und in Macintosh- und allen gängigen Windows-Umgebungen nutzbar. Der Vierfarbdrucker mit austauschbaren Tintentanks hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 249 Euro. Beide Drucker sind ab diesem Monat lieferbar. *höl*



Der i850 ist mit USB- und Parallel-Schnittstelle ausgestattet, so daß er über beste Verbindungsmöglichkeiten verfügt. Er ist sowohl mit Mac- als auch mit Windows-Systemen einsetzbar.

Olympus legt Kompaktklassiker digital auf



Besonders der Bereich der Drei- und Viermegapixel-Kameras werde für die Verbraucher zunehmend interessanter.

μ[mju:] Digital

Ulrich Götz, Produkt- und Marketingmanager Digitale Produkte bei Olympus, stellte mit den beiden neuen μ[mju:]-Modellen zwei Digitalkameras vor, die genau dieses Marktsegment abdecken. Wie im Namen bereits angedeutet, bietet die μ[mju:] 300 Digital eine Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln, die μ[mju:] 400 Digital von 4,23 Millionen Pixeln. Darüber hinaus sind beide Kameras mit einem leistungsfähigen Objektiv ausgestattet, das speziell auf die CCDs der neuen μ[mju:]-Digitalkameras abgestimmt wurde. Das kompakte, hochpräzise (f3,1/5,2) Dreifach-Zoomobjektiv gewährleistet mit einer Brennweite umgerechnet auf das Kleinbildformat von 35 bis 105 mm eine hohe Flexibilität in allen Aufnahmesituationen. Es setzt sich zusammen aus fünf Elementen in drei Gruppen, darunter auch drei

Wetterfest

Laut Aussage von Olympus sind die beiden Digitalkameras die weltweit ersten Modelle, die mit einem wetterfesten Metallgehäuse ausgestattet sind. Somit ist die empfindliche Kameratechnik auch gegen Feuchtigkeit geschützt, beispielsweise wenn die digitalen μ[mju:]-Modelle bei Sportarten wie Skifahren oder Segeln eingesetzt werden.

Kompakte Bauweise

Hinzu kommt, daß beide Modelle äußerst kompakt gebaut wurden. Mit Maßen von lediglich 56 x 99 x

nahmesituationen stellen die Kameras zur Verfügung.

Der Weißabgleich kann entweder vollautomatisch bestimmt oder über eine der vier voreingestellten Modi Wolken, Sonnen-, Kunst- und fluoreszierendes Licht ausgewählt werden.

Für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen bieten die Kameras einen eingebauten Blitz, inklusive einer Funktion zur Reduzierung des „Rote-Auge-Effekts“.

Serienbilder können mit bis zu vier Aufnahmen hintereinander bei einer Aufnahme pro Sekunde realisiert werden.



Die Olympus [mju:] 300 Digital ist ebenso wie ihre große Schwester mit einem wetterfesten Metallgehäuse ausgestattet.

33,5 mm bei einem Gewicht von 165 Gramm lassen sie sich bequem in Anzug- oder Hemdentasche stecken.

Ein Grund für diese geringe Baugröße ist die extrem kleine xD-Picture Card, die die Kameras als Speichermedium nutzen. Darüber hinaus wurden extrem kleine, leistungsstarke Lithium-Ionen-Akkus für die Energieversorgung ausgewählt. Ein Schnell-Ladegerät mit einer maximalen Ladezeit von zwei Stunden ist im Lieferumfang enthalten.

Für die passende Schärfe der Aufnahmen sorgt ein TTL-Autofokus, für den richtigen Belichtungswert eine EPS-Belichtungsmessung. Darüber hinaus steht eine Spotmessung zur Verfügung.

Die Empfindlichkeitseinstellung erfolgt automatisch mit Werten zwischen ISO 80 und 320.

Olympus setzt auch bei der μ[mju:] 300 Digital und bei der μ[mju:] 400 Digital die bildverbessernden Verfahren TruePic und Pixel Mapping ein. Ersteres sorgt beispielsweise für fließendere Farbverläufe, mit Hilfe des zweiten Verfahrens werden sogenannte tote Pixel, die keine Bildinformationen aufnehmen können, auf dem CCD erkannt und durch Interpolation (aus den Informationen angrenzender intakter Pixel) ersetzt.

Fünf voreingestellte Modi (Portrait, Selbstportrait, Nachtaufnahme, Landschaft, Landschaft plus Portrait) für typische Auf-

Spezielle Funktionen

Spezielle Aufnahmen können über die Makro- oder über die Panoramafunktion realisiert werden. Ein besonderer Effekt läßt sich mit der „2 in 1-Funktion“ herstellen, indem zwei Aufnahmen zu einer neuen zusammengefügt werden.

Auch die Aufzeichnung kurzer Videosequenzen im QuickTime Motion JPEG-Format ist mit den beiden Kameras möglich. Im HQ-Format können bis zu 16 Sekunden, im SQ-Modus sogar bis zu 70 Sekunden lange Sequenzen aufgezeichnet werden.

Für kreative Anwender stehen digitale Effekte wie Schwarzweiß oder Sepia zur Verfügung, mit denen Aufnahmen verfremdet werden können.

Zubehör

Die Kameras werden zusammen mit einer 16 MB xD-Picture Card, Trageriemen, USB- und Videokabel, einem Lithium-Ionen-Akku und Akkuladegerät ausgeliefert. Darüber hinaus gehören die Fernbedienung RM-2 und die Softwareprogramme Camedia Master 4.1 und Photo Impact mit zum ausgelieferten Zubehör.

Die μ[mju:]300 Digital wird im März dieses Jahres lieferbar sein und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 499,- Euro. Die μ[mju:]400 Digital ist ab April dieses Jahres erhältlich und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 599,- Euro. höl

Neue μ[mju:]-Ära

1991 hat Olympus die erste μ[mju:]-Kompaktkamera auf den Markt gebracht. Heute, ein Jahrzehnt später, ist die μ[mju:] die weltweit erfolgreichste Kameraserie mit über 22 Millionen verkauften Modellen. Jetzt stellt das Unternehmen die ersten digitalen Versionen dieser Kameras vor.

2002 nahezu verdoppelt. Im Wert sei dieser Markt von 540 Millionen Euro in 2001 auf 1.000 Millionen Euro in 2002 gestiegen. Wie

asphärische Linsen. Bei Bedarf kann zusätzlich ein bis zu vierfacher Digitalzoom (fünffach im VGA-Modus) eingesetzt werden.



Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products Deutschland bei Olympus (links), und Ulrich Götz, Produkt- und Marketingmanager Digitale Produkte, wollen den Erfolg der legendären μ[mju:]-Serie auch in der digitalen Welt fortsetzen.

Vor der Präsentation der neuesten Olympus-Digitalkameras wies Martin Hubert, Leiter des Bereichs Consumer Products Deutschland bei der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH, zunächst auf ein paar Zahlen für den Kameramarkt im letzten Jahr hin. „Produkten wie Digitalkameras ist es zu verdanken, daß der Fotomarkt im letzten Jahr ausgesprochen positiv dastand“, faßte er die Ergebnisse zusammen. So hätten sich die Stückzahlen verkaufter Digitalkameras von 2001 mit 1.200.000 auf 2.400.000 Stück in

Hubert weiter ausführte, haben die Marktuntersuchungen auch eine kontinuierlich steigende Nachfrage nach Digitalkameras mit höheren Auflösungen gezeigt.

Für die Bildansicht und -kontrolle steht ein 1,5 Zoll Farb-TFT-LCD mit 134.000 Pixeln Auflösung zur Verfügung.

O₂ Germany meldet erstmals EBITDA-Gewinn

Mit einem EBITDA von 1,7 Millionen Euro hat O₂ Germany in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres 2002/2003 (bis 30. September) erstmals seit dem Start seines Mobilfunknetzes 1998 die Gewinnzone erreicht. Gleichzeitig konnte das Unternehmen den Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 13 Prozent auf 764,3 Millionen Euro erhöhen. Dazu hat nach eigenen Angaben das kontinuierlich hohe Wachstum beigetragen: Die Zahl der Kunden stieg demzufolge in nur einem Jahr um 26 Prozent auf 4,29 Millionen (30. September 2002). Das Unternehmen erhöhte seinen Marktanteil damit von 6,1 auf 7,5 Prozent und übertraf das selbstgesteckte Ziel, den Marktanteil jährlich um einen Prozentpunkt zu erhöhen.

Die Zusammensetzung des Kundenstamms entwickelte sich ebenso positiv. Rund 52 Prozent sind Postpaid-Kunden, die im Schnitt einen deutlich höheren Umsatz (ARPU = Average Revenue per

User) als Prepaid-Kunden erreichen. Insgesamt wurden bisher rund 1,2 Millionen O₂ Genion Verträge abgeschlossen. Fast alle neuen Postpaid-Kunden haben sich im letzten Quartal für dieses Produkt entschieden.

Dank des überdurchschnittlich hohen Anteils an Postpaid-Kunden konnte O₂ den Umsatz aus Sprach- und Datendiensten deutlich erhöhen. Der gemittelte monatliche ARPU ist gegenüber dem zweiten Quartal des vorigen Geschäftsjahres um drei Euro auf 29 Euro gestiegen. Der Anteil der mobilen Datenkommunikation am Serviceumsatz liegt nach O₂ Angaben mit 18,1 Prozent deutlich über dem Wert des Wettbewerbs. Vor einem Jahr lag dieser Anteil noch bei 12,9 Prozent. Zu dieser Entwicklung tragen hauptsächlich die SMS-Nachrichten bei, die von 217 Millionen im zweiten Quartal des Vorjahres auf 308 Millionen im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres gestiegen sind.



Positiv haben sich die Geschäfte in der O₂ Unternehmenszentrale am Georg-Brauchle-Ring in München entwickelt. Insbesondere der hohe Anteil an Postpaid-Kunden und die deutliche Steigerung des Anteils der mobilen Datenkommunikation am Gesamtumsatz trugen zum ersten EBITDA-Gewinn seit dem Start des O₂ Mobilfunknetzes (damals noch als Viag Interkom) 1998 bei.

Das Kalenderjahr 2002, das nicht dem Geschäftsjahr entspricht, ist für den Münchner Mobilfunkanbieter O₂ äußerst zufriedenstellend zu Ende gegangen. Wichtigste Meilensteine innerhalb der vergangenen zwölf Monate waren die Erzielung des ersten EBITDA-Gewinns und die Steigerung des Marktanteils um über 1,5 Prozent (siehe dazu Kasten oben). PoS-MAIL bat bei einem Besuch in der Münchner O₂ Zentrale Kerstin Lindermann, Leiterin Communications Marketing & Sales Business, und Eva-Maria Kluge, Marketing & Sales Consumer, um ein Resümee zur Geschäftsentwicklung im Consumer- und im Businessbereich.

„O₂ vermarktet Lösungen, die Kundennutzen bringen“

Der Launch der neuen Marke O₂, die zur CeBIT 2002 das erste Mal präsentiert wurde und zum 1. Mai offiziell den bisherigen Markennamen Viag Interkom ablöste, gehörte für den O₂ Businessbereich zu den Highlights des vergangenen Jahres. „Wir haben diesen Termin und die anschließenden Wochen genutzt, um die allgemein steigende Aufmerksamkeit bei Handel und Verbrauchern für die neue Marke auch für den Businessbereich auszunutzen“, berichtete Lindermann. So habe man seinerzeit ein zweistufiges Konzept umgesetzt, das parallel zur Bekanntmachung des neuen Markennamens die Ange-

botspalette für geschäftliche Nutzer von Telekommunikationsdiensten in den Fokus rückte. Zentrale Aussagen der Kompetenzkampagne, die die erste Stufe darstellte, waren die Nähe des Mobilfunkanbieters zu seinen Kunden und die Entwicklung individueller Lösungen speziell für mobile Sprach- und Datendienste. Lindermann: „Die Botschaft, die an den Konsumenten herangetragen wurde, lautete: O₂ vermarktet Lösungen, die dem Kunden einen Nutzen bringen.“

Die zweite Stufe der Kampagne konzentrierte sich dann auf die starken Produkte, auf denen die zuvor gemachten Aussagen basierten. Hier setzte O₂ mit der Einführung des BlackBerry, der die mobile E-Mail-Kommunikation erheblich vereinfacht, und dem xda (Internet PDA und GPRS-Handy in einem) ebenso deutliche Signale wie mit der Präsentation der Genion Campus Lösung für Geschäftskunden und der PC-Karte Merlin, mit der der Nutzer beispielsweise über ein GPRS-IP-VPN per Notebook auf ein Unternehmensnetzwerk zugreifen kann. Insbesondere der xda von O₂ wurde Lindermanns Angaben zufolge hervorragend angenommen, und mit der ständigen Entwicklung neuer Branchen- und Funktionslösungen gemeinsam mit Partnern

steigt die Zahl potentieller Kunden, die von den Handelspartnern des Münchner Unternehmens angesprochen werden können. Jüngstes Beispiel für eine derartige Lösung ist das PDA-Online-Portal „beck2go“, das gemeinsam mit dem Verlag C. H. Beck entwickelt wurde und speziell Juristen ansprechen soll.



Kerstin Lindermann, Leiterin Communications Marketing & Sales Business bei O₂

„Mit diesen Lösungen schaffen wir weitere Verkaufsargumente und Chancen für den Handel, zusätzlichen Umsatz zu erzielen“, betonte Lindermann, „denn unserer Erkenntnis nach machen Businessprodukte für SoHos (Small Office Home Office, der Verf.) und KMUS (kleinere und mittlere Unternehmen, der Verf.) inzwischen einen erheblichen Teil des Umsatzes im Fachhandel aus“. Um dem wachsenden Anteil von Businessgeschäften beim Handel gerecht zu

werden, hat O₂ im Laufe der vergangenen Monate die Präsenz entsprechender Leistungen sowohl in den eigenen Shops als auch bei den Partnern im Fachhandel deutlich verstärkt. Auf diese Weise sollen potentielle Interessenten deutlicher als bisher auf die Möglichkeiten aufmerksam gemacht werden, die ihnen O₂ bietet.

Business-Kunden hatten außerdem während der Sommermonate die Chance, sich an einem der Standorte, die im Rahmen einer bundesweiten Roadshow angesteuert wurden, über die aktuellen Angebote für Geschäftskunden von O₂ zu informieren. Neben einer kleinen Ausstellung, in der das Produktportfolio präsentiert wurde, zeigte O₂ gemeinsam mit renommierten Partnern wie Microsoft, IBM oder Oracle, was zu dem Zeitpunkt im Bereich mobiler Datenkommunikation verfügbar und möglich war.

Ein weiteres Highlight im Jahr 2002 war für Kerstin Lindermann die Einführung des neuen „Mobile Solutions Program“ als Partnerprogramm speziell für den IT-Kanal. Das Mobile Solutions Program richtet sich vor allem an Händler, Systemhäuser und Systemintegratoren, die mobile Lösungen von O₂ vertreiben. Der Münchner Netzbetreiber will mit dieser Initiative die Kompetenz-

Jetzt auch MMS von O₂ ins Vodafone Netz

Kunden von O₂ Germany können jetzt auch Multimedia Nachrichten (MMS) direkt in das Netz von Vodafone schicken. Dazu muß der Empfänger ein MMS-fähiges Handy haben und für den Empfang von MMS freigeschaltet sein. Für den Versand entstehen O₂ Kunden folgende Kosten: Eine MMS bis 30 Kilobyte kostet 39 Cent, ab 30 Kilobyte sind 99 Cent zu zahlen. Diese Tarife gelten vorerst bis zum 31. Januar. Besitzt der Empfänger kein MMS-fähiges Handy oder ist er nicht Kunde bei O₂ oder Vodafone, wird er über den Eingang einer MMS per SMS informiert. Mit Hilfe eines PIN-Codes kann sich



der Empfänger dann auf www.o2online.de seine MMS ansehen.

bereiche IT und Telekommunikation zusammenführen und die Partner im Projektgeschäft bei Kunden unterstützen. „Das Mobile Solutions Program soll unsere IT-Partner in die Lage versetzen, ihren Kunden komplexe Datenlösungen anzubieten“, stellte Lindermann fest. Voice- und Standard-Datenlösungen würden dagegen weiterhin über die Tk-Vertriebspartner vermarktet.

Der Ausblick auf die kommenden Monate läßt keine so spektakuläre Aktion wie den O₂ Markenlaunch erkennen. Stattdessen will das Unternehmen den Kontakt zu seinen Handelspartnern noch weiter intensivieren. „Gemeinsam mit denjenigen, die O₂ vermarkten, werden wir weitere bedarfsgerechte Lösungen erarbeiten und Strategien entwickeln, wie wir zukünftige Anforderungen, vor allem an die Datenkommunikation, schnell und für alle Beteiligten gewinnbringend in neue Produkte und Dienste umsetzen können“, kündigte Lindermann an. „Die gezielte Ansprache der Geschäftskunden wird weitergeführt, weil wir im Datenmarkt noch ein riesiges Potential für uns und unsere Partner sehen.“

Consumerbereich meldet ebenfalls eine positive Entwicklung

Auch der Consumerbereich von O₂ hat sich in den vergangenen Monaten erfolgreich entwickelt. „Ein Postpaidanteil von 52 Prozent und der fast ausschließliche Verkauf des beratungsintensiven Produktes Genion an Vertragskunden (siehe Kasten auf der vorhergehenden Seite, oben, der Verf.) stellen Eckpunkte dar, die zeigen, daß sich unsere intensiven Unterstützungsmaßnahmen für den

Handel bewähren“, meinte Eva-Maria Kluge, Marketing & Sales Consumer bei O₂.

Eine wichtige Säule dieser Unterstützung bilden seit jeher Schulungen. Neben Genion standen dabei im vorigen Jahr vor allem der xda von O₂ und die Rufnummernmitnahme thematisch im Mittelpunkt. „Aber“, so Kluge, „wie immer bei unseren Fortbildungsmaßnahmen ging es nicht ausschließlich um das Produkt selbst, sondern beim xda beispielsweise auch um die Fragen, mit welchen Argumenten verkaufe ich das Gerät und an wen kann ich es verkaufen?“ Wie von O₂ gewohnt, gab es für die Teilnehmer auch bei dieser Schulungsrunde wieder einen Mehrwert, der durch ein Persönlichkeitstraining erzielt wurde.

Für diejenigen Interessenten, die keine Gelegenheit hatten und haben, vor Ort an einem der Trainings teilzunehmen, bietet O₂ darüber

den Werbemitteln wider, die O₂ dem Handel passend zu den jeweiligen Aktionen zur Verfügung stellt. Einer der Renner des vergangenen Jahres: der O₂ Weihnachtsbaum, der zum Jahresendgeschäft einen Blickfang in den Geschäften bildete. Auch für das von Aktionen unabhängige Tagesgeschäft liefert O₂ Werbe- und Verkaufsförderungsmittel, „und zwar kanalübergreifend und bei Bedarf von einem professionellen Dekorateur im Laden gestaltet“, führte Kluge aus.

Für Händler, die eine besonders intensive Bindung zu dem Münchner Unternehmen haben und je nach erbrachter Leistung als Gold-, Silber- oder Bronze-Händler eingestuft werden, steht bei O₂ das Pluspunkt-Konzept mit weiteren Unterstützungsmaßnahmen bereit. Im Rahmen dieses Konzeptes sammelt der Händler durch die Freischaltung von Prepaid- oder

O₂ Germany öffnet PDA-Online-Portal „beck2go“ speziell für Juristen

„beck2go“ heißt ein neues PDA-Online-Portal, mit dem sich O₂ und der Verlag C.H. Beck seit Ende des vorigen Jahres speziell an Juristen wenden. Anwälte können über beck2go mit dem xda von O₂ mobil auf die juristische Datenbank beck-online zugreifen. Zudem informiert ein Newsticker über Gesetzesänderungen und aktuelle Urteile. Das speziell für den mobilen Zugriff entwickelte PDA-Portal beck2go ermöglicht den Zugang zu Gesetzestexten und einer umfangreichen Rechtsprechungsdatenbank sowie über 40 Fachzeitschriften und zahlreichen Kommentaren des führenden juristischen Verlages C.H. Beck. Dank GPRS und dem Smartphone xda von O₂ können

Juristen so vor Gericht, im Mandantengespräch oder auf Reisen jederzeit Informationen abrufen. Zur Einführung des Portals hält O₂ noch bis Ende Januar bei Abschluß eines 24-Monatsvertrags mit einem Profitarif nach Wahl folgendes Angebot bereit: Für 499 Euro gibt es den O₂ xda inklusive sechs Monate kostenlosem Zugang zum beck-online Modul „beck mobile“ sowie sechs Monate die halbe Grundgebühr. Das über das Portal „beck2go“ nutzbare Modul „beck mobile“ des Verlages C.H. Beck beinhaltet „LSK plus“, eine umfangreiche Sammlung von juristischen Leitsätzen, und die Gesetzes-sammlungen „Schönfelder plus“ und „Sartorius plus“.

Handel kann sich auch 2003 auf Unterstützung verlassen

hinaus eine webbasierte Schulung an, die neben Grundlagenwissen auch stets die aktuellen Verkaufsthemen aufgreift. Diese spiegeln sich ebenfalls in

Postpaid-Karten Punkte, die er gegen verschiedene Marketingleistungen eintauschen kann. Dabei gibt es sowohl kostenfreie (zum Beispiel verschiedene Werbemittel,

oder Unternehmensberatungen). Jede Leistung entspricht einem bestimmten Punktwert; sie kann von den Teilnehmern am Partnerprogramm aber auch gegen

Händler zusätzlich zu den üblichen Provisionen besondere Aktivierungs- und Marketingboni erhält. Darüber hinaus beinhaltet das Programm auch eine gemeinsame Erarbeitung von Marketingplänen, die wiederum eine besonders intensive Betreuung durch den O₂ Vertrieb voraussetzen. „Grundlage dieses Konzeptes ist eine vertragliche Zusatzvereinbarung, die auf der Vertriebsleistung des Händlers basiert“, erläuterte Kluge. Die Ladengeschäfte werden außerdem, abgestuft nach Leistung, von O₂ mit Geschäftsinventar ausgestattet. Kluge: „Die Teilnahme an O₂ Plus berechtigt den Partner ebenfalls zur Verlängerung der O₂ Bestandskundenverträge.“ Letztlich verfolge man mit dem Konzept das Ziel, den O₂ Vertragspartnern eine sichere Zukunftsplanung mit marktgerechten Margen zu ermöglichen.

Für Kluge ist unstrittig, daß sich die Vielfalt der Unterstützungsmaßnahmen positiv auf die Geschäfte des Unternehmens und seiner Partner auswirkt. „Der Handel kann sich deshalb auch im Jahr 2003 darauf verlassen, von O₂ unterstützt zu werden“, betonte sie. Und nachdem die bekannten Maßnahmen inzwischen etabliert seien, denke man derzeit zur Verbesserung des Leistungsangebotes an eine intensivere Einbeziehung der Handelspartner zur Entwicklung neuer Angebote nach.

Herbert Päge



Bilder oben und unten: Attraktive Prämien wie diese, die für Verträge ausgelobt wurden, die über Demuth & Dietl + Co. aktiviert werden, bieten einen Anreiz, sich für die Marke O₂ zu engagieren. Bild rechts: „Das schlaue Rufnummer-Mitnahme-Handbuch“ gehört zu den Verkaufsunterstützungsmaßnahmen von O₂.

O₂ führt drei neue GPRS-Tarifooptionen ein

O₂ Germany hat die Tarifooptionen GPRS L, XL und XXL eingeführt. Sie richten sich an Kunden, die mit einem PDA wie dem xda oder mit einem Notebook mobil auf das Internet oder das Firmennetz zugreifen. O₂ will jeder Zielgruppe eine passende und zugleich günstige Tarifooption bieten. Bei GPRS L, XL und XXL ist die Übertragung von einem, fünf und 20 MB Daten bereits in der Grundgebühr enthalten. Für je weitere zehn KB zahlt der Kunde 2,5 Cent bei der L-Option, 2,2 Cent bei der XL-Option und 1,9 Cent bei der XXL-Option. Werden beispielsweise 20 MB übertragen, so bringen die neuen Tarifooptionen eine Preissenkung von rund 38 Prozent. Zu den neuen GPRS-Tarifen können Kunden auch ihr IP-VPN (VPN = Virtual Private Network) mobil nutzen, mit dem sie auf Firmen-

daten, E-Mail, Kalender und weitere Unternehmensanwendungen sicher zugreifen. Dabei erhalten die mobilen Mitarbeiter einen Internetzugang ausschließlich über das Firmennetz. Postpaid-Kunden von O₂ können die GPRS-Optionen zu allen Voicetarifen sowie zum Datentarif O₂ Data buchen. Bei diesem sind fünf Euro Rabatt auf die Grundgebühr einer GPRS-Option enthalten. Die bisherigen GPRS Tarifooptionen Surf XXL und Net Company stehen Bestandskunden weiterhin zur Verfügung, sie werden Neukunden jedoch nicht mehr angeboten. Ein Wechsel in die neuen GPRS-Optionen ist jederzeit möglich. Kunden können die WAP-Option GPRS Click L unverändert nutzen. In der Grundgebühr von 2,49 Euro ist der Abruf von 100 WAP Seiten enthalten.



tel, Formulare und Broschüren sowie Anzeigen- und Flyervorlagen) als auch kostenpflichtige (etwa Flyerdruck und -verteilung, Events, Geschäftsausstattung, Messestände, verschiedene Werbeformen wie Verkehrsmittelwerbung, Verkaufs- und Vertriebsstrainings



Bezahlung bzw. eine Kombination zwischen Pluspunkten und Bezahlung abgerufen werden. Seit Mai 2002 hat sich nach den Ausführungen von Eva-Maria Kluge schließlich auch das vertriebsgesteuerte O₂ Plus Konzept bewährt. Bei diesem werden vertraglich bestimmte Monatsziele vereinbart, bei deren Erreichen der

Pos Aktuell

E-Plus ab sofort mit neuem GPRS-Tarif für hohes Datenaufkommen

Für Intensiv-Nutzer mobiler Datenübertragung hält E-Plus ab sofort einen Tarif bereit: Der GPRS Data L rundet das bereits bestehende GPRS-Tarifmodell ab und richtet sich an Kunden, die häufig mobile Daten übertragen. Ebenso wie die E-Plus Tarife GPRS Data S, M und XL bietet der neue Tarif eine besonders günstige mobile Internet-Nutzung. Er soll die Lücke zwischen dem GPRS Data M und dem GPRS Data XL schließen. Alle, die beispielsweise per PDA und Laptop oft mobile Daten übertragen, sind mit dem GPRS Data L laut E-Plus gut beraten. Mit diesem Tarif gibt es jeden Monat 15 Megabyte Inklusiv-Volumen, bei einem monatlichen Aufpreis von 30 Euro auf den bestehenden Laufzeitvertrag. Die mobile Nutzung des Internets kostet im GPRS Data L 0,003 Euro pro Kilobyte.

T-Mobile und Ben ermöglichen Handover zwischen ihren Netzen

Als erste Netzbetreiber in ihren Ländern bieten T-Mobile Deutschland und die niederländische T-Mobile-Tochter Ben ab sofort den Handover zwischen ihren Mobilfunknetzen an. Damit werden laufende Gespräche beim Grenzübergang automatisch von einem der beiden Netze in das andere übergeben. Kunden der beiden Tochtergesellschaften von T-Mobile International können dann Handy-Gespräche nach Überschreiten der Grenze zwischen

Motorola Händlercafé im Internet zeigt sich ab sofort im „Moto-Look“

Seit Dezember präsentiert sich das Motorola Händler-Extranet im neuen „Moto-Look“. Als Plattform für den Austausch zwischen dem Unternehmen und seinen Handelspartnern hat Motorola das virtuelle Händlercafé im Internet eingerichtet. Neben Produktinformationen finden Händler im Serviceteil der Seite Verkaufsargumente, Antworten auf häufig gestellte Fragen zu Motorola-Handys sowie Bedienungsanleitungen und Reparaturinformationen. Diese sollen Verkaufsgespräche vor Ort erleichtern. Darüber hinaus werden in der Service-Rubrik wichtige Telefon- und Faxnummern aufgeführt, zum Beispiel vom Motorola-Reparaturservice in Flensburg. Wissenswertes rund um das Unternehmen gibt es ebenfalls per Mausklick. Als besonderen Service bietet Motorola



die Online-Bestellung von aufmerksamkeitsstarkem Moto-PoS-Material wie Straßenstopperrn, Postern oder Broschüren an. Ferner können sich Händler als Motorola-Vertriebspartner listen lassen und so den Vorteil genießen, über die Motorola-Hotline als

kompetenter Fachhändler vor Ort empfohlen zu werden. Mit der Präsenz des Händlerbeirats im Extranet bietet Motorola ein Kommunikationsforum, das den direkten Austausch zwischen Fachhandel, Händlerbeirat und Motorola ermöglicht. Hier können Erfah-

rungen ausgetauscht, Anregungen oder Kritik angebracht sowie Fragen an Motorola gestellt werden. Der Händlerbeirat als Interessenvertretung des Fachhandels bei Motorola besteht aus sieben unabhängigen Händlern, die sich auf der Website präsentieren. Für zeitnahe Informationen sorgt ein Abonnement des MotoNewsletters über das Händlercafé oder die Motorola-Hotline. Der Newsletter berichtet monatlich über neue Produkte, Wissenswertes rund um das aktuelle Sortiment, aktuelle Zubehörangebote, Verkaufsförderungsaktionen, Marketingaktivitäten, Testsiege in Fachzeitschriften und vieles mehr. Gewinnspiele mit attraktiven Preisen runden den Newsletter ab. Die Anmeldung zum Händlercafé erfolgt über die Website www.motorola.de/haendlercafe.

Deutschland und den Niederlanden ohne Unterbrechung fortsetzen. Bislang wurden Telefonate via Handy beim Verlassen der Netzversorgung des Netzbetreibers, also nach dem Grenzübergang, unterbrochen; die Kunden mußten sich erneut einwählen. Vorteil des sogenannten Handover-Verfahrens zwischen T-Mobile Deutschland und Ben: Bis zur Beendigung eines im Inland angefangenen und im Nachbarland fortgeführten Gesprächs fallen keine Roaming-Entgelte an. Auch für den Auslands-Anteil des Gesprächs gilt der individuelle Inlands-Tarif von T-Mobile beziehungsweise Ben. Ein im Rahmen des Roamings von Ben-Kunden noch in Deutschland oder von T-Mobile Deutschland Kunden in den Niederlanden begonnenes und im Inland fortgesetztes Gespräch wird komplett nach dem jeweiligen Roamingtarif abgerechnet.

Quips aktiviert Hotline für Händler und Kunden des Reparaturdienstes

Der Elmshorner Handy-Reparaturdienstleister Quips hat seine Hotline aktiviert. Ab sofort können Mobilfunk-Fachhändler, die in das Quips Servicenetz einsteigen wollen, dort Unterlagen anfordern. Aber auch Endkunden erhalten hier wichtige Service-Informationen. Die Hotline ist erreichbar unter 01805-784770. Ein Anruf bei der Hotline kostet zwölf Cent pro Minute. Die Hotline-Mitarbeiter sitzen nicht in einem anonymen Call Center, sondern direkt bei Quips. Sie sind laut Pressemitteilung bestens mit allen Fragen rund um die Erste Hilfe fürs Handy vertraut.

Der Aufbau des Quips Servicenetzes läuft den Angaben zufolge auf vollen Touren: Rund drei Dutzend

eingeführte Mobilfunk-Fachhändler gehören bereits dazu, weitere 36 sollen sich in den nächsten Wochen ebenfalls anschließen.

Ziel der Quips-Geschäftsführer Hans-Peter Kummerfeldt und Jens Peters ist es, im Laufe der nächsten Monate etwa 250 regionale Service-Stellen in ganz Deutschland einzurichten. Quips bietet seinen Partnern vor Ort ein komplettes Service-Paket, das von der technischen Einrichtung über die Schulung und Zertifizierung bis hin zum bundesweiten und regionalen Marketing reicht.

Drillisch/Alphatel steigt in die Vermarktung von MMS-Handys ein

Drillisch/Alphatel, eine 100prozentige Tochtergesellschaft der Drillisch AG, hat den Startschub für die Vermarktung von MMS-

Endgeräten gegeben. Ab sofort bietet das Unternehmen seinen Bestandskunden im Kreditbereich die Möglichkeit, ein „Vodafone live!“-Erlebnis-Handy mit integrierter digitaler Kamera zu einem stark ermäßigten Preis zu erwerben. Mit dem Herunterladen von Spielen, Klingeltönen und Logos auf das Multifunktionshandy eröffnen sich dem Kunden ganz neue Möglichkeiten der mobilen Kommunikation. Ergänzt wird die Vermarktungsoffensive durch 50 FreimMS und eine Verlosung. Zusätzlich bietet Drillisch/Alphatel den berechtigten Kunden die Partnerkarte an, die über ein einmaliges Gesprächsguthaben in Höhe von zehn Euro – bei einem monatlichen Basispreis von null Euro – für 24 Monate verfügt. Damit hat auch der Partner die Möglichkeit, kostengünstig und mit eigener Rufnummer zu telefonieren.

Deutsche Telekom wird zum 1. Februar Änderungen bei Tarifen und Services umsetzen

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) hat der Deutschen Telekom zum 1. Februar 2003 Tarifänderungen beim Monatspreis des analogen T-Net Anschlusses sowie bei einigen Standard-Verbindungspreisen genehmigt. Beim analogen T-Net Anschluß ergibt sich daraus eine leichte Preiserhöhung von 13,33 Euro auf 13,72 Euro pro Monat. Der Preis für die Übernahme eines betriebsfähigen Anschlusses beträgt weiterhin 25,78 Euro. Die Telekom senkt im Gegenzug gleichzeitig die Preise bei Citygesprächen um 4,2 Prozent.

Für die Kunden bedeutet das eine Verlängerung des Abendtarifs werktags von jetzt bis fünf bzw. sieben Uhr auf künftig einheitlich acht Uhr. Am Wochenende und an Feiertagen wird der City-Abendtarif mit dem Vier-Minuten-Takt nun auch beim analogen T-Net An-

schluß ganztags statt erst ab 21 Uhr gelten.

Beim Deutschlandtarif wurde eine Absenkung um 1,2 Prozent genehmigt. Die Kunden zahlen dann an Werktagen tagsüber einen auf 12,2 Cent (von 12,3) gesenkten Taktpreis und im Freizeittarif von 18 bis 21 Uhr den reduzierten Taktpreis von 6,1 Cent (von 6,2). Beim Wochenend- und beim täglichen Abendtarif wird zudem der Nettotaktpreis geringfügig gesenkt. Außerdem werden Telefonate nach Brasilien um 20 Prozent von 99 auf 79 Cent pro Minute ermäßigt.

Bei den Spartarifen AktivPlus und AktivPlus xxl wird es künftig – wie bereits jetzt schon beim Tarif AktivPlus basis – ein einheitliches Zeitfenster montags bis freitags von sieben bis 18 Uhr geben. Die Minutenpreise bleiben unverändert. Der SekretariatsService der Deutschen Telekom ist Anfang des Jahres eingestellt worden. Der Weck- und Er-

innerungsservice wird dagegen aufgrund der breiten Kundennachfrage weiterhin als Serviceleistung angeboten, und zwar unter der Nummer 0180/1141033.

Ebenfalls seit Januar gilt bei T-DSL der einmalige Bereitstellungspreis von 99,95 Euro. Dieser war bereits im Februar 2002 genehmigt worden.

Seit August erhalten alle Kunden, die eine Auflistung ihrer Einzelverbindungen neu beantragt hatten, die neue zweispaltige Einzelverbindungsübersicht. Ab Januar wird nun Zug um Zug das neue Layout für alle Nutzer eingeführt.

Die bisher in der Einzelverbindungsübersicht enthaltenen Spalten „Zielort/Netz/Land“ und „Tarifort“ entfallen im neuen Rechnungs-Layout. Kunden, die auf diese Zusatzinformationen Wert legen, können diese mit dem kostenlosen Service Rechnung Online erhalten.

Zum Jahreswechsel wurden die neu-

en 0900-Rufnummern eingeführt. Der Service 0900 löst schrittweise die Rufnummerngasse 0190 ab. 0190-Rufnummern können noch bis zum 31. Dezember 2005 genutzt werden. Die Vergabe der 0900-Nummern erfolgt durch die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post. Die Rufnummer, die auf die 0900 folgt, ist nicht mehr sechs-, sondern siebenstellig und beinhaltet keine Informationen über den Anruftarif. Stattdessen ist anhand der ersten der sieben Ziffern erkennbar, welcher Service hinter der Rufnummer steht:

- 0900 1 (Gasse 1 steht für Information)
- 0900 3 (Gasse 3 steht für Unterhaltung)
- 0900 5 (Gasse 5 steht für Sonstiges)

Für Angebote, die durch die Deutsche Telekom realisiert werden, gilt bei den neuen 0900-Rufnummern:

- Es erfolgt eine Zwangstrennung

der Verbindung nach 60 Minuten.

- Die Anruferpreise sind begrenzt auf max. 2,50 Euro pro Minute und max. 5,00 Euro einmalig/pro Block.
- Aktive Tarifbestätigung durch den Anrufer bei Tarifen über 3,00 Euro mit den Ziffern „1“ und „9“.
- Der Verhaltenskodex des FST (Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste) ist Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- Jede Rufnummernbeauftragung eines Anbieters wird durch den Verbraucherschützer der Deutschen Telekom einzeln geprüft.
- Dialer/Onlineanwendungen werden nicht zugelassen.
- Alle Rufnummernsperrungen für die 0190 gelten ebenso für die 0900.

Die Messe München präsentiert die Systems 2003 mit einem neuen Konzept. Dabei wird das Grundkonzept der Messe mit ihrem Business-to-Business-Fokus und der klaren Strukturierung des Produktangebotes nach dem „Fachmesse-in-der-Messe“-Modell beibehalten und um neue Elemente ergänzt.

Die wesentlichen Merkmale des neuen Messekonzeptes sind:

- Eine Hallenstruktur und damit auch Gliederung des ITK-Angebotes nach den Anforderungen von Professionals (IT-Entscheider vom CIO bis zum mittelständischen Unternehmer)
- Weiterer Ausbau der Moderatoren-Funktion durch lösungsorientierte Besucherführungen (Guided Tours)
- Kontinuierliche Kommunikation mit dem Systems-Fachpublikum über regelmäßige E-Mail-Newsletter und das tagesaktuelle www.systems-world.de-Portal
- Verstärkte Adressierung der IT- und TK-Industrie sowie der Anwender in den mittel- und osteuropäischen Staaten.

Das Fachmessen-in-der-Messe-Konzept der Systems berücksichtigt in diesem Jahr neue Aspekte: Mehr denn je sollen die Gliederung nach Gesamtlösungen und eine branchengerechte Strukturierung im Mittelpunkt stehen. Die von der aus den vergangenen Jahren bekannten Bereiche „Software Basics“, „Software Applications“ und „Systeme“ werden zu einer Einheit zusammengefaßt, die als neuer Bereich „Software, Systems & Integration“ firmiert.

Um die Konvergenz zwischen IT- und TK-Lösungen transparent abzubilden, schließt an „Software, Systems & Integration“ der Bereich „Telecommunications & Networking“ an. Vervollständigt wird die neue Gliederung durch die beiden Hallen „Office & Peripherals Technology“ sowie „eGovernment, eHealth & Institutions“. In „Office & Peripherals Technology“ sind Clients und Tools rund um das Büro wie etwa Drucker, Monitore, PDAs oder Beamer beheimatet. Der neue Hallenbereich „eGovernment, eHealth & Institutions“ bündelt erstmals gezielt Lösungen für spezifische Segmente. Das umfaßt zum Beispiel IT-Konzepte für die öffentliche Hand, für das Gesundheitswesen, für Ausbildung (e-Learning, Education), für die Finanzwirtschaft oder für das Versicherungswesen.

Schwerpunkte werden in diesem Jahr darüber hinaus die Segmente IT-Sicherheit, mobile Kommunika-

tion und die Vertriebskanäle im ITK-Fachhandel sein. Die Systems 2003 richtet für diese Communities die Foren „IT-Security“ und „Wireless & Mobility“ sowie das bewährte Fachhandelszentrum „Dealers Only“ ein. Über das neue Forum „Mittelstand und ERP/CRM“ werden Technologie-Themen gezielt für den Mittelstand aufbereitet.

Hier finden an allen Messetagen zu Themen wie E-Procurement, Customer Relationship Management oder Enterprise Resource Planning Vorträge und Diskussionsrunden statt, die auf die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen zugeschnitten sind.

Ein weiterer Punkt im neuen Systems-Konzept umfaßt die Information und Kommunikation vor und auf der Messe. Hier will die Messe ihre Moderatoren-Funktion an der Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage gezielt ausbauen.

Basis für diese Aktivitäten bildet die Registrierung der Besucher, die zur Systems 2002 erstmals durchgeführt wurde. Im ersten Schritt erhalten alle Besucher, die im Rahmen der Registrierung ihr Einverständnis gegeben haben, regelmäßig alle 14 Tage einen E-Mail-Newsletter. Dieser bietet aktuelle Teaser zu den Themen „Marktstudien

und Trends“, „Praxis und Grundlagen“ sowie „Networking und Dialog mit Top-Experten“. Dieser Dialog wird auf der Systems 2003 mittels sogenannter „Guided Tours“ intensiviert. Geplant ist, den Fachbesuchern auf der Messe anwendungsbezogene und lösungsorientierte Führungen anzubieten.

Weitere Maßnahmen wie Kongresse und Events zu aktuellen IT-Trends und Themen aus Wirtschaft und Politik sind in Vorbereitung. Ziel ist es, den Besuchernutzen zu optimieren und die bestmögliche Information über Lösungen in kürzestmöglicher Zeit zu bieten.



UND ICH BIN MITTEN
IM MEETING!



Mit kicker online bleiben Sie immer am Ball. So entgeht Ihnen garantiert kein Tor mehr. Und auch keine wichtigen Infos rund ums Spielfeld. Was Sie noch tun können, wenn's beim Meeting Verlängerung gibt? www.eplus-imode.de

i-mode and the i-mode logo are trademarks or registered trademarks of NTT DoCoMo, Inc. in Japan and other countries.

POS Neuheiten

Motorola hat jetzt auch ein rotes Cover für das T720i Handy

Mobil Für das Motorola T720i Handy steht jetzt auch ein rotes Cover zur Verfügung. Die unverbindliche Preisempfehlung dafür lautet 22,90 Euro. Das T720i, das seit November im Markt ist, ist ein Handy mit aufsteckbarer und um 180 Grad drehbarer Digitalkamera. Bis zu 20 Schnappschüsse lassen sich im Fotoalbum des T720i speichern. Die leichte Digitalkamera wird einfach auf das Handy gesteckt. Das 29 x 38 mm große Farbdisplay ist Sucher und Bildschirm in einem. Die Farbgebung des Displays und der Icons bestimmt der Nutzer selbst. Rundum individuell wird das T720i durch die austauschbaren Ober- und Unterschalen in verschiedenen Farben und Designs.



AVM stellt Access Server für Firmennetze und Fritz!Card DSL USB vor



Mit einer innovativen Lösung für Fernzugriff (Remote Access) und die Verbindung von Netzwerken (LAN-LAN-Kommunikation) vereinfacht

AVM den Zugriff auf Firmennetze. Der neue AVM Access Server und die neue Version des Klienten NetWAYS/ISDN sollen insbesondere die Anforderungen mittelständischer Unternehmen nach kostengünstigen Verbindungen und geringem Administrations-Aufwand erfüllen. Auf Unternehmensseite wird dazu der AVM Access Server eingesetzt.

Die Software verbindet entfernte PC-Arbeitsplätze und Netzwerke nahtlos mit dem lokalen Netzwerk (LAN), sowohl über Direktverbindungen als auch über Virtuelle Private Netzwerke (VPN). Zusätzlich bietet der Access Server für das lokale Netzwerk via DSL oder ISDN den firewallgeschützten Zugang zum Internet. Und mit NetWAYS/ISDN bietet AVM eine professionelle Lösung für den sicheren Zugriff von Einzelplätzen auf das LAN. Damit können Außendienstmitarbeiter, Niederlas-

sungen und Heimarbeitsplätze leicht auf das Firmennetz zugreifen. Mittels VPN kann dabei eine kostengünstige und sichere Verbindung über das Internet aufge-



baut werden. VPN (die Abkürzung für Virtuelles Privates Netzwerk) ermöglicht auf der Basis des Internetstandards IPSec abhörsichere Datenverbindungen über das Internet. Der AVM Access Server und NetWAYS/ISDN v6.0 sind ab sofort erhältlich. Mit der neuen Fritz!Card DSL USB bietet AVM erstmals eine externe Variante der vielfach ausgezeichneten Fritz!Card DSL an. Weinrot, 96 Gramm schwer und so klein wie ein Mobiltelefon stellt das USB-Gerät die Verbindung zu DSL und ISDN über nur ein Kabel her. Einfache Plug & Play-Installation,

schnelle Datenübertragung und die Kombination mit ISDN machen das Gerät zu einer attraktiven Allround-Lösung im Bereich Kommunikation. Wie bei allen Fritz!-Produkten sind fünf Jahre Garantie und ein kostenloser Support inklusive.

Die Fritz!Card DSL USB verbindet den PC direkt mit dem DSL-Splitter und dem ISDN. Dazu wird am Gerät nur ein Kabel angeschlossen, das am Ende einen ISDN-Anschluß und einen Anschluß für den DSL-Splitter besitzt. Die Stromversorgung erfolgt über den USB-Anschluß des PC, ein eigenes Netzteil ist nicht notwendig. Das neue USB-Gerät unterstützt Windows XP, Me, 2000 und 98 mit den entsprechenden Stromspar-Modi. Als Plug & Play-Gerät wird die Fritz!Card DSL USB einfach mit



dem USB-Anschluß des Rechners verbunden. Nach der automatischen Erkennung durch den PC richtet die mitgelieferte Installationssoftware alle erforderlichen Komponenten ein.

„Das Telefonbuch“ jetzt mit API-Schnittstelle als Unternehmenslösung



Der TVG Verlag hat in Kooperation mit DeTeMedien die Neuauflage von „Das Telefonbuch. Für Deutschland.“ als Business-Lösung mit API-Schnittstelle vorgestellt. Der Zugriff auf



die Datenbank wird dabei über ein individuelles, selbst erstelltes User-Interface gesteuert, und Kommunikationsdaten wie Rufnummern oder Adressen können über eine DLL-/XML-Schnittstelle direkt in bestehende, kundeneigene Softwareanwendungen übernommen werden. Es steht außerdem eine Intranetversion der Anwendung „Das Telefonbuch. Für Deutschland.“ zur Verfügung, die für alle Mitarbeiter einen schnellen Zugriff über das firmeneigene Intranet ermöglicht.

POS Aktuell

debitel erneut als bester Service Provider ausgezeichnet

Die debitel AG ist bei einer Umfrage der Telekom-Fachzeitschrift Telecom Handel als bester Service Provider 2002 eingestuft worden.



Reinhard Krause

Dies war nach der Wahl der connect-Leser und der Fachhändler, die im März vom Branchenbriefmarkt intern zur Stimmabgabe aufgerufen worden waren, bereits die dritte derartige Auszeichnung. Mit der Durchschnittsnote 2,78 konnte sich debitel gleich hinter den Netzbetreibern, die ebenfalls zur Wahl standen, als bester Mobilfunk-Provider platzieren. Im Vergleich zur letzten Telecom Handel-Wahl, die im Jahr 2000 durchgeführt wurde, bedeutet dies eine Verbesserung um vier Ränge. Zum erfreulichen debitel-Gesamtergebnis trugen vor allem das gute Abschneiden der Händler-Hotline,

des Werbeauftritts und der Marketing-Unterstützung für den Fachhandel bei. Besonders hervorzuheben hat sich debitel laut Wählerschaft, wenn es um die Schnelligkeit bei der Freischaltung geht: In dieser Kategorie landete debitel auf einem hervorragenden ersten Rang und konnte somit die gesamte Konkurrenz auf die Plätze verweisen. „Natürlich gilt es, weiterhin gemeinsam am Erfolgsrezept hart zu arbeiten,“ erläuterte debitel Vertriebs-Vorstand Reinhard Krause. „Um trotz rasanter Entwicklungen den Kunden kompetent beraten zu können, muß der Händler immer am Ball bleiben. Ein Ziel debitels ist es und wird es auch weiterhin sein, den Fachhandel dabei bestmöglichst zu unterstützen.“

debitel rechnet MSN-Dienste mit der Telefonrechnung ab

Die debitel AG, in Deutschland der erste Anbieter von Content Billing über die Telefonrechnung, ermöglicht durch die Zusammenarbeit mit Microsoft (MSN: Microsoft Network Online Services) sämtlichen Vertragskunden, verschiedene MSN-Dienste auf ihrem Handy zu benutzen. Die dadurch entstehenden Kosten werden mit der monatlichen Telefonrechnung abgerechnet. Im einzelnen haben debitel Vertragskunden ab sofort die Möglichkeit, Internet-Dienstleistungen von MSN Hotmail und den MSN Messenger hardwareunabhängig auf jedem Handy nutzen zu können. Die Anmeldung für diese Dienste erfolgt im

Internet über die Seite www.msn.de/mobil/msnmobile. Die Nutzer der Dienste haben durch die Bezahlung per Telefonrechnung den Vorteil, daß sie die Dienste problemlos nutzen und bezahlen können, ohne unterschiedliche Vertragsverhältnisse eingehen zu müssen. „Mehr als 40 Prozent der debitel Neukunden abonnieren bereits heute unsere innovativen Datendienste, insbesondere das debitel Portal



Dr. Achim Egner

Jamba! Neben der Bezahlung der Dienste mit Premium-SMS steht die direkte Abrechnungsmethode mit der Telefonrechnung für debitel ganz klar im Fokus“, so Dr. Achim Egner, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der debitel AG.

T-Mobile stattet Maritim-Hotels mit WLAN-HotSpots aus

T-Mobile Deutschland erweitert sein Wireless-LAN Angebot: Ab sofort wird in deutschen Maritim Hotels exklusiv „HotSpot von T-Mobile“ aufgebaut. Zum Start der Kooperation ist das W-LAN Angebot zunächst im Maritim

Hotel in Berlin verfügbar, anschließend ist die Inbetriebnahme der HotSpots an den Maritim-Standorten Bonn, Frankfurt/Main, Hannover Airport, Köln, München und Stuttgart geplant. Weitere Standorte der Hotelkette werden im Laufe des Jahres mit dem W-LAN Angebot von T-Mobile versorgt. Der mobile Internet-Zugang ist durch das HotSpot-Logo von T-Mobile gut sichtbar gekennzeichnet und steht in den öffentlichen Bereichen der Maritim Hotels zur Verfügung, beispielsweise in der Lobby oder den Konferenzbereichen.

AVM informiert seine Handelspartner über das Thema VPN

Die AVM Solutions Tour befaßt sich in diesem Jahr mit dem Thema VPN (Virtual Private Networks). Durch die Integration in neue Produkte wird VPN immer stärker für den Mittelstand und damit auch für den Fachhandel interessant. Auf der Roadshow zeigen AVM-Referenten gemeinsam mit den Partnern Deutsche Telekom und Microsoft die vielfältigen Möglichkeiten der neuen Kommunikationstechnologie. Live-Demos, Fachvorträge und Diskussionen bilden den Schwerpunkt der jeweils rund vierstündigen Veranstaltung. Auf der AVM Solutions Tour erhalten Fachhändler konkrete Lösungsszenarien für Internetverbindungen via DSL und ISDN. Mittels Bluetooth-Funkverbindung können dabei Daten bis zu 100 Meter weit kabellos übertragen werden. An-

meldungen für die Veranstaltungen, die jeweils um neun Uhr beginnen, sind im Internet unter www.avm.de/tour möglich. Für Februar sind Veranstaltungen geplant in Bonn (4.), Bad Hersfeld (5.), Leipzig (6.), Nürnberg (11.), München (12.), Ulm (13.), Stuttgart (18.), Karlsruhe (19.) und Frankfurt am Main (20.).

Deutsche Telekom bietet ab sofort neue Netzwerkkarte an

Die Deutsche Telekom hat ab sofort die Netzwerkkarte „Teledat Fast Ethernet 100 PCI“ im Angebot. Sie tritt die Nachfolge der „AT2500TX“ an und paßt nach eigenen Angaben optimal zum externen Breitbandmodem „Teledat 300 LAN“ mit Ethernet-Schnittstelle. Mit dieser Netzwerkkarte kann der Computer mit allen Netzwerkkomponenten verbunden werden, zum Beispiel mit einem Telekom Teledat Router oder mit einer Telefonanlage wie der T-Eumex 724PC DSL. Die neue Dual-Speed-Karte (10 und 100 Mbit/s.) unterstützt die gängigen Betriebssysteme (Plug & Play durch Windows zertifizierte Treiber) und erkennt und wählt automatisch die optimale Übertragungsgeschwindigkeit und zeichnet sich durch die automatische Kabelerkennung aus. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Teledat Fast Ethernet 100 PCI lautet 16,99 Euro.

Erste Neuheiten für das Jahr 2003 Handys, Zubehör und Applikationen von Motorola

Der Geschäftsbereich Mobiltelefone von Motorola hat Anfang Januar die ersten Produkte seines weltweiten Portfolios für 2003 präsentiert. Dazu zählen Handys, Applikationen und Zubehör. Diese sollen dem Nutzer vollkommen neue Möglichkeiten der mobilen Unterhaltung und Anwendung bieten. Die neuen Mobiltelefone A388c, A835, C350, E380, T725, V295 und V600 besitzen nach Unternehmensangaben innovative Merkmale in den Bereichen Messaging (EMS und MMS), Java, GPRS, EDGE, UMTS/WCDMA sowie brillante Farbdisplays und polyphone Lautsprecher.

Damit baut Motorola seine Stärken bei GSM, UMTS/WCDMA, CDMA (Code Division Multiple Access) und TDMA (Time Division Multiple Access) weiter aus. Die Modelle A388c und V295 sind voraussichtlich in der ersten Jahreshälfte 2003 verfügbar. Die Modelle V600, T725, E365, E380, C350 und A835 sollen ab der zweiten Jahreshälfte 2003 in den entsprechenden Regionen lieferbar sein. „Wir bauen in diesem Jahr auf unser erfolgreiches Produktportfolio von 2002 auf“, erklärte Tom Lynch,

Markenführer im Mobiltelefonmarkt bringen, indem das Unternehmen gemeinsam mit Netzbetreibern Angebote konzipiert, die ein überzeugendes mobiles Kommunikationserlebnis schaffen. „Innovative Designs wie beim Motorola V60i und V66i, beim T720 mit Farbdisplay und bei den Einstiegsmodellen der Serie C330 haben das Potential, lange im Markt zu bleiben“, betonte Tom Lynch. „Diese bereits verfügbaren Produkte sowie die neu vorgestellten versetzen Motorola in eine gute Position, die Nachfrage weiter anzukurbeln und ein profitables Wachstum zu erzielen.“

Fotografieren und die Bilder sofort versenden

Schnappschüsse schießen, die sich spontan versenden lassen, sind eines der Produktmerkmale der neuesten Mobiltelefone von Motorola. Mit integrierten Digitalkameras oder Kamerazubehör ermöglichen sie den Konsumenten, unvergessliche Momente im Bild festzuhalten und an andere Mobiltelefone zu versenden. Mit dem neuen Motorola E365 beispielsweise lässt sich Partystimmung auch denjenigen vermitteln, die nicht dabei sein konnten. Das leichte E365 mit eingebauter Kamera ermöglicht schnelle Schnappschüsse, die mit einer Sprachnachricht unterlegt und an Freunde weitergeschickt werden können. Ein farbenfrohes mobiles Erlebnis bieten die neuen Farbdisplays. Sie

sind hervorragend dazu geeignet, Fotos darzustellen, individuelle Foto-Bildschirmschoner anzufertigen oder angezeigte Anruferkennungen durch Bilder zu ergänzen. Das große Display kann beim Motorola V600 bis zu 64.000 Farben darstellen. Mit dem V600 können Porträts der Gesprächspartner aufgenommen und für die visuelle Anruferkennung gespeichert werden. Mit der Bluetooth-Technologie

des V600 können diese Porträts ebenfalls schnell und einfach mit anderen kompatiblen Endgeräten ausgetauscht werden.

EDGE für schnelle Datenübertragung

Die Produktmerkmale der neuen Modelle Motorola T725 (EDGE – Enhanced Data Rates for Global Evolution) und Motorola A835 (UMTS) bieten eine optimale Basis für Multimedia-Anwendungen. Die mobilen Java-Applikationen und die immer größere Bandbreite von Infrastruktur-Technologien wie EDGE und UMTS verleihen den

neuen Mobiltelefonen die nötige Schnelligkeit und Leistung, um den Benutzern ein optimales Spielerlebnis bieten zu können. Mit zusätzlichen Merkmalen wie scharfer Grafik, Videofunktionen, leuchtstarken Farben und neuer Bewegungs- und Sound-Technologie können Anwender jetzt Spielerlebnisse in neuen Dimensionen genießen – zum Beispiel beim Durchfahren einer virtuellen Grand-Prix-Rennstrecke. Die leistungsfähigen Java-Applikationen bieten Konsumenten die Möglichkeit, ihr Mobiltelefon entsprechend ihren Bedürfnissen zu personalisieren. Neben Business-Anwendungen spielen Entertainment-Formate eine zentrale Rolle. Die Kombination aus Java-Technologie, hoher Übertragungsgeschwindigkeit und großformatigen Farbdisplays sorgt dafür, daß Mobiltelefone wie das T725 und das A835 keine mobilen Wünsche offen lassen. Das mobile Erlebnis wird durch ein ständig erweitertes Angebot von Applikationen ergänzt, deren Entwicklung Motorola im Rahmen eines neuen MotoCoder-Entwicklerprogramms fördert.

Nachrichten nach Maß

Die neue Handygeneration bietet den Konsumenten EMS, MMS sowie

und neuer Technologie ein von Motorola China entwickeltes Design ergänzt. Das A388c bietet neben den Standard-Telefonfunktionen einen hohen Bedienkomfort und weltweiten Zugang zu E-Mail für bis zu fünf verschiedene Benutzerprofile, SMS zum Versenden von Kurzmitteilungen, Gruppen-SMS für Konferenzschaltungen oder IM für schnelle Chats. Der großformatige Touchscreen des A388c, der 65.000 Farben darstellen kann, vereinfacht das Versenden von Nachrichten.

Digitales und optisches Make-up

Motorola hat eigenen Angaben zufolge schon lange den Wunsch der Konsumenten nach persönlichen Ausdrucksmöglichkeiten erkannt und erfüllt ihn mit ständig weiterentwickelten Personalisierungsfähigkeiten. Mit dem C350 können Anwender auch das äußere Erscheinungsbild ihres Handys aufpeppen, indem sie unterschiedlich gestaltete Gehäuseschalen verwenden. Mit dem installierten MotoMixer können Kreative auch eigene Sounds komponieren, indem sie MIDI-Klingeltöne laden und mischen. Der Spaßfaktor mit dem persönlichen Touch ist ein besonderes Merkmal des Motorola E380. Ganze Themenpakete mit Klingeltönen, Bildern, Lichtanzeigen und Sounds bieten vielfältige Möglichkeiten, die Persönlichkeit des Benutzers optisch und akustisch zur Geltung zu bringen. Durch spezielle Lichteffekte können Anrufe von Freunden angezeigt werden, wobei die Funlights des E380 für jeden Anrufer in einer persönlichen Farbe aufleuchten. Die Verbindung aus Funlights, dem polyphonen Lautsprecher und der haptischen Shake, Rattle & Roll-Technologie realisiert ein alle Sinne ansprechendes Erlebnis für alle Altersstufen.

Lösungen für alle Märkte und Technologien

Motorola realisiert mit seinen Mobiltelefonen, Applikationen und Zubehörprodukten Lösungen für alle wichtigen Mobilfunktechnologien. Mit dem Motorola A830 wurde bereits das weltweit erste Dual-Mode UMTS-Handy entwickelt und ausgeliefert. Mit dem A835 ist Motorola jetzt bereits mit dem zweiten UMTS-Gerät am Start. Die Strategie, Lösungen auch unter längerfristigen Perspektiven zu entwickeln und anzubieten, zählt sich nach eigenen Angaben jetzt in vielen Märkten aus.



Auch Zubehör wie das CarKit (oben) und das Bluetooth-Headset (unten) gehört zu den neuen Produkten, die Motorola zu Beginn des Jahres vorstellte.



Executive Vice President und President des Geschäftsbereichs Mobiltelefone bei Motorola. „Heute gibt es mehr als 1,2 Milliarden Handy-Nutzer – und es besteht weiterhin ein großes Wachstumspotential. Sowohl Neueinsteiger als auch die Gruppe derjenigen, die bereits mit dem Mobiltelefon vertraut sind, werden Geräte mit neuen Produktmerkmalen nachfragen.“ Motorola wolle mit erfolgreichen Produkten in allen Preissegmenten Bewegung in den



„Wir haben ein besseres Portal“

„Seit der Einführung zur CeBIT 2002 bereitet uns i-mode Freude, und zwar sowohl mit Blick auf die ständig steigenden Nutzerzahlen als auch hinsichtlich des Contents. Mit i-mode haben wir in den vergangenen Monaten bewiesen, daß es Produkte gibt, die gleichermaßen unseren Handelspartnern wie auch uns Umsätze und Margen sichern“, hat Bernhard Agis-Garcin, Abteilungsleiter Privatkundenmarketing bei E-Plus, im Gespräch mit PoS-MAIL festgestellt.

Grund genug für den Düsseldorfer Netzbetreiber, zu Beginn des neuen Jahres die Marketingaktivitäten für i-mode zu intensivieren – und damit neben der Rufnummermitnahme ein zweites Thema werblich zu fokussieren.

Der Grund für den i-mode-Erfolg liege auf der Hand: „Wir haben schlicht und einfach ein besseres Portal als andere Anbieter“, so Agis-Garcin. „Und vor allem die Schnelligkeit, mit der die verschiedenen Angebote zu erreichen sind, als auch die inhaltliche Vielfalt des Angebotes brauchen keinen Vergleich zu scheuen.“

Über diese Qualitäten hinaus habe sich i-mode vor allem deshalb ein festes Standbein im Portfolio des Handels erobert, weil viele Händler aktiv an der Sicherung der eigenen Existenz arbeiteten. Garcin: „Zwar ist das Handygeschäft in Deutschland immer noch sehr stark hardware-orientiert, aber eine ganze Reihe unserer Handelspartner hat erkannt, daß sie zukünftig mehr als bisher Mehrwertdienste verkaufen müssen, wenn sie langfristig im schärfer werdenden Wettbewerb überleben wollen.“ Dazu sei i-mode das ideale Produkt.

Anzeigenkampagne in Printmedien

Um die Nachfrage nach i-mode anzukurbeln, startet E-Plus mit einer Printkampagne ins neue Jahr. In den Anzeigen werden konkrete Anwendungsbeispiele des Dienstes präsentiert. Dabei greift die Kampagne besonders die für die i-mode Zielgruppen relevanten Dienste Kicker, Amica Singlebox und AOL E-Mail auf. „Gestaltungsmerkmale der Anzeigen sind eine handschriftliche Headline, das Display eines i-mode Handys und ein kurzer, erklärender Text“, erläuterte Bernd Knisch, Team Manager Sales Private Customers bei E-Plus. Die Headline beinhaltet die persönliche Aussage eines

i-mode-Nutzers zu „seinem“ Content-Angebot, die „wie in Gedanken hingeschrieben“ wirke. Im Handy-Display werde ein dazu passender Screenshot des Dienstes abgebildet. Der Text erkläre das jeweilige Angebot und weise auf die i-mode Website hin, auf der die Nutzer weitere Informationen bekämen.

Gerätfamilie hat jetzt drei Mitglieder

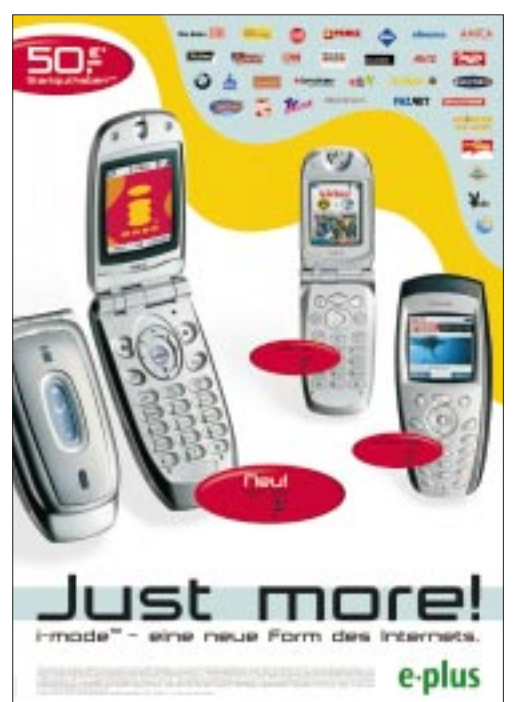
Aber es wird nicht nur werblich getrommelt. Mit zwei neuen Geräten, dem Toshiba TS21i und dem NECn22i, hat sich in den vergangenen Wochen auch die Palette der i-mode Handys zu einer Familie erweitert. „Wir haben lange das Problem gehabt, i-mode nur in Verbindung mit einem einzigen Gerät anbieten zu können“, sagte Garcin. „Das hat sich jetzt geändert. Mit den insgesamt drei Handys decken



wir bei den unverbindlichen Preisempfehlungen die Spanne von einem bis zu 99 Euro ab. Da dürfte für jeden Interessenten das richtige Gerät zu finden sein.“ Mit dem NECn22i ist ein speziell für den europäischen Markt konzi-



Bild oben: Bernd Knisch, Team Manager Sales Private Customers bei E-Plus, zeigt eines der neuen Poster, die E-Plus seinen Handelspartnern zur Unterstützung des Abverkaufs der aktuellen i-mode Handypalette zur Verfügung stellt. Bild rechts: Auch die komplette Geräte-Ränge für i-mode ist auf den neuen Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien zu sehen.



piertes i-mode Handy Modell auf den Markt gekommen. Wesentliche Neuerungen gegenüber dem Vorgängermodell, das bereits zur CeBIT 2002 eingeführt worden war, sind die 40stimmigen Klingeltöne und ein Display mit 4.096 Farben.

Auch Akku- und Empfangsleistung, bislang häufig Anlaß zur Kritik, wurden den Angaben zufolge erheblich verbessert. „Von diesen Verbesserungen, die in erster Linie über Softwareweiterentwicklungen erzielt wurden, profitiert natürlich auch das bereits im Markt befindliche NECn21i“, betonte Garcin. Weiterhin besitzt das neue NEC-Gerät ein kleineres und moderner gestaltetes Gehäuse als der Vorgänger, die Antenne ist im Gehäuse integriert, und ein zweites, in die obere Hälfte des Handys eingelassenes Display informiert über Ladezustand, Uhrzeit, Anrufe, SMS- oder i-mode Mail Eingang.

Das Toshiba TS21i soll preisbewußte i-mode Fans begeistern und kostet deshalb in den E-Plus Shops bei Abschluß eines E-Plus Laufzeitvertrages nur einen Euro (UVP). Es bietet zahlreiche

Anwendungen, zu denen neben i-mode auch E-Mails mit bis zu 1.000 Zeichen und ein 128 x 121 Pixel großes Display mit 256 Farben gehören. Der 16-stimmige MIDI (Musical Instrument Digital Interface)-Synthesizer und der Lautsprecher sorgen für auffällige Klingeltöne. Insgesamt kann das Toshiba TS21i 50 Klingeltöne speichern. Jeder im Telefonbuch des Handys gespeicherten Person kann ein Motiv oder Bild zugewiesen werden.

Werbe- und Vkf-Material wird aktualisiert

Um dem Handel die Möglichkeit zu geben, am Point of Sale auf das vergrößerte und verbesserte i-mode Angebot hinzuweisen, unterstützt E-Plus seine Partner mit einer ganzen Reihe neu gestalteter und aktualisierter Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien.

E-Plus informiert mit neuem Angebot unter www.womensnet.de

Ein neues E-Plus-Angebot in der Lifestylewelt womensnet von Henkel unter www.womensnet.de informiert ab sofort über wichtige und nicht so wichtige Fragen rund um das Handy im alltäglichen Einsatz. Beantwortet werden beispielsweise Fragen wie: „Mit welchem Handy mache ich die beste Figur im Job und beim Chill-out?“ oder: „Telefoniere ich im richtigen Tarif?“ Ab sofort gibt es Antworten auf diese und alle Fragen, die Quasselstreifen und SMS-Liebhaber bisher vielleicht nicht zu fragen wagten. Aufklärungsort ist die Rubrik „Beratung“. Dort findet sich ein umfangreiches Handy-Special, das sich intensiv mit (fast) allen Fragen rund um die mobile Kommunikation und das Handy beschäftigt. Die Handtyp-Beratung findet mit wenigen Klicks heraus, zu welcher Kategorie man(n) und auch Frau gehören und rät gleich zum passenden E-Plus-Tarif: Der Tarifrechner sucht sekundenschnell den richtigen und günstigsten Tarif. Und wer bei Themen wie i-mode oder dem neuen Bluetooth-Headset mitreden will, dem empfiehlt sich ein Blick in die Fragen und Antworten.

i-mode-Spiele sind mit neuer Struktur schneller erreichbar

i-mode soll auch im Jahr 2003 ein hervorragendes Mittel gegen Langeweile bleiben. Die große Game-Auswahl fürs Entertainment unterwegs wächst und wächst, und deshalb hat i-mode das multi-mediale Spiele-Regal mit neuer Menüstruktur noch übersichtlicher gestaltet. Die bisherige Rubrik „Freizeit/Fun“ heißt seit Mitte Januar „Freizeit/Games“ und ist deutlich schneller zu erreichen als zuvor. Wegen der vielen Neuzugänge sind alle Spiele ab sofort übersichtlich sortiert in den Unterkategorien „Action/Sport“, „Fun/Wissen“ und „Adventure/Sims“.

i-mode hat für E-Plus auch 2003 große strategische Wichtigkeit

Interview mit Hans-Joachim Winzeck, Marketingleiter Deutschland, und Katrin Braun, Leiterin Mobile Phones Deutschland, bei Siemens mobile

„Die Empfehlungsrate ist deutlich gestiegen“

Das Jahr 2002, bei Siemens nicht mit dem Geschäftsjahr identisch, ist für den Unternehmensbereich Information and Communication Mobile trotz des derzeit allgemein schlechten Konsumklimas sehr positiv verlaufen. PoS-MAIL fragte in München Hans-Joachim Winzeck, Marketingleiter Deutschland, und Katrin Braun, Leiterin Mobile Phones Deutschland, bei Siemens mobile, nach den wichtigsten Ereignissen, die zu diesem erfreulichen Ergebnis geführt haben.

PoS-MAIL: Siemens mobile hat im vergangenen Jahr Marktanteile gewonnen und erneut seinen Anspruch untermauert, einer der führenden Anbieter im Mobilfunkmarkt zu sein. Können Sie die Geschäftsentwicklung bereits jetzt kurz beschreiben?

Katrin Braun: Nachdem das Jahr 2002 auch für uns eher verhalten begonnen hatte, sind die Verkaufszahlen seit dem Sommer deutlich gestiegen. Diese Steigerung lag bei Siemens nach den uns vorliegenden Marktuntersuchungen deutlich über der des Gesamtmarktes. Und auch das Weihnachtsgeschäft hat zusätzlich erfreuliche Umsätze gebracht.

PoS-MAIL: Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Hans-Joachim Winzeck: Neben den hervorragenden Produkten, die wir bereits im Programm hat-

ten bzw. im Laufe des vorigen Jahres eingeführt haben, stellt insbesondere die Vorstellung der Weiterbildungs- und Qualifizierungsinitiative „Fit for mobile“ einen Meilenstein für unseren Bereich dar. Dieses mehrstufige Programm vermittelt den Teilnehmern nicht nur allgemeines Wissen, sondern regt sie dazu an, sich intensiv mit der Marke Siemens und den Siemens Mobilfunkprodukten auseinanderzusetzen. Dadurch steigt die Akzeptanz beim Händler, und die Bereitschaft, Siemens Geräte zu verkaufen, wächst ebenfalls.

PoS-MAIL: Läßt sich das Interesse an dieser Initiative in Zahlen ausdrücken?

Hans-Joachim Winzeck: Wir analysieren natürlich die Log-in-Zahlen. Bislang hat sich etwa die

Hälfte aller Handelspartner, mit denen wir in Kontakt stehen, im Extranet für Fit for mobile eingeschrieben. Das sind insgesamt einige Tausend. Und die meisten von ihnen haben bereits die Trainings eins und zwei absolviert.

Katrin Braun: Die große Resonanz zeigt uns, daß wir nicht nur das Ziel erreicht haben, den Verkaufsmitarbeiter am Point of Sale für seine tagtägliche Arbeit



Hans-Joachim Winzeck, Marketingdirektor Deutschland, und Katrin Braun, Vertriebsleiterin Deutschland, bei Siemens mobile

besser zu qualifizieren, sondern daß wir auch klar als Partner im Markt akzeptiert werden.

PoS-MAIL: Gab es außer im virtuellen Bereich des Internets noch Aktivitäten direkt vor Ort, am Point of Sale?

Hans-Joachim Winzeck: Fit for mobile war nur ein Teil unserer

Gesamtaktivitäten. Die von Siemens gewohnte Unterstützung mit Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen und die werbliche Präsenz in den verschiedensten Medien zur Ankurbelung der Nachfrage wurden deshalb selbstverständlich nicht eingeschränkt. Wir sind uns darüber im klaren, daß nach wie vor die Mehrzahl aller Kaufentscheidungen unmittelbar im Laden erfolgt.

Katrin Braun: Wir haben mit der Qualitätsoffensive für das C55 sogar noch zusätzliche Aktivitäten entwickelt, indem wir eine Zehn-Punkte-Liste für die Argumentation am Point of Sale aufgestellt haben. In der Kombination dieser zehn Punkte liegt das Alleinstellungsmerkmal des C55. Der Markter-

folg dieses Modells beweist, daß das Konzept dieser Maßnahme aufgegangen ist, denn nur einzelne Punkte herauszustellen und zu bewerben ist wesentlich einfacher, macht die einzelnen Produkte aber auch austauschbarer.

Hans-Joachim Winzeck: Aufgrund aller Aktivitäten ist die Empfehlungsrate für Siemens in den Geschäften deutlich gestiegen.

PoS-MAIL: Was gibt es zu den Produkten zu sagen? Siemens hat im vorigen Jahr verschiedene Modelle eingeführt. Wie sind diese bei Handel und Verbrauchern angekommen?

Katrin Braun: Wir haben in der Vergangenheit erkannt, daß der Handy-Konsument zwar auf der

Siemens-Broschüre liefert technische Produktinfos

Siemens mobile hat eine Broschüre mit technischen Produktinformationen zu seinen aktuellen Lösungen für die Sprach- und Datenkommunikation herausgebracht. Im Mittelpunkt des 52 Seiten umfassenden Druckwerkes im DIN A4 Format stehen umfassende und detaillierte Informationen zu den Geräten der derzeitigen Produktpalette. Die einzelnen Kapitel greifen die Themen



schnurlose Telefone, ISDN-Systeme, Erweiterungen zum Systemausbau, DSL-Systeme, SIMpad SL4 und Komfort-Telefone auf und beschreiben allgemeine und Leistungsmerkmale, Ausbaumöglichkeiten, Zubehör, Lieferumfang und Farbvarianten. Zusätzlich fassen Tabellen alle Produkte mit ihren Features übersichtlich zusammen. Abgerundet wird der Inhalt durch die Erklärung wichtiger Begriffe von a/b-Adapter bis Zugriffsberechtigung und durch Erläuterungen zur Serviceabwicklung. Die Broschüre kann per Fax (089/90488213) oder im Händler-Extranet (www.siemens-icm-extranet.de) bestellt werden.



Das S55 (oben; mit Kameramodul), das A50 (rechts) und das C55 gehören zu den erfolgreichen Handy-Modellen, die Siemens im Jahr 2002 eingeführt hat.



einen Seite äußerst fortschrittlich denkt, aber auf der anderen Seite auch markenbewußt ist und Solidität sucht. Wir haben deshalb ein eigenes Design mit einer Siemens-typischen Formensprache entwickelt, die die Identifikation mit unseren Produkten erleichtert. Darüber hinaus reduzieren wir das Wort Qualität nicht nur auf das Produkt selbst, sondern auch auf das Drumherum. Hohe Qualität bedeutet deshalb für uns, daß wir für jede Zielgruppe die richtige Lösung haben, daß wir mit Zubehör und zusätzlichen Applikationen die Wünsche nach Individualisierung erfüllen können und daß auch der Service nach dem Verkauf des Produktes stimmt.

PoS-MAIL: Vielen Dank für das Gespräch.

Siemens führt sein erstes Klapphandy CL50 auch in Europa ein

Siemens mobile bringt sein erstes Klapp-Handy, das CL50, nach der erfolgreichen Einführung in Asien jetzt auch auf den europäischen Markt. Das neue Handy ist eigenen Angaben zufolge Teil der Siemens Strategie, Mobiltelefone zu bauen, die sowohl vom Design als auch von den Features zu den individuellen Lebensstilen der Menschen passen.

Das elegante, siebzig Gramm schwere CL50 wendet sich vor allem an modebewußte aktive Menschen. Es besitzt eine integrierte Öse, die es dem Benutzer ermöglicht, das Handy sogar wie ein Schmuckstück um den Hals zu tragen. Ab sofort ist das Siemens CL50 in der Farbe Champagner mit blau leuchtenden Displays – eines innen und eines auf der Klappenaußenseite – zum Preis von etwa 450 Euro zu haben. Das CL50 ist unter anderem mit einem Adreßbuch mit bis zu neun Einträ-



gen pro Kontakt, einem WAP-Browser für den Zugang zum mobilen Internet und drei Spielen ausgestattet. Polyphone Klingeltöne, Hintergrundbilder und EMS-Nachrichten bieten zahlreiche Möglichkeiten der Personalisierung. Einzelnen Anrufern können individuelle Klingeltöne zugeordnet werden. Über das Display auf der Außenklappe kann der Benutzer sich mit einem Blick Anrufername oder Nummer sowie Datum und Uhrzeit informieren, ohne das Gerät aufklappen zu müssen. Als Siemens Original-Zubehör sind für das CL50 ein Li-Ion 600 mAh Akku und ein Loop Headset erhältlich,

mit dem man das Handy bequem um den Hals tragen kann. Das neue Handy steht ab sofort zur Verfügung.

Sonys DVD-Multitalent garantiert maximale Kompatibilität

Der neue RDR-GX7 von Sony ist nach Angaben des Herstellers derzeit der einzige DVD-Recorder, der Aufnahmen auf DVD-RW, DVD+RW und DVD-R unterstützt. Damit sind seine DVD-Discs mit den meisten auf dem Markt verfügbaren DVD-Spielern kompatibel. Außerdem gibt Sonys neues Meisterstück die Disc-Formate DVD, DVD+R, DVD-RW, DVD+RW, DVD-RCD und natürlich CD-R und CD-RW wieder.

Die Camcorder-Steuerungsfunktionen, etwa One-Touch-Dubbing, bieten darüber hinaus viele Möglichkeiten, private Videos auf DVD zu archivieren. Für die Aufzeichnung von Fernsehsendungen stehen die vom Videorecorder bekannten Funktionen zur Verfügung. Dank seines anwenderfreundlichen Bildschirmmenüs ist die Bedienung des RDR-GX7 sicher und unkompliziert.

band auf eine Disc in hervorragender Bildqualität übertragen. Über die Funktionen „Program Edit“ und „Advanced Program Edit“ stehen zusätzliche Bearbeitungsoptionen zur Verfügung, mit deren Hilfe der Anwender den Inhalt seiner Disc frei zusammensetzen kann. Durch den digitalen Kopiervorgang wird immer die höchstmögliche Qualität gewährleistet.

auch bei unterschiedlichen Bildinhalten gewährleistet.

Der DVD-Recorder liefert laut Sony rauscharme Bilder und gestochen scharfe Bewegungsabläufe. Dafür sorgen ein 12-Bit/108 MHz-Video-D/A-Wandler mit Noise-Shaped-Video*-Technologie (* Noise Shaped Video ist ein Markenzeichen von Analog Devices Inc.) und eine bewegungsabhängige digitale Rauschreduktion (Motion Adaptive Field Noise Reduction). Mögliche Kompressionsfehler reduziert die Block Noise Reduction. Über den digitalen Video Equalizer können die verschiedenen Video-Parameter optimal an das angeschlossene Display angepaßt werden.



Der neue DVD-Recorder RDR-GX7 von Sony macht von allen Seiten eine gute Figur.



Die Aufnahme- und Wiedergabequalität des RDR-GX7 ist mit Sonys Top-DVD-Playern vergleichbar. Auch im Design paßt sich der Dual-Recorder den Großbildschirm-Fernsehern und Home Entertainment-Systemen von Sony perfekt an.

Mit der Unterstützung der Aufnahmeformate DVD-RW und DVD+RW bietet der RDR-GX7 von Sony laut Hersteller in Sachen Kompatibilität einen echten Vorteil gegenüber konventionellen DVD-Recordern. Der Nutzer kann nun flexibel entscheiden, ob er eines der beiden RW-Formate oder aber das DVD-R-Format nutzt.

Sobald ein DV- oder Digital8-Camcorder über Sonys i.LINK-Schnittstelle an den RDR-GX7 angeschlossen ist, übernimmt der DVD-Recorder die komplette Steuerung des Camcorders für alle Überspiel- und Bearbeitungsfunktionen.

Über die „One-Touch-Dubbing“-Funktion kann der Anwender auf Knopfdruck schnell und einfach den gesamten Inhalt vom Video-

Beim Überspielen von Aufnahmen auf den DVD-Recorder beweist Sonys RDR-GX7 High-Tech-Qualitäten: Bevor die Enkodierung der Bildsignale beginnt, können über einen Video-Equalizer die verschiedenen Bild-Parameter, wie Brillanz und Farbe, optimiert werden. Danach reduziert eine hocheffiziente, digitale Rauschreduktion Störungen im Bild, während der Time Base Corrector zeitliche Schwankungen des Bildsignals, sog. Jitter, entfernt.

Dieser Prozeß macht sich besonders bei analogem und/oder verarbeiteter Bildmaterial bemerkbar, da Bildstörungen vermieden werden, die sonst nur unnötig Daten im Enkodierprozeß beanspruchen würden. Für den weiteren Kodierungsprozeß nutzt Sonys erster DVD-Recorder für alle Formate eine variable Datenrate, die eine gleichbleibend hohe Bildqualität

Bedienkomfort wird beim RDR-GX7 groß geschrieben: Der komplette Aufnahmeprozess auf DVD läßt sich bequem per Fernbedienung und leicht verständlichem Bildschirm-Menü steuern. Der RDR-GX7 verwaltet aufgezeichnete Sendungen oder Szenen komfortabel in einer Titelliste, die nach Szenennamen, -nummer oder -datum sortiert werden kann. Jede Szene verfügt über ein Vorschaubild und einen entsprechenden Namen, der – sofern verfügbar – bei Fernsehaufzeichnungen automatisch aus dem Videotext generiert wird. Die aufgezeichneten Szenen können auch über das Bildschirmmenü benannt werden. Das schlanke Design des Sony RDR-GX7 mit gebürsteter Aluminiumfront hat dazu beigetragen, daß seine Abmessungen denen herkömmlicher DVD-Abspielgeräte entsprechen.

Camcorder-Anschluß, einfache Bedienung und beste Bildqualität zeichnen Sonys Dual-DVD-Recorder für DVD-RW und DVD+RW aus

PoS **Aktuell**

Talkline schaltet die ersten 0900-Service-Rufnummern frei

Talkline ID hat zum 1. Januar die ersten 0900-Service-Rufnummern freigeschaltet und nach eigenen Angaben gleichzeitig den Kundenschutz in diesem Bereich optimiert. „Bei unseren 0900-Rufnummern gilt zukünftig ein hoher Sicherheitsstandard für den Endkunden“, betonte Renatus Zilles, Vorsitzender der Talkline Geschäftsführung. So ist allen entsprechenden Rufnummern eine kostenlose Tarifansage vorgeschaltet und der Anrufer muß bei Tarifen über drei Euro pro Minute den Preis mittels einer zusätzlichen Sprach- oder Tasteneingabe bestätigen. „Damit ist sichergestellt, daß der Kunde über den jeweiligen Preis eindeutig informiert wird und Mißverständnisse ausgeschlossen sind“, betonte Zilles. Zusätzlich hat Talkline ID für alle Anrufe über die 0900-Nummern eine Preisobergrenze von 100 Euro pro Gespräch eingeführt. Somit sei es auch zukünftig möglich, beispielsweise Software-downloads über eine Service-Nummer zu ermöglichen. Gleichzeitig werde damit möglichem Mißbrauch ein Riegel vorgeschoben und der Kundenschutz optimiert. Außerdem ist der Verhaltenskodex der Freiwilligen Selbstkontrolle (FST) Bestandteil der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Auskünfte zu den Informationsanbietern, die das Talkline-Netz nutzen, können über die Service-Nummer 0180/3234377 eingeholt werden.

P. Kroyer übernimmt Verantwortung bei NEC-Mitsubishi

Peter Kroyer (40) hat Anfang des Jahres die Position des General Managers der Business Development Division in der Europazentrale



der NEC-Mitsubishi Electronics Display GmbH übernommen und zeichnet jetzt europaweit für die Bereiche Product Management (Product Marketing und -Development), Corporate Marketing Communications sowie Public Relations verantwortlich. Zu seinen wichtigsten Aufgaben zählt hierbei die Entwicklung und Umsetzung neuer zielgruppengerechter und marktorientierter Marketing- und Kommunikationsstrategien in ganz Europa. Peter Kroyer bringt

langjährige Erfahrung in verantwortungsvollen Positionen bei namhaften Unternehmen der IT-Branche mit.

Pierre Maielli hat Verantwortung bei Thomson übernommen

Pierre Maielli (35) hat am 1. Januar bei Thomson den Verantwortungsbereich Marketing und Product Management für Deutschland und Österreich übernommen. Er ist der



Nachfolger von Emanuel Funk-Moreau, der zum General Manager Zentral Europa & Rußland ernannt worden ist. Pierre Maielli, 1967 in Schweden geboren, hat in Schweden und Deutschland BWL studiert und war nach Tätigkeiten in der Werbung und im Marketing seit 1997 als Product Manager und Marketing Manager bei der Groupe SEB Deutschland GmbH (Geschäftsbereich Rowenta) in Offenbach/Main beschäftigt.

Fachhändlern winkt beim Elsa-Gewinnspiel eine Reise nach Paris

Exklusiv für Fachhändler und ihre Mitarbeiter hat die neue Elsa GmbH jetzt ein Gewinnspiel gestartet. Auf den Hauptgewinner wartet ein Frühlings-Wochenende in Paris (inklusive Anreise, Unterkunft, Verpflegung und Unterhaltungsprogramm). Attraktive Sachpreise aus der aktuellen Produktreihe sollen die Nächstplatzierten trösten. Alles, was der Fachhändler tun muß, um teilzunehmen, ist ein „Bekennerschreiben“ mit dem Satz: „Ich sage Ja zu Elsa“ aufzusetzen. Ob als E-Mail an Ja@elsa.de, als Postkarte oder als Telefax (0241/606-6199), Bekennerschreiben und Angabe von Namen und Firmenabsender genügen. Einsendeschluß ist der 31. Januar 2003.

T-Mobile tauscht Steckerschuh für den T-Mobile MDA

T-Mobile Deutschland bietet allen Besitzern des T-Mobile MDA an, aus Sicherheitsgründen den Steckerschuh für das Ladegerät auszutauschen. Als Grund für diese reine Vorsichtsmaßnahme nennt das Unternehmen die Tatsache, daß im Einzelfall nicht auszuschließen sei, daß sich unter großer Gewalteinwirkung der eigentliche Stecker vom Steckergehäuse löst und dann freiliegende Pole berührt werden könnten.

Hier können Sie Ihr Abo

POS-MAIL

bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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



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

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

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

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____ Unterschrift _____

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

- | | |
|--|--|
| Einzelhandel: | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |
| Dienstleister: | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |
| <input type="checkbox"/> Distributor | |
| Lieferanten: | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Hersteller | |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

Gewinner der Leserbefragung und Gewinnaktion 2002



In der Dezember-Ausgabe 2002 hatten die PoS-MAIL-Leser wieder die Möglichkeit, an der großen Leserbefragung und Gewinnaktion teilzunehmen. Auch in diesem Jahr hat uns eine hohe Anzahl an Zuschriften erreicht.

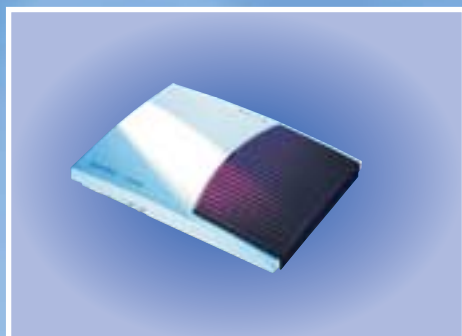
Die Gewinner der unter allen Einsendungen verlostten Preise stehen nun fest. PoS-MAIL wünscht den Gewinnern viel Spaß mit ihren wertvollen Preisen und dankt den Sponsoren für ihre Unterstützung.



AVM BlueFRITZ!

ISDN-Netzwerkkarte

Ulf Neuwinger;
Expert-Radio-Schröder; 16909 Wittstock



Agfeo AS1xISDN-Anlage

ISDN-Tk-System

Manfred Boost;
Electronic-Design; 45136 Essen



Arcor DSL

DSL-Anschluß für 6 Monate

Sigfried Bachhuber;
Pro Markt; 94302 Passau



Brother HL-1230

Drucker

Peter Stangl;
Telefix; 01587 Riesa



Canon Ixus V3 & CP-100-Drucker

Digitalkamera und Direktdrucker

Thomas Jäger;
Fernseh-Bauer; 04821 Brandis



Casio Exilim EX-M2

Digitalkamera mit integriertem MP3-Player

Torsten Arndt;
EP: Elektron; 19217 Rehna



Cullmann variocom VC3

Universal-Freisprechanlage

Horst Hansen;
Karstadt AG; 24937 Flensburg



Daewoo DTB-21U76

TV-Gerät

Ludwig Schultheiss;
Osram; 80339 München



Dangaard Nokia 5510

Nokia Handy von Dangaard Telecom

Oliver Ramforth;
Low Budget PC; 33332 Gütersloh

Wurde 3x verlost!



debitel Prepaid Pakete

Jeweils ein PrePaid-Paket der Netzbetreiber T-Mobile, Vodafone und E-Plus mit 15 Euro Startguthaben

Rainer Schubert; W. Jokesch GmbH; 40647 Düsseldorf
Andreas Köhler; Saturn; 39104 Magdeburg
Manfred Müller; Harres Company; 66740 Saarlouis



Elmeg Telefon DECT T50

Schnurlostelefon für elmeg Tk-Anlagen

Nikolaus Much;
Media Markt; 81477 München



Fujifilm Finepix F401

Digitalkamera

Steffen Eißner;
LG Electronics; 01737 Pohrsdorf



Fujitsu DynaMO 2300USB

Magneto-optisches Speichermedium

Martin Arnold;
Telebau GmbH; 34513 Waldeck



Funkwerk Dabendorf Audio 2000

Universelle Freisprechanlage

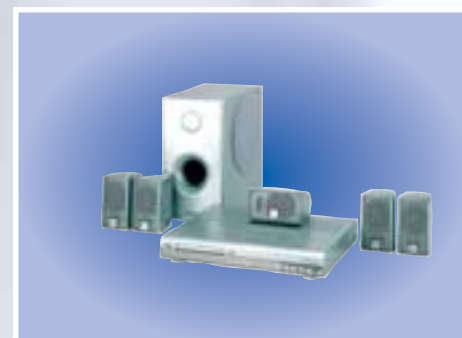
Claus-Peter Nowacki,
Vodafone Shop; 46483 Wesel



Grundig Tharus

LCD-TV

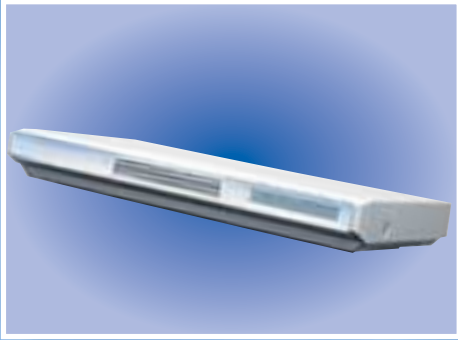
Werner Höller;
Videoplay; 51143 Köln



Hitachi HTDK-160

DVD-Receiver

Inge Graf;
GKM mbH; 90482 Nürnberg



JVC XV-N5
DVD-Player

Marc Berger;
Bayern 3; 80339 München

Wurde 2x verlost!



KraftComPowerNet-Modul
Modul für DSL-Anschluß und Netzwerk

Frank Barth; Ton und Bild; 01737 Pöhrsdorf;
Rene Kruhm; RedZac Kruhm; 36199 Rotenburg



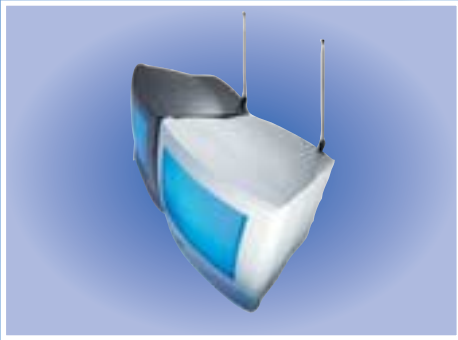
LG DA-3520
DVD-Receiver

Torsten Klose;
expert Heico-Electronic; 06127 Merseburg



LG Flatron 885LE
18,1" TFT-Bildschirm

Susanne Bonitz;
Kaufhof; 50825 Köln



Loewe Xelos M137 VT
Kompaktes TV-Gerät

Bruno Pöveling;
Telekommunikation und Computer; 49626 Bippin



Nokia Handy 6610
Triband-Mobiltelefon

Frank Wohlrab;
Pro Markt; 067660 Wolfen-Bobbau



Photo+Medienforum Kiel
Besuch des Seminars „Digitale Fotografie“

Ingo Lepper;
Photo Porst; 40878 Ratingen

Wurde 3x verlost!



Plantronics Audio 60
Stereo-Headset

Melanie Taberna;
Elektromarkt Hentschel; 03222 Lübbenau
Werner Fröhlich;
Telekommunikation Fröhlich; 59192 Bergkamen
Günther Laumann;
Metro Breisgau; 79110 Freiburg

Wurde 2x verlost!



Sendo Handy J530
Mobiltelefon

Frank Vocker;
Ingram-Micro; 84513 Töging
Jürgen Wege-Nork,
Karstadt AG; 42651 Solingen



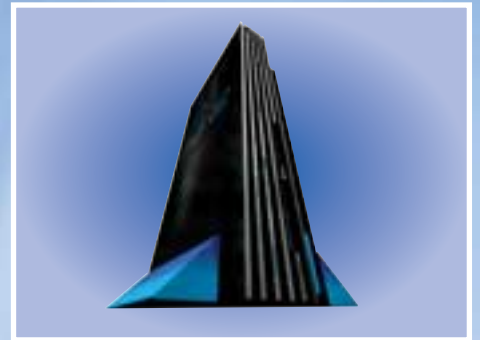
Siemens Gigaset 4110
Festnetztelefon

Günther Bergen;
Wiesenhavern; 20095 Hamburg



Sharp Aquos 13"-LCD-TV
LCD-Fernseher

Nina Ch. Esser;
MBH & Co.; 01156 Dresden



Sony Playstation 2
Spielkonsole

Ludwig Koch;
HiFi Adolph u. Partner KG; 53359 Rheinbach



Sony SCD-XE670
Super Audio CD-Player

Ludwig Karsch;
Karsch & Vieweg; 09130 Chemnitz



Sony SDM-X202
Monitor

Horst Dellith;
Adalbert Zajadacz; 21629 Neu-Wulmstorf



THB Comfort Basic

Freisprechanlage einsetzbar für verschiedene
Handymodelle

Uwe Rosa;
Media Markt; 13585 Berlin



T-DSL Modem

Highspeed Internetzugang über DSL

Uwe Bartosch;
Morgenstern AG; 72770 Reutlingen



T-Mobile Xtra Pac

Startguthaben von 15 Euro für das T-Mobile-Netz
und Mobiltelefon Siemens MT50

J. Thiedemann;
J.T.H. Computer; 29576 Barum

**Herzlichen
Glückwunsch!**

Interview mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland „Viel Wirbel, aber keine dramatischen Veränderungen“

Im Jahr 2002 sorgten einige Neuheiten für Aufsehen in Sachen Games und Spielkonsolen im europäischen Markt. PoS-MAIL sprach mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer Sony Computer Entertainment Deutschland, über die Positionierung des Klassikers PlayStation 2 und über Sonys Perspektiven für das Jahr 2003 in diesem Segment.

PoS-MAIL: Herr Gerdes, Microsoft hat im März vergangenen Jahres die Xbox in Europa eingeführt. Nintendo stellte im Mai seinen Gamecube der breiten Öffentlichkeit vor. Inwiefern haben die Produktneuheiten der Wettbewerber Sonys doch sehr stabile Positionierung im Spielkonsolenmarkt beeinflusst?

Manfred Gerdes: Nun, durch die

neuen Wettbewerbsprodukte im Markt wurde zwar viel Wirbel, aber im Prinzip keine dramatischen Veränderungen im Markt ausgelöst. Ein problematischer und ein überaus erfolgreicher Start prägten die ersten sechs Monate des vergangenen Jahres. Dann wurde es zunehmend ruhiger, und im November schalteten die Kollegen vom Wettbewerb einen Gang herunter. Das Ergebnis des vergangenen Jahres war für uns nicht optimal, obwohl wir mit der Entwicklung nicht unzufrieden sind. Wir haben dennoch mehr erwartet.

PoS-MAIL: Wie ist denn Sony im Vergleich zu den Wettbewerbern positioniert?

Manfred Gerdes: Mit rund 75 Prozent im Bereich Hardware und mit circa 85 Prozent im Software-Segment, inklusive aller 3rd Party Softwaretitel, können wir mit dem Marktanteil durchaus zufrieden

sein. Mit 1,5 Millionen PlayStation 2 haben wir deutschlandweit jedoch lediglich eine Haushaltspenetration von fünf Prozent erreicht. Somit bieten sich noch viele Chancen, die wir gemeinsam mit dem Handel ausschöpfen können.

PoS-MAIL: Für die Sony PlayStation 2 ist im vergangenen Jahr eine große Anzahl an Software Titeln im Markt erschienen. Sehen Sie im Absatz von Software einen höheren Stellenwert als in dem von Hardware?

Manfred Gerdes: Ja, die Software ist wichtiger als die Hardware, und das nicht nur für uns. Auch der Handel lebt hauptsächlich von den „Software-Margen“, die im Vergleich zum Musik- und Filmgeschäft im Game-Bereich recht stabil sind. Bei Sony Computer Entertainment liegt die Lifetime Hardware/Software Ratio bei 1 zu 5 und in diesem Jahr schon fast bei 1 zu 7. Das sind unerreichte Werte

seitens der Wettbewerber und machen die Sony PlayStation 2 auch im Gesamtdeckungsbeitrag zum attraktivsten Produkt der Branche.

PoS-MAIL: Welche Trends zeichnen sich im Spiele- und Konsolenmarkt für das laufende Jahr ab?

Manfred Gerdes: Nun, die Ausichten sind nicht rosig. Die Tendenz zu überstrapazierten Bundles beim Wettbewerb vernichtet wertvolle Handelsmargen. Will man nicht nur mit Preisreduzierung arbeiten, so ist Added Value notwendig. Wir sind auch für das Folgegeschäft verantwortlich und das geht eindeutig verloren, wenn drei Softwaretitel oder mehr in einem Bundle angeboten werden, zumal hier auch die Zugabe in keinem Verhältnis zum Produkt steht, wenn bei 249,- Euro für das eigentliche Produkt 180,- Euro und mehr verschenkt werden. Wir verfolgen eine andere Politik. Diese



erfordert ein Höchstmaß an Flexibilität, um zum richtigen Zeitpunkt mit dem richtigen Angebot gegen den Wettbewerb bestehen zu können. Gleichermäßen muß dem Endanwender ein Kaufanreiz angeboten werden, der sowohl dem Handel als auch der Industrie die Deckungsbeiträge bringt, die notwendig sind, um weiterhin ein erfolgreiches Geschäft betreiben zu können.

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



- Alpine Racer 3
- Spyro Enter the Dragonfly
- The Getaway

Spyro Enter the Dragonfly

PS 2-Spaß für jung und alt

Der liebevolle Drache Spyro gönnt sich nach seinem letzten Abenteuer eine Auszeit. Bei einer Feier Ende des Jahres bekommt jeder junge Drache eine Libelle. Jede Libelle hat einen unverwechselbaren Charakter und dient ihrem Drachen treu. Ohne diese Libellen besitzen die Drachen keine Zauberkraft mehr und sind wehrlos.

Eine teuflische Kreatur namens Ripto raubt alle Libellen und verteilt sie über das ganze Land. Nur die von Spyro bleibt erhalten. Der Drache hat nun die Aufgabe, das Land von dem üblen Gesellen zu befreien und die Libellen mit Hilfe seines Blasenatems zu fangen.

Natürlich stehen dem Spieler noch der klassische Feueratem sowie der Eis- und Elektroatem zur Verfügung. Auf seiner Jagd nach den Libellen reist Spyro auch in Panzern, Spitfire-Jets oder auf einem Mantarochen im Meer.

Natürlich muß Spyro, wenn er schon mal dabei ist die Welt zu retten, auch den Drachenschatz finden. Dazu muß er einfach nur die Edelsteine aufsammeln, die überall verstreut sind.

Dieses Spiel für die PlayStation 2 macht Spaß und ist gleichermaßen für jüngere und ältere Spieler geeignet, denn die Rätsel sind nicht immer ganz einfach. UVP: 59,95 Euro

Alpine Racer 3: Ski und Snowboard für PS 2



Alpine Racer 3 ist, wie man aus dem Namen schon schließen kann, ein Ski- und Snowboard-Rennspiel. Man hat die Auswahl zwischen sieben Charakteren mit unterschiedlichen Fähigkeiten bei Schnelligkeit oder Balance. Im Arcade-Modus hat man die Möglichkeit, in einem Turnier gegen Computergegner auf sieben verschiedenen Strecken anzutreten. Nach jedem Rennen bekommt man für Stunts, Geschwindigkeit und eine geringe Anzahl von Stürzen Geld. Mit dieser Belohnung kann man den eigenen Charakter individuell mit einer neuen Ausrüstung versehen und ihm z. B. ein neues Snowboard oder bessere Ski spendieren. Nach dem ersten Durchspielen des Arcade-Modus kann man den Schwierigkeitsgrad hochschrauben, so daß der nächste Durchgang des PlayStation 2 Spieles wieder neue Herausforderungen mit sich bringt. Nach Lust und Laune spielt man im Mehrspieler-Modus gegen einen anderen Mitspieler, durch die vielfältig gestalteten Strecken wird dies nie langweilig. Auch der Zeitmodus lohnt sich, wenn man auf der Jagd nach neuen Rekorden ist. Graphisch ist dieses Spiel exzellent dargestellt und überzeugt durch schön animierte Figuren und liebevoll gestaltete Strecken. Für Sportspiel-Freunde ist Alpine Racer 3 auf jeden Fall einen Blick wert. Denn es revolutioniert die Wintersportspiele und vereint erstmals Snowboard- und Skifahren. Die Steuerung ist simpel und für jedermann innerhalb weniger Minuten leicht zu erlernen. UVP: 59,95 Euro DB



The Getaway

Ein Actionspiel mit Kino-Atmosphäre

In diesem PlayStation 2 Spiel ist der ehemalige Gangster Marc Hammond endlich am Ziel: Nach mehreren Haftstrafen führt er ein normales Leben mit Frau und Kind. Eines Tages jedoch holt ihn die Vergangenheit ein. Seine Frau wird von Auftragsmördern umgebracht und sein Kind entführt. An dieser Stelle beginnt das Spiel. Über seiner toten Frau kniend, beschließt Marc Hammond, die Gangster zu verfolgen und

Rache zu nehmen. Doch er wird von Chrli Jolson, dem Drahtzieher dieses Dramas, erpresst und ist von nun an gezwungen, dessen Pläne auszuführen. An die verschiedenen Auftragsorte wird er per Handy gerufen. Zum Einsatz gelangt er dabei entweder zu Fuß oder mit einem der 60 lizenzierten Autos. Diese komplexe Geschichte spielt in London: schön animierte Häuser, Parks oder Kneipen steigern den Spielspaß.

Nach einmaligem Durchspielen ist es möglich, das Spiel in der Rolle des Polizisten Frank Carter zu bestreiten. Nun ist man auf der Jagd nach Marc Hammond, der für den Mord an seiner Frau verantwortlich gemacht wird. Anders als bei solchen Spielen gewohnt, gibt es keine Anzeige für den Zustand des Helden. Der Gesundheitszustand wird durch Verletzungen dargestellt, die nur durch Ausruhen geheilt werden können. Dabei lehnt sich der Darsteller an die Wand und gönnt sich eine Verschnaufpause, wenn nichts dazwischen kommt. Die Steuerung ist sehr komplex, aber nach mehrmaligem Spielen findet man sich gut zurecht. UVP: 59,95 Euro

Digital Handycam
DCR-IP55

Wer ist hier eigentlich das Topmodel?



Vorhang auf für die DCR-IP55 Digital Handycam. Ein Camcorder, dessen Design überall Aufsehen erregt. Seine kompakten Abmessungen kombiniert mit dem außergewöhnlichen, klappbaren Griff machen ihn zu einem der stylischsten Camcorder. Das Carl Zeiss Objektiv und der 1-Mio.-Pixel-CCD gewährleisten hervorragende Bildqualität im Video- und Fotomodus. Und wenn Sie möchten, dass auch andere sehen, was das technologisch innovative Topmodel kann: Senden Sie doch einfach Ihre besten Fotos oder MPEG-Kurzfilme per E-Mail ohne zusätzlichen PC an Ihre Freunde, wo immer Sie auch gerade sind. Mit der kabellosen Bluetooth™ Technologie brauchen Sie dazu nur ein Bluetooth™ fähiges Handy. So einfach ist das mit der neuen DCR-IP55, diesem überaus fotogenen Camcorder.



Bluetooth™

Sony und Digital Handycam sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo.
Die Marke Bluetooth ist Eigentum von Bluetooth SIG, Inc., USA.

www.sony.de/imaging



go create

SONY