F Ü R HIGH-TECH-MARKETING INFORMATIONEN

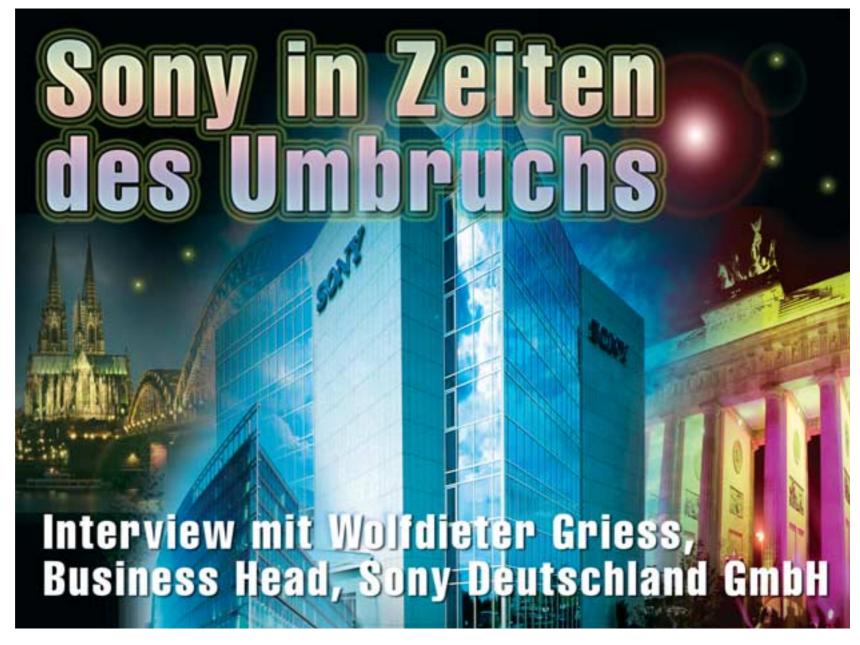
5. Jahrgang • G 51612

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

http://www.pos-mail.de

INHALT

Sharp eröffnet in Kameyama Fabrik für Motherglasses ...S. 6 Der neueste LCD-Rückprojektions-TV von LG ist jetzt lieferbar ...S. 7 Wega-Engine: LCD-TVs mit Sony Bildpower ...S. 8 Flachdisplays: Modelle, Macher, Märkte ...S. 10 Sony bietet "Network Center" durch ein modulares Display System ...S. 12 CES: Plasma-TVs mit zwei Metern Bilddiagonale ...S. 13 Zweilagige DVD-Formate ...S. 14 I had a dream...: Fisher ...S. 15 Neue QV-R51 Digitalkamera von Casio ...S. 16 JVC stellt neue Mini-DV-Camcorder vor ...S. 17 Digitale Papierbilder: Medienvielfalt für Fotodrucker ...S. 18 Interview mit Norbert Strixner, Leitung Marketing Deutschland Cordless Products bei Siemens mobile ...S. 21 "Die Marke O2 hat sich extrem gut etabliert" ...S. 23 T-Mobile führt neues Relax-Tarifsystem ein ...S. 25 Die Gewinner der Leserbefragung ...S. 26 Linux: Infos und News ...S. 28 Games ...S. 30 Tk-Nachrichten ...S. 20, 24 Tk-Neuheiten ...S. 22 Neuheiten ...S. 5, 6, 14 Aktuelles ...S. 3, 4, 7, 12, 16 Kleinanzeigen ...S. 31 No(?)sense ..S. 30 Impressum ...S. 30



Der Name Sony – und das dahinterstehende Großunternehmen – war in den siebziger Jahren in Europa einer der ersten Wegbereiter für die Erzeugnisse der japanischen Elektronik-Industrie. Die bereits zu dieser Zeit relativ breite Produktpalette und die solide Qualität der Sony-Erzeugnisse verbunden mit einem für europäischen Geschmack akzeptablen Design, brachten japanische Elektronik-Geräte damals zunehmend in den Wahrnehmungsbereich des Handels und des potentiellen Konsumenten. Mit einer konsequenten Strategie hat Sony in den vergangenen Jahren die Konver-

PoS-MAIL: Herr Griess. Sie sind Wolfdieter Griess: Sony hat sich seit der ersten Stunde der Sony Deutschland GmbH mit dabei und haben viele Veränderungen im Unternehmen miterlebt.

Im Oktober hat Sony ein weltweites Restrukturierungskonzept angekündigt. Wie wirkt sich dieses auf die Sony Deutschland GmbH aus?

schon immer mit dem Markt verändert. Was wir jetzt erleben, ist eine weltweite Straffung der Organisationsstruktur im Rahmen der "Transformation 60". Oberstes Ziel ist, unsere Profitabilität um zehn Prozent zu steigern. Dabei wird sich auch die interneUnternehmensstruktur der

genz der Technologien zur Ausweitung seines Produktportfolios genutzt und unter anderem aus der starken Position des Marktführers heraus den Schritt in die Informationstechnologie gewagt. Auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten zeigt sich Sonys Geschäftsführung optimistisch und fühlt sich für neue Wachstumsmärkte gewappnet. PoS-MAIL sprach mit Wolfdieter Griess, Business Head der Sony Deutschland GmbH über die Rolle des Unternehmens in einem schnell wachsenden Umfeld und über Zukunftsstrategien.

Das Unternehmen wird in die drei Bereiche "Business", "Infrastructure" und "Corporate Governance" unterteilt.

PoS-MAIL: Was genau bedeutet "Transformation 60"?

Wolfdieter Griess: Sony wird 2006 60 Jahre alt. Bis dahin

Sony Deutschland GmbH ändern. sollen einige Restrukturierungsmaßnahmen ausgeführt sein. Mit einigen haben wir schon begonnen.

> PoS-MAIL: Wie genau sehen diese Restrukturierungsmaßnahmen aus?

Wolfdieter Griess: Das bereits im Jahr 2003 eingeführte Zentral-

Neue TV-Geräte mit **Sonys Wega Engine**

Sony-Wega hat ein komplett neues Konzept für den zukünftigen TV-Geräte-Markt und neue Modelle mit der Bildoptimierungstechnologie Wega Engine vorgestellt



Drei neue Mini-DV-Camcorder von JVC

JVC hat drei neue Mini-DV-Camcorder ins Programm aufgenommen, die analoge Videofilmer zum Umstieg auf die digitale Technik veranlassen sollen ... S. 17



02 blickt auf erfolgreiche Monate zurück

O2 blickt auf das beste Kalenderiahr der Unternehmensgeschichte zurück und freut sich darüber, daß die Marke extrem gut von den Verbrauchern ... S. 23 akzeptiert wird





Weg mit der Spanne!

Pos-Mail

Der ganz normale Wahnsinn, der im Jahre 2003 beim Verkauf von High-Tech-Produkten zum

Markenzeichen unserer Branche wurde, setzt sich auch in diesem Jahr leider fort. "Das billigste Jahr aller Zeiten" hat der MediaMarkt soeben ausgerufen. Dabei können wir von Glück sagen, daß der neue Slogan wenigstens nicht aus dem Wörterbuch der Unmenschen stammt wie die "Mutter aller Schnäppchen". Denn bei der Namensgebung dieser Dame – das wird oft vergessen – stand Saddam Hussein Pate, einer der übelsten Diktatoren und Massenmörder aller Zeiten, der den Krieg gegen die Amerikaner als "Mutter aller Schlachten" bezeichnet hatte. Es wäre darum nicht erstaunlich gewesen, wenn die MediaMarkt Werbestrategen bei der Schlacht um Marktanteile griffige Formulierungen aus der deutschen Geschichte aufgegriffen und beispielsweise zum "totalen Preiskrieg" aufgerufen hätten. Da haben wir mit dem "Billigsten Jahr aller Zeiten" direkt noch Glück gehabt.

Die geizgeile Schwester Saturn packte das Thema dagegen eher betriebswirtschaftlich und verzichtete zum Jahresbeginn unter dem Motto "Viele geile Angebote zum Einkaufspreis" einfach auf die Handelsspanne. Das paßt allein schon deshalb gut ins Konzept, weil das mühselige Kalkulieren von kostendeckenden Verkaufspreisen bekanntlich selbst Kosten verursacht, die den verantwortlichen Obergeizkragen vermutlich schon lange ein Dorn im Auge waren. Allerdings war die Ersparnis nicht immer so groß, wie man sie hätte erwarten können: Wenn einem "normalen Verkaufspreis" von 599,- Euro für einen LG LCD Fernseher ein Einkaufspreis von 591,14 gegenübersteht, kann man mit Fug und Recht feststellen, daß Saturn auf das bißchen Spanne wirklich gut verzichten konnte.

Bei näherer Betrachtung braucht eine solche Preispolitik nicht einmal besonderen Schaden am Markt anzurichten, wenn sich die Lieferanten rechtzeitig darauf einstellen. Darum hat PoS-MAIL pünktlich zur Karnevalszeit das brandneue, umfassende und durchschlagende Konzept zur Preisstabilisierung auf dem Markt für High-Tech-Produkte entwickelt: Ab sofort sollte die Industrie ihrerseits im Geschäftsverkehr mit Saturn auf das umständliche Kalkulieren von Handelsspannen verzichten und alle Produkte ohne weitere Konditionen zum unverbindlichen Verkaufspreis für Endverbraucher liefern. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Die Spanne bei der Industrie steigt, und Saturn kann in Zukunft alles zum Einkaufspreis verkaufen, ohne den Markt zu stören. Damit sollte doch wirklich allen Seiten gedient sein.

Herzlichst

Thomas Blömer Verleger Franz Wagner
Objektmanagement

lager Europa hat unter dem "Supply Oberbegriff Chain Management" die Effizienz der Logistik in ganz Europa und somit auch in Deutschland verbessert. Deutschland kann beispielsweise auf den gesamten europäischen Warenbestand zurückgreifen, ohne daß ein europäisches Nachbarland die benötigte Ware blockieren kann. Desweiteren werden die Vertriebsstrukturen flexibler gestaltet. Wenn wir bisher unseren Vertrieb nach Consumer Hardware, Profigeschäft und Recording Media aufgeteilt haben, so beinhaltet die neue Strategie nun mehr eine Kanalorientierung. Das heißt beispielsweise, der UE-Handel kann bei Bedarf auf Produkte des Profigeschäfts zurückgreifen.

Zudem steht im Rahmen der Restrukturierung auch der Begriff "Voice of Customer" im Vordergrund. Das heißt, die Stimme des Kunden zählt.

Pos-Mail: Sony ist nach Aussagen von Herr Tsurumi auf ein zukünftiges Marktumfeld vorbereitet. Welchen Weg wird Sony in Zukunft gehen? Und welche Prioritäten sollten Ihres Erachtens nach im zukünftigen Marktumfeld gesetzt werden?

Wolfdieter Griess: Sony ist nicht mehr der klassische Unterhaltungselektronik-Hersteller von einst. Mittlerweile ist aus dem Unternehmen ein großer Unterhaltungskonzern geworden, der eine einzigartige Ausgangsposition besitzt: Weder unsere Mitbewerber noch ein anderer Technologiekonzern verfügen über eine derartige, miteinander verwobene Produktvielfalt: Consumer-Elektronik, Informationstechnologie, Telekommunikation, Musik, Film und Spiele – alles Komponenten und Inhalte für das Breitbandzeitalter. kommende Davon träumt derzeit die gesamte Technologiebranche, eben auch Dell, HP, Intel und Microsoft, wie die CES gezeigt hat. Für Sony ist es jetzt wichtig, diesen einmaligen Wettbewerbsvorteil zu nutzen und vor allen anderen die entsprechenden Produkte und Services zu entwickeln. Daran wird derzeit mit Hochdruck gearbeitet, und die Einführung der PSX in Japan oder die Ankündigung des neuen Music Download Services für die USA sind die ersten, vielversprechenden Ergebnisse dieser Anstrengungen.

PoS-MAIL: Sonys Stärke lag stets darin, Wachstumsmärkte zu erobern. Durch die schwierige Wirtschaftslage ist es in den letzten Jahren zur Stagnation gekommen.



Sony hat sich schon immer mit dem Markt verändert. Was wir jetzt erleben, ist eine weltweite Straffung der Organisationsstruktur im Rahmen der "Transformation 60".

Welches sind die wichtigsten Wachstumsmärkte für Sony heute?

Wolfdieter Griess: Über alle Produktkategorien hinweg wird sich Sony zukünftig noch stärker auf die Bereiche "Home" und "Mobile" konzentrieren sowie auf Konvergenzprodukte wie z. B. die bereits angesprochene PSX. Die Fokussierung auf unsere Kernkompetenzen ist übrigens auch Teil unseres Restrukturierungsprogramms bis 2006. Ein wichtiger Wachstumsmarkt heute ist natürlich Home Entertainment und hier insbesondere das Geschäft mit Flachbildfernsehern und DVD- bzw. Harddiskrecordern. Denken Sie alleine daran, wie viel Potential hier noch schlummert und wie viele VHS Videorecorder in den kommenden Jahren durch digitale Lösungen ersetzt werden. Das gleiche gilt für den Fotomarkt. Auch hier ist die Haushaltspenetration von digitalen Kameras weiterhin niedrig und noch lange nicht das Ende der Fahnenstange erreicht. Last but not least: Der IT-Markt ist nach wie vor von großer, strategiWolfdieter Griess: Ich möchte Ihnen klar widersprechen, daß das vernetzte Haus größtenteils noch Zukunftsmusik ist. Bereits seit der Funkausstellung 2003 kann ich mit unserem Network Media Receiver einen VAIO Desktop PC zum Home Server umfunktionieren und mir die auf ihm gespeicherten Videos auf dem Fernseher oder die MP3 Audio Files auf der Hifi-Anlage anhören.

Es ist allerdings richtig, daß wir erst am Anfang einer Entwicklung stehen, die dem Markt der Consumer Electronic neue Impulse geben, wenn nicht sogar ihn revolutionieren wird. Alleine auch durch das nun auf der CES angekündigte verstärkte Engagement von Branchengrößen wie Intel oder Microsoft wird es hier mit ganz großen Schritten vorangehen. Und auch die Content-Anbieter, wie unsere Schwestergesellschaften Sony Music und Sony Pictures, sehen ihre Zukunft im Internet. Hier ist mittlerweile eine regelrechte Goldgräberstimmung ausgebrochen. Kein Wunder: Die technischen Mög-

Über alle Produktkategorien hinweg wird sich Sonv zukünftig noch stärker auf die Bereiche "Home" und "Mobile" konzentrieren sowie auf Konvergenzprodukte wie z. B. die bereits angesprochene PSX. Die Fokussierung auf unsere Kernkompetenzen ist übrigens auch Teil unseres Restrukturierungsprogramms bis 2006.



scher Bedeutung für uns. Es war goldrichtig, 1998 in diesen Markt einzusteigen. Nicht zuletzt deswegen sind wir heute bei der Vernetzung führend und im Zukunftsmarkt Home Server weiter als unsere Mitbewerber.

PoS-MAIL: Mit einer konsequenten Strategie hat Sony in den vergangenen Jahren die Konvergenz der Technologien zur Ausweitung seines Produktportfolios genutzt. Das vernetzte Haus ist aber noch weitgehend Zukunftsmusik. Wie wird sich dieser Ansatz weiterentwickeln?

lichkeiten, zumindest was den Zugang betrifft, sind durch Breitbandzugänge wie DSL vorhanden.

PoS-MAIL: Widmen wir uns nun dem Bereich der Unterhaltungselektronik. Immer mehr Mitbewerber aus China und Korea
überschwemmen die Märkte
mit DVD-Spielern und großen
Flachbildschirmen. Wie wappnet
sich Sony gegen diese Konkurrenz?

Wolfdieter Griess: Ganz einfach, indem wir den Endkunden

gemeinsam mit dem Handel von der Werthaftigkeit unserer Produkte überzeugen werden. Dies mag recht schlicht klingen, trifft aber den Kern: Wir müssen den Anwender von dem höheren Nutzwert unserer Produkte, der sich natürlich auch im Preis ausdrückt, überzeugen. Das ist zum einen die Qualität des Produkts an sich: Eine neue Zeitschrift aus einem namhaften Verlag hat in ihrer ersten Ausgabe Billig-DVD-Player getestet. Viele hatten z. B. nicht nur einen haarsträubend

ersten Produkte zu erwarten? Wie sieht Sony kurzfristig dieses Marktsegment? Welche Zukunft hat die Röhre?

Wolfdieter Griess: Das Joint-Venture mit Samsung befindet sich derzeit in der Gründungsphase, die ersten Panels werden 2005 vom Band laufen. Der Markt entwickelt sich heute bereits sehr gut und wir sind mit unserer Produktlinie sehr gut aufgestellt. Ab der CeBIT werden wir übrigens im Bereich Flachbild-



Wir wollen mit unseren Partnern qualitativ wachsen. "Make Markets Move" heißt unsere Vertriebsstrategie auch für 2004, und die Märkte können wir nur gemeinsam mit dem Handel bewegen.

hohen Stromverbrauch, sondern einer sogar eklatante Sicherheitsmängel. Von den vielen, gegenüber Markenprodukten fehlenden Ausstattungsmerkmalen und der bescheidenen Bildqualität einmal abgesehen. Zum anderen bieten unsere Produkte auch viele Zusatznutzen wie bspw. Vernetzungsmöglichkeiten. Und auch der Service von Markenherstellern ist hier ein entscheidendes Argument: Nicht nur dessen Qualität, sondern allein die Tatsache, daß es das Unternehmen noch viele weitere Jahre geben wird - viele Billiganbieter sind ja nach kurzer Zeit auf nimmer Wiedersehen verschwunden. Das mag der Kunde bei einem DVD-Player für 49 Euro vielleicht noch verschmerzen, bei einem Flachbildschirm für mehrere tausend Euro sicherlich nicht.

PoS-MAIL: Im ersten Quartal dieses Jahres soll die Kooperation mit Samsung Electronics im Bereich der Herstellung von TFT-Displays beginnen. Wann sind die

fernseher richtig loslegen und in 2004 mehr als zehn neue Modelle – Plasma- wie LCD-Fernseher – mit innovativer Sony-Bildverbesserungstechnologie einführen. Das heißt allerdings nicht, daß der gute alte Röhrenfernseher tot ist: Dieser wird sich noch eine Weile sehr gut verkaufen lassen, bietet CRT doch ein hervorragendes Preis-/Leistungs-Verhältnis. Schließlich können es sich derzeit nicht viele leisten, sich einen großformatigen Plasma-Fernseher zu kaufen.

PoS-MAIL: Wie sehen Sie die Entwicklungen für den deutschen Fachhandel in diesem Jahr?

Wolfdieter Griess: Die aggressive Preisvermarktung wird leider nicht aufhören, und so wird es einen Verdrängungswettbewerb sowohl in der Industrie als auch im Handel geben. Sony wird seine Vertriebsstrategie allerdings nicht ändern: Wir werden unsere Produkte nicht verramschen, die bereits erwähnte nutzenorientier-

te Vermarktung hat oberste Priorität. Sich an ruinösen Preiskämpfen zu beteiligen, brächte kurzfristig vielleicht Marktanteile, wäre auf längere Sicht aber eine Katastrophe, nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern auch für die Marke. Wir wollen mit unseren Partnern qualitativ wachsen. "Make Markets Move" heißt unsere Vertriebsstrategie auch für 2004, und die Märkte können wir nur gemeinsam mit dem Handel bewegen. Zudem wird Sony in Zukunft die Kontakte mit dem Handel intensivieren, um insbesondere die Abläufe zu optimieren. In diesem Zusammenhang haben wir bei Sony erkannt, daß nicht nur die Lagerumschlagsgeschwindigkeit bei Sony selbst, sondern auch beim Handel noch erhebliches Potential hat.

PoS-MAIL: Und wie sieht es hierbei mit den Lagerkosten aus?

Wolfdieter Griess: Wir sind uns bewußt, daß die Lagerkosten in Zeiten der messerscharfen Kalkulation auch für den Handel ein wesentlicher Faktor sind. Wir erwarten hier eine starke Kooperation seitens des Handels in Sachen Disposition und Lagerbewegung, um die Abläufe im gemeinsamen Sinne zu verbessern.

PoS-MAIL: Was sind Ihre persönlichen Ziele in der Aufgabe des Business Head der Sony Deutschland GmbH?

Wolfdieter Griess: Meine Aufgabe besteht darin, die genannten Restrukturierungsmaßnahmen mit voranzutreiben und Sony wieder zum präferierten Partner des Handels zu machen. Zudem ist es wichtig, das Unternehmen so schnell wie möglich wieder profitabel zu machen. Und nicht zuletzt ist meine Aufgabe, das Feld für einen potentiellen Nachfolger zu bereiten.

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

Pas Aktuell

WDR wählt Azubo.de zur besten Alternative

Das WDR-Nachrichtenmagazin "Aktuelle Stunde" hat das Online-Auktionshaus Azubo.de zur besten Alternative zu Ebay gekürt. Die Redaktion suchte nach kostengünstigeren Alternativen zum Marktführer und verglich die Angebote von Azubo.de, Hood.de und Amazon.de miteinander. Mit der Höchstpunktzahl von fünf Sternen wählte das Nachrichtenmagazin das junge Internet-Auktionshaus aus Oberhausen zum Sieger. Das Prinzip der Azubo-Auktion, bei der die Preise fallen und nicht steigen, ist in den Augen der Redakteure "eine wirklich gute Idee eines sympathischen Online-Auktionshauses aus Oberhausen." Bei Azubo.de kann man zuschauen, wie die Preise fallen. Durch die Eingabe eines Höchst- und Mindestpreises sowie der Auktionsdauer errechnet die Software das Zeitintervall, in dem der Preis um einen Cent fällt. Der User hat somit die Wahl, sich den gewünschten Artikel direkt zu sichern oder weiter auf einen günstigeren Preis zu spekulieren.

NEC-Mitsubishi Monitore erfüllen TCO'03 Norm

Neben den qualitativen Eigenschaften von Daten-Monitoren sind für den Unternehmenseinsatz besonders die möglichst geringen Total Cost of Ownership für die Kaufentscheidung ausschlaggebend. NEC-Mitsubishi Electronics weist deshalb bei der Entwicklung seiner Monitore den Faktoren niedriger Energieverbrauch, ökologische Aspekte, Umweltfreundlichkeit und Ergonomie sehr hohe Priorität zu und orientiert sich an den strengen Anforderungen des im Monitor-Markt bekannten "TCO-Standard". TCO ist die strengste und regulativste Norm im Bereich Ergonomie, Umwelt, Energieverbrauch, Effizienz und Ertragssteigerung. Der aktuelle Standard TCO'03 wurde Ende 2002 veröffentlicht und sofort von NEC-Mitsubishi bei der Entwicklung neuer Produkte berücksichtigt. Deshalb ist NEC-Mitsubishi Electronics Display einer der ersten Hersteller, der ein umfangreiches Produkt-Portfolio an CRT- und LCD-Monitoren mit TCO'03-Standard anbieten kann. Durch Funktionen wie den "Power Off Timer" und die besonders geringe Wärmeabstrahlung der Hintergrundbeleuchtung von LCDs ist der Energieverbrauch bei Produkten von NEC-Mitsubishi äußerst gering. Ergonomische Aspekte wie Höhenverstellbarkeit (bis zu 130 mm), Bedienerfreundlichkeit, große Einblickwinkel und brillante und satte Farbdarstellung garantieren dem Anwender den höchstmöglichen Gebrauchswert. Besonderen Wert legt NEC-Mitsubishi auf die Reduzierung elektromagnetischer Strahlung von CRT-Monitoren und die Einhaltung strengster Recycling-Richtlinien. Neben den Monitoren der Standard-LCD-Serie ("60er-Serie") ist das komplette High-End Produktportfolio ("80er-Serie") von 18 bis 21 Zoll bereits nach der TCO'03 zertifiziert. Die für professionelle Anwender konzipierten Monitore sind mit ambix ausgestattet, das zwei digitale Schnittstellen (DVI-I und DVI-D) und einen analogen VGA-Anschluß bietet. Nach dem TCO'03 Standard sind folgende NEC-Monitore zertifiziert: NEC MultiSync LCD1760NX, NEC Multi Sync LCD1880SX, NEC MultiSync LCD1960NX, NEC MultiSync LCD 1980SX, NEC MultiSync LCD 2080UX+ und das bald verfügbare neue Flaggschiff NEC MultiSync LCD2180UX. Bei den CRT Monitoren sind der Mitsubishi Diamond Plus 93SB, Mitsubishi Diamond Plus 230SB, Mitsubishi Diamond Plus 2070SB, NEC MultiSync FE991SB und der NEC MultiSync FE2111SB nach der TCO'03 Norm zertifiziert.

Roxio Brennsoftware jetzt mit DivX

Roxio hat mit DivXNetworks ein Lizenzabkommen abgeschlossen. Zukünftige Versionen der Roxio-Produkte Digital Media Suite Easy CD, DVD Creator und VideoWave werden mit der effektiven Videokompressionstechnologie DivX ausgestattet. Mit Hilfe des sich schnell durchsetzenden Video-Formats "DivX" können Roxio-Kunden zukünftig Videomaterial leichter erfassen, bearbeiten und platzsparend im DivX-Format auf CD oder DVD brennen. Über "DivX Certified" DVD-Player lassen sich die DivX-Videos dann abspielen. Die Anzahl der DivX unterstützenden DVD-Geräte nimmt fast täglich zu. Mit dem DivX Codec lassen sich Videos auf eine kleinere Dateigröße als mit allen anderen Kompressionsverfahren komprimieren, ohne daß dabei höhere Qualitätsverluste hingenommen werden müssen. So lassen sich zum Beispiel DVD-Videos (Format MPEG2) mit DivX auf ein Zehntel der ursprünglichen Dateigröße reduzieren. In VHS-Qualität kann Videomaterial sogar auf etwa ein Hundertstel des Umfangs der ursprünglichen Dateigröße reduziert werden, ohne daß es zu Verlusten von Frames, Bildgröße oder Auflösung kommt. Mit DivX können Roxio-Kunden zukünftig ihr digitales Videomaterial in gleichbleibender Bildqualität auf handliche Dateigröße reduzieren.

Sony Computer Entertainment Deutschland für Kreativmaßnahmen ausgezeichnet

Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) zählt im Horizont-Kreativranking 2003 zu den fünf kreativsten Unternehmen in Deutschland. Der Wettbewerb basiert auf den fünf wichtigsten nationalen und internationalen Auszeichnungen und berücksichtigt unterschiedliche Kommunikations-Disziplinen. SCED erhielt im vergangenen Jahr verschiedene Auszeichnungen auf nationaler und internationaler Ebene: Zwei silberne Löwen in Cannes für die Direktmarketing-Kampagnen "Weihnachtsgrüße" und "The Getaway", drei silberne und einen bronzenen ADC Nagel für die Brandkampagne "Emotion", das Booklet zum Spiel "Ratchet und Clank", den TV-Spot "Overboard" und die Mini TV-Spots zur UEFA Champions League. Den Konvergenz Award für "This is Football" und den Event Award (EVA) für die Games Convention.

"Wir sind stolz, zu den Top 5 der kreativsten Unternehmen in Deutschland zu zählen, erklärt Ulrich Barbian, Senior Marketing Manager SCED. "Die acht Preise zeigen, daß wir in allen Kommunikations-Disziplinen unsere Ideen mit Hilfe unserer Partner kreativ umsetzen konnten. Positive GfK Durchverkaufszahlen bestätigen den Erfolg der Kampagne beim Endkunden – es muß nicht immer nur alles billig sein."

PosAktuell

Dr. Werner Saalfrank verläßt Grundig

Dr. Werner Saalfrank, Sprecher des Vorstands der Grundig AG, wird das Unternehmen zum 29. Februar 2004 verlassen. "Nachdem die Kernbereiche der seit 1. Juli 2003 insolventen Grundig AG veräußert wurden beziehungsweise abschließend über deren Verkauf verhandelt wird und sich positive Lösungen auch für weitere Geschäftsfelder abzeichnen,



ist es der richtige Zeitpunkt, neue Aufgaben und Herausforderungen zu suchen", erklärte Dr. Saalfrank. Der 48jährige war zuletzt für die operativen Geschäftsbereiche sowie für Technik und Beschaffung und kurze Zeit zusätzlich für Vertrieb und Marketing verantwortlich. Der promovierte Nachrichtentechnik-Ingenieur, der sein Berufsleben 1981 am Lehrstuhl für Nachrichtentechnik in Erlangen begann, arbeitete bereits von 1988 bis 1996 bei Grundig. Er leitete damals den Entwicklungsbereich für Automotive und Digital Radio. Saalfrank wechselte im Juni 1996 als Executive Vice President zur WorldSpace Corporation in Washington DC, um dort ein globales satellitengestütztes Rundfunksystem mit aufzubauen. Er kehrte im Juli 2001 als Vorstandsmitglied zur Grundig AG zurück.

Leopold Bonengl verläßt Sony

Der Vorsitzende der Geschäftsführung der Sony Deutschland GmbH, Leopold Bonengl, hat Anfang Januar bekanntgegeben, daß er das Unternehmen verlassen wird. Zum 1. Februar werden des-



Stephan Wippermann ist General Manager der Personal Systems Group von HP Deutschland

Seit dem 5. Dezember ist Stephan Wippermann General Manager und Vice President der Personal Systems Group (PSG) von HP Deutschland. Wippermann leitete bereits seit Mitte Oktober 2003 den Bereich kommissarisch. Er bringt langjährige Managementerfahrung



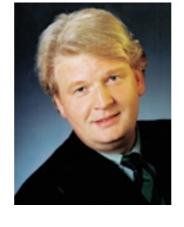
bei HP auf europäischer Ebene und in Deutschland mit. 1989 startete Wippermann als Financial Analyst bei HP in Deutschland. Der studierte Betriebswirt stieg 1993 in den Vertrieb ein und betreute große HP Vertriebspartner, ehe er 1996 in die europäische Zentrale der PC Division nach Grenoble wechselte. Dort hatte er verschiedene leitende Positionen im Business und Market Development inne. 1999 übernahm Wipper-

mann die Führung des Bereiches Commercial Desktop PCs und Notebooks von HP EMEA, bevor er 2002 zum Vertriebsdirektor Großkundenvertrieb der Personal Systems Group von HP Deutschland ernannt wurde. Den Erfolg des Geschäftsbereiches in den vergangenen beiden Quartalen weiterzuführen, betrachtet Wippermann als seine vorrangige Aufgabe. "Mein Ziel ist, daß HP Deutschland eine führende Position im gesamten Personal System Bereich einnimmt. Wir werden unsere Rolle als bevorzugter Hersteller bei den Firmenkunden ausbauen und unser Angebot für kleine und mittlere Unternehmen sowie Privatkunden erweitern. Dabei setzen wir weiterhin auf innovative Vertriebsprogramme und unsere gute Zusammenarbeit mit dem Fachhandel."

halb Michiaki Tsurumi, President Sony Europe, und Wolfdieter Griess, Vice President e-Vehicle Europe, Sony Europe, die Leitung der deutschen Niederlassung kommissarisch übernehmen. Leopold Bonengl war neun Jahre in verschiedenen leitenden Positionen für Sony Deutschland tätig. 1999 wurde er zum Geschäftsführer berufen und seit Anfang 2000 war er Vorsitzender der Geschäftsführung. Bonengl verläßt das Unternehmen aus persönlichen Gründen. Er steht dem Unternehmen jedoch noch bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres (31.3.2004) zur Verfügung, um eine reibungslose Übergabe zu gewährleisten. "Leo Bonengl hat während seiner neunjährigen Karriere bei Sony wesentlich zum Erfolg des Unternehmens beigetragen und das auch in teils wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Er und sein Management-Team haben bereits begonnen, Sony Deutschland auf die Anforderungen des zukünftigen Marktumfelds vorzubereiten", so Michiaki Tsurumi.

Canon Deutschland mit neuem Leiter Marketing

Dr. Oliver Fix, Direktor Marketing Canon Deutschland GmbH, wird zum 31. Januar 2004 das Unternehmen verlassen. Wie es in einer Pressemitteilung des Unternehmens heißt, fiel seine Entscheidung aus rein persönlichen Gründen sowie der sich ergebenen Chance, sich beruflich noch weiter zu qualifizieren. Die Nachfolge von Dr. Fix tritt ab dem 1. Februar 2004 Thomas Osswald an, bislang für



den Canon Direktvertrieb als Areadirector Mitte, Niederlassung Willich, und West, Niederlassung Neu-Isenburg, tätig. Er erhält damit als Mitglied der Geschäftsleitung die Position des Head of CBS Marketing der Canon Deutschland GmbH. Die bisherige Aufgabe von Thomas Osswald wird Rolf Jünemann, Direktor Direktvertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung Canon Deutschland GmbH, in Personalunion übernehmen, bis eine Nachfolgeregelung getroffen ist. Die Position des Aufsichtsratsvorsitzenden des Canon Systemhauses Hippocampus, die ebenfalls von Dr. Oliver Fix bekleidet wurde, wird ab dem 1. Februar 2004 Andreas Leven zusätzlich zu seiner Position als Direktor Corporate Planning and Finance und Mitglied der Geschäftsleitung Canon Deutschland GmbH übernehmen.

Generationswechsel in der comTeam Führung

Julian Riedlbauer hat am 1. Dezember seine Tätigkeit im Hause Electronic Partner als Nachfolger von Günter Horst Hirschmann aufgenommen. Er zeichnet somit für die Vertriebslinie comTeam verantwortlich. Riedlbauer wird dann ab März die gesamte Verantwortung des I&C Bereiches übernehmen. Hirschmann wird ihm weiterhin beratend und in der Akquisition neuer Mitglieder zur Seite stehen.

Thomas Baumann ist neuer Vertriebsleiter CE-Inland bei Metz

Mit Wirkung zum 1. Januar hat Thomas Baumann die Vertriebsleitung CE-Inland im Hause Metz übernommen. Damit tritt er die Nachfolge von Manfred Glauber an, dessen Erfahrung dem Unternehmen jedoch weiter erhalten bleibt. Mit Beginn des neuen Jahres wird Glauber die Funktion des Produktmanagers übernehmen. Manfred Glauber blickt auf eine lange Vergangenheit im Hause Metz zurück. Seit dem 1. April

1969 begleitet er das Unternehmen. Zu den Stationen seines beruflichen Erfolges zählen seine Tätigkeit als Werbeleiter von 1972 bis 1985 und als Vertriebsleiter CE-Inland von 1985 bis 2003. Glauber gilt seit jeher als Verfechter der Fachhandelsbelange. In vielen Umfragen hat das Metz-Vertriebsteam unter seiner Leitung erste Plätze belegt. Darüber hinaus ist er Mitglied des Beirats im Fachverband Consumer Electronics innerhalb des ZVEI. Wobei er



Manfred Glauber (links) mit seinem Nachfolger

seit über 20 Jahren als Leiter der Arbeitsgruppe "Organisation" für die Internationale Funkausstellung fungiert. In diesem Bereich machte er sich unter anderem als Initiator des Fachhandelszentrums einen Namen.

Luc Graré ist neuer Vertriebsdirektor für ISP bei LG Electronics

Seit dem 1. Januar 2004 zeichnet Luc Graré für die Produktbereiche Monitore, optische Speicherlaufwerke sowie Netzwerk- und Kommunikationsprodukte bei LG Electronics verantwortlich. Er tritt die Nachfolge von Meinhard Gerbes an, der sich aus dem operativen Geschäft zurückzieht. Graré hat sich mit seinem Team hohe Ziele für die folgenden Monate gesetzt. Zum einen soll die Einführung eines umfassenden SMB-Programms (Small and Medium Business) vorangetrieben werden und zum anderen soll ein Konzept, das zur CeBIT 2004 vorgestellt wird, der Entwicklung und Unterstützung mittelständischer Kunden dienen. Zudem möchte Graré den Retail-Kanal deutlich ausbauen. Dazu zählt neben der Gewinnung neuer Retail-Kunden vor allem der Ausbau der Beziehungen zu bereits be-

stehenden Partnern. Auch die Optimierung sämtlicher Prozesse im Vertrieb und in der Händler-Unterstützung steht auf dem Plan des gebürtigen Belgiers. Der Betriebswirt und Diplomingenieur für Mikroelektronik blickt auf eine lange Erfahrung in der IT-Branche zurück. Vor seinem Engagement bei LG Electronics hatte Luc Graré die Position des Vice President Vertrieb



und Marketing Europa bei Teleatlas in Belgien inne. Teleatlas ist spezialisiert auf die Erstellung digitaler Straßenkarten, die unter anderem bei Navigationssystemen zum Einsatz kommen. Davor war er knapp neun Jahre für Sony in Deutschland tätig, davon drei Jahre als General Manager ITP (Information Technology Products). In dieser Zeit führte er unter anderem die Notebooks und PCs der Vaio-Serie ein. Davor war er bei dem japanischen Hersteller als europäischer Marketingleiter für die Bereiche Monitore, Optical Storage Devices und Multimediasysteme verantwortlich. Im letzten Jahr bei Sony bekleidete er zusätzlich die Position des General Managers für den Vertriebskanal der europaweiten IT-Distribution.

[™]Neuheiten

Portabler Philips DVD-Brenner: Jack Rabbit 4



Mit dem Jack Rabbit 4 bringt Philips einen portablen DVD-Brenner auf

den Markt, der wahlweise als Stand-alone-Gerät oder an PCs/ Apple-Rechnern betrieben werden kann. Auf dem Gerät können DVD+R/W-Medien mit bis zu 4,7



GB Daten beschrieben werden, deren Wiedergabe mit allen aktuellen DVD-Video Playern und DVD-ROM Laufwerken möglich ist. Zusätzlich ist Jack Rabbit 4 in der Lage, CD-RW- und CD-R-Medien zu brennen sowie DVD-Video, DVD-ROM und Audio-CDs (einschließlich MP3-CDs) abzuspielen. Jack Rabbit erreicht beim Brennen folgende Geschwindigkeiten: 4fach DVD+R, 2,4fach DVD+RW, 16fach CD-R und 10fach CD-RW. DVDs und CDs werden mit bis zu 12facher bzw. 40facher Geschwindigkeit gelesen. Zum Brennen von DVDs oder CDs

Sony SDM-HS73P: Onyx-black LCD



Außergewöhnlich lebendige und leuchtende Farben und deutlich natürlichere und kontrastreichere Bilder als übliche, vergleichbare

LCD-Modelle soll nach Angaben des Unternehmens der

neue 17 Zoll Monitor SDM-HS73P von Sony mit Hilfe seiner Onyxblack LCD-Technologie darstellen. Neben seinen hervorragenden Bildeigenschaften zieht der SDM-HS73P die Blicke durch sein elegantes und ergonomisches Design auf sich und wird dadurch auf jedem Schreibtisch zum Blickfang. Seine Bildeigenschaften verdankt der 17-Zöller Sonys neuentwickelter.

wird das Gerät über die USB

2.0-Schnittstelle angeschlossen.

Jack Rabbit ist auch als Photo Vie-

wer zur Wiedergabe von Picture

CDs und JPEG-Sammlungen ein-

setzbar. Dies ist entweder im Dia-

Show-Modus oder durch einzelne

Anwahl der Bilder möglich. Jack

Rabbit 4 ist zusammen mit der

Brennsoftware Nero 6.0 zu einem

"Onyx-black LCD-Technologie": Übliche LCD-Monitore reduzieren die Reflexionen auf der Bildschirmoberfläche mit Hilfe einer lichtstreuenden Schicht. Diese Methode läßt jedoch schwarze Bildbereiche matt und Farben oft blaß und weniger lebendig erscheinen. LCD-Panels mit Sonys "Onyx-black LCD-Panels" seien dagegen mit einem äußerst wirksamen Anti-Reflexionsfilter ausgestattet, hieß es. Das neuartige Filter besitzt eine vollkommen glatte Oberfläche und streut deshalb weder das

aus der Umgebung auf die Bildfläche fallende Licht, noch die von den Backlights des Displays ausgehenden Lichtstrahlen. Dadurch bleiben Farben wesentlich klarer und natürlicher und Schwarz behält seine typisch dunkle

Tiefe. Außerdem wird der Kontrast spürbar verbessert. Die kurze Gesamtreaktionszeit von nur 16 ms garantiert selbst bei höchster Bilddynamik klare und scharfe Bilder. Das mit seinen 400 cd/m² sehr lichtstarke Display und das ungewöhnlich hohe Kontrastverhältnis von 500:1 sowie die physikalische Bildschirmauflösung von 1280 x 1024 Bildpunkten (1,3 Megapixel) holen

aus jeder bildbasierten Anwendung das Beste heraus. Der effektive Eco-Mode ermöglicht individuelle Voreinstellungen der Helligkeit für verschiedene Anwendungen und Anwender, die später durch Knopfdruck abgerufen werden können. Neben dem permanent ergonomischen Helligkeitsniveau werden im Eco-Mode der Energieverbrauch reduziert und damit die Lebensdauer des Bildschirms verlängert. Sony gewährt auf den SDM-HS73P drei Jahre Garantie. Der UVP beträgt 629 Euro.

reits ausgestattet mit einem T-DSL Modem ist der Teledat Router 830. Die Komplettlösung für die Breitbandkommunikation bietet ebenso wie der Teledat Router 820 einen integrierten Fast-Ethernet-Switch mit 10/100 Mbit/s mit vier Ports und umfangreiche VPN-Funktionalitäten. So lassen sich bis zu acht VPN-Verbindungen gleichzeitig nutzen - sowohl im Client- als auch im Serverbetrieb. Damit sind beide Router geeignet, lokale Netze (LAN) zu verbinden oder den Datenaustausch zwischen mehreren Geschäftsfilialen zu managen.

Komfortabel ist die betriebssystemunabhängige Konfiguration der Router via Web-Browser, die neben vielen anderen Funktionen auch die Einstellung von Budgets für Onlinezeiten und Datenvolumen ermöglicht. Diese können so konfiguriert werden, daß die Verbindung bei Erreichen festlegbarer Schwellenwerte ausgeschaltet wird. Die integrierte Firewall mit IP-Paketfilterung ist flexibel konfigurierbar. Beide Teledat Router haben ein exklusives Gehäuse in modernem Design, das sowohl als Tischgerät als auch für die Wandmontage geeignet ist. Sie sind mit einer unverbindlichen Verkaufspreisempfehlung von 180 Euro versehen.

Zwei leistungsstarke VPN-Router von T-Com



Ob zur professionellen Vernetzung von Wohnungen und Häusern

oder zur sicheren Anbindung von Geschäftsstellen: Mit der Erweiterung der Produktfamilie Teledat Router 800 bietet T-Com zwei leistungsstarke VPN-Router (VPN = Virtual Private Network), die nach Herstellerangaben durch umfassende Sicherheitsfunktionalitäten und komfortable Bedienung überzeugen. Der Teledat Router 820 mit integrierter ISDN-Schnittstelle kann über seinen Ethernet-WAN Port mit 10/100 Megabit (Mbit/s) an ein T-DSL Modem angeschlossen und damit zum Breitband-Router aufgerüstet werden. Be-

DIE WIEDERGEBURT EINER LEGENDE!

ERLEBEN SIE AB MÄRZ

MIT FISHER DIE NEUE

DEFINITION DER WERTE.

LCD-TV, HIFI UND HOME-Cinema in atemberaubender Dimension.

FISHER - FIRST CLASS HOME-ENTERTAINMENT.



Sharp eröffnet in Kameyama Fabrik für Motherglasses

Die sechste Generation

Sharp hat Anfang Januar 2004 in der Kameyama Fabrik in Kameyama City, Mie Präfektur in Japan, mit dem **Produktions**kompletten prozeß (bis hin zu Tests) von Motherglasses der sechsten **Generation begonnen. Somit** ist Sharp das erste Unternehmen, das 1,5 x 1,8 große Motherglasses für großformatige LCD-TVs produziert.

Sharp-Präsident Katsushiko Machida kündigte außerdem Anfang Januar in Osaka an, daß im Werk Kameyama eine zweite und dritte Produktionslinie für großformatige Flachbildschirm-Fernseher geplant sei. Der Ausstoß von sogenannten Muttergläsern für Flüssigkristall-Bildschirme (LCD) solle von 15.000 auf 45.000 pro

Monat erhöht werden. Zudem erwäge Sharp die Einrichtung einer weiteren Fabrik in Kameyama. Dort könne die Produktion frühestens Ende 2005 oder Anfang 2006 aufgenommen werden.

Ein wachsender Markt

Fernseher mit Plasma- oder Flüssigkristall-Bildschirmen gehören derzeit zu den bestverkauften Produkten in der Unterhaltungselektronikbranche. Die Marktforscher von Display Research gehen davon aus, daß der Markt bis 2007 auf 35,6 Millionen Stück wächst, von vier Millionen im vergangenen Jahr. Dagegen ist der Markt für Fernseher mit Bildröhren eingebrochen. Sharp hat sich frühzeitig auf die LCD-Technik konzentriert und ist mit einem Anteil von 40 Prozent führend auf dem Welt-

markt. In den Ausbau der Produktion will Sharp im Geschäftsjahr 2004/05 220 Mrd. Yen (1,65 Mrd. Euro) investieren.

Erfolgsbestätigung

Auch den Erfolg von Sharp auf der vergangenen IFA sah Helmut Engel, Geschäftsführer der Sharp Electronics (Europe) GmbH, als Ergebnis der langfristigen und vorausschauenden Strategie. "Schon auf der IFA 2001 rückte Sharp die flachen LCD-Fernseher der Aquos-Serie prominent ins Bild. Was damals noch wie ein Blick in die Zukunft erschien, ist heute bereits Realität und begründete die Marktführerschaft von Sharp bei LCD-TVs. Wir haben die Tür zum Massenmarkt aufgestoßen und sind durch unsere LCD-Kompetenz in der Lage, dem Endanwender ein umfangreiches Angebot zu unterbreiten", so Engel. Nach Einschät-



Sharp hat Anfang Januar 2004 in der Kameyama Fabrik in Kameyama City, Mie Präfektur in Japan. mit dem kompletten Produktionsprozeß (bis hin zu Tests) von Motherglasses der sechsten Generation begonnen.

zungen von Experten ist Sharp der einzige japanische Hersteller, der gegen die massiv investierenden Mitbewerber in Taiwan und Südkorea investieren kann. Marktbeobachter rechnen für die mittelfristige Zukunft aufgrund ansteigender LCD-Verkäufe mit

einer Display-Verknappung. Sharp selbst geht davon aus, daß in seinem im März 2006 endenden Geschäftsjahr weltweit zwölf Mio. Flüssigkristall-Fernseher verkauft werden, im Vergleich zu geschätzten drei Millionen im März 2004.

™Neuheiten

Philips stellt zwei neue Audio Jukeboxes vor

Mit den Modellen HDD060 und HDD120 präsentiert Philips zwei neue Jukeboxes für den mobilen Einsatz. Die Philips Micro Audio Jukebox HDD060 speichert auf ihrer 1,5 GB Festplatte bis zu 375 MP3- oder 750 WMA-Titel - das entspricht der Titelanzahl von über 30 Audio-CDs. Dabei ist sie kleiner als eine Kreditkarte, nur 1,8 cm tief und kann dank ihres Gewichts von



weniger als 95 Gramm um den Hals getragen werden. Die Jukebox HDD120 beeindruckt durch ihre hohe Speicherkapazität. Rund 5.000 MP3- oder 10.000 WMA-Songs passen auf die 20 GB Festplatte. Die HDD120 besitzt einen

Highspeed-USB 2.0-Anschluß, um Musik und andere Dateien sekundenschnell vom PC zu überspielen. Auch eigene Aufnahmen, zum Beispiel vom CD-Player auf die Festplatte, sind mit dem Gerät möglich. Hierfür ist die HDD120 mit einem analogen und digitalen Eingang sowie einem Mikrofon ausgestattet. Die Jukebox kann somit unterschiedliche Audioquellen verarbeiten und mit dem internen MP3-Decoder direkt in MP3 umwandeln. Beide Jukeboxes sind ab Januar lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis für die HDD060 beträgt 249,- Euro und für die HDD120 449,- Euro.

8fach DVD-Brenner: BenQ DW800A

BenQ Deutschland bietet 🖕 einen neuen DVD+RW Brenner an, der DVD+Rund DVD+RW-Medien mit 8facher Geschwindigkeit beschreiben kann. Außerdem beherrscht der DW800A 12faches Lesen von DVDs, 24faches Schreiben von CD-R, 10faches Wiederbeschreiben von CD-RWs und 40faches Lesen von CDs. Der neue 8fach DVD-Brenner BenQ DW800A ist zum UVP von 189,- Euro erhältlich.



Panasonic kündigt zwei neue **DVD-Camcorder an**



Plasma Heimkino-Variante von Bang & Olufsen



Bang & Olufsen präsentiert mit dem BeoVision 4 nach dem erfolgreichen Start seines ersten Plasma-TV Beo Vision 5 vor eineinhalb Jahren eine kompaktere Variante in diesem Segment. Modernste Plasma-Technologie in Verbindung mit einem hochwertigen 42"-Bildschirm gewährleistet scharfe Bilder und faszinierende Farben. Die AntiReflexions-Beschichtung des Bildschirms reduziert die Wirkung des einfallenden Lichtes auf ein Minimum und ermöglicht so auch in hellen Räumen und bei Sonnenlichteinfall besten Sehkomfort. Mit den drei Komponenten Plasmabildschirm, BeoSystem 2 und Kabinett-Videomöbel präsentiert Bang & Olufsen eine modular aufgebaute Home-Cinema-Lösung. BeoSystem 2 steuert alle Audiound Videoquellen und wird über die universale Fernbedienung Beo 4 per Infrarot bedient. Der Beo-Vision 4 ist voraussichtlich ab dem ersten Quartal 2004 lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 15.200,- Euro.

4fach DVD Digital **Movie Disks von Verbatim**

Für anspruchsvolle Technik-Freaks und stilbewußte Anwender bietet Verbatim ab sofort beschreibbare DVD-Medien mit der Produktbezeichnung "DVD DigitalMovie Disk" an. Die im attraktiven Design nostalgischer Filmrollen gepackten 4,7 GB Rohlinge sind sowohl im DVD-R wie im DVD+R Format lieferbar und weisen durch ihre äußere Gestaltung und Aufmachung klar auf den Einsatzzweck der Produkte hin. Durch den Einsatz der von Verbatim entwickel-

ten "Advanced AZO-Technologie" sind beide DVD-Formate für Aufzeichnungen mit 4facher Geschwindigkeit optimiert. Digital-Movie DVDs von Verbatim sind als 3er-Packs in kristallklaren Super-Jewelcases lieferbar.

Echtzeit-Videos für Einsteiger -Cameo 200 RT

Viele Anwender wünschen sich digitale Videobearbeitung einfacher. Mit der Videoschnittlösung Cameo 200 RT von Terratec läßt sich dieser Wunsch verwirklichen. Durch den Einbau der Videoschnittkarte wird ein Rechner in ein leistungsstarkes Regiepult verwandelt. Das Cameo 200 RT Set enthält alles für den digitalen Schnitt: Echtzeit-Videoschnitt, "On-the-fly"-Brennfunktionen für DVD, eine schnelle Hardware mit FireWire-Schnittstelle und digitale Anschlußmöglichkeiten für Camcorder oder Video. Die im Lieferumfang enthaltene Software garantiert die einfache und kreative Bearbeitung eigener Filme, die Realisierung von Kameraschwenks oder 3D-Überblendungen und das Nachvertonen mit Musik oder Sprache. Alle Arbeiten erfolgen in Echtzeit, ohne zeitaufwendige Rechen- und Wartezeiten. Die Cameo 200 RT ist zum UVP von 99,99 Euro verfügbar.

Nun lieferbar:

Der neueste LCD-Rückprojektions-TV von LG

Einschalten, zurücklehnen und genießen

Mit Größe, Klarheit und Brillanz hat LG bereits auf der IFA 2003 deutliche Akzente gesetzt. Das Unternehmen zeigte mit innovativen Designs und wegweisenden Technologien die Zukunft des Home Entertainments. Nun ist der neueste LCD-TV RZ-48SZ40RB für den Handel lieferbar. Das Gerät bietet erstklassige Bilder mit einer Diagonale von 48 Zoll (122 mm)



Bei LGs MDP-Geräten (Micro Device Processing) handelt es sich um Rückprojektions-Fernseher, die auf Mikrotechnologien, wie zum Beispiel LCD (Liquid Crystal Displays = Flüssigkristallanzeigen),

oder DLP (Digital Light Processing) basieren. Der RZ-48SZ4ORB wurde unter Verwendung der neuesten LCD-Technologien entwickelt. Er stellt hochauflösende Bilder mit Hilfe von drei HD-LCD-

Modulen (High-Definition) dar. Das Gerät kann auch problemlos als PC-Monitor genutzt werden, da die Bilder in XGA-Auflösung wiedergegeben werden können. Die notwendigen Anschlüsse hierfür sind selbstverständlich auch vorhanden.

Geringe Bautiefe und verschiedene Farbvarianten

In Kombination mit den farblich abgestimmten Lautsprechern und dem passenden TV-Rack entsteht eine elegante Designkombination, die sich jedem Wohnambiente anpaßt.

Die Bautiefe von 38,8 cm ist wesentlich schmaler als die von herkömmlichen TV-Geräten mit 72 cm Bildschirmdiagonale.

Das Gerät wird in den vier Farbvarianten Noble Black (RZ-48 SZ40RB), Bordeaux Red (RZ-48SZ41RB), Navi Blue (RZ-



In Kombination mit den farblich abgestimmten Lautsprechern und dem passenden TV-Rack präsentiert sich das Modell RZ-48SZ4ORB in einer eleganten Designkombination, die sich jedem Wohnambiente anpaßt.

48SZ42RB) und Pearl White (RZ-48SZ43RB) erhältlich sein. Ab Februar ist es zunächst in den Farben Schwarz und Weiß lieferbar.

Der empfohlene Verkaufspreis für den neuen Rückprojektions LCD-TV lautet inklusive Boxen und Rack 4.999,- Euro. *miz*

**Aktuell

Erstes europäisches Zentrum für Voice Commerce eröffnet

Das erste europäische Forschungszentrum für Voice Commerce hat Ende November in Bad Homburg bei Frankfurt am Main den Betrieb aufgenommen. Es handelt sich dabei um eine Gemeinschaftsinitiative des europäischen Branchenverbandes

Voice Application Standard Committee e. V. (VASCom), der Fachhochschule Gießen-Friedberg und der Technologiestiftung Hessen GmbH (TSH) gemeinsam mit dem auf Sprachdialogsysteme spezialisierten Softwarehersteller Clarity AG, dem Rechenzentrumsbetreiber Interxion Telecom GmbH, dem Handyportal Jamba AG, der Multimedia Agentur Neue Digitale GmbH, der Skill Portal AG als Betreiber der Börse für IT-Services und dem Lufthansa Cargo-Expresskurierservice time:mat-

ters GmbH. Die operative Leitung des neuen "European Voice Commerce Research Center" obliegt der Clarity AG, die auch die Räume für das neue Forschungszentrum stellt. "Voice Commerce" gilt als eine Zukunftstechnologie mit fundamentaler Bedeutung für die Informations- und Kommunikationstechnologie. Vereinfacht gesagt, handelt es sich dabei um Computersysteme, mit denen man sich (fast) wie mit einem Menschen unterhalten kann. Sogenannte Sprachdialogsysteme verstehen die gesprochene Sprache, erkennen die Bedeutung, recherchieren die Antworten im Bruchteil einer Sekunde in Datenbanken und geben per Sprachausgabe, Fax, SMS oder MMS Auskunft.

Typische Einsatzgebiete sind die Telefonauskunft, Reservierungssysteme in der Hotel- und Reisebranche, Telefonzentralen, Call Center und Telefonshopping. Während ältere Systeme nur auf Einzelworte begrenzt sind ("Sagen Sie ,ja' oder ,nein'"), verstehen moderne Systeme ganze Sätze wie "Wann geht der nächste Zug von Frankfurt nach Berlin" oder "Verbinden Sie mich mit einem Hotel in München" und kann die Anfragen vollautomatisch beantworten. Drei Viertel der Verbraucher halten den Computer für zuverlässiger als den Menschen.

Krystaltech Lynx erweitert Monitor-Produktpalette um Plasma Display Generation von Pioneer

Ab sofort bietet die Krystaltech Lynx Europe GmbH, Distributor und PC-Hersteller aus Reutlingen, die neuesten Plasma Displays von Pioneer. Im Rahmen der zehnjährigen Partnerschaft zwischen Pioneer und Krystaltech Lynx überreichte Klaus Kipp, General Manager für den Bereich Professional Multimedia der Pioneer Electronics Deutschland GmbH, Stefan Baumeister, Geschäftsführer von Krystaltech Lynx, einen neuen Profi-Plasma-Flachbildschirm mit Touchscreen-Funktion. Mit dem sogenannten "Expansion Slot", einem individuellen Merkmal der beiden Modelle 503 und 433 aus der Pioneer PDP-MXE Plasma Display-Reihe, mit 127 cm und 109 cm Bildschirmdiagonale, können Anwender die Bildschirme genau auf den jeweiligen Einsatz abstimmen. Durch einfachen Austausch einer Steckkarte, die auf der Rückseite eingesetzt wird, verwandeln sich die Plasma Display Panels von einem PC-Bildschirm in ein TV-Gerät oder in einen Monitor mit integrierter Festplatte und MPEG-Player. Beide Geräte sind mit der von Pioneer entwickelten Pure Drive Technologie ausgestattet, einer digitalen Bildverarbeitungstechnik für flimmerfreie Videobilder. "Als TV-Bildschirm oder PC-Monitor – mit den High-Tech-Plasma-Bildschirmen von Pioneer ergänzen wir ideal unser Monitor-Produktsortiment und können unseren Kunden modernste Präsentationstechnik in Anwendung zeigen", so Stefan Baumeister.

Electronic Partner spendet 15.000 Euro an SOS-Kinderdorf

Electronic Partner engagiert sich für Kinder und junge Menschen in Not. Mit einer Zuwendung in Höhe von 15.000 Euro unterstützt die Verbundgruppe die SOS-Kinderdorf e.V. in München...Viele Kinder

und junge Menschen sind auf fremde Hilfe oder ambulante Betreuung angewiesen und suchen ein Zuhause. Die SOS-Kinderdorf-Organisation leistet hier seit vielen Jahren humanitäre Hilfe. Wir freuen uns, wenn unsere finanzielle Unterstützung dafür eingesetzt wird", so Hartmut Haubrich, Vorsitzender der Electronic Partner Geschäftsführung.

INDUC AG erwirbt 100 Prozent der Anteile der Grundig Business Systems GmbH

Die INDUC AG, Baldham b. München, hat am 23.12. 2003 über ihre Tochtergesellschaft Cucina Holding GmbH 100 Prozent der Anteile der Grundig Business Systems (GBS) übernommen. GBS war ursprünglich ein Geschäftsbereich der Grundig AG und wurde 2001 in eine eigene Tochtergesellschaft ausgegliedert. Im Gegensatz zur Grundig AG war GBS zu keinem Zeitpunkt insolvent. Die Gesellschaft beschäftigt ca. 185 Mitarbeiter an den Standorten Bayreuth und Fürth sowie in mehreren Auslandsniederlassungen. Die GBS ist, nach eigenen Angaben, Marktführer für professionelle Diktiergeräte in Deutschland, Großbritannien, Skandinavien und Benelux sowie einer der führenden Anbieter in den übrigen europäischen Märkten. Die INDUC AG beteiligt sich mehrheitlich und mit aktiver Managementunterstützung an mittelständischen Unternehmen in Sondersituationen. Zielsetzung ist die Fortführung von Unternehmen in Verbindung mit einer wertorientierten Weiterentwicklung. Portfoliogesellschaften werden aktiv durch ein interdisziplinäres Management-Team unterstützt, das über langjährige operative Erfahrungen in unterschiedlichen Bereichen verfügt.



LCD-TVs mit Sony Bild-Power

Noch nicht mal zwei Monate nach den sensationellen Meldungen über Sonys Kurswechsel im TV-Bereich, dem Abschied von der CRT-Produktion für den japanischen Markt und die beschlossene, groß angelegte Kooperation mit Samsung bei Panel Entwicklung und Herstellung, stellt Sony-Wega ein komplett neues Konzept für den zukünftigen TV-Geräte-Markt vor. Mit der wegweisenden Bildoptimierungs-Technologie "Wega Engine" und einem Start-Line-Up von zehn LCD-TV Modellen mit Bildschirmgrößen von 21 bis 61 Zoll will Sony auf dem europäischen TV-Markt an seine Jahrzehnte andauernde Erfolgsstory mit CRT-TV-Geräten der Marke "Trinitron" anknüpfen und unterstreicht nun auch im LCD-TV-Bereich seine Position als bedeutender Technologie-Führer.



KE-P61MRX1-L: 155 cm Flach-TV (PDP) der Prestige-Klasse mit Wega Engine

(Nur) das Beste: **Wega Engine**

Die Frage: "Was bedeutet Wega Engine" beantwortet sich nach Angaben von Sony wie folgt: Wega Engine ist ein wegweisendes, neues Bildverbesserungs-System, mit dem iede Videoprogramm-Quelle mit der höchstmöglichen Bildqualität und Naturtreue dargestellt wird. Es garantiert ungewöhnlich natürliche Farben, hervorragende Detailschärfe und eine bisher unerreicht klare Bilddarstellung. Wega Engine ist eine Sonytypische neue Technologie zur Darstellung der bisher qualitativ besten, auf Flach-TV-Bildschirmen darstellbaren Bilder.

Perfektion durch vier Bildprozesse

Wega Engine besteht aus vier harmonisch abgestimmten elektronischen Signalverarbeitungs-Prozessen: Die "Input Signal Processing Circuitry" mit einem Unique 3D Comb Filter konvertiert analoge Eingangssignale in ein optimiertes digitales Format und sorgt für beste Bildstabilität und hervorragende Farbseparation.



Wega Engine arbeitet mit vier Signalverarbeitungs-Prozessen und erzeugt die besten, bisher auf Flach-TVs darstellbaren Bilder.

"DRC-MF" mit Unique Digital Reality Creation verdoppelt die vertikalen Zeilen und die Anzahl der horizontalen Bildpunkte, vervierfacht die Gesamtauflösung und bewirkt einen klaren, detailreichen Bildaufbau mit hoher Tiefenwirkung. Eine "High Picture Quality Conversion Circuitry" mit Unique Multi Image Driver (M.I.D) garantiert natürliche Farbabstufungen und Kontrastwerte. Die "Drive Unit" mit dem (weltweit erstmalig serienmäßig eingesetzten) Unique 14 bit Panel Driver steuert das Display-Panel mit hoher Farbsättigung und -tiefe an und

AV-Anschlußvielfalt, leichte Bedienbarkeit und durch die beste Technologie bestimmte Kaufentscheidungen.

Schlüsselfaktoren für Kaufentscheidung

Die von Sony durchgeführte Untersuchung über die wichtigsten Gründe der Kaufentscheidung für ein Flach-TV-Gerät ergibt folgendes Bild: Geringerer Platzbedarf und kleine Stellfläche sind für 67 Prozent der Käufer ein Grund für den Umstieg auf einen

Display, und bei letzterer Angabe zeigt sich die Schwierigkeit, von Teilnehmern einer solchen Befragung wirklich zutreffende Auskünfte zu erhalten.

Europa im Visier: Neues Flat-TV Line-Up

Das Start-Line-Up der neuen Sony-Wega Flat-TV-Reihe mit "Wega Engine" für den europäischen Markt umfaßt zehn Modelle mit Bilddiagonalen zwischen 21 bis 61 Zoll (53 bis 155 cm). Sony gliedert den Flat-TV-Markt in vier Segmente:

Den Bereich "Prestige" bedient Sony-Wega mit luxuriös ausgestatteten "MRX1" Geräten von 82 cm bis 155 cm, wobei die Bildschirmgrößen 61 und 50 Zoll vorerst ausschließlich mit Plasma-Bildschirmen bestückt sind, die 42-Zöller wahlweise als PDP oder LCD verfügbar sein werden und die 32-Zoll-Geräte ausschließlich als LCD-TVs angeboten werden. Die Klasse "Aufsteiger" umfaßt großformatige "XS1" Plasma-Modelle von 94 cm bis 107 cm, den Nachfragebereich "Einsteiger" bedient die "M-Serie".

Die "Personal"-Reihe umfaßt zur Zeit zwei Modelle und wird sich mit Ausstattung und Design wahrscheinlich flexibel am dynamischen Marktverlauf und der Preisentwicklung orientieren. Die bereits feststehenden Kenngrößen und Ausstattungsmerkmale der verschiedenen Modellreihen sind:

"Aufsteiger"-Klasse mit "XS1"-Serie

Die Modelle der "XS1"-Reihe umfassen PDPs mit



abläufe dynamischer Bildinhalte.

Die Zukunft sieht mit LCD

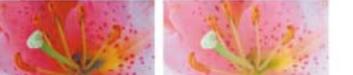
Das Ergebnis einer Studie über die aktuellen Entscheidungs-Parameter potentieller Käufer eines TV-Geräts stellt sich nach der "Out"und "In"-Methode wie folgt dar: "Out" sind: CRT-TV, kleine Bildschirme im 4:3-Format, analoge Signalverarbeitung, voluminöse Gehäuseformen, durch die Marke bestimmte Kaufentscheidungen. Dagegen "in" sind: Flach-TVs, große Bildschirme im 16:9-Format, digitale Signalverarbeitung, Platzbedarf (flach), geringer

sorgt für weiche Bewegungs- Flach-TV. 44 Prozent erwarten von dem Wechsel eine höhere Bildqualität, 23 Prozent geben den größeren Bildschirm, 15 Prozent die äußere Form eines Flach-TVs und 14 Prozent die höhere

Auflösung als Grund für ihre Kaufentscheidung an. Für angeblich nur 5 Prozent der Befragten ist der höhere Prestigewert eines Flach-TVs ein wichtiger Grund für den Wechsel vom CRT-Bildschirm zum Flach-

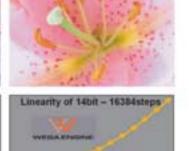


KE-P37XS1: 94 cm Flach-TV der Aufsteigerklasse mit Wega Engine



Mehr Farben - Größere Natürlichkeit

Linearity of 10bit - 1024steps



WEGA Engine arbeitet mit dem ersten in Serie produzierten 14 bit Panel Driver

94 und 107 cm Bildgröße (37 und 42") mit New ALiS Panel, Einzel-TV-Tuner, 3D-Kammfilter für PAL/ NTSC, Memory Stick-Steckplatz für Stand- und Bewegtbild-Wiedergabe und -Aufzeichnung. Dolby Virtual

nung und separater schlanker Mediabox mit nur 80 mm Höhe. Auch digitale TV-Modelle der MRX1-Reihe werden erhältlich sein. Verfügbarkeit: März/April 2004.



der Prestige-Klasse

und Dolby TruSurround und neuer handlicher Fernbedienung. "XS1"- Modelle werden auch als Digital-TVs erhältlich sein. Verfügbarkeit: April/Mai 2004.

"Prestige"-Klasse mit "MRX1"-Serie

Die "MRX1" (PDP/LCD Serie) kommt mit W-XGA Progressive Panel, Doppel-TV-Tuner mit Bild in Bild, 3D-Aufzeichnung für PAL/NTSC, Memory Stick Steckplatz für Stand- und Bewegtbild-Wiedergabe und -Aufzeichnung, Dolby Virtual und Dolby Tru-Surround, Aluminium-Fernbedie-

Einsteiger-Klasse "M"

Zwei All-in-One-Plasma-Modelle mit den Bildschirmgrößen 82 und 107 cm (32 und 42) mit Tuner und Lautsprechern inklusive Standfuß und Wega Engine-System sowie zwei LCD-Fernseher (42 W-VGA und 32 W-XGA) gehören zur neuen "M"-Serie, deren Modelle mit 3D-Kammfilter für PAL/NTSC, Dolby Virtual Surround ausgestattet sind. Diese Fernseher erhielten ein Design, das speziell für den europäischen Markt ent-wickelt wurde. Verfügbarkeit: Juni 2004

"Personal"-Klasse

Mit zwei Modellen startet die "Personal"-Klasse: Das 54-cm-Gerät KLV-21SG2 mit Wega Engine System und Super Wide Angle LCD Panel mit PAL Progressive ist ausgestattet mit Memory Stick Steckplatz, Dolby Virtual Surround/BBE, Front Audio/Video-Eingang für Handycam oder andere Videoprogrammquellen sowie Ausgang für ein Home Theater-System. Das 66-cm-Modell KLV-26HG2 mit Wega Engine System und Super Weitwinkel-LCD Panel mit PAL Progressive ist ausgestattet mit Memory Stick, Dolby Virtual Surround/BBE, Front Audio-/Video-Eingang für Handycam oder andere Videoprogrammquellen sowie Ausgangsbuchsen für ein Home Theater System. Verfügbarkeit beider Modelle: März 2004.



Colormailer produziert Digitalprints für Sony Ericsson Fotohandys

Der Foto-Finisher Colorplaza AG wird künftig für Sony Ericsson Mobile Communications AB europaweit Online Photo Print Services anbieten. Damit erhalten die Nutzer von Sony Ericsson Fotohandys Zugang zum Colorplaza Premium Service Colormailer und können von den mit ihren Fotohandys aufgenommenen Bildern hochwertige Ausbelichtungen erstellen lassen.

Bisher konnten die mit dem Fotohandy aufgenommenen Bilder zur Sony Ericsson Website hochgeladen und in persönlichen Online-Alben gespeichert, sowie

für E-Mail und E-Cards genutzt werden. Anwender können zusätzlich jetzt auch ihre persönlichen Bilder als 10 x 15 cm Prints auf echtes Fotopapier belichtet erhalten.

Für die Teilnahme an diesem besonderen Service genügt es, auf der Sony Ericsson Website (http://www.sonyericsson.com/fun) ein Online-Registrierungsformular auszufüllen. Die Preise für den Online Photo Print vom Fotohandy betragen 0.29 Euro pro 10 x 15 cm Print, hinzu kommen pro Bestellung 2,50 Euro für Porto und Verpackung. Bezahlt wird mit Kreditkarte, und die Zustellung erfolgt per Post innerhalb von wenigen Tagen. Der Service ist bereits über die Sony Ericsson Homepage verfügbar.



Weitere Einblicke unter: www.plasmavision.de

Flachdisplays: MODELLE • MACHER • MÄRKTE

Flach-TV-Absatz in einem Jahr versechsfacht

Noch liegen die abschließenden Zahlen für das Gesamtiahr 2003 nicht vor. Aber anhand der Angaben diverser Hersteller und Organisationen kristallisiert sich für den deutschen Markt folgendes Bild heraus: Im Jahr 2003 dürften in Deutschland mehr als 190,000 mit LC- oder Plasma-Displays bestückte Flach-TV-Geräte den Besitzer gewechselt haben. Das bedeutet gegenüber den Absatzzahlen in 2002 (ca. 23.000) mehr als eine Versechsfachung der Anzahl verkaufter Flat-TVs und entspricht einem Jahreswachstum von über 500 Prozent. Alle Prognosen deuten darauf hin, daß sich diese Entwicklung in den folgenden Jahren fortsetzen wird und an Dynamik sogar noch zunehmen kann. Der Start der Produktgruppe Flach-TV läßt sich auf das Jahr 2001 datieren, in dem wahrscheinlich nur unbedeutend mehr solcher Geräte abgesetzt wurden, als in Form von Besprechungsmustern in die Redaktionen und als Ausstellungsmuster in den Handel gelangten. Als Pioneer für LCD-TVs engagierte sich besonders der japanische Hersteller Sharp und konnte dank seines technologischen und vertriebstechnischen Vorsprungs auf diesem Gebiet als Lohn in 2002 den Löwenanteil von 42 Prozent des deutschen LCD-TV-Markts für sich einstreichen, gefolgt von LG-Electronics mit 17 Prozent und Philips, die früh den Trend aufnahmen, mit 7,5 Prozent. In 2002, dem ersten Jahr mit nennenswerten LCD-TV Verkäufen, lagen Grundig und Samsung dicht beieinander mit 5.8 Prozent und 5,7 Prozent auf den Rängen vier und fünf.

2003: Die Mitbewerber haben sich formiert

Circa 190.000 in 2003 verkaufte Flach-TVs erscheinen angesichts etwa 4 Millionen im gleichen Zeitraum abgesetzter konventioneller Color-TVs noch relativ unbedeutend. Die Anzahl der in Deutschland verkauften Flach-TVs kompensiert jedoch fast genau die ca. -4,5 Prozent Rückgang bei Verkäufen konventioneller TV-Geräte und dürfte aufgrund des im Mittel wesentlich höheren Verkaufspreises die bei CRT-Geräten entstandene Lücke nach Wert mehr als komfortabel geschlossen haben. Setzt sich der in 2003 bei Flach-TVs erreichte Zuwachs von 500 Prozent im vor uns liegenden Jahr auch nur annäheDer Markt für Flach-TV-Geräte befindet sich in explosionsartiger Entwicklung. Die Feststellung klingt angesichts des Marktgeschehens im Bereich der LCD- und Plasma-TV-Geräte noch wie eine Untertreibung. Noch nie hat sich die Nachfrage nach einem neuen Produkt der Unterhaltungselektronik derartig steil nach oben bewegt, wie dies zur Zeit bei Flat-TVs geschieht. Selbst der Umsatzrenner DVD bleibt hinter diesen Zuwachsraten zurück, obwohl zwischen beiden Produktbereichen eine umsatzstimulierende Verbindung besteht. Angesichts der Absatzzahlen und der Prognosen der Marktforschungs-Institute überbieten sich die Hersteller beim Ausbau und der Neuerrichtung riesiger Produktionskapazitäten für LCD- und Plasma-Panels. Zahlreiche Entwicklungsabteilungen arbeiten an der Erforschung weiterer Display-Technologien, in der Hoffnung, noch bessere Displays zu geringeren Kosten produzieren zu können. Es herrscht Goldgräberstimmung in der Branche, und wie bei jeder derartig stürmisch verlaufenden Entwicklung liegen die Risiken gleich neben den Gewinnchancen. Ein Grund für "PoS-MAIL", dem Flach-TV-Markt höchste Aufmerksamkeit zukommen zu lassen und dem Handel aktuell über das Geschehen zu berichten.

> anderem von der Preisentwicklung bei größeren LCD-Bildschirmen, dem Zeitpunkt der Einführung von HDTV und den Kosten, zu denen HDTV-kompatible Plasma-TVs angeboten werden können. Die Marktanteile der stärksten Anbieter von PDP-TVs auf dem deutschen Markt sind wie folgt verteilt:

rungsweise fort, so kann der Anteil

der Flach-Displays am deutschen

Gesamt-TV-Markt schon in die

Größenordnung von 15 bis 20 Pro-

zent (nach Stückzahl) vorstoßen.

Angesichts solcher Absatzzahlen

hat sich das Feld der Anbieter von

Flach-TVs und deren Sortiments-

tiefe bei Plasma- und LCD-TVs in-

zwischen beachtlich erweitert. Als

Folge des härteren Wettbewerbs

wurden die satten Marktanteile von

Sharp und LG-Electronics im ver-

gangenen Jahr mit Rückgängen von

-10 Prozent und -11 Prozent kräftig

abgeknabbert. Für 2003 liest sich

die Reihe der wichtigsten Anbieter

von LCD-TVs und ihrer Marktantei-

le wie folgt: Platz eins belegte Sharp

mit 32 Prozent. Auf Rang zwei hat

sich mit 14 Prozent Philips vorge-

schoben, gefolgt von Samsung mit

9 Prozent, Sony mit 8 Prozent und

LG mit 5,8 Prozent nun auf dem

fünften Platz. Traumhaft lesen sich

die von den Marktführern bei LCD-

TVs erzielten Zuwachsraten nach

Stück: Sharp: + 400 Prozent trotz 10

Prozent Verlust Marktanteil, Philips:

+ 1.177 Prozent (das ist eine

+1.023 Prozent. Für LG ergibt sich

trotz des Verlustes von Platz zwei

beim Marktanteil mit einem Wachs-

tum von + 126 Prozent noch eine

Verdopplung der verkauften Ein-

Plasma-TV-Verkäufe

fast verdreifacht

Auch mit Plasma-Displays bestück-

te Flach-TVs erfreuten sich 2003 mit

einem Plus von etwa 190 Prozent

(nach Stück) an einem kräftigen

Zuwachs, allerdings mit ca. 38.000 verkauften Geräten auf wesentlich

niedrigerem Stückzahl-Niveau als

bei den LCD-TVs. Die Plasma-TVs

behaupten besonders ab der Bild-

diagonale von 42 Zoll aufwärts ihren

Anteil bei Flach-TV-Geräten. Ob das

auch in Zukunft so bleiben wird, hängt von mehreren Faktoren der

zukünftigen Entwicklung ab, unter

Samsung:

Verzwölffachung),

heiten.

Panasonic 21,2 Prozent, Philips 20,9 Prozent, Thomson 10,6 Prozent, Sony 8,9 Prozent und Samsung 5,9 Prozent. Die hohen, in 2003 erreichten Zuwächse spiegeln die Startphase in diesem Segment wieder, in der sich fast alle Anbieter noch befinden: Samsung: +1.027 Prozent, Thomson: +563 Prozent, Philips: +302 Prozent, Sony: +116 Prozent und Panasonic: +113 Pro-

Nach einer Studie der Philips Marktforscher wird schon im Jahr 2006 mehr als die Hälfte der in Deutschland als Hauptgerät verkauften TV-Geräte das Bildschirmformat 16:9 haben. Mehrals 45 Prozent der nach der Studie in 2006 verkauften 1,1 Millionen Breitbild-TV-Geräte werausgestattet sein, sondern mit einer der modernen Display-Technologien arbeiten. Bereits in 2003 ergab sich beim Verkauf von Breitbild-TV-Geräten im 16:9-Format ein Wachstum von rund 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Philips hat mit der Gestaltung seines aktuellen Angebots alle Voraussetzungen geschaffen, um diese Nachfrage bedienen zu können: Das aktuelle Produktprogramm von Philips umfaßt bereits mehr als 30 Modelle im 16:9-Format. Von LCD-TVs ab 45 Zentimeter Diagonale, über Bildröhren-Geräte mit 70, 82 oder 92 Zentimeter Diagonale, bis hin zu Plasma-Displays mit 94, 106 und 125 Zentimetern, bietet das Unternehmen Breitbildfernseher in den unterschiedlichsten Größen. Ausstattungsvarianten und Preisklassen an. Wichtig in diesem

Handel: 2006 werden Übertragungen erstmalig in der Geschichte einer FIFA Fußball-Weltmeisterschaft ausschließlich im 16:9 Breitbildformat produziert werden.

Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im 16:9-**Breitbildformat**

Obwohl Deutschland eines der Länder mit der weltweit höchsten Sättigungsrate bei TV-Geräten ist, belebte dank der hohen Fußballbegeisterung der Deutschen bisher noch jede Fußball-Weltmeisterschaft gleichzeitig auch den Absatz

von TV-Geräten. Die in Deutschland

stattfindende Weltmeisterschaft



Bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 werden Übertragungen ausschließlich im 16:9-Breitbildformat produziert.

Breitbild-Fernseher werden Standard den nicht mehr mit einer Bildröhre

Zusammenhang auch für den

Laut einer Philips Studie wird 2006 mehr als die Hälfte der als Hauptgerät verkauften TV-Geräte das Bildschirmformat 16:9 haben.

2006 hat ein großes Potential, dem Verkauf von Breitbildformat-Geräten, und hier vorzugsweise als Flach-TV-Geräte, einen kraftvollen Schub zu geben. Denn Philips und die FIFA mit ihrem exklusiven TV-Vermarktungspartner Infront Sports & Media AG starten mit Blick auf die kommende FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland eine gemeinsame Initiative: Danach sollen 2006 erstmalig in der Geschichte der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft alle Übertragungen von den Veranstaltungen ausschließlich im 16:9-Breitbildformat produziert werden. Begünstigt durch die starke Verbreitung von DVD-Abspielgeräten und DVD-Kinofilmen hat sich das 16:9-Format in den letzten Jahren als ideales Format für Home Entertainment etabliert. Viele Fernsehsender strahlen immer öfter Unterhaltungsshows und Spielfilme im 16:9-Format aus. DVD-Videofilme werden hauptsächlich im 16:9- Format produziert. Und ebenso eignet sich Sport, und hier insbesondere der Fußball mit seinen weitläufigen und raumgreifenden Aktionen, hervorragend für dieses Format, mit dem Live-Eindrücke von Sportereignissen so vermittelt werden, als befände sich der Betrachter selbst als Zuschauer im Stadion. Gottfried Dutiné, Vizepräsident und Vorstandsmitglied von Philips Electronics, freut sich auf die

und hervorragende Leistungen: Mit

Zusammenarbeit mit der FIFA und Infront: "Durch die Breitbildübertragung wird die Fußball-WM 2006 für den Zuschauer zu einem noch größeren Fernseh-Erlebnis", zeigt sich FIFA Präsident Joseph S. Blatter ebenso erfreut über die gemeinsame Initiative: "Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2002 in Korea und Japan wurde in nahezu alle Länder der Welt übertragen. Insgesamt über 41.000 Stunden Berichterstattung machten diese WM zum meist gesehenen Sportanlaß der Fernsehgeschichte. Wie auch bei den vorangegangenen erfolgreichen Übertragungen der Fußball-Weltmeisterschaften können wir aufregende Innovationen im Bereich der Medien nutzen und damit das Mitfiebern von zu Hause aus noch spannender und unterhaltsamer gestalten.

Das 16:9-Format wird den Zuschauern einen fantastischen Blick auf das Fußballgeschehen eröffnen". Und Oscar Frei, CEO und Präsident von Infront Sports & Media, ergänzt: "Die gemeinsame Initiative bedeutet für den Zuschauer am Fernsehgerät innovative Fußballübertragungen in höchster Qualität. Die Übertragungen der 2006 FIFA Fußball-Weltmeisterschaft werden auch für künftige andere Sportanlässe neue Maßstäbe setzen", so Frei. Philips ist offizieller Partner der Fußball-WM 2006 in der Sparte Consumer Electronics.

Als einer der weltweit führenden Innovatoren von TV- und Display-Technologie war das Unternehmen bereits seit den sechziger Jahren ein Pionier für Breitbildanwendungen im Home Entertainment. 1990 stellte Philips den ersten Breitbildfern-

Samsung: Weltgrößtes Flach-Display vorgestellt

Mit einem 80-Zoll-Bildschirm hat Samsung das zur Zeit weltweit größte Flach-Display vorgestellt. Bei der Herstellung kommt eine neue Plasma-Display-Panel-Technologie zum Einsatz, die zukünftig auch für Fernseher und Computer-Monitore genutzt werden soll.

Den neu vorgestellten Rekord-Monitor möchte der Hersteller vor allem im öffentlichen Bereich und als Konferenztechnologie eingesetzt sehen.

Matsushita erweitert Plasma TV Production in Shanghai

Die Shanghai Matsushita Plasma Display Co., Ltd. (SMPD), ein Tochterunternehmen der Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. (MEI), hat ihre Produktionskapazität erhöht, um die weltweit schnell ansteigende Nachfrage nach hochwertigen Plasma TVs und Bildschirmen bedienen zu können. Die Mitteilung über die Erweiterung erfolgte anläßlich einer festlichen Eröffnungsfeier, auf der auch MEI President Kunio Nakamura anwesend war.

Pioneer: Erste Plasma Displays mit Pure Drive

Pioneer hat seine ersten Plasma Displays mit Pure Drive Technologie vorgestellt: Mit dem Pioneer PDP-434HDE mit 43-Zoll- und Pioneer PDP-504HDE mit 50-Zoll-Bilddiagonale führt das Unterneh-



Der Pioneer PDP-434HDE mit 43-Zoll- und Pioneer PDP-504HDE mit 50-Zoll-Bilddiagonale gehören zur vierten Plasma Display Generation und sind mit Pioneers Pure Drive ausgestattet.

seher Europas vor. Infront Sports & Media vermarktet unter anderem die weltweiten medialen Übertragungsrechte an der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 und verantwortet dabei auch die Erstellung der TV-Signale. Die Produktion wird von Host Broadcast Services (HBS), einer Tochterfirma der Infront Sports & Media, übernommen.

men seine vierte Plasma Display Generation in den Markt ein. Die Besonderheit der beiden neuen Modelle: Sie sind mit der exklusiven Pioneer Pure Drive Technologie ausgestattet, die bewegte Bilder noch lebendiger und natürlicher erscheinen läßt. Der PDP-434HDE und der PDP-504HDE ziehen durch das extravagante Design ihrer schwarz lackierten Gehäuse und die



metern die Blicke auf sich. Die extrem flachen Dimensionen sind ideal, um die Bildschirme flach an die Wand zu hängen. Auf einem Standfuß wirken sie wie künstlerische Objekte. Durch die Pure Drive-Technik werden auch hochauflösende Programmquellen wie HDTV lebendig, scharf und natürlich dargestellt. Dank der patentierten Waffelrippenstruktur (Deep Waffle Rib), die durch veränderten Zellaufbau bis zu 60 Prozent mehr Helligkeit bietet, erzeugen beide Geräte superbrillante Bilder. Dazu trägt auch der Pure Colour Filter II bei. Er absorbiert einfallendes Licht, so daß eventuelle Reflektionen auf ein Minimum reduziert werden und die Wiedergabe der Farben optimiert wird. Für mehr Brillanz sorgt die optimierte Phosphorbeschichtung. Die neuen Plasmas beherrschen Vollbild-Wiedergabe im Progressive Scan-Modus und überzeugen hier mit nie gesehener Bildruhe und Schärfe. Beide Modelle sind im Vergleich zu ihren Vorgängern noch einmal zehn Prozent heller. Der 50-Zöller erreicht 1000 Candela (cd/m²) und der 43-Zöller sogar 1.100 cd/m². Beide Plasma Displays lassen sich mit der Software Pioneer Home Gallery in historische Gemälde verwandeln. Neben digitalen Bildern namhafter Künstler können im-

geringe Tiefe von nur 9,8 Zenti-

Neben digitalen Bildern namhafter Künstler können imposante Naturaufnahmen auf das Panel gezaubert, aber auch eigene Fotos in bestmöglicher Aufnahmequalität betrachtet werden. Der externe Media Receiver ist mit einem Schacht für gängige Speicherkartenformate versehen und ermöglicht das Abspielen eigener Dia-Shows. Auch andere multimediale

Inhalte werden zum Augenschmaus. Der PDP-434HDE ist zum UVP von 6.999,- Euro und der PDP-504HDE ab 8.999,- Euro erhältlich. In der ersten Lieferung sind je eine Speicherkarte mit Home Gallery sowie ein Speicherkartenadapter im Preis enthalten.

Weltrekord: 57 Zoll LCD-TV von Samsung

Dem koreanischen Konzern Samsung Electronics Co. Ltd. ist es gelungen, den mit 57 Zoll (144 cm) Bilddiagonale größten TFT-LCD Bildschirm der Welt für HDTV-Geräte zu entwickeln und fertigzustellen. Der neue Bildschirm wurde auf Samsungs zweiter Produktionslinie der fünften Generation hergestellt. Die Produktion "Line 6" ist für 1.100 mm x 1.300 mm große Muttergläser ausgelegt und produziert bereits seit September 2003. Mit dem neuen, riesigen 57 Zoll Bildschirm setzt Samsung die Reihe seiner spektakulären LC-Display Weltrekorde fort. Im August 2001 hatte das Unternehmen den ersten 40 Zoll Bildschirm vorgestellt, dem im Oktober 2002 ein 46 Zoll Bildschirm und zwei Monate später ein 54 Zoll Bildschirm gefolgt waren. Das neue

Kontrastverhältnis von 1.000:1, einer Helligkeit von 600 cd/m², der maximalen Reaktionszeit von 8 ms und der Auflösung von 1.920 x 1.080 mit 6,22 Millionen Bildpunkten bei 75 Prozent Farbsättigung wird das neue TV-Gerät auch höchsten Qualitätsanforderungen gerecht. Die Bautiefe beträgt trotzdem nur 4,75 cm. "Nicht nur die Größe, auch die Leistung ist ganz außerordentlich. Samsung zeigt mit diesem Gerät die nächste Stufe seiner PVA-Technologie (Patterned Vertical Alignment = senkrechte Ausrichtung der Flüssigkristalle) und ein neuartiges Polarisationsverfahren, um einen Kontrast von 1000:1 zu erhalten, was im Vergleich zu den herkömmlichen 400:1 mehr als eine gewaltige Verbesserung ist und sogar den 54 Zoll Vorgänger mit seinen 800:1 deutlich übertrifft", erläuterte Executive Vice President Dr. Sang-Soo Kim, Leiter des LCD-Entwicklungs-Teams. "Und dank seines niedrigen Schwarz-Wertes von 0,5cd/m² sind schwarze Details viel besser erkennbar, und es gibt bei dunklen Bildern und Hintergründen ein deutlich lebendigeres Bild." Samsung verfügt nun über die größte Palette von TFT LCDs für TV-Geräte mit Bildschirmdiagonalen von 15 bis 57 Zoll. Das Unternehmen erwartet eine stark ansteigende Nachfrage nach LCD TV-Geräten. In den Verkaufsergebnissen des 3. Quartals machen TV-Bildschirme schon zehn Prozent des gesamten TFT LCD Geschäfts aus, und mit einem weiteren Anstieg ist zu rechnen. Mit der Einführung des neuen 57 Zoll TFT LCD setzt Samsung ein neues bemerkenswertes Highlight und bietet die Möglichkeit zur Umsetzung aller HDTV-Features für die nächste TV-Geräte-Generation, die an die Wand gehängt werden kann.

Als größter Hersteller von Notebook-LCD-Bildschirmen will Samsung bis 2005 auch die Spitzenposition als Hersteller von LCD-Monitoren, LCD-TV sowie bei den kleinen und mittleren Displays einnehmen. Die jüngste Inbetriebnahme von "Line 6" und die Fertigstellung des im Bau befindlichen Werks der 7. Generation im Jahre 2005 sollen der explodierenden Nachfrage gerecht werden und die Ziele des Unternehmens realisieren. *evo*

Samsung hat mit 57 Zoll (144 cm) Bilddiagonale den größten TFT-LCD Bildschirm der Welt für HDTV vorgestellt.



Aktive Sony bietet "Network Center" durch ein modulares Display-System Handelsunterstützung

Im Rahmen der Handelsmarketingkampagne "Make
Markets Move" bietet die
Sony Deutschland GmbH
ihren Handelspartnern ein
sogenanntes "Network Center". Hierbei handelt es sich
um ein modulares DisplaySystem, mit dem nahezu
jede Verkaufsfläche bestückt
werden kann.

Im Rahmen dieser Display-Konstruktion setzt Sony definierte Kernapplikationen, aber auch viele weitere Applikationen rund um das Thema "Vernetzung" um.

Für die Realisation des Network Centers bietet Sony entsprechende Planungstools. In Zusammenarbeit mit den Fachhandelspartnern kann somit die optimale Planung des individuellen Standortes für



"Mit Schulungen werden unsere Fachhandelspartner auf die zukünftige Käufergeneration vorbereitet", so Marc Zausig, Senior Manager Market & Channel Development, Sony Deutschland GmbH

das Network Center vorgenommen werden. Die Umsatzphase von "Make Markets Move" hat direkt nach der IFA begonnen. Bis zum Ende des Geschäftsjahres (31.3.2004) sollen die Sony Network Center an rund 130 Stand-

orten vertreten sein. "Das Network Center-Konzept ist sehr betreuungsintensiv, wir schulen unsere Fachhandelspartner und stellen ihnen, wenn gewünscht, auch einen Sales Assistant zur Verfügung. Mit den Schulungen werden unsere Fachhandelspartner auf die zukünftige Käufer-



Bei Sonys "Network Center" handelt es sich um ein modulares Display-System mit dem nahezu jede Verkaufsfläche bestückt werden kann.

with T

Im Rahmen dieser Display-Konstruktion setzt Sony definierte Kernapplikationen, aber auch viele weitere Applikationen rund um das Thema "Vernetzung" um.

generation vorbereitet", so Marc Zausig, Senior Manager Market & Channel Development Consumer Marketing, Sony Deutschland GmbH. Bei den Sales Assistants handelt es sich um geschulte Promotoren, die über eine langjährige Erfahrung im Verkauf verfügen. Sie können den Händler aktiv beim Verkauf unterstützen und somit den Mehrwert steigern. Die für die Händler anfallende Kosten für das individuelle "Network Center" liegen bei 40 Prozent des Gesamtpreises. 60 Prozent werden somit von Sony getragen. *miz*



Incentive von O₂ bringt Händler nach Irland

Unter dem Motto "Die Jagd nach dem blauen Dubliner" startet O₂ Germany mit seinen Händlern am 1. Februar ein Incentive, das den zehn besten Partnern eine Actionund Abenteuerreise nach Irland bringt. Zusätzlich gibt es weitere Prämien. Alle Fachhändler von O₂ und den O₂ Partnershops können an dem Incentive teilnehmen, das bis Ende März läuft. Der Netzbetreiber belohnt dazu den Verkauf von Verträgen an Geschäftskunden. Im Vordergrund stehen die neuen "Business nach Maß"-Pakete, die für Geschäftskunden besondere Tarif-Bundles und individuelle Lösungen bereitstellen sowie die Fachhändler im Salesprozeß unterstützen. O₂ begleitet seine Partner in diesem Wettbewerb mit umfangreichen Marketing-Aktionen, wie beispielsweise mehrstufigen Mailings und Informationsmaterialien, in denen die "Business nach Maß" - Pakete vorgestellt werden. Die zehn besten Fachhändler gehen dann vom 13. bis 16. Mai auf Actiontour nach Irland. Interessenten können sich jederzeit online über das Partner

Online System von O_2 anmelden. "Mit dem neuen Incentive wollen wir an das sehr erfolgreiche Vorjahr anknüpfen. Die Fokussierung auf die Geschäftskunden hat unseren Partnern gezeigt, daß im B2B-Segment sehr interessante Entwicklungsmöglichkeiten liegen", meinte Peter Wach, Leiter Business Channel Marketing bei O2. Das Potential für den Verkauf von Mobilfunkverträgen und weiteren Leistungen und Services sei enorm. Wach: "Insofern gewinnen nicht nur die Sieger des Incentives, sondern jeder Partner, der sich im Geschäftskundensegment enga-

Siemens Mobile Acceleration investiert in Jentro Technologies

Siemens Mobile Acceleration (SMAC), ein international führender Investor für Unternehmen im Mobilfunksektor, hat sein Investment in Jentro Technologies bekanntgegeben. Das deutsche Softwareunternehmen ist Pionier in der Entwicklung eines Navigationssystems, das auf handelsüblichen, Java-basierten Mobiltelefonen funktioniert. Die Handy-Lösung von Jentro ist technisch anspruchsvoll, jedoch einfach zu bedienen und wesentlich günstiger als festinstallierte Produkte

und damit für den Massenmarkt geeignet. In Zukunft brauchen Mobilfunkkunden lediglich ein Javafähiges Endgerät sowie einen GPS-Empfänger, um sich im Straßenverkehr und in Städten zurechtzufinden – egal ob als Autofahrer oder Fußgänger. Diese neue Navigationslösung von Jentro



Technologies ist benutzerfreundlich und günstig. Der Kunde gibt zu Beginn der Reise über die Handytastatur oder per Webbrowser die Zieladresse ein. Diese Daten werden anschließend an die Jentro-Servicezentrale geleitet, wo die Route berechnet wird. Ähnlich wie bei festinstallierten Systemen wird der Benutzer mittels Sprachanweisungen über den Handylautsprecher und Anweisungen (Turn-by-Turn-Symbole) auf dem Display

zum Ziel geführt. Die neue Off-Board-Handy-Navigationslösung von Jentro, die nicht nur auf Smartphones, sondern auch auf einfachen Handys läuft, wird im ersten Halbjahr über Mobilfunknetzbetreiber erhältlich sein.

Vodafone VideoClips jetzt auch als Download

Immer mehr Mobiltelefon-Besitzer nutzen ihr Handy als Informationsquelle für Nachrichten in Wort und Bild. Bei Vodafone gibt es jetzt wieder Neuheiten rund um die VideoClips: Bislang konnten nur Kunden mit streamingfähigen Handys die kurzen Filme ansehen. Ab sofort kann eine Auswahl an Videos auch über das Vodafone live!-Portal aufs Handy heruntergeladen und offline abgespielt werden - und steht damit für deutlich mehr Handy-Modelle zur Verfügung. Außerdem werden alle VideoClips jetzt transparent zum Festpreis ohne Verbindungskosten berechnet. Ganz neu in der Auswahl: die PlayboyClips mit Playmates und Dreamgirls beim Fotoshooting. Nach wie vor stehen die VideoClips aus allen Kategorien – NewsClips, BundesligaClips, CinemaClips, City Tour, FunClips, MusicClips, ComicClips, Action Clips, PlayboyClips und UefaClips – für die entsprechenden Handys

im Streaming-Verfahren zum einmal Anschauen zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es jetzt die Option, eine Reihe an Clips aus den Kategorien ComicClips, FunClips, ActionClips und PlayboyClips auf das Handy herunterzuladen. Einmal gespeichert, können die Clips offline und beliebig oft abgespielt werden. Bei den Handys, die das Herunterladen unterstützen, werden die VideoClips im Vodafone live!-Portal unter der Rubrik "Download" angezeigt.

Neu ist auch das Preismodell: Alle Vodafone-VideoClips, egal ob im Streaming-Verfahren oder als Download, gibt es jetzt zu einem Festpreis, der vor dem Abruf bestätigt werden muß. Verbindungskosten fallen nicht an. "Ein Plus an Transparenz also für den Kunden und in vielen Fällen ein deutlicher Preisvorteil, insbesondere bei den längeren Clips", erklärte Jürgen von Kuczkowski, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Vodafone D2. Ein VideoClip zum einmal Anschauen kostet im Schnitt 0,99 Euro, für das Herunterladen des Videos fallen zirka 1,49 Euro an. Darüber hinaus ist die Rechnung transparenter: Statt die Kosten für den Abruf eines VideoClips mit den GPRS-Verbindungskosten sammenzufassen, werden Clips jetzt einzeln aufgeführt.

CES: Plasma-TVs mit zwei Metern Bilddiagonale

Auf der diesjährigen Consumer **Electronics Show in Las Vegas** präsentierten Samsung und LG.Philips eindrucksvoll riesige Plasma-Schirme mit Bilddiagonalen von 193 Zentimetern (76 Zoll) und 203 Zentimetern (80 Zoll). Bis zur Eröffnung der **CES war LG.Philips mit seinem** 76 Zoll großen Plasma Display noch Rekordhalter für den weltweit größten Bildschirm. Doch kurz nachdem sich die Tore der Ausstellung geöffnet hatten, überraschte Samsung dann Ausstellungsbesucher und Presse mit seinem weltweit ersten 80-zölligen Plasma-Schirm.

Auch bei den LC-Displays liegen LG.Philips und Samsung im harten Wettbewerb um das größte Display. Auch hier hält zur Zeit Samsung mit seinem neu vorgestellten 54 Zoll LCD-Bildschirm die Spitzenposition. Die vorgestellten Plasma Displays sind vorerst noch Prototypen. Samsung will sein 80-Zoll-Display jedoch bis 2005 zur Serienreife bringen, während LG.Philips bereits in diesem Jahr die Produktion für ihr 60-Zoll-PDP aufnehmen will, jedoch für den 76-Zöller noch keinen Termin für die Serienfertigung nennt. Die von den beiden Herstellern vorgestellten Bildschirme verfügen mit 1920 x 1080 Bildpunkten und "Progressive Scan" über volle HDTV-Unterstützung. Samsung nennt für sein Display im 16:9-Bildschirmformat ein Kontrastverhältnis von 2000:1 und den Helligkeitswert von 1000 cd/m². LG.Philips gibt für seinen 76-Zöller ein Kontrastverhältnis von 1000:1 und einen Helligkeitswert von 800 cd/m² an. Die Leistungsaufnahme wurde für keinen der beiden großen Bildschirme angegeben, dürfte jedoch bei mehreren 100 Watt liegen.

Blu-ray-Rekorder mit Festplatte

Auf einer Pre CES-Pressekonferenz kündigte LG Electronics (LGE) an, noch in diesem Jahr einen Blu-ray-Rekorder mit eingebauter 200-GByte-Festplatte auf den Markt zu bringen. Der DVD-Rekorder mit der Bezeichnung LGXBG420 soll Ende



Blu-ray DVD-Rekorder LGXBG420 von LG Electronics

des dritten Quartals oder Anfang des viertes Quartals dieses Jahres zum Preis von unter 3.000 US-Dollar auf dem US-Markt verfügbar sein. Der neue Blu-ray-Rekorder soll bereits das sogenannte "Broadcast Flag" auswerten können, mit dem US-Fernsehsender ihre Programme als nicht für eine Videoaufnahme zugelassen markieren können. Bei der Kennzeichnung einer TV-Sendung durch das "Broadcast Flag" läßt der Rekorder eine Kopie der Festplatten-Aufzeichnung auf Blu-Ray-Disc nicht zu. Nach Angaben von LG werden auch alle Anschlüsse des neuen Rekorders mit Einrichtungen für den Kopierschutz ausgestattet sein. Über welche Ein- und Ausgänge das Gerät in der Serienversion verfügen wird, wollte LG zur Zeit noch nicht mitteilen. Bisher nannte LG Electronics nur einen Firewire-Port mit 5C-Sicherung sowie einen durch HDCP gegen unberechtigtes Kopieren geschützten DVI-Ausgang. Zu welchem Zeitpunkt erste Blu-rav-Rohlinge verfügbar sein werden, konnte noch nicht angegeben werden. Der LGXBG420 Rekorder wird mit einem EPG ausgestattet sein und auch herkömmliche DVDs und Audio-CDs wiedergeben können.

Intel baut LCOS-Chips für HDTV

Intel wird nach eigenen Angaben LCOS-Chips (Liquid Crystal on Silicon) für Flachbild-TVs produzieren. Das gab Intels Chief Operating Officer Paul Otellini auf der Consumer Electronics Show (CES) bekannt. Diese Nachricht wird die Mitbewerber Philips und Texas Instruments sicherlich nicht erfreuen. Denn Anfang Januar hat Philips seine Absicht bekanntgegeben, in Böblingen eine Entwicklungs- und Produktionsstätte für LCOS-Displays zu errichten. Texas Instruments hat in dieser Technologie noch keinerlei Produktionserfahrung und wird bedauern, sich gleich beim Start einem Konkurrenten wie Intel gegenüber zu sehen. Bei den LCOS-Displays übernimmt der neue Chip zur Ansteuerung der Flüssigkristalle gleichzeitig auch die Rolle der das Licht reflektierenden Schicht. LCOS-Displays sind reflektiv und brauchen keine Hintergrundbeleuchtung, wie sie z. B. bei transmissiven LCDs für Desktop-Monitore und Notebooks erforderlich sind. Da sich die Transistoren hinter der reflektierenden Schicht



Im oberen Geschoß der LVCC South Hall zeigten die Computerhersteller HP and Dell ihre neuesten Produkte. Dort gab es auch einen Bereich für die Präsentation von "Breakthrough Technologies" wie Digital Imaging, Electronic Games, Internet Infrastructure, Home Theater Systems und Satelliten Systeme

befinden, geht bei der Steuerung der Helligkeitswerte kein Licht verloren. Dadurch lassen sich bei gleicher Pixelgröße wesentlich höhere Leuchtdichten realisieren, und man kann auf diese Weise die Pixelgröße verkleinern und Panels mit höherer Auflösung und HDTV-Unterstützung herstellen.

NEC zeigt HD-DVD-Laufwerk mit rotem und blauem Laser

NEC hat ein Hybrid-Laufwerk entwickelt, mit dem man sowohl normale DVD-Rohlinge mit rotem Laserlicht wie auch mit blauem Laser die zukünftigen HD-DVDs mit 20 GByte Speicherkapazität bespielen können wird. Einen Prototyp des neuen 5,25-Zoll-Laufwerks zeigte NEC auf der CES. Das Laufwerk arbeitet mit nur einem Schreib- und Lesekopf, der zugleich mit einer roten und einer blauen Laserdiode bestückt ist und nicht größer als die Laser Pickups derzeitiger DVD-Brenner ausfällt. NEC gibt an, mit dieser Lösung die Laufwerke zu sehr günstigen Herstellungskosten produzieren zu können. Ralf Dajek, Produktmanager NEC Europa, teilte mit, daß die neuen Laufwerke schon im Spätsommer 2005 zu OEM-Preisen um 150 Euro im Markt verfügbar sein sollen. Die Retail-Preise zum Weihnachtsgeschäft 2005 könnten sich nach diesen Angaben bei ca. 200 bis 300 Euro einpendeln. Die als Advanced Optical Disc (AOD) bekannt gewordene HD DVD ist wie eine DVD aufgebaut und hat einen Coverlaver mit der Schichtdicke von 0,6 mm. Bei der Blu-ray Disc mit der Kapazität von 23 GByte beträgt diese Schichtdicke nur 0.1 mm. deshalb

Schutz der Medien eingesetzt werden. Bei der HD DVD sind jedoch keine Caddy-Medien geplant.

Das DVD-Forum hat die Spezifikation 0.9 der von Toshiba entwickelten ROM-Version mit 15 GByte Speicherkapazität pro Seite und je Layer bereits verabschiedet. Eine Entscheidung über die ebenfalls von NEC entwickelte RW-Version mit 20 GByte Speicherkapazität pro Seite und Layer soll in Kürze getroffen werden.

Microsofts Daten-Armbanduhr für Europa

Wie Bill Gates während der CES bekanntgab, wird Microsoft seine Daten-Armbanduhren, mit denen Informationen über Funk empfangen werden können, neben den USA nun auch in Europa auf den Markt bringen. Die "Smart Personal Objects Technology (SPOT)" wurde von Gates bereits im November 2002



Das Xact Communications WristLinx 2-way Radio wurde mit dem 2004 CES Innovations Award prämiert

auf der Computermesse Comdex in Las Vegas angekündigt. Auf der diesjährigen CES wurden erste Modelle schon von Unternehmen wie Fossil und Suunto zum Kauf angeboten. Die Uhren können über UKW-Frequenzen Wetterdaten, Nachrichten, Sportergebnisse und auch persönliche Informationen wie auch Terminerinnerungen empfangen.

Erwerber einer solchen "Smart Watch" erhalten im Lieferumfang der Datenuhr auch gleichzeitig ein Abonnement des entsprechenden Onlinedienstes MSN Direct.

Microsoft will Sicherheitsprodukte anbieten

Die wichtigste Aufgabe für Microsoft in der kommenden Zeit wird nach Aussage von Bill Gates das Thema Sicherheit sein. "Das wird drei bis vier Jahre ganz oben auf unserer Prioritätenliste stehen", erklärte Gates. "Wir sind schon ein gutes Stück vorangekommen, doch es gibt weiterhin böse Kerle da draußen, die Schaden anrichten wollen." Nach der Übernahme des rumänischen Anbieters von Anti-Virussoftware, GeCAD, will Microsoft nun auch selber Sicherheitsprodukte auf dem Markt anbieten oder gleich in seine Betriebssysteme integrieren. "Wir sind mit den führenden Herstellern von Sicherheitssoftware im Dialog, um der Branche genügend Raum für Innovationen zu lassen." Gute



Einen 2004 Innovations Award erhielt auch der Home Theater Music Reference Power Amplifier von Audio - Monster Cable Products Inc.

Fortschritte habe man bei der Bekämpfung von unerwünschten Werbemails erzielt.

Wie Bill Gates betonte, sei Microsoft mit einem Etat für Forschung und Entwicklung in Höhe von sechs Milliarden Dollar das Unternehmen, das weltweit am meisten für Innovation und ständige Verbesserung der Produkte ausgebe. "Da wir gut verdienen, sind wir in der glücklichen Lage, das zu tun." Mittel- und langfristig werde sich das für Microsoft auch dann auszahlen, wenn Produkte wie der Tablet PC oder die Spielekonsole XBox nicht von Anfang an profitabel sein sollten. Und weiter: "Microsoft neigt dazu, bei diesen Dingen einen langen Atem zu haben.

Seit der Gründung von Microsoft 1975 ist aber ein Großteil der Visionen, die damals zusammen mit Paul Allen entwickelt wurden, in die Wirklichkeit umgesetzt worden. Der PC ist das mächtigste Werkzeug, das man sich nur vorstellen kann. Früher hatten nur Regierungen und große Organisationen Zugang zu diesen Ressourcen. Heute kann jedermann darüber verfügen." evo

muß bei der Blue ray ein Caddy zum

Zweilagige DVD-Formate:

Noch leistungsfähiger und schneller

Während DVD-Medien und die zugehörige Hardware im IT- und UE-Sektor jeden neuen Absatzrekord schon nach kurzer Zeit durch den nächsten ersetzen, befassen sich die Elektronik-Hersteller und das DVD-Forum bereits mit der Standardisierung neuer, erweiterter DVD-Formate. Diese werden erheblich höhere Speicherkapazitäten bereitstellen und durch neuentwickelte Lasertechnologien noch schnellere Aufnahme- und Lesegeschwindigkeiten ermöglichen als bisher. Die je nach Hersteller und Interessengruppe unterschiedlich gelagerten Interessen stehen der schnellen und von technischen Argumenten bestimmten Einigung über die zukünftigen DVD-Formate jedoch im Weg. So wird es wahrscheinlich wieder zu einem Nebeneinander mehrerer Formate kommen. Die bereits millionenfach verbreiteten DVD-Abspielgeräte, DVD-Recorder und bespielten DVDs sind jedoch als wirtschaftliches Argument gewichtig genug, um die Abwärtskompatibilität der neuen Systeme opportun erscheinen zu lassen.

Philips DVD-Kapazität auf 8,5 GB

Durch die Entwicklung einer neuen Dual Layer-DVD+R-Technologie erhöht Philips die Kapazität von beschreibbaren DVDs auf 8,5 GB. In Kooperation mit MKM hat das Unternehmen die neue Double Laver-Technologie für beschreibbare DVDs entwickelt, mit der die Kapazität von 4,7 GB auf 8,5 GB erhöht und damit nahezu verdoppelt wird. Auf der CEATEC** (Combined Exhibition of Advanced Technologies – Messe für die Integration neuer Technologien) in Makuhari (Chiba, Japan) präsentierte Philips am Stand der DVD+RW-Allianz erstmals die neue Technologie. Die Kompatibilität mit bereits im Markt vorhandenen DVD-Videogeräten und DVD-ROM-Laufwerken soll gewährleistet sein. Philips und MKM sehen die Einführung der Dual Layer-Technologie für das Medium DVD+R als wichtigen Wegpunkt bei der Erweiterung der Möglichkeiten der optischen Datenspeicherung. Die verdoppelte Speicherkapazität wird es Benutzern ermöglichen, Filme von vier Stunden Dauer in DVD-Qualität mit einer Dauer von 16 Stunden in VHS-Qualität auf einer Seite einer DVD+R aufzuzeichnen, ohne das Medium umdrehen zu müssen. Anwender können dann Computerdateien bis zu einem Speichervolumen von 8,5 GB auf einer einzigen Disc archivieren. Bei dem doppelschichtigen DVD+R-

System werden für die Datenspeicherung zwei dünne farbstoffbeschichtete Schichten aus organischem Material eingesetzt, die durch eine Zwischenschicht voneinander getrennt sind. Beim Beschreiben wird durch Wärmeeinwirkung eines fokussierten Laserstrahls die physikalische und chemische Struktur der Schicht umgewandelt, so daß die veränderten Bereiche andere optische Eigenschaften als die sie umgebenden Schichten aufweisen. Mit ersten Untersuchungen begann Philips vor zwei Jahren. Zu diesem Zeitpunkt hatte die optische Speicherindustrie nachdrückliche Zweifel an der Realisierung einer kompatiblen, doppelschichtigen DVD+R-Technologie geäußert.

Inzwischen wird die zweischichtige DVD+R voll von der DVD+RW-Allianz unterstützt. "Die Kompatibilität mit bereits im Markt vorhandenen DVD-Videogeräten stellte bei unseren Forschungsarbeiten für eine doppelschichtige DVD+R- den wichtigsten Faktor dar", erläuterte Dr. Frans Greidanus. Senior Vice President der Philips Forschung. "Obwohl auch andere doppelschichtige Systeme bereits vorgestellt wurden, waren die Forscher von Philips als erstes Team in der Lage, auf beiden Schichten der doppelschichtigen DVD+R Informationen aufzuzeichnen und diese in einem Standard-DVD-Videogerät abzuspielen." In Fachkreisen geht man davon aus, daß Recorder, PCs und Konsumentenelektronik, die die neue zweischichtige DVD-Technologie unterstützen, im Laufe des Jahres 2004 zur Verfügung stehen werden.

BenQ: Erster Brenner für zweilagige Rohlinge

BenQ will bereits im April 2004 den ersten DVD-Brenner für die neuen zweilagigen Rohlinge auf den Markt bringen: Der BenQ DW-820A soll die erste Generation der von Philips entwickelten, neuen DVD+R9 Medien mit 2,4facher

Geschwindigkeit beschreiben können. Er wird demnach für das Beschreiben der rund 8,5 GByte Speicherkapazität eines kompletten DVD+R9 Rohlings nur 45 Minuten benötigen. Die sonstigen Eigenschaften des neuen DW-820A sollen nach Aussagen von BenQ in nahezu allen Punkten dem zur Zeit verfügbaren BenQ DVD-Brenner DW-800A entsprechen, der DVD+R9 mit 8x und DVD+RW mit maximal 4-facher Geschwindigkeit beschreiben kann. Das Minus-Format wird nicht unterstützt. Mehrere der aktuellen 8x-DVD-Brenner unterschiedlicher Hersteller verfügen über die zum Beschreiben einer DVD+R9 erforderliche Laser-Energie von 30 mW. Weil die offizielle DVD+R9 Spezifikation durch das DVD+RW-Allianz noch nicht verabschiedet wurde, legen sich die Hersteller von 8x-Brennern nicht fest, ob zweilagige Rohlinge nach einem späteren Firmware-Patch ohne Hardwareänderungen beschrieben werden können.

Zweilagige Rohlinge mit der erhöhten Speicherkapazität von 8,5 GByte sollen spätestens Ende des zweiten Quartals 2004 im Markt verfügbar sein und werden zur normalen DVD-9 kompatibel sein und sich in jedem DVD-Player abspielen lassen.

™Neuheiten

Traxdata: 52-fach CD-Rewriter für 49 Euro

Das neue CD-R / CD-RW 52/32/52 Kit von Traxdata beschreibt CD-Rohlinge mit 52facher Geschwindigkeit, unterstützt die neuen Ultraspeed-Medien, erreicht im Rewritable-Modus eine 32fache Geschwindigkeit und unterstützt die "Mount Rainier" Standards. CD-ROMs liest das Laufwerk mit 52facher und CD-Audios mit 40facher Geschwindigkeit aus. Der Traxdata CDRW-523252 beherrscht alle wichtigen Aufzeichnungs-Formate: CD-DA (Audio), CD-ROM Mode 1 (Basisformat), CD-ROM XA Mode 2 (Form 1, Form 2), CD-Audio, Mixed Mode (Audio und Daten kombiniert), Photo-CD (Single- und Multi-Session), CD-I, Video-CD, CD-Plus, CD-R, CD-RW und ebenfalls CD-Text. Als Schreibmethoden stehen Disk-at-once, Track-at-once Session-at-once, und Packet Writing zur Verfügung. Auch das beliebte Feature "Überbrennen" steht zur Verfügung. Der Pufferspeicher ist 2 MB groß. Die

integrierte Smart Burn Funktion schützt selbst bei sehr hohen Schreibgeschwindigkeiten sicher vor Buffer-Underruns. Das interne 5 1/4 Zoll EIDE-Laufwerk Traxdata CDRW-523252 Kit umfaßt CD-Rekorder, Brennsoftware Nero 5.5, 40poliges IDE-Kabel, Audiokabel, Schraubenset und deutsches Benutzerhandbuch. Der UVP beträgt 49,- Euro.

40x CompactFlash High-**Speed Karte von PNY**



PNY Technologies erweitert seine Compact-Flash-Familie um eine neue 40x High-Speed Karte. Sie basiert auf den neuesten Speicher-Chips von Toshiba und verfügt über eine 40x Schreibgeschwindigkeit von bis zu 6 MB/Sekunde. Diese High-Speed Karten wurden für professionelle Fotografen entwickelt, bieten aber auch allen anderen Anwendern hervorragenden Komfort. Mit der neuen PNY High-Speed CompactFlash Karte kommen Anwender, die ein Foto nach dem anderen schießen, laut Aussage des Unternehmens in den Genuß einer 30prozentigen Performance-Steigerung, verglichen mit Standard CompactFlash-Karten. Das Speichermedium wird mit einer neuen Verpackung ausgeliefert und ist mit Speicherkapazitäten von 256 MB, 512 MB sowie 1 GB verfügbar. Der empfohlene Endkundenpreis der High-Speed CompactFlash Karten liegt bei 104 Euro für 256 MB, 199 Euro für 512 MB und 399 Euro für 1 GB.

Wireless-Druckserver für **Tintenstrahldrucker**

Canon stellt den Wireless-



Druckserver WP-20 vor, der mehreren Anwendern die gemeinsame Nutzung eines Druckers mit USB-Schnittstelle ermöglicht. Das Unternehmen unterstützt damit den sich abzeichnenden Trend der steigenden Nutzung von Wireless-Netzwerken bei den Anwendern zu Hause. Der WP-20 unterstützt die meisten aktuellen Tintenstrahldrucker der gehobenen und mittleren Kategorie und sowohl Windows als auch Mac OS Plattformen. Das Gerät ist mit WiFi (IEEE802.11b) und Ethernet kompatibel und kann gleichzeitig sowohl in einem drahtlosen als auch in einem kabelgebundenen Netzwerk genutzt werden. Seine Übertragungsgeschwindigkeit beträgt bis zu elf Mbps (drahtlos) bzw. bis zu 10/100 Mbps (kabelgebunden). Die Reich(innen). Den WP-20 gibt es ab diesem Monat im Handel. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 199 Euro.

Belkin sorgt für sauberen Strom



Belkin erweitert sein Angebot an unterbrechungsfreien Stromversorgungen um

zwei weitere Universal-USV-Geräte. Durch den automatischen Spannungsregler AVR (Automatic Voltage Regulation) der Universal-USV-Geräte werden Computer vor Schäden oder Datenverlust geschützt und Unterund Überspannungszustände ausgeglichen. Die beiden Universal-USV-Geräte vereinen einen zuverlässigen Schutz vor Überspannungen mit einer Überbrückung von Stromausfällen bis zu 40 Minuten, während die angeschlossenen Geräte weiter betrieben werden können. Diese Zeit erlaubt es dem Anwender, geöffnete Dokumente zu speichern und den Rechner herunterzufahren. Die Akkukapazität der Geräte beträgt 1000 bzw. 1200 VA. Das entspricht einer Leistungsabgabe von 550 oder 670 Watt. Die Universal-USV verfügt über vier Schutzkontakt-Steckdosen mit Überspannungsschutz, von denen drei über den Akku versorgt werden, einen

USB- und einen seriellen RS-232-Port sowie eine RJ11/RJ45-Buchse mit Überspannungsschutz. Alle benötigten Kabel sind im Lieferumfang enthalten. Über den Energiezustand des Akkus und den Spannungsbereich informieren unterschiedliche Kontrolleuchten. Falls Stromausfälle trotz vorgeschalteter Universal-USV beim angeschlossenen Rechner zu Datenverlusten führen sollten, kann der Anwender einen professionellen Service in Anspruch nehmen, der die Daten kostenlos wiederherstellt. "Es gibt eine Vielzahl falscher Netzspannungspegel, wie zum Beispiel Spannungsabfälle, Spannungsstöße oder Spannungsspitzen, die zum kompletten Datenverlust führen können", erklärte Stefan Bönsch, Regional Director Central Europe. "Da dieses Problem den wenigsten Nutzern von Heim-Computern bekannt ist, wollen wir mit der Weiterentwicklung der USV-Geräte zum Schutz der Daten beitragen." Die Universal-USV 1000VA ist zum UVP von 349 Euro und die Universal-USV 1200VA zum UVP von 399 Euro erhältlich. Informationen zur Belkin USV-Produktpalette bei der kostenfreien technischen Hotline unter 00800-22355460.

weite erstreckt sich auf zirka 50 m

I had a dream...: "Fisher"

Von den Anfängen der Unterhaltungselektronik bis zur Gegenwart

Keiichi Naito, Director Sales und Marketing,

und Qualitätsstandard, reichhaltige

Ausstattungsmerkmale, wertig besetz-

tes Design, selektive Distribution und

wettbewerbsfähige Preise gegenüber

A-Marken. An den Start geht Fisher im

Frühjahr 2004 mit 17 projektierten und

teilweise bereits verfügbaren Produk-

DCS-HT900 Dolby Digital 5.1 DVD Home

DCS-HT900

Das mehrkanalige Dolby Digital 5.1 DVD

Home Theater System DCS-HT900

überträgt das Ausgangssignal ohne

Kabel per Wireless LAN Vernetzung zu

den beiden hinteren Satelliten-Laut-

sprechern (2.4 GHz Digital Transmis-

sion) und vermeidet dadurch die bei

mehrkanaligen Soundanlagen oft als

problematisch empfundene Notwen-

digkeit der Kabelverlegung durch

Wohnräume. In die schlanken "Tall Boy

Speakers" Lautsprecherboxen sind

Doppel-Subwoofer für voluminöse Baß-

abstrahlung bereits integriert. Dadurch

wird die Anzahl der erforderlichen

Kabelverbindungen weiter reduziert. Die

Gesamtausgangsleistung des Mehr-

kanalsystems beträgt 330 Watt Total

Output Power. Die integrierten Digital

Dolby Decoder für die Mehrkanal-

Formate Dolby Digital 5.1, DTS (Digital

Theatre Sound) und Dolby Pro Logic sor-

gen für ausgesprochen eindrucksvolle,

natürlich-räumliche Klangbilder. Zwei-

kanalige Tonsignale anderer Programm-

durch virtuelle DSP Surround Raum-

Theater System

Sanyo, will "Fisher" zur A-Marke machen.

"I had a dream ...", beginnt Keiichi Naito, Director Sales und Marketing, Sanyo, auf die Frage hin zu erklären, was ihn denn wann dazu bewegt habe, die untrennbar mit der Entwicklung der Unterhaltungselektronik verbundene Marke "Fisher" wieder aufleben zu lassen und mit dem Inhalt neuer Produkte und Technologien zu füllen, die dem Anspruch des berühmten Namens gerecht werden: Der Traum, den Keiichi Naito seit 20 Jahren vor seinen Augen hat, begann 1983 in Japan, als der 22 Jahre junge Mann seine Mitarbeit bei dem aufstrebenden Elektronik-Hersteller Sanyo begann.

Zu diesem Zeitpunkt arbeitete das USamerikanische Unternehmen des HiFi-Pioneers und Erfinders Avery Fisher bereits seit acht Jahren technisch und wirtschaftlich eng mit dem finanzstarken und vertriebstechnisch gut organisierten Sanyo-Konzern zusammen. "Avery Fisher", der Name hatte für den jungen, technikbegeisterten Keiichi ungefähr den gleichen Klang, wie für einen angehenden Automobil-Konstrukteur der Name Carl Benz oder Ferdinand Porsche. Avery Fisher war es, der schon 1937 damit begonnen hatte, mit Erfindungen wie dem ersten magnetischen Tonabnehmer, Entzerrer-Vorverstärker, HiFi-Röhrenverstärker, dem Hornlautsprecher und der ersten geschlossenen Lautsprecherbox die Grundlagen der heutigen Audiotechnik zu schaffen. Und während Keiichi Naito seine Ausbildung in den einzelnen Sanyo-Abteilungen absolvierte und in Lehrgängen auf weiterere, zukünftige Aufgaben in Europa vorbereitet wurde, festigte sich seine Idee, unter dem Dach von Sanyo eines Tages der Marke "Fisher" ihre frühere Bedeutung im Bereich der Unterhalreichen Wiedereinführung der Marke "Fisher" in die Sanyo Firmengeschichte eingehen. Auf dem Fundament einer durchgehend hochwertigen Produktlinie will das Management mit einem Team engagierter Mitarbeiter die Prioritäten an vier Zielen festmachen, die bis Jahresende schon sichtbare Erfolge zeigen sollen:

- 1.) Aufbau einer selektiven Qualitäts-Distribution über EP und weitere marktrelevante Fachhandelspartner.
- 2.) Lancieren aller aktuellen Fisher-Produkte auf dem deutschen und österreichischen Markt.
- 3.) Aufbau eines innovativen Images der Marke "Fisher" für hohe Produktqualität.
- 4.) Profitable Zusammenarbeit mit allen Handelspartnern und nachvollziehbare Handelsspannen. Die Zieldistribution für "Fisher" innerhalb der Vertriebskanäle liegt bei Käufhäusern, Kooperationen und unabhängigen Versendern.

Die Zielpositionierung im Markt und Bewußtsein potentieller Käufer liegt bei dem Status einer A-Marke wie Sony,

Technics und Philips und dem Verkauf von Qualitätserzeugnissen. Alle Aktivitäten sollen sich an der Schaffung einer Endverbraucher-Nachfrage orientieren, die den Begriff "Fisher" als Synonym für Innovation, Qualität, Design und Lebensgefühl



Michael Wolf, General Manager, und Keiichi Naito, Director Sales und Marketing Fisher/Sanyo, legen die Grundlagen für eine renditeorientierte altbekannte Marke.

tungselektronik zu verschaffen. Heute, auf acht Jahre Arbeit und Überzeugungstätigkeit in maßgeblichen Positionen bei der Sanyo Fisher Sales Europe GmbH zurückblickend, ist Keiichi Naito seinem Ziel ganz nahe gekommen. "Fisher" macht sich 2004 auf den Weg zur renditestarken Marke für den Handel.

2004 soll zum "Fisher-Jahr" werden

Das Jahr 2004 soll nach den Plänen der Geschäftsleitung als Jahr der erfolg-

Produktlinie ruht auf vier Säulen

Das aktuelle und auszubauende Produktangebot der Marke "Fisher" wird auf den Säulen von vier Produktbereichen ruhen, die sich im aktuellen Marktgeschehen hoher Nachfrage erfreuen: Heimkino/ LCD-TV/DVD-Rekorder und Player/Produkte mit digitaler Verstärker-Technologie. Fisher-Produkte sollen sich im Markt auszeichnen und abheben durch hohen Innovationsstand

klangprogramme (Digital Signal Processor) für die mehrkanalige Wiedergabe erweitert.

SD29LT1: 29 LCD TV

Das 29 Zoll große LCD-TV-Gerät mit der Bilddiagonale von 74 cm ist mit einem von Sanyo selbst entwickelten "High Contrast&Wide Viewing Angle"-LCD Panel bestückt. Die universelle Ausstattung mit Eingangsbuchsen wie Scart, 2xRCA, S-Video, Component Video und ein digitaler Videosignal-Eingang nach DVI-I Standard ermöglichen den Anschluß aller gängigen analogen wie Surround Sound ausgestattet (VSRS). Die Leistungsaufnahme ist bemerkenswert gering.





SD29LT: LCD-TV-Gerät mit 74 cm Bilddiagonale

DVR-500: **DVD** Recorder

Der elegante DVD Recorder im Super Slim Format fügt sich mit seiner geringen Höhe von nur 52 mm harmonisch in jede Wohnumgebung ein und läßt sich problemlos zusammen mit bereits vorhandenen UE-Geräten betreiben. Der DVR-500 unterstützt das DVD-Aufnahmeformat +R/RW und kann alle verbreiteten Optical Disk Formate abspielen: DVD-R/RW, DVD Video, DVD+R, DVD+RW, DVD-R, DVD-RW Video mode VCD, Audio CD, CD-R/CD-RW, MP3-CD, Picture CD (JPEG), VPS/PDC. Als komfortable Einrichtung zur einfachen Aufnahme-Programmierung wird das ShowView System unterstützt.



DVR-500: DVD Recorder für +R/RW Format und Player für alle DVD- und CD-Formate

DC-MP 7500: MP3-CD-**Audio-Anlage**

Die wahlweise in Black- oder Silver-Design lieferbare, kompakte Audio-Anlage verfügt mit ihrem zweikanaligen Digitalverstärker und zweimal 30 Watt Ausgangsleistung auch über reichliche Leistungsreserven für eine kraftvolle Beschallung größerer Räume - und



DC-MP 7500: MP3-CD-Audio-Anlage

das selbst bei lauten Hintergrundgeräuschen. Abgerundet wird der hohe Gebrauchswert der MP 7500 durch einen vertikalen Frontlader-CD-Player. RDS-Tuner, ein Multifunktions FL Display und Full Logic Steuerung.

DTA-120: **Vertikal CD-Tuner**

Ein Schmuckstück auf dem Schreibtisch und eine Freude für die Ohren

> ist dieses platzsparende Slim-Line CD-Radio mit Timer-Uhr, Sleep-Funktion und vertikalem CD-Player, der eine Durchsicht auf die Oberfläche der ge-

ladenen CD erlaubt.

Der integrierte 2-Band Digital Tuner mit Auto Tuning-Funktion läßt sich über den mitgelieferten Remote Controller bedienen, der auch zum Ein- und Ausschalten, der Lautstärkeregelung und zur Steuerung von CD-Playern und Wiedergabe-Einstellungen dient. Die qualitativ gehobene Ausstattung umfaßt 4-Mode Sound Preset, BassXpander, CD-R/RW Playback, Program Play und 8 cm Full-Range Speaker.



DTA-120: Vertikal CD-Tuner

Das größere Schwestermodell PH-DTA-300M verfügt unter anderem über einen motorisierten CD-Frontlader und unterstützt die Wiedergabe von MP3 Audio-CDs.

Mit Direct-On-Funktion Augenblicke festhalten



Casio stellt mit der QV-R51 eine 5 Megapixel-Digitalkamera vor, der dank "Direct-On"-Funktion auch spontane Schnappschüsse gelingen. messung zur Verfügung. Der Weißabgleich und die Empfindlichkeitseinstellung lassen sich wahlweise automatisch oder manuell vom Anwender bestimmen. Für die Bildkontrolle und -ansicht steht ein extragroßes 2-Zoll-TFT-Farbdisplay zur Verfügung. Bei diesem wurde auf eine verfeinerte Elektronik Wert gelegt, so daß der Energieverbrauch erheblich reduziert werden konnte.

nahmen können ab einem Abstand von zehn Zentimetern fotografiert werden. Für die Speicherung der Fotos stellt Casio zwei Optionen zur Verfügung: So können Bilder zum einen im internen 9,7 MB großen Speicher oder auf SD-bzw. MultiMedia-Karten abgelegt werden.

Weitere zusätzliche Funktionen wie automatischer Kalender, die

Anzeige der Weltzeit und Alarm mit Bild- und Tonfunktion runden die Ausstattung ab.

Die QV-R51 ist seit Ende Januar lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 449,-Euro. Zum Lieferumfang zählen Akkus mit Ladegerät, Handtrageriemen, USB-Kabel sowie umfangreiche Software auf einer CD.

QV-R51 von Casio

Mit Hilfe der "Direct-On"-Funktion braucht nur noch der entsprechende Knopf betätigt zu werden und schon ist die Kamera innerhalb zirka einer Sekunde einsatzbereit. Mit der "Direct-Off"-Funktion läßt sich die nur 168 Gramm leichte Kamera genauso schnell auch wieder ausschalten.

Ergänzt wird die Leistung des 5 Megapixel-CCDs durch ein dreifaches Zoomobjektiv, das umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 39 bis 117 mm bietet. Darüber hinaus steht ein vierfacher Digitalzoom zur Verfügung.

Bei schwierigen Lichtverhältnissen kann der integrierte Blitz mit Red-Eye-Reduction eingesetzt werden

Für die Belichtungsmessung steht wahlweise eine Multi-, Spot- oder eine Zentrumswertbelichtungs-

Leichte Bedienung

Dank einer einfachen Menüführung macht die QV-R51 das Fotografieren leicht. Besonders Anfänger können von den 21 vorprogrammierten Motivprogrammen (Bestshot) profitieren. Der Anwender braucht nur noch die entsprechende Motivsituation (zum Beispiel Portrait, Landschaft, Feuerwerk oder Dämmerung) auswählen, und die Kamera regelt die passenden Einstellungen wie Weißabgleich, Verschlußzeit und Blende von selbst.

Falls der Fotograf mit aufs Bild soll, steht eine Selbstauslöserfunktion zur Verfügung. Dabei kann gewählt werden, ob nach zehn oder zwei Sekunden ausgelöst werden soll oder ob eine Dreifachauslösung gewünscht wird. Makroauf-

Exilim Z4 True Blue

Casio bietet die nur scheckkartengroße Exilim EX-Z4 jetzt auch als Special Edition im blauen, lifestyligen Gehäuse an. Zu ihren weite-



ren Ausstattungsmerkmalen zählen ein 4-Megapixel-CCD, ein dreifach optischer Zoom und ein 2-Zoll TFT-Farbdisplay. Dabei hat sie mit ihren Maßen von 87 x 57 x 23,1 mm und einem Gewicht von nur 129 Gramm in jeder Hosen-, Hemd- oder Handtasche Platz. Die Bilder können wahl-

weise im zirka 10 MB großen internen Speicher oder alternativ auf SD- und MultiMedia-Karten abgelegt werden. Für viel Freude beim Fotografieren sorgen neben dem integrierten Blitz mit Red-Eye-Reduction-Funktion weitere Aufnahme-Features wie beispielsweise Movie mit Tonaufzeichnung, Voice Recording oder 21 vorprogrammierte Motiveinstellungen (Bestshot). Die EX-Z4 "True Blue" ist seit Januar lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 499,- Euro.



Adobe Acrobat Elements 6.0 über Fachhandel

Die Software Adobe Acrobat Elements 6.0 wird erstmals auch über den Fachhandel vertrieben. Ab sofort kann jeder Fachhändler Acrobat Elements über autorisierte Adobe Distributoren, wie Tech Data und Ingram Micro beziehen und weiter vertreiben. Die verschiedenen Lizenzprogramme ermöglichen es Unternehmen, Arbeitsplätze flexibel mit Adobe-Software auszustatten. Kunden, die mindestens 1.000 Lizenzen für Acrobat Elements benötigen, können diese im Rahmen des TLP über den Fachhandel oder die Adobe Licensing Center beziehen. Große Unternehmen schließen im Rahmen des CLP einen zweijährigen Lizenzvertrag ab und erwerben Acrobat Elements 6.0 und andere Produkte von Adobe über ein Adobe License Centre. Weitere Informationen zu Adobes Lizenzprogrammen sind unter http://www. adobe.de/store/openoptions/main .html abrufbar. Die deutschsprachige Version von Adobe Acrobat Elements 6.0 für Windows 98 Second Edition, Windows ME, Windows NT 4.0 (mit Service Pack 6), Windows 2000 Professional und Windows XP ist ab sofort in Lizenzzahlen ab 1.000 Arbeitsplätzen über Adobes Contractual (CLP) und Transactional (TLP) Lizenzprogramme erhältlich.

Elektronik-Firmen setzen auf Coax-Kabel

Eine Gruppe von Elektronik-Unternehmen, die sich "Multimedia over Cable Alliance (MoCA)" nennt, hat sich zur Aufgabe gemacht, einen neuen Coax-Übertragungs-Standard zur Verbreitung digitaler Daten einzuführen. Mit dem neuen Verfahren sollen Videos und andere Daten mit zu 100 Mbit pro Sekunde und in ausgezeichneter Qualität übertragen werden können. Das zur Zeit schnellste WLAN-Protokoll erreicht dagegen nur 54 Mbit pro Sekunde. Der Unternehmensgruppe "Multimedia over Cable Alliance (MoCA)" gehören Firmen wie Motorola, Matsushita, Toshiba und Comcast an. Genutzt werden soll die neue Technologie vor allem zur Übertragung von Programminhalten zu Fernsehern, digitalen Videorekordern, PCs und anderen Geräten. Besonders vorteilhaft an der neuen Technologie ist die Tatsache, daß Coax-Kabel-Verbindungen bereits zu zahlreichen Haushalten installiert sind.

Devil: Service-Offensive für den Fachhandel

Unbürokratische RMA-Abwicklung innerhalb von 20 Arbeitstagen – Vereinbarung von Hauslimits – Beratung und Bestpreise per Durchwahl: Mit diesen Serviceleistungen erweitert die Devil Computer Vertriebs GmbH, Braunschweig, den Service gezielt in den besonders für Fachhändler wichtigen Bereichen. In der Praxis bedeutet das: Devil bearbeitet alle

eingehenden Service- und Garantiefälle binnen 24 Stunden nach Eingang. Dabei entfällt die zeitaufwendige Beantragung einer RMA-Nummer und führt zu zügigerer Bearbeitung. Für RMA-Fälle garantiert Devil ab sofort eine Abwicklungszeit von höchstens 20 Arbeitstagen. Neukunden integriert Devil innerhalb einer halben Stunde und startet umgehend den Warenversand. Die Limitprüfung erfolgt sofort online. Devil bezieht inzwischen von fast allen der über 100 im Sortiment gelisteten Herstellern Informationen und Waren direkt. Die daraus resultierenden Vorteile, wie z.B. neueste Ware, verbesserte Verfügbarkeit, aktuelle Preissenkungen oder Verlängerungen der Herstellergarantie gibt Devil in vollem Umfang an den

Channel weiter. Mit dem strategischen Verzicht auf E-Commerce zugunsten eines engagierten telefonischen Beratungs- und Bestellservices erzielt Devil Computer seit seiner Gründung 1994 konstant ansteigende Marktanteile mit Schwerpunkt im deutschen Fachhandel.

Philips meldet das 100.000. Patent an

Seine Kompetenz als innovativer High-Tech Konzern hat Philips vor kurzem mit der Anmeldung seines 100.000. Patents unter Beweis gestellt. Damit wird ersichtlich, welche Bedeutung im Philips Konzern der Forschung und Entwicklung beigemessen wird. Durch die Erarbeitung und Verwertung dieses "intellektuellen Eigentums" erzielt Philips einen beträchtlichen Teil seiner Einnahmen. Neben seinen Patenten hält Royal Philips auch die Rechte an 22.000 Marken, 11.000 Geschmacksmusterrechten und 2.000 Domänennamen. Mit der Verwaltung des umfangreichen Portfolios sind bei Philips weltweit rund 300 Fachleute in 23 Büros beschäftigt. Bei Einnahmen aus intellektuellem Eigentum zählt Philips zu den führenden Unternehmen der Welt.

Pioneer Roadshow im Februar

Pioneer geht auch in diesem Jahr wieder mit einer Roadshow auf Tour. Die Händler-Veranstaltung feierte im vergangenen Jahr ihr Comeback und erfreute sich einer regen Teilnahme. 2004 setzt Pioneer das erfolgreiche Konzept fort und stellt die kommenden Produkt-Highlights aus den Bereichen Car Audio und Home Entertainment exklusiv noch vor der Car & Sound dem Handel vor. Termine: 02. 02. 2004 Ingolstadt; 04. 02. 2004 Sindelfingen; 06. 02. 2004 Darmstadt; 09. 02. 2004 Leverkusen; 11. 02. 2004 Münster; 13. 02. 2004 Göttingen; 16. 02. 2004 Walsrode; 18. 02. 2004 Berlin; 20. 02. 2004 Leipzig

ausgeklappt werden. Durch die schnelle Aufnahmebereitschaft wird verhindert, daß dem Anwen-

der wichtige Aufnahmen entgehen. Sobald LCD und Farbsucher eingeklappt werden, schaltet sich der Camcorder wieder aus, was wiederum hilft, Energie zu sparen.

Effekte

Neue Mini-DV-Camcorder von JVC

Hohe Bildqualität multimedialer Einsatz

Drei neue Mini-DV-Camcorder hat JVC zum Jahresanfang präsentiert. Mit den technisch hochwertig ausgestatteten Modellen möchte das Unternehmen analoge Videofilmer dazu motivieren, auf die digitale Technik umzusteigen. **Erfahrenere Anwender finden hochwertige technische Aus**stattungsmerkmale vor.

Die neuen Camcordermodelle eignen sich durch den Einsatz von JVC-Technologien wie dem Super High-Band Prozessor und der Digital Colour NightScope Funktion auch bestens für Aufnahmen unter schlechten Lichtbedingungen. Diese Technologien werden durch ein helles automatisches LED-Licht und einen LC-Farbmonitor unterstützt, der ein sehr helles und kontrastreiches Bild bietet und so selbst bei strahlendem Sonnenschein für eine optimale Abbildungsqualität sorgt. Er ist 6,4 cm groß.

Einsteigermodell

Bereits das Einsteigermodell, der MiniDV-Camcorder GR-D23, wartet mit bemerkenswerten Ausstattungsmerkalen auf, die sonst nur in Camcordern der Oberklasse zu finden sind.

Dazu zählt beispielsweise das Digi-Pure 3D-Rauschunterdrückungssystem, das auch bei schwachem Licht für helle, klare und vor allem rauschfreie Bilder sorgt. Der Zugewinn an Helligkeit, Kontrast und Farben erweitert die Einsatzmöglichkeiten des neuen Camcorders deutlich.

Horizontalauflösung von 520 Linien

Der GR-D23, der GR-D53 und der GR-D73 sind jeweils mit einem 800.000 Pixel CCD ausgestattet und bieten dank des Super High-Band Prozessors eine horizontale Auflösung von 520 Linien. Ihr 16faches, optisches Zoomobjektiv (F1.6) wird durch ein 700faches

Darüber hinaus sind alle Modelle mit einem Farbsucher ausgestat-

Super Digital Zoom (mit interpolierter Kantenglättung) ergänzt. All diesen Modellen gemeinsam ist ein digitaler Bildstabilisator, der für verwacklungsfreie Aufnahmen sorgt.



Bereits das Einstiegsmodell der neuen Mini-DV-Camcorder GR-D23 ist mit den von JVC entwickelten Technologien wie der Color NightScope-Funktion und dem Super High-Band Prozessor ausgestattet.

tet. Für Anwender, die neben der Filmaufzeichnung gerne auch Fotos aufnehmen möchten, bietet sich der GR-D73, der mit einer Fotofunktion ausgestattet ist, an. Über diese können Aufnahmen in den zwei Auflösungen 1.024 x 768 Pixel und 640 x 480 Pixel gemacht werden. Die Bilder können separat auf eine MultiMedia Card abgelegt werden.

DV-Ein- und -Ausgang

Alle drei Modelle verfügen über einen DV-Ausgang und, ausgenommen des GR-D23, auch über einen DV-Eingang.

Dieser ist auch als einziger Camcorder nicht mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgestattet. Über die USB-Schnittstelle kann der Camcorder auch als Webcam eingesetzt werden, die ihre Signale an einen PC überträgt, auf dem eine entsprechende Software wie NetMeeting von Microsoft installiert ist.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, das MPEG-1-Videomaterial auf CD-R zu brennen und auf diese Weise eine Video CD zu erstellen. Diese kann dann auf den meisten handelsüblichen DVD-Playern abgespielt werden.

Der GR-D73 und der GR-D53 verfügen zusätzlich über einen Analog-Eingang, so daß Anwender ihr älteres, analoges Videomaterial mit Hilfe der Camcorder digitalisieren können.

Die Camcorder GR-D73 und der

Neben der Speicherung von Bild

Alle Camcorder werden zusam-



Software

GR-D53 sind mit der Software ImageMixer 1.7 ausgestattet.

men mit einem umfangreichen Zubehörpaket ausgeliefert. So gehört beispielsweise zur Ausstattung des GR-D73 eine Soft-

Eine runde Sache

Mit dem GR-D200 hat JVC einen Camcorder in einem durch runde Formen bestimmten Design im Sortiment. Er ist mit einem 1,33 Megapixel-CCD ausgestattet, der es in Kombination mit dem Super High Band Prozessor auf 540 Linien Horizontalauflösung bringt.

Ein optisches Zehnfach-Zoomobjektiv wird durch ein 200faches digitales Zoom ergänzt. Für die Bildkontrolle steht ein 2,5" großes LCD zur Verfügung. Die Colour NightScope Funktion sorgt für optimale Aufnahmen auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Zahlreiche Spezialeffekte wie Fader- und

Wischblenden sowie eine Fotofunktion mit integriertem Blitz runden die Ausstattung ab. Der mit einem DV-Ein- und -Ausgang ausgestattete GR-D200 bietet zahlreiche Multimedia-Möglichkeiten, wie zum Beispiel die Videoclip-Funktion (MPEG4) oder die Nutzung als Webkamera. Für die schnelle Übertragung der MPEG-Videos und Digital-Bilder zum Computer steht ein USB-Anschluß

zur Verfügung. Die UVP für den GR-D200 beträgt 999,- Euro. Mit dem GR-201 stellt JVC einen weiteren Camcorder mit gerundetem Design vor. Bei diesem Gerät werden die gerundeten Flächen zusätzlich durch eine blaue Farbgestaltung betont.

und Ton kann mit der Software die Verwaltung von Foto-, Film- und Tonmaterial erfolgen. Leichte Bildbearbeitungsmöglichkeiten und Funktionen zur Schaffung von weichen Übergängen runden das Leistungsspektrum ab.

Die Camcorder wurden so konzipiert, daß die Geräte funktionstüchtig sind, sobald der LC-Monitor oder der Farbsucher

ware CD, eine Fernbedienung, ein Netzstecker, ein Schulterriemen, ein USB-Kabel und eine 8 MB Multi-Media Card.

Die drei hier vorgestellten Modelle sind bereits lieferbar.

Der GR-D23 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 529,-Euro, der GR-D53 von 629,- Euro und der GR-D73 von 699,- Euro.



Mit dem Boom der Digitalkameras steigt auch die Nachfrage nach digitalen Bildern. Neben den vielen Fotodienstleistungen, die über den Handel angeboten werden, wird auch das Interesse der Kunden an hochwertigen Fotopapieren für den heimischen Ausdruck immer größer. Immer mehr Papieranbieter, wie z. B. erstmalig auch Fujifilm, werden auf der internationalen Leitmesse für Papier und Bürobedarf in Frankfurt, der PaperWorld (31.1. bis 4.2.) anwesend sein und ihr Sortiment präsentieren.

Da es keine verbindliche Norm gibt, wie Fotopapiere beschaffen sein sollten, variieren die von den Herstellern angebotenen Materialien. Von herkömmlichen Büropapieren, die für Texte und einfache Grafiken geeignet sind, unterscheiden sich Fotopapiere bereits durch ihre Haptik. Neben Dicke und fotoähnlichem Eindruck des Papiers sind aber vor allem auch möglichst helle Weißen für leuchtende Farben, eine Empfängerschicht zur Aufnahme der Tinte, in der diese nicht verläuft und schnell trocknet, und die Widerstandsfähigkeit gegen äußere Einwirkungen wie Kratzer und Sonnenlicht für ein fotoähnliches Ergebnis entscheidend.

Der Trend geht eindeutig zu Materialien, deren Papierbasis dem herkömmlichen Fotopapier sehr ähnlich ist. PE-beschichtete Papiere mit einem – je nach Qualität – Gewicht von 170 bis über 300 Gramm und (wie beim Fotopapier) matter oder hochglänzender Oberfläche bieten schon rein äußerlich den richtigen Fotoeindruck. Inzwischen machen diese RC-Papiere (RC steht für Resin Coated) etwa zwei Drittel des Marktes aus. Der Rest entfällt auf Materialien auf Papierbasis (Cast Coated), die es ebenfalls mit

fotoähnlicher, glänzender Oberfläche gibt.

Anders als beim herkömmlichen Fotopapier, wo die Bildweißen nicht nur von der Papierqualität, sondern auch wesentlich von der Emulsion der Chemie bestimmt werden, hängen diese beim Inkjet-Druck ausschließlich von der Helligkeit des Trägermaterials ab. Dieses wird mit einer speziellen Tinten-Empfangsschicht versehen, damit die winzigen Tröpfchen vom Papier präzise und schnell aufgenommen werden. Dabei stehen zur Zeit im wesentlichen zwei Schichttypen im Wettbewerb.

Die Inkjet-Farbempfangsschichten des Types "swellable" sind am längsten auf dem Markt und basieren auf einer hauchdünnen Lage von natürlichen (zum Beispiel Gelatine) oder synthetischen Polymeren. Diese nehmen die Tinte auf, indem sie aufquellen, ziehen sich beim Trocknen dann wieder zusammen und schließen so die Farbpartikel ein. Damit ist die Farbe versiegelt und weitgehend vor den Einflüssen von Luft, Verschmutzung und Fingerabdrücken geschützt. Auch die Lichtbeständigkeit ist inzwischen – bei unterschiedlichen Angaben der Hersteller – sehr hoch.

An die Grenzen stoßen "swellable" Materialien bei sehr schnellen Druckern, die in vergleichsweise kurzer Zeit große Mengen Tinte aufbringen. Denn die langsame Tintenaufnahme führt zu längeren Trocknungszeiten und damit zur Gefahr des Verschmierens oder Abfärbens, besonders wenn mehrere Blätter zu früh aufeinander gelegt werden.

Eine neuere Beschichtungstechnologie setzt dagegen auf pigmentierte Empfangsschichten aus "mikroporösem" Material. Dafür werden mikroskopisch kleine Partikel, zum Beispiel aus Silizium- oder Aluminiumverbindungen, mit Hilfe wasserlöslicher Polymere auf das Papier aufgetragen. Die auftreffende Tinte wird nach dem Prinzip der Kapillarwirkung sofort in die Empfangsschicht geleitet. Mikroporöse Papiere sind darum sozusagen sofort trocken und kleben auch bei der Ausgabe mehrerer Prints hintereinander nicht zusammen. Zudem bietet diese Art der Beschichtung einen guten Schutz vor Feuchtigkeit und Kratzern, kann aber unter Umständen etwas empfindlicher als "swellable" Papiere auf Gaseinflüsse reagieren. Im Fotoalbum oder hinter Glas spielt das allerdings keine

große Rolle mehr. Nicht unerwähnt bleiben sollte auch, daß die Pigmente für die Beschichtung nicht ganz billig sind.

Gewicht

In jedem Fall gilt: Für einen einigermaßen fotoähnlichen Eindruck sollte das Papiergewicht 170 Gramm nicht unterschreiten. Besser sind höhere Qualitätsstufen von 230 bis über 300 Gramm. Schwere Papiere bieten beispielsweise eine bessere räumliche Tiefe und Farbbrillanz mit erhöhtem, visuellem Schärfeeindruck.

Die meisten Fotopapiere sind in den Oberflächen matt, seidenmatt oder hochglänzend erhältlich und werden oft in den typischen Fotoformaten 10 x 15 cm, 13 x 18 cm bis hin zum DIN A4- oder A3-Format angeboten. Die Kompatibilität mit Druckern und Tinten ist meistens auf der Verpackung angegeben.

Canon

Das Fotounternehmen Canon hat ein Sortiment mit insgesamt fünf Fotopapieren im Programm. Angeführt wird das Sortiment durch das Canon Professional Fotopapier Pro PR-101, das eine hohe Bildqualität und den größtmöglichen Oberflächenglanz bietet und unter bestimmten Bedingungen Farbstabilität von bis zu 25 Jahren gewährleistet. Es hat ein Gewicht von 245 g und ist in den Formaten 10×15 cm randlos, A3/A3+ und A4 erhältlich. Mit dem Canon Fotoglanzpapier Plus PP-101 hat Canon ein kostengünstiges, hochwertiges,

270 g schweres Fotopapier mit glänzender Oberfläche im Programm. Es bietet unter bestimmten Bedingungen eine Farbstabilität von 15 Jahren und wird in den Formaten 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4 und A3 angeboten. Neu im Sortiment ist das Fotoglanzpapier GP-401. Das günstige Papier bietet eine hochglänzende Oberfläche und ist in den



Zu den neu im Canon-Sortiment aufgenommenen Papieren zählt das professionelle Fotopapier mit seidenmatter Oberfläche Fotopapier Seiden-Glanz SG-101.

Formaten 10 x 15 cm, A4, A3 und A3+ erhältlich. Das 190 g schwere Papier ist schnelltrocknend, eignet sich für den Randlosdruck und sorgt für leuchtende, klare Fotoausdrucke, die unter bestimmten Bedingungen bis zu sieben Jahre halten. Ebenfalls neu ist das Canon Fotopapier Seidenglanz/Satin SG-101. Das professionelle Papier bietet eine seidenmatte Oberfläche. hat ein Gewicht von 260 g, ist schnelltrocknend und ist mit einem Canon-Logo auf der Rückseite versehen. Das Papier eignet sich für den Randlosdruck und ist in den

in vielen US-Formaten erhältlich.

In der Rubrik "Office Photo" hat

Tetenal preiswerte Einstiegspapiere

für den täglichen Bedarf im Pro-

gramm. Sie unterstützen die Aus-

gabe auf aktuellen Tintenstrahl-

druckern bis 5.760 dpi. Das Perfect

Print Paper 120 g verfügt über eine

matte Oberfläche mit einem hohen

Weißheitsgrad. Es eignet sich

beispielsweise für die Ausgabe von

Bildern aus dem Internet oder von

Digitalkamera-Schnappschüssen.

Das Duo Printer Paper 130 g bietet

die gleiche Oberfläche wie das Per-

fect Printer Papier - nur beidseitig

beschichtet. Damit eignet es sich

beispielsweise für die Fertigung von

Hochzeitszeitungen. Als Einstiegs-

papier in die glänzende Fotowelt hat

Tetenal das Glossy Paper 180 g im

Programm. Die Micropore-Techno-

logie des Papiers ermöglicht eine

Harmonie der Bildausgabe auch bei

Im Segment "Photoquality" von

Tetenal finden sich glänzende und

semi-matte Inkjetpapiere für den begeisterten und ambitionierten

Anwender von digitalen Verfahren.

Zu diesem Segment zählt beispiels-

weise das beidseitig bedruckbare

Papier Duo Print Paper Deluxe

210 g, das zwei unterschiedliche

Oberflächen bietet. Es eignet sich

für den täglichen Einsatz. Ein idea-

les Papier für Natur- und Personen-

aufnahmen ist das spezielle halb-

matte und halbglänzende Papier

Semi Matte Paper 240 g. Durch ei-

günstigen Inkjet-Druckern.

Formaten 10 x 15 cm, A4 und A3 erhältlich. Abgerundet wird das Sortiment durch das Canon Fotopapier Matt MP-101. Die matte Alternative zum Fotoglanzpapier ist 170 g schwer und in den Formaten A4 und A3 erhältlich.

Epson

Auch Epson bietet ein komplettes Sortiment an Medien für den Fotodruck an. So beispielsweise das Epson Premium Glossy Photo Paper im 10 x 15 cm-Standardformat. Es ist randlos bedruckbar und ermöglicht dank seiner schnell trocknenden, glänzenden Oberfläche Ausdrucke in Fotoqualität. Auch für weitere Anwendungsbereiche bietet das Unternehmen das passende Papier, wie beispielsweise das ColorLife Fotopapier für leuchtende, langlebige Farben. Im Grafik- und Designbereich präsentiert Epson ein großes Angebot hochwertiger Materialien, zum Beispiel das Smooth Fine Art Papier mit feinstrukturierter Oberfläche.

Ferrania

Ferrania Imaging Technologies ist ein Unternehmen mit Tradition und Erfahrung, das seit 1923 Produkte und auch Dienstleistungen der Fotografie- und Imagingbranche anbietet. Auf Basis der Erfahrung, die Ferrania im Laufe seiner Fotofilmgeschichte sammeln konnte, bietet das Unternehmen ein hochwertiges Inkjet-Papiersortiment mit vielen Fotopapieren an. Für den Ausdruck von Fotos in satten Farben hat Ferrania die 260 g schweren Papiere OptiJet Photo Paper Professionell Glossy und Satin im Programm. Die Glossy-Version des sofort trocknenden, wasserfesten Papiers ist neuerdings auch im gängigen Fotoformat 10 x 15 cm erhältlich. Darüber hinaus steht es, wie auch das Professional Satin Photo Paper, in den Formaten A4, A3, A3+ zur Verfügung. Das Papier ist für Bilddaten von bis zu 5.760 dpi geeignet und kann auch mit pigmentierten Tinten eingesetzt werden. Für langlebige fotorealistische Ausdrucke hat das Unternehmen das OptiJet Photo Paper Glossy Premium Weight mit einem Gewicht von 230 Gramm im Programm. Es ist in den Formaten von A4 bis A2 erhältlich. Mit dem OptiJet Photo Quality Glossy Paper bietet Ferrania ein glänzendes Fotopapier an, daß sich für den täglichen

Kodak

Picture Paper

Ultima

Gebrauch eignet. Es ist einsetzbar für Auflösungen bis zu 1.440 dpi, ist sofort trocknend, hat ein Gewicht von 155 g und ist im DIN A4-Format erhältlich. Für den Ausdruck von Fotos und Postkarten eignet sich auch das im September vorgestellte Papier Photo Card Matte, High Resolution. Das 170 Gramm schwere Papier ist im Format 10 x 15 cm erhältlich und läßt sich praktischerweise leicht falten. Das matte, hochauflösende Papier liefert eine hohe Farbsättigung und ist schnelltrocknend. Neben weiteren Inkietpapieren in Fotogualität in "Glossy Matte" und "Matte Paper" sowie als selbstklebendes Fotopapier bietet Ferrania noch eine Reihe von Spezialpapieren beispielsweise für den CD Label-, Visitenkartenoder Mousepad-Druck an.

Fujifilm

Das Inkjetpapiersortiment von Fujifilm wurde im August letzten Jahres neu aufgelegt und bietet verschiedene Grammaturen und Formate. Das für HP-Drucker geeignete Premium Plus Photo Paper hat ein Gewicht von 245 g und ist in den Formaten 10 x 15 cm und A4 erhältlich. Das für Canon-, Epson- und Lexmark-Drucker geeignete Premium Plus Photo Paper mit 235 g ist in den Formaten 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, A4 und A3 zu haben. Das Premium Photo Paper ist in den Grammaturen 190 g und 160 g und abgesehen vom A3-Format in allen Formaten erhältlich.

Kodak

Auch Kodak bietet ein breites Sortiment an Inkjet-Fotopapieren an. Für digitale Bilder in Top-Qualität gibt es das Ultima Picture Paper, das die gleiche Papierbasis wie das Kodak Royal Fotopapier besitzt, in der Größe DIN A4 und mit Ultra Glossy- und Satin-Oberfläche. Wegen der steigenden Nachfrage nach Papieren in typischen Fotoformaten gibt es diese Sorte auch in den Formaten 10 x 15 cm und 13 x 18 cm (Ultra Glossy). Das Premium Picture Paper zeichnet sich durch eine schnelle Trockenzeit aus. Es ist in den Oberflächen Ultra Glossy und Satin erhältlich. Dieses Papier ist auch im Kleinformat 10 x 15 cm und für Großdrucke in DIN A3 (beide mit Ultra Glossy-Oberfläche) zu haben. Ein Fotopapier mit einem günstigen Preis-/Leistungsverhält-

> Kodak bietet das Ultima Picture Paper in dem von vielen Verbrauchern gewünschten 10 x 15 cm-Format an.

nis ist das Picture Paper. Es ist beidseitig bedruckbar. Im Format DIN A4 bietet es Kodak in den Oberflächen Glossy, Glänzend und Matte an. Im Kleinformat 10 x 15 cm zählt es mit der Oberfläche Glänzend zum Sortiment. Für den alltäglichen Fotodruck bietet sich das 100er Sparpack Everyday Picture Paper im Format DIN A4 und mit der Oberfläche Glänzend an.

Konica

Konica hat bereits frühzeitig damit begonnen, Inkjet-Papiere zu entwickeln, die von der Qualität her keinen Vergleich mit herkömmlichem Fotopapier scheuen müssen. Das Unternehmen setzt dabei auf mikroporöse Medien, die mehr Punktgenauigkeit bieten, ausgezeichnete Weißen ermöglichen, brillante Farben realisieren und dabei weitgehend unempfindlich gegen Feuchtigkeit und Kratzer sind. Wegen ihrer kurzen Trockenzeit können sie auch in schnellen Druckern problemlos eingesetzt werden. Die Inkjet-Papiere Konica QP werden in verschiedenen Papiergewichten mit matter oder glänzender Oberfläche angeboten. Für den Fotodruck besonders interessant sind die Konica QP Papiere zwischen 230 und 305 Gramm, darunter das beidseitig bedruckbare 285 Gramm Hochglanzpapier, mit dem sich fertige Albumseiten gestalten lassen. Für professionelle Anwendungen und anspruchsvolle Präsentationsunterlagen gibt es das 260 Gramm Premium Photo Glossy auch im A3-Format, und für den Hobbybereich bietet Konica selbstklebendes Material für Sticker, Etiketten und Label an.

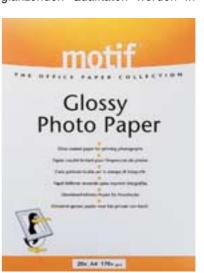
MIG – Game Division

Mitsubishi ist bereits seit langem als einer der größten Hersteller von Inkjet-Papieren, die allerdings bisher zumeist unter dem Namen von anderen Papieranbietern vertrieben wurden, bekannt. X-Dot Proof wird der Name der ersten eigenen Inkiet-Linie, die die Abteilung Graphic Art Materials (GAM) des Unternehmens exklusiv vertreiben wird. Für den Einstieg in den Glossy Druck wird das Unternehmen das Papier CCD 177 (178 g) anbieten. Das gußgestrichene Papier eignet sich für wasserbasierende Tinten und bietet hervorragende Proof- und Printergebnisse. Die Ausdrucke sind sofort trocknend, wasserbeständig und wischfest.

Mit dem UM 120 (167 g) und dem UM 170 (251 g) hat das Unternehmen zwei weitere Papiere im Programm, die beste Qualität für Fotoprints liefern und besonders für die neuen Ultrachromtinten von Epson geeignet sind. Glänzende Fotoprints lassen sich mit dem UF 120 (170 g) und dem UF 170 (255 g) anfertigen. Die schnelltrocknenden Fotopapiere sind für den Einsatz mit Pigment- und Feststofftinte geeig-

Motif

Unter der Marke Motif bietet die Deutsche Papier Vertriebs GmbH eine Reihe von Fotopapieren an. Das Motif Fotopapier entspricht den modernsten Qualitäts- und Umweltbestimmungen. Es bietet kürzeste Trocknungszeiten und ist in verschiedenen Oberflächen – matt und glänzend – verfügbar. Die glänzenden Qualitäten werden in



Zu den Fotopapieren von Motif zählt unter anderen ein glanzbeschichtetes Papier für Fotodrucke (Glossy Photo Paper)

260 g/gm (DIN A4 + 10 x 15 cm)sowie in 180 g/qm (DIN A4) bevorratet. Die matte Ausführung steht in 120 g/qm (DIN A4) zur Verfügung.

Tetenal

Als Unterstützung bei der Verwendung der Tetenal-Medien bietet das Unternehmen das Power-Service-Paket als Rundumsorglos-Leistung an. Darunter fallen Treiberlisten mit Empfehlungen der richtigen Fotoeinstellung für den jeweiligen Drucker des Anwenders oder ICC-Profile für viele ausgewählte Inkjet-Fotodrucker für einen farbverbindlichen Ausdruck. Unter der Adresse www.tetenal.com können diese Informationen kostenlos heruntergeladen werden. Darüber hinaus finden sich hier auch eine Übersicht

ne wasserabweisende und schnelltrocknende Oberfläche wird den Bildern ein beeindruckender Perlglanz verliehen. Der Klassiker unter den Fotopapieren ist das Photo Glossy Paper 272 g. Durch Tetenals Advanced-Ultra-Fine-Cavity-Technology wird eine gleichmäßige Tintenaufnahme sichergestellt. Die eingearbeiteten feinen Partikel nehmen die Tinte auf, verbinden sich in sekundenschnelle und schützen so die Drucke gegen Wasserspritzer. Zur "Fine Art"-Linie von Tetenal

Durch die aus bis zu acht Schichten bestehende Oberfläche der Tetenal-Papiere wird den Anwendern ein Optimum an Qualität und Zuverlässigkeit bei der digitalen Fotoausgabe gewährleistet.

der Fachhändler, die das Tetenal-Sortiment anbieten. Datenblätter zum Download oder technische Daten zur Weiterverarbeitung.

Die spectra jet-Produktlinie bietet für alle Inkjet-Anwendungen eine Lösung an. Die Papiere sind in den Formaten A6 (10 x 15 cm), A4, A3, A3 Überformat, teilweise in A2 und

zählen vier verschiedene Papiere, die allesamt mit

den TIPA Awards ausge-

zeichnet wurden.

Seit Mitte Januar bietet Tetenal als Dankeschön für die Kunden das Promotionpaket "TIPA Winner Package 2003/2004" an. Es beinhaltet je 2 Blatt im Format A4 des Premium Fine Art Glossy 290 g

(hochglänzendes Papier mit brillanter Farbwiedergabe) und des Photo Archival Matte Paper 241 g (besticht durch Langzeitstabilität).

Außerdem Canvas als echtes Leinwandmaterial und das Aquarell Paper für eine künstlerische Wiedergabe auf echtem Büttenpapier.



T-Punkte bieten zwei Yakumo TFT-Monitore zum Aktionspreis

In den T-Punkten sind derzeit zwei Flachbildschirme von Yakumo mit Bilddiagonalen von 15 und 17 Zoll zum Aktionspreis erhältlich. Der Yakumo 15 Zoll TFT-Flachbildschirm kostet im T-Punkt 299 Euro. Er wird bei gleichzeitigem Neuauftrag für T-DSL ermäßigt abgegeben. Der Yakumo 17 Zoll TFT-Flachbildschirm wird für 399 Euro verkauft.

Talkline ID senkt die Preise für mehr als 80 Auslandsziele

Mit einer Preissenkung zu über 80 vorwiegend afrikanischen und amerikanischen Auslandszielen ist Talkline ID in das Jahr 2004 gestartet. So kostet jetzt beispielsweise eine Gesprächsminute über die Vorwahl 01050 in die Festnetze von Kenia und Madagaskar statt bisher 135,5 Cent nur noch 21,8 Cent. Für Gespräche in das Festnetz von Ruanda sind es nur mehr 17,8 Cent und nach Sambia nur 10,8 Cent – bisher lagen die Minutenpreise für Gespräche in diese

Samsung ist neuer Sponsor im Seat Leon SupraCoppa

Die kommende Motorsport-Saison hat in Deutschland ein neues Team: Samsung und Seat. Die Koreaner sind Sponsor im neuen Seat Leon SupraCoppa. Das Preisgeld beträgt eine halbe Million Euro. Im Rahmen der Beru Top Ten Rennserie treten auf sieben Rundstrecken jeweils 25 frontgetriebene spanische "Löwen" im Kampf um Sieg und Plätze gegeneinander an. Samsung ist dabei zum einen auf der Frontscheibe der Fahrzeuge präsent, zum anderen starten zwei Autos vollständig im Samsung-Look. Für den Seat Leon Cup hat Samsung ein neues Kommunikationskonzept entwickelt. Auf einem speziellen Samsung Leon Handy werden die Fans live über Rundenzeiten, Pole-Positions und Rennergebnisse unterrichtet - nicht nur per SMS, sondern auch per Bild. An den Strecken soll im Fahrerlager der Samsung-Truck mit allen Produkten des Konzerns Flagge zeigen, und im Rahmenprogramm ist geplant, daß Händler, Journalisten und Gäste der Koreaner einen eigenen Kart-Pokal austragen, Renn-Taxi (mit)fahren und hautnah Motorsport-Luft schnuppern können.

Länder ebenfalls bei 135,5 Cent/Min. Die Preissenkung bezieht sich zusätzlich auf Telefonate in die Festnetze von Alaska (3,1*), El Salvador (11,8*), Honduras (27*) oder in die Mobilfunknetze von Chile (15,8*), Nicaragua (18*) oder Uruguay (18,8*). Einzig die Preise für Telefonate in das Mobilfunknetz von Argentinien mußten aus technischen Gründen von 6,9* auf 8,9* leicht angehoben werden (* alle Angaben in Cent/Min.).

Dangaard Telecom und Nokia schnüren Paket für die Wintersaison

Für die Wintersaison haben Dangaard Telecom und Nokia ein Paket geschnürt, das nicht nur Trendsetter- und Sportlerherzen höher schlagen lassen soll. Unter dem Motto "Mit Schwung ins neue Jahr!" bietet der Distributor ein ausgefallenes Bundle mit einem Nokia Mobilfunkgerät und einem

Snowglyder an.
Das Fun-Sportgerät läßt sich im
Sommer innerhalb weniger Minuten in einen
Straßenroller verwandeln. Die Rollen sind

bereits im Lieferumfang enthalten. Dieses und weitere Angebote aus der Dangaard Telecom Winteraktion können Händler ab sofort unter der Hotline 0651/8245-333 oder unter www.dangaard.de abrufen.

Veränderungen im deutschen Management der Nokia GmbH

Mit Wirkung zum 1. Januar haben sich bei Nokia im deutschen Management folgende Veränderungen ergeben: Mads Winblad, bis dato Geschäftsführer der Nokia GmbH/Nokia Mobile Phones Sales, verantwortet seit Jahresbeginn als Vice President Sales und Channel Management, Europe Middle East and Africa (EMEA),



Mads Winblad

den Vertrieb der Nokia Multimedia Business Group in dieser Region. Aus der Geschäftsführung der Nokia GmbH ist Winblad ausgeschieden. Seine Nachfolge in der Geschäftsführung der Nokia GmbH, verantwortlich für Customer Market Operations in Deutschland, überrnahm Karsten Schilly. Seit 1996 bei Nokia Mobile Phones Sales in Deutschland, war Schilly zuletzt in der Funktion des Global Account Managers tätig. Ebenfalls seit Jahresbeginn verantwortet Razvan Olosu, bislang Mitglied der Geschäftsführung der



Razvan Olosu

Nokia GmbH und General Manager des Bereiches Nokia Smart Traffic Products, als Vice President Global Sales Multimedia/Mobile Enhancement den globalen Vertrieb der Nokia Mobile Enhancement Produkte – dazu zählen auch die Lösungen von Smart Traffic Products. Olosu bleibt Geschäftsführer der Nokia GmbH und ist ab sofort auch ihr Sprecher.

Neuer klickTel-Service erleichtert die Suche nach Unternehmen

klickTel bietet seinen infoEintrags-Kunden ab sofort eine Starthilfe, um in der "Servicewüste Deutschland" einen kundenorientierten Eindruck zu hinterlassen. Angeboten wird zum einen die kostenfreie Einbindung einer Anfahrtsbeschreibung auf der Internetseite des Unternehmens, zum anderen bietet das Unternehmen seit dem Jahreswechsel auch noch den kostenfreien Eintrag der Webseite in die wichtigsten Suchmaschinen an. Damit soll die Homepage des Unternehmens wesentlich besser gefunden werden und zusätzlich einen serviceorientierten Zusatznutzen für Interessenten und potentielle Kunden bieten. klickTel unterstützt damit Unternehmen bei der Umsetzung eines Kundenservices auf hohem Niveau. Bei der Nutzung eines infoEintrags werden die Daten eines Unternehmens mit Branche/Suchworten, Geschäftstyp, Kreditkartenakzeptanz und Geschäftszeiten in die Datenbestände der CDs klickTel, D-Info und klickWeb aufgenommen. Sie sind unter www.telefonauskunft. de und www.branchenauskunft.de zu finden, können über die mobilen Dienste i-mode, vodafone live! und vodafone WAP abgefragt werden und sind bei der klickTel Telefonauskunft (11815) zu finden.

T-Online will mit neuem Tarifsystem die Nutzung von Breitband-Internet fördern

T-Online richtet sein Tarifsystem zum 2. Februar auf die Anforderungen einer breitbandigen Zukunft aus: Neben neuen Tarifen für die Nutzung stehen zusätzlich Leistungserweiterungen bei bestehenden Tarifen für das BreitbandInternet im Fokus. Das T-Online Tarifportfolio soll damit vor allem für Kunden mit T-DSL und T-DSL 1500 attraktiver werden. Zusätzlich gelten ab 1. März Anpassungen in verschiedenen bestehenden Tarifen.

"Der wichtigste Wachstumsimpuls für die Branche ist und bleibt das Breitband-Internet. Multimedial vernetzte Inhalte bieten den Nutzern einen entscheidenden Mehrwert, und wir stehen bei den attraktiven Inhalteangeboten erst ganz am Beginn einer vielversprechenden Zukunft", sagte Thomas Hille, Mitglied des Vorstands von T-Online. "T-Online paßt sein Tarifportfolio der wachsenden Nachfrage nach Breitband-Internet an mit Zugangsangeboten, die der schnellen Entwicklung gerecht werden."

Der Schwerpunkt des neuen Tarifsystems liegt auf neuen Angeboten und Leistungserweiterungen bestehender Tarife für die Nutzung von Breitband-Anschlüssen. Neue Zeittarife und ein Wochenend-Pauschaltarif ergänzen das Angebot an Internet-Zugangstarifen für das Breitband-Internet. Darüber hinaus wird das Inklusivvolumen der Volumentarife T-Online dsl 1000 MB und T-Online dsl 5000 MB bei gleichbleibender Grundgebühr erweitert. Die monatliche Grundgebühr im Tarif T-Online dsl flat 1500 wird gesenkt. T-Online trägt mit den neuen Tarifen der zunehmenden Ausdifferenzierung bei der Nutzung Rechnung.

Leistungserweiterungen in Volumentarifen von bis zu 50 Prozent

Bei den Volumentarifen erhalten die Kunden künftig noch mehr Leistung für denselben Preis. Das monatliche Inklusivvolumen erhöht sich in allen Tarifen. Ab 2. Februar 2004 ersetzen die Tarife T-Online dsl 1500 MB und dsl 6000 MB die bestehenden Tarife T-Online 1000 dsl MB beziehungsweise dsl 5000 MB. Die Angabe MB bedeutet Megabyte und bezieht sich bei diesen Tarifen auf das im monatlichen Grundpreis enthaltene Volumen. Die Preise bleiben trotz des erweiterten Volumens mit monatlich 9,95 Euro (1500 MB) beziehungsweise 24,95 Euro (6000 MB) stabil, ebenso der Preis von 1,59 Cent pro MB über das enthaltene Volumen hinaus. T-Online paßt damit den Volumenumfang seiner Tarife der allgemein zunehmenden Nutzung von Breitbandangeboten an.

Für Kunden, deren monatliche Volumennutzung zwischen diesen beiden Tarifen liegt, steht zudem zum monatlichen Grundpreis von 16,95 Euro zusätzlich der neue Tarif T-Online dsl 3000 MB zur Verfügung (monatlich 3000 MB Volumen inklusive). Wie in den übrigen Volumentarifen auch, kostet jedes weitere Megabyte 1,59 Cent. Dieser Tarif eignet sich besonders für Kunden, die das Internet kontinuierlich lange Zeit nutzen und in der Regel nicht mehr als 3000 MB Datenvolumen nutzen.

Mit T-Online dsl surftime 30 und dsl surftime 60 (Inklusivzeiten von 30 bzw. 60 Stunden im Monat) erweitert T-Online sein Portfolio an Zeittarifen und überträgt dieses Tarifkonzept aus dem Modem/ ISDN-Bereich in die Welt des Breitband-Internets, T-Online dsl surftime 30 beinhaltet 30 Online-Stunden pro Monat und kostet 9.95 Euro Grundgebühr, T-Online dsl surftime 60 (monatlich 60 Online-Stunden inklusive) kann für die Grundgebühr von 16,95 Euro gebucht werden. Jede Minute über das enthaltene Zeitbudget hinaus wird mit 1,59 Cent berechnet.

Für alle Kunden, die das Internet

überwiegend am Wochenende nutzen, bietet sich der neue Tarif T-Online dsl surftime weekend an. Damit stehen am Wochenende attraktive Angebote wie Video on Demand, Spielen im Internet, Downloads und Videostreamings zeitlich uneingeschränkt und ohne Volumenbegrenzung zur Verfügung. Bei diesem Tarif fallen neben der monatlichen Grundgebühr von 19,95 Euro samstags und sonntags keine weiteren Entgelte an. An Wochentagen wird die Minute mit 1,59 Cent berechnet. Der Tarif T-Online dsl surftime weekend kann ab 2. Februar beauftragt werden. Besonders schnelles Internet bietet der Anschluß T-DSL 1500 von

T-Com. Die Flatrate von T-Online für diese Anschlußvariante, T-Online dsl flat 1500, kostet ab 2. Februar monatlich 59,95 Euro statt bisher 99,95 Euro. Vor allem bei Video on Demand und anderen Streaming-Inhalten bietet der besonders schnelle Breitbandanschluß noch mehr Leistung und Qualität. Der Tarif ist außerdem besonders für kleine Firmen- und Familiennetzwerke interessant, um mit mehreren PCs gleichzeitig ins Internet zu gehen. Auch für die Anbindung von drahtlosen Netzwerken (WLAN) ist dieser Tarif besonders geeignet.

Preisanpassungen gelten ab März bei den Tarifen T-Online eco und zwei Zeittarifen (T-Online surftime). T-Online eco kostet zukünftig 4,95 Euro Grundgebühr im Monat. T-Online surftime 30 wird mit 16,95 Euro monatlich berechnet, T-Online surftime 60 mit 29,95 Euro.

Interview mit Norbert Strixner, Leitung Marketing Deutschland Cordless Products, Siemens mobile

"Mit den Stärken der Marke den Billiganbietern Paroli bieten"

PoS-MAIL: Herr Strixner, der deutsche Einzelhandel hat ein verhaltenes Weihnachtsgeschäft und nicht erfüllte Umsatzerwartungen zum Jahresende beklagt. Hat sich die Zurückhaltung der Konsumenten auch auf den Absatz von Siemens Festnetzprodukten an die Handelspartner ausgewirkt?

Norbert Strixner: Der Markt für Festnetzprodukte ist im Weihnachtsgeschäft dem gleichen Trend gefolgt wie schon im Verlauf des gesamten Jahres 2003: moderates Wachstum in Stückzahlen kombiniert mit erheblichem Preisverfall. Insgesamt konnten wir uns mit unseren Festnetzprodukten in diesem schwierigen Umfeld gut behaupten und haben unsere Marktanteile gegenüber den Vormonaten gehalten.

PoS-MAIL: Viele Einzelhandelsbetriebe versuchen derzeit, Kunden durch zusätzliche Rabatte zum Kauf ihrer Produkte zu motivieren und unterbieten dabei die unverbindlichen Preisempfehlungen der Produzenten deutlich. Wie beurteilen Sie dieses Verhalten grundsätzlich aus der Sicht eines Markenartikelherstellers, und wirkt sich dieses Verhalten auch auf die Produkte aus dem Hause Siemens aus?

Norbert Strixner: Dieses Verhalten ist bei vielen Einzelhändlern verursacht von der Angst, nicht mehr "mitzuspielen", wenn sie nicht auch Rabatte anbieten. Wenige große Handelsketten schüren dieses Feuer mit gezielten Werbekampagnen, um sich als Preisführer zu positionieren. All das sind verständliche Motivationen, aber sie sind sehr kurzsichtig. Auf Dauer schadet dieser Preiskrieg allen Beteiligten: dem Handel und der Industrie, weil sie nicht mehr langfristig wirtschaftlich arbeiten können, ebenso aber dem Konsumenten, der zunehmend auf qualiDer Siemens mobile Bereich Cordless Products hat sich vor allem in der zweiten Hälfte des gerade zu Ende gegangenen Jahres durch einen deutlichen Ausbau des Produktportfolios und zahlreiche Unterstützungsmaßnahmen für seine Partner im Handel hervorgetan. Wir sprachen mit Norbert Strixner, Cordless Products Marketingleiter Deutschland, über den Verlauf des Weihnachtsgeschäftes aus Sicht des Herstellers und fragten ihn nach Alternativen zur derzeitigen Rabattschlacht und zu weiteren Perspektiven für den Handel beim Verkauf von Produkten der Marke Siemens.

fiziertes Verkaufspersonal verzichten muß und immer weniger konsumiert, weil er verunsichert ist, ob er denn den richtigen Preis für eine Ware bezahlt oder einfach auf die nächste Rabattrunde warten muß. Wir spüren dieses Verhalten natürlich auch, aber nicht in dem Ausmaß wie andere Hersteller. Aus unserer Sicht honorieren Konsument wie Handel nach wie vor die Stärken der Marke Sie-

mens: qualitativ hochwertige, ansprechende Produkte und hervorragender Service zu einem fairen Preis-/Leistungsverhältnis, vermarktet mit konsequenter Preispolitik.

PoS-MAIL: Welche Alternativen zur Rabattschlacht bietet Siemens seinen Handelspartnern? Welches Verhalten empfehlen Sie den High-Tech-Händlern in der augenblicklichen Situation?

Norbert Strixner: Die Alternative ist aus unserer Sicht klar: mit den eben genannten Stärken einer Marke wie Siemens dem Billigtrend Paroli zu bieten. Wenn die Handelsunternehmen konsequent wieder mehr auf Markenwerte und Beratung setzen, wird der Konsument das honorieren. Wir empfehlen jedem Händler, sein Portfolio, seine Preispolitik und den Mehr-

wert, den er bietet, genau zu prüfen. Auf Dauer kann ein Handelsunternehmen nur überleben, wenn es Marge erzielt. Und das kann man im Festnetzbereich mit Siemens Gigaset besser als mit den meisten Wettbewerbsprodukten.

PoS-MAIL: In der zweiten Jahreshälfte 2003 haben Sie über ein Dutzend neuer Produkte in den Markt ge-



Die Siemens Gigaset Neuheiten A110 (I.), E150 (oben r.), CL100 (Mitte r.) und SX550i DSL cable (unten).

bracht. Was haben Sie von dieser Vielfalt erwartet und hat die Dynamik die von Ihnen gewünschten Effekte gebracht?

Norbert Strixner: Eine Diversifizierung des Portfolios ist aus unserer Sicht notwendig, um gezielter die Bedürfnisse der Kunden zu treffen. Dieser Ansatz ist Teil unserer langfristigen Strategie. Kurzfristige Effekte sind nach wenigen Monaten schwer abzulesen. Außer – wie schon vorher erwähnt – daß wir uns in schwierigem Umfeld gut positioniert haben.

PoS-MAIL: Mit einigen der Produktneuheiten, ich denke zum Beispiel an das Einsteigergerät Gigaset A110, das Gigaset CL100 mit seiner runden Tastatur oder das Gigaset E150 mit seiner Jumbo-Schriftgröße, haben Sie Neuland hinsichtlich Design und/oder Bedienkonzept betreten. Sicherlich ist es jetzt noch zu früh für eine endgültige Aussage, aber können Sie schon eine Tendenz nennen,

ob sich diese Versuche gelohnt haben?

Norbert Strixner: Wie schon erwähnt, sind das keine Ver-

suche, sondern Teile unserer Gesamtstrategie, die die Motivationen und Bedürfnisse des Konsumenten in den Mittelpunkt stellt. Bisher hätte beispielsweise ein Kunde, der ein schnurloses Telefon möchte, aber Funktionen wie Jumbo-Schriftgröße am Display,

lautere Klingeltöne und Notruffunktionen für wichtig hält, wahrscheinlich kein Gerät gefunden, das seine Bedürfnisse voll befriedigt. Das E150 paßt exakt zu einem in der oft älteren Bevölke-

rung auftretenden Bedürfnisprofil. Diese Ausrichtung an detailgenauen Bedürfnissen des Konsumenten bildet weiterhin die Basis unserer Produktentwicklung.

PoS-MAIL: Umfangreiche Marketingaktionen von Leitungsanbie-

tern haben in den vergangenen Wochen die Themen DSL und WLAN zum Endkunden gebracht. Mir fallen hier zum Beispiel Kampagnen von T-Com, Arcor, AOL oder SAT 1/1&1 ein. Hat Siemens mit Produkten wie den WLAN Routern SX550i dsl/cable oder SE505 dsl/cable von diesem offensichtlichen Trend profitieren können?

Norbert Strixner: Ein weiterer Eckpunkt unserer langfristigen Strategie ist die Positionierung im Segment Home Networking, die wir mit der Vermarktung von WLAN-Produkten Anfang 2003 gestartet haben. Mit dem Gigaset SX550i dem ersten integrierten Gerät mit Schnurlostelefon- und WLAN-Router-Funktionalität – zeigen wir erneut, daß wir nicht nur Trends folgen und davon profitieren können, sondern durch Innovation neue Trends setzen. Das Gigaset SX550i wird übrigens vom Markt sehr positiv angenommen.

PoS-MAIL: SMS im Festnetz, Farbdisplays oder die Integration von Sprache und Daten in einem Gerät sind nur einige der Innovationen, die in der Vergangenheit die Festnetztelefonie belebt haben. In welche Richtung wird sich Ihrer Meinung nach Festnetztelefonie in diesem Jahr weiterentwickeln? Welche neuen Features wird es geben, welche Ausstattungsmerkmale werden verbessert? Worauf wird Siemens sich konzentrieren?

Norbert Strixner: Ein Feature, das Sie eben genannt haben, gehört aus unserer Sicht noch nicht zu den Entwicklungen der Vergangenheit: Das Farbdisplay ist momentan noch kaum in schnurlosen Telefonen vorhanden und wird erst im Laufe dieses Jahres in Verbindung mit MMS im Festnetz Verbreitung finden. Neben diesen rein technischen, featureorientierten Themen werden wir uns - wie vorher bereits erwähnt - darauf konzentrieren, mit unseren Produkten die Bedürfnisse der Kunden hinsichtlich Nutzungsverhalten und Design zielsicher zu treffen.

PoS-MAIL: Ich weiß, daß Sie noch keine Details bekanntgeben dürfen. Aber können Sie vielleicht schon einmal andeuten, was der Fachbesucher auf der CeBIT auf dem Siemens Stand sehen wird?

Norbert Strixner: Nun, ziemlich genau das, was ich Ihnen auf Ihre letzte Frage geantwortet habe. Und natürlich ein bißchen mehr. ;-)))

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

Neuheiten

Komplettlösung zum Hands-free-Telefonieren stammt von Plantronics



Mit dem Headset-Telefon T10 bietet Plantronics erstmalig eine Komplettlösung zum Hands-free-Telefonieren an. Das mit einer unverbind-

lichen Verkaufspreisempfehlung von 139 Euro ausgestattete Gerät entwickelten die Plantronics-Ingenieure speziell für Vieltelefonierer in kleineren Büros und im Homeoffice. Das Single-Line-Analog-



telefon besteht aus einem Telefon mit Wahlfläche und einem DuoSet-Headset. Anrufe werden per Tastendruck am Telefon angenommen. Ausgestattet mit einem Noise-Cancelling-Mikrophon bietet das praktische Gerät eine hervorragende Gesprächsqualität. Über einen Adapter kann das T10 auch an ein Faxgerät angeschlossen werden. Das Headset kann entweder als Kopfbügelmodell oder als Ohrbügelmodell benutzt werden. Die kleine Komplettlösung verfügt über Funktionen eines herkömmlichen Telefons: Dazu gehören die Wahlwiederholung und die Lautstärkeregelung. Der LCD-Indikator am Telefon zeigt an, wenn ein Gespräch geführt wird. Das T10 ist mit privaten Telefonleitungen in Deutschland kompatibel und funktioniert auch auf analogen Telefonnebenleitungen bei Bürotele-

Tiptel führt Software-Erweiterung für die Tk-Anlagen 3011/3022 office ein



Mit den im Spätsommer 2003 eingeführten Tk-Anlagen tiptel 3011 office

und 3022 office bietet Tiptel Kommunikationslösungen für kleinere Unternehmen mit bis zu vierzehn Arbeitsplätzen, SoHo-Betreiber und anspruchsvolle Privatanwender. Die beiden Anlagen verbinden moderne Telefonie-Funktionen mit dem Internetzugang über DSL und stellen es Anwendern zudem frei, die Datenverbindung zum integrierten DSL-Router wahlweise per Kabel oder schnurlos über Wireless LAN herzustellen. Zu Beginn des Jahres 2004 hat Tiptel eine Software-Erweiterung für beide Anlagen eingeführt, die es unter anderem ermöglicht, das Systemtelefon tiptel 82 system anzuschließen. Außerdem sind die Tk-Anlagen mit der neuen Version bereits für die Integration der be-

kannten Callmanager und VoiceMail-Systeme konfigu-

riert. Modernster Telefonie-Komfort wird jetzt direkt und

bequem vom Systemtelefon aus möglich: Vierzehn Multifunktionstasten können individuell mit wichtigen und häufig benutzten Funktionen wie beispielsweise Aktivierung der Anrufweiterschaltung. Anwahl anderer Provider oder der direkten Abfrage einer Mailbox (zum Beispiel des tiptel 350 ISDN) programmiert und bequem per

> Tastendruck aktiviert werden. Die Besetztanzeige für Nebenstellen bestimmte kann durch Aufleuchten von Leuchtdioden im Tastenfeld angezeigt werden. Ein weiterer Leistungszuwachs ist die Unterstützung dynamischer DNS, mit

der die Konfiguration der Tk-Anlage jederzeit per Internet möglich ist. Die optimierten TK-Anlagen tiptel 3011 office und tiptel 3022 office sind seit Beginn des Jahres erhältlich. Anwender, die bereits im Besitz des Vorgängermodells sind, können sich die neue Firmware kostenlos aus dem Internet herunterladen und so ebenfalls von der Erweiterung profitieren.

fonsystemen. So läßt sich etwa auf die Anklopffunktion zugreifen und Anrufe können an andere Anschlüsse weitergeleitet werden.

Nokia stellt mit dem 5140 das erste Handy mit **Push-to-talk-Funktion vor**



Nokia hat nach eigenen Angaben mit dem Nokia 5140 das weltweit erste

NOKIA

GSM-Mobiltelefon mit Push-totalk-Funktion vorge-

stellt. Mit dem Gerät können einfach per Tastendruck schnell direkte Sprachverbindungen mit einer Person oder einer Personengruppe hergestellt werden. Daneben bietet das Nokia 5140 Mobiltelefon Funktionen, die speziell auf sportlichaktive Menschen zugeschnitten sind, darunter

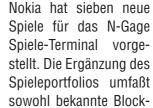
einen Digitalkompaß und ein Fitneß Coach-Programm. Eine integrierte VGA-Kamera gehört ebenfalls zur Ausstattung. Das Nokia 5140 unterstützt GPRS und EDGE und wird in zwei Versionen auf den Markt kommen: für GSM 900-, GSM 1800- und GSM 1900-Netze in Europa und im asiatischen Markt sowie für GSM 850-, GSM 1900- und GSM 1800-Netze in amerikanischen Märkten. Beide Versionen werden voraussichtlich im Verlauf des zweiten Quartals 2004 erhältlich sein. Push-to-talk bedeutet Sprachverbindungen auf

> Tastendruck: Der Nutzer drückt eine Taste, spricht in das Mikrofon seines Mobiltelefons und ist sofort über die integrierten Lautsprecher seiner Freunde oder Familie zu hören. So werden direkte Wechselsprechverbindungen zwischen zwei Personen oder auch innerhalb einer größeren Gruppe von Nutzern möglich. Nokia plant, 2004 mindestens sechs

Push-to-talk-fähige Mobiltelefone vorzustellen und diese Funktion später in nahezu alle Nokia Mobiltelefone zu integrieren. Die Walkie-Talkie-ähnliche Push-to-talk-Funktion des Nokia 5140 ist eine Halbduplex-VoIP-Lösung (Voice over IP). Dabei wird die in aktuellen GSM-Netzen verfügbare GPRS-Datenübertragung (auch über EDGE) genutzt. Die Leistungsfähigkeit dieser Methode ist bestehenden, speziell für Push-totalk-Dienste entwickelten Funknetzen mindestens ebenbürtig. Neben den sportlichen Funktionen bietet das Nokia 5140 Mobiltelefon eine Fülle weiterer Funktionen: So können Multimedia-Mitteilungen mit Fotos, Tonaufnahmen und Text per MMS (Multimedia Messaging Service) versendet und empfangen werden. Mit herunterladbaren polyphonen (mehrstimmigen) Klingeltönen, farbigen Display-Hintergrundbildern, Java-Programmen und Xpress-on Shells in drei verschiedenen, modischen Farbkombinationen kann jeder Besitzer seinem Nokia 5140 Mobiltelefon eine individuelle Note verleihen.

Nokia nimmt sieben neue N-Gage Spiele ins Programm





buster-Spiele als auch vollkommen neue Titel - exklusiv von Nokia selbst für das N-Gage veröffentlicht. Mit diesen neuen Spielen bereichert Nokia Spiele-Genres wie Strategie, Action, Sport und Racing um die einzigartigen Möglichkeiten der Mobilität. Folgende Titel sollen unter anderem in diesem Jahr verfügbar sein: Ashen, Requiem for Hell, Operation Shadow, Sega Rally Championship, Tom Clancy's Ghost Recon: Jungle Storm, Worms und WWE.

Viele dieser Spiele können von mehreren Spielern gleichzeitig via Bluetooth gespielt werden und nutzen den Online-Dienst N-Gage Arena. Aus der N-Gage Arena können die Spieler zum Beispiel Ghosts und Tips herunterladen oder eigene Spielergebnisse in die Weltranglisten einstellen. Die beiden Titel Ashen und Operation Shadow wird Nokia selbst als "Publisher" veröffentlichen. Zusätzlich werden ab sofort sieben bereits angekündigte Spiele ausgeliefert: FIFA 2004, Moto GP, NCAA 2004, Rayman 3, Red Faction, Virtua Tennis und Tom Clancy's Splinter Cell: Team Stealth Action.

Nokia kündigt mit dem neuen 7700 ein mobiles **Medien-Terminal an**



Nokia hat mit dem Modell Nokia 7700 sein erstes Gerät aus der Kategorie

"Media" angekündigt. Dieses für die Nutzung verschiedener Medien optimierte Mobiltelefon verfügt über einen vollwertigen Internet-Browser, mit dem Internetseiten über Highspeed-Mobilfunknetze abgerufen werden können. Auch der Farb-Touchscreen mit über



65.000 Farben ist speziell für die

Anzeige von Internetinhalten optimiert. Weitere Merkmale des Nokia 7700 sind Wiedergabe und Streaming von Musikdateien und Videoclips, eine integrierte VGA-Kamera, ein UKW-Radio, Multimedia-Mitteilungen (MMS) sowie umfassende Funktionen zur Verwaltung von persönlichen Adreß- und Termindaten. Das Triband-Handy unterstützt schnelle Datenverbindungen über GPRS und EDGE. Es wird voraussichtlich im Verlauf des zweiten Quartals erhältlich sein. In Verbindung mit modernster Mobilfunktechnik kann der Besitzer des Nokia 7700 Medien-Terminals unterschiedliche Medieninhalte nutzen und selbst erstellen. Mit dem dazugehörigen Stift kann er entweder über die Tastatur, die im Display angezeigt wird, oder über Handschrift-Erkennung schnell und komfortabel Telefonbuch- oder Kalendereinträge vornehmen, E-Mails schreiben oder ein Dokument erstellen. Mit einer Vielzahl Display-Hintergrundbildern und Klingeltönen läßt sich das Nokia 7700 Medien-Terminal noch weiter und immer wieder verändern und dem individuellen Geschmack anpassen.

E-Pac liefert im Notfall Strom für alle Nokia und viele Siemens Mobiltelefone



E-Pac ist nach Herstellerangaben die erste batteriebetriebene Notstromversorgung für das Handy. Ein Telefonat läßt sich damit auch

mit einem leeren Handy-Akku fortsetzen. Das Gerät benötigt keinen Stromanschluß, es können gewöhnliche Mignon-Batterien (Typ AA) verwendet werden. Dadurch ist E-Pac jederzeit und an jedem Ort einsetzbar. Zwei verschiedene Adapterkabel bieten eine Stromversorgung sowohl für alle Nokia als auch für viele gängige Siemens Handymodelle. Die Mobilität von E-Pac wird durch die Handlichkeit des kleinen Gerätes unterstützt; es mißt 80 x 63 x 18 mm

(H x B x T). Die kompakte Box wiegt 43 g. Ihre einfache Handhabung ermöglicht ein schnelles Aufladen des Akkus. Es müssen lediglich vier handelsübliche Batterien eingelegt und das entsprechende Adapterkabel für den jeweiligen Handytyp angeschlossen werden. Sofort

beginnt der Ladevorgang, und auch das Telefonieren wird wieder möglich. Dieser Vorgang kann beliebig oft wiederholt werden. Eine Sicherung gewährleistet, daß

> die möglicherweise noch im Akku verbliebene Ladeenergie nicht vom Handy in das E-Pac fließt und der Akku des Handys entladen wird. Möglich ist es daher auch, das Handy mit E-Pac zu laden, wenn der Akku noch nicht vollständig entleert ist. Die Ladeleistung des E-Pac hängt von der Qualität der verwendeten Batterien ab. Banana Factory Network, Quellenstraße 64, 45481 Mülheim/Ruhr, Telefon 0208/ 48408-37, liefert E-Pac ab sofort

aus. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 14,95 Euro. Es können alle Nokia-Modelle mit E-Pac geladen werden. Für folgende Siemens-Modelle wird es ab Januar ein passendes Adapterkabel geben: A55, C55, M55, SL55, A52, CL50, MC60 und C60.



Gerhard Mayrhofer, Senior Vice President Marketing & Sales Consumer bei 0₂:

"Die Marke hat sich extrem gut etabliert"

"Wir haben in jedem Monat des abgelaufenen Jahres unsere selbstgesteckten, ambitionierten Ziele übertroffen und erwarten nicht nur einen außerordentlich erfolgreichen Jahresabschluß, sondern auch das beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte, die wir bekanntermaßen als Viag Interkom begonnen hatten." Zufrieden mit dem abgelaufenen Kalenderjahr (das nicht identisch mit dem Geschäftsjahr ist) verwies Gerhard Mayrhofer, Senior Vice President Marketing & Sales Consumer bei $\mathbf{0}_2$, im Gespräch mit PoS-MAIL auf die bislang bekanntgegebenen Kennzahlen sowie ein sehr gutes Weihnachtsgeschäft.

Als besonders erfreulich nannte Mayrhofer die Tatsache, "daß sich die Marke extrem gut etabliert hat". In gestützten Umfragen erzielt O₂ derzeit eine Markenbekanntheit von 90 Prozent. Eine der Ursachen für dieses positive Ergebnis war laut Mayrhofer der Einsatz Prominenter als Sympathieträger. So konnte das Unternehmen nach Anke Engelke, Franz



Gerhard Mayrhofer

Beckenbauer und Reiner Calmund mit dem "Superstar-Macher" Dieter Bohlen einen weiteren Promi für seine Werbekampagnen gewinnen. Bohlen brachte den Konsumenten zunächst ab Oktober allein die neue Flatrate von O₂ für Surfen und Mailen mit dem Handy, das sogenannte "O₂ Active-Surf & E-Mail Pack", nahe und engagierte sich zum Jahresende gemeinsam mit Anke Engelke und Franz Beckenbauer in der Weihnachtskampagne.

Neben dem positiven Image sorgten natürlich auch die Produkte des Unternehmens für die Steigerung des Bekanntheitsgrades und das Wachsen der Kundenzufriedenheit. "Wichtigstes Produkt des Consumerbereiches ist nach wie vor Genion", erklärte Mayrhofer. Vier von fünf neuen Vertragskunden wählen derzeit dieses Angebot, mit dem noch Viag Interkom bereits vor Jahren seine Innovationskraft unter Beweis stellte.

Innovativ zeigte sich O2 im Jahr 2003 unter anderem mit der Einführung der bereits erwähnten Flatrate und einer Multicard. Die Flatrate für mobiles Surfen und E-Mailen per Handy ermöglicht Vertragskunden, die Services im O₂ Active Portal zum Festpreis von 4,95 Euro ohne die sonst üblichen Kosten für die GPRS-Datenübertragung zu nutzen. Auch das Lesen und Senden von E-Mails ist im Preis für das O2 Active-Surf & E-Mail-Pack enthalten. Zusätzliche Kosten fallen nur bei Premium-Diensten an.

Mit der O₂ Multicard dagegen sind mehrere mobile Geräte unter einer Rufnummer erreichbar. Bei diesem innovativen Angebot ist es möglich, bis zu drei SIM-Karten (mit jeweils identischer Telefonnummer) einzusetzen, die in einer vom Kunden festgelegten und jederzeit änderbaren Reihenfolge angewählt werden. Geschäftskunden mit einem Rahmenvertrag können die neue Multicard sogar für bis zu sechs Karten nutzen.

"Flatrate und Multicard sind noch zu jung, um bereits ein abschließendes Urteil abgeben zu können", meinte Mayrhofer, "aber schon die ersten Wochen haben gezeigt, daß für beide Angebote Interessenten vorhanden sind, und die Verkaufszahlen steigen zwar langsam, aber kontinuierlich." Positive Resonanz habe das Unternehmen von seinen Handelspartnern bei beiden neuen Produkten dafür bekommen, daß es erneut seine starke Innovationskraft unter Beweis gestellt und mit einzigartigen Angeboten Verkaufsargumente geliefert habe, die O2 deutlich von anderen Mobilfunkanbietern unterscheiden würden. Außerdem habe die einfach zu verstehende Flatrate Licht in den komplizierten Tarifdschungel gebracht.

Positiv auf die Zusammenarbeit mit dem Handel hat sich nach Mayrhofers Angaben auch die Schaffung eines Händlerbeirates ausgewirkt. In diesem Gremium sollen Händler und Manager von

Handelspartner kämpfen um den Champions Cup

Insgesamt 24 Distributoren und drei Fachhandelskooperationspartner von O₂ Germany haben Anfang Januar den Wettkampf um den "Champions Cup" aufgenommen. In drei Etappen werden bei diesem Verkaufswettbewerb fünf Teams gesucht, die schließlich in der Karibik mit Katamaranen um den Sieg segeln werden. Jeder Teilnehmer erhält monatliche Zielvorgaben, die sich beispielsweise nach der Anzahl der Kartenschaltungen richten. Die fünf erfolgreichsten Mannschaften gehen dann im Mai für eine Woche gemeinsam an Bord. Jedes Team setzt sich aus acht Personen zusammen – Mitarbeiter der Fachhandelskooperationen und Distributoren sowie die Top-Händler. Auf der Reise in die Karibik stehen exklusive Highlights auf dem Programm: die Teilnahme an mehreren Segel-Regatten, verschiedene Wassersportarten, viele Aktionen an Land sowie kulinarische Überraschungen. Mit am Start sind in diesem Jahr die Fachhandelskooperationen EP: Electronic Partner, R.I.C. GmbH und Nokia System Center sowie die Distributoren Brodos AG, KomSa Kommunikation Sachsen AG, NT plus AG, ENO telecom, Demuth & Dietl + Co. GmbH, Michael Telecom AG, Herweck AG, Stahlgruber Otto Gruber GmbH & Co., tele-media, netCom GmbH, Epsilon Telefoncommunications GmbH, ASM - Digitel GmbH, Becocell, Chic AB Telecom, voda.com voice & data, Cosmophone international, Jatel GmbH, bestcom, D&G Telecom AG, Köhler Teledata, Jolin Communication, KoTel AG, SIGA-Telecom GmbH und Toker Telekommunikation.

O₂ zweimal jährlich die Gelegenheit haben, Grundsatzfragen ebenso zu besprechen wie Visionen zu Produkten und zur Branche zu diskutieren oder die Lösung von Alltagsproblemen anzuregen.

"2003 ist bei O₂ vermutlich nichts geschehen, was in der Handelslandschaft als wirklich spektakulär empfunden worden ist", faßte Mayrhofer zusammen. "Für uns hingegen ist es äußerst wichtig, daß wir es wieder einmal geschafft haben, unserem Ruf als verläßlicher Partner des Handels gerecht zu werden. Als Beispiel sei hier genannt, daß es auch im Jahr 2004 keine "hart verdrahteten" mobilen Internet Portale geben wird wie bei

einem unserer Wettbewerber."
Das schränke die Flexibilität des Handels ein und sei somit für O₂ inakzeptabel. Die Münchner setzten dagegen auch in 2004 bei O₂ Active auf einen Softwareclient, der dem Handel ein Maximum an Spielraum bei der Disposition seiner Hardware lasse.

Auf diese Kontinuität könnten die Händler auch weiterhin bauen. Mayrhofer: "Wir sind nach wie vor auf Wachstum ausgerichtet, werden auch zukünftig gute Konditionen, exklusive Produkte und umfangreiche Unterstützung bieten und dem Handel damit die Basis für eine erfolgreiche Zukunft schaffen."



den neuen WilliamsF1 BMW FW26.

O₂ ist neuer Official Supplier des BMW WilliamsF1 Teams

Mit dem Beginn der Formel 1-Saison 2004, deren erstes Rennen am 7. März in Melbourne (Australien) stattfindet, ist O_2 neuer Official Supplier des BMW WilliamsF1 Teams. Das Münchner Unternehmen will damit seine bestehende Partnerschaft mit dem Bayerischen Automobilhersteller untermauern. Das Sponsoringpaket erstreckt sich vor allem auf Incentive-Maßnahmen, die über Medienkooperationen und Marketing-Aktionen vernetzt werden. Die Zusammenarbeit zwischen dem BMW WilliamsF1 Team und O_2 soll weit über das klassische Sponsoring hinausgehen. So wird der Münchner Netzbetreiber ab dem Saisonstart Merchandising-Artikel im Design des BMW WilliamsF1 Teams in seinen Shops anbieten. Daneben stellt O_2 ein breites Angebot an WAP- und SMS-Infodiensten zum Thema Rennsport

sowie aktuelle Nachrichten zur Verfügung. Rudolf Gröger, CEO von O₂ Germany, freut sich auf die Zusammenarbeit mit dem BMW WilliamsF1 Team: "O₂ und das BMW WilliamsF1 Team verbindet das Streben nach Perfektion. Beide Partner setzen neue Standards in puncto Innovation und bedienen sich der modernsten Technik, um schnell Erfolge zu liefern." Das BMW WilliamsF1 Team geht ab März mit dem neuen FW26 auf die Rennstrecken. Das Fahrzeug hat eine markant kurze Fahrzeugnase mit zwei vorgelagerten Flügelelementen. Das Frontdesign wurde gemeinsam mit einer Doppel-Kiel-Konstruktion des Monocoques entwickelt, um den Luftfluß unter- und oberhalb der Fahrzeugfront zu optimieren und die gesamte Aerodynamik bis zur Anströmung des Heckflügels zu verbessern.



Besitzer von Sendo Handys können Zubehör jetzt online kaufen

Wer Zubehör für sein Sendo M550, das baugleiche Aldi-Handy Tevion MD 7300 oder ein anderes Sendo-Handy sucht, wird jetzt online fündig: Unter www.sendo.de/shop ist das komplette Zubehörprogramm erhältlich. Das Angebot umfaßt neben Kopfhörern und Taschen auch ein Auto-Ladegerät sowie einen Autoeinbausatz. Auch ein Ersatz-Akku oder ein neues Ladegerät sind verfügbar.

Bei T-Mobile steht ein neues Betriebssystem für den MDA I bereit

Mit der Windows Mobile 2003 Software steht ietzt ein neues, verbessertes Betriebssystem für den T-Mobile MDA I zur Verfügung. Im Vergleich zur Windows Pocket PC 2002 Phone Edition bietet die Windows Mobile 2003 Software eine ganze Reihe von Verbesserungen: So lassen sich mobile Datenverbindungen nach Unterbrechung durch einen Anruf per Tastendruck wiederherstellen. Die Eingabe von SMS, E-Mail-Adressen oder Texten wird von einem Worterkennungsprogramm unterstützt, und Kontakte lassen sich über die Eingabe von Anfangsbuchstaben oder Telefonnummerbestandteilen schnell und unkompliziert aufrufen. Die Kalenderfunktion bietet jetzt eine Übersicht für fünf Wochen; Sonn- und Feiertage sowie Tage mit persönlichen Termineinträgen sind besonders hervorgehoben. Der integrierte Windows Media Player 9 Series für Pocket PC präsentiert Video- und Audio-Dateien in hoher Qualität. Bei Internetanwendungen unterstützt Pocket Internet Explorer jetzt mehr

Web-Standards als bisher, verschafft damit Nutzern den Zugang zu mehr Websites und sorgt für eine verbesserte Darstellung. Die Windows Mobile Software 2003 für den MDA I steht ab sofort unter www.t-mobile.de/mda/software zum Herunterladen auf einen PC zur Verfügung und läßt sich anschließend auf den T-Mobile MDA I übertragen.

Vodafone Hotline und Kundenservice bei Test erfolgreich

Bei einem Hotline- und Kundenservice-Test des Fachmagazins TeleTalk hat Vodafone die höchste Gesamtpunktzahl erreicht und elf Konkurrenten hinter sich gelassen. In einem dreimonatigen Testzeitraum verglich die Redaktion die Kunden-Hotlines der Unternehmen, das E-Mail-Management sowie den Kundenservice im Internet. Das Ergebnis: An der Vodafone-Hotline, die 24 Stunden erreichbar und für Vertragskunden kostenlos ist, erhalten Kunden freundliche, individuelle und kompetente Beratung. Als einziges Unternehmen erhielt Vodafone für seinen Kundenservice per E-Mail die Note "sehr gut".

Im Vogtland können Nutzer von Bus und Bahn per Handy bezahlen

Im Vogtland können Nutzer von Bus und Bahn ihren Fahrschein ab Februar per Handy kaufen. Der Zweckverband Öffentlicher Personennahverkehr Vogtland mit Sitz in Auerbach hat Siemens Business Services mit dem Aufbau einer entsprechenden Pilotlösung beauftragt. Das Modell ist einmalig in Deutschland. Der Verkehrsverbund erwartet durch den "Ticketautomaten für die Hosentasche" sinkende Kosten, höhere Einnahmen und eine bessere Kundenbindung. Da im Vogtland und in

Siemens mobile will den Markt für die Walkie-Talkie-Funktion via Handy vorantreiben und darin eine führende Stellung einnehmen

Siemens mobile will den Markt für die Walkie-Talkie-Funktion via Handy ("Push to Talk over Cellular" PoC) weiter vorantreiben und hier eine führende Stellung einnehmen. Deshalb stellt das Unternehmen nach eigenen Angaben als erster Anbieter weltweit die gesamte Produktpalette für PoC zur Verfügung, die auf der herstellerübergreifenden, offenen Spezifikation basiert. Und das End-to-end: von den Handys bis hin zu Komponenten für die Mobilfunkinfrastruktur. Umfangreiche Tests laufen bereits. Im ersten Halbjahr 2004 werden Mobilfunkbetreiber in den USA, Europa und Asien die Siemens-Technologie in eigenen Testläufen ausprobieren. Ab Mitte des nächsten Jahres ist die kommerzielle Einführung von "Push-to-Talk"-Diensten bei diesen Betreibern geplant. Das Marktpotential von PoC ist laut Siemens vielversprechend. Bei Verbrauchern stoße die Verwendung des Handys als Walkie-Talkie auf großes Interesse, denn per einfachem Knopfdruck rufe man eine Person oder gleich eine ganze Gruppe an. Wie bei einem Walkie-Talkie erhalte der Empfänger ankommende Sprachnachrichten automatisch und müsse dafür nicht eigens zum Gerät greifen; dafür sorge die "always on"-Funktion von GPRS und die Freisprecheinrichtung im Handy. Auch Mobilfunkbetreiber profitierten von PoC, hieß es in einer Pressemitteilung. Sie könnten ihre Investitionen in die GSM/GPRS-Netze besser ausschöpfen und ihren Kunden einen zusätzlichen, einfach zu bedienenden Service anbieten. Da dieser auf dem bestehenden Netz aufbaue, sei die Installation im Netz kostengünstig, zügig umsetzbar und ein natürlicher Schritt in Richtung UMTS: PoC baut auf der IP-basierten Vermittlungstechnik IMS auf, die mit der dritten Mobilfunkgeneration UMTS ohnehin in den Netzen eingeführt

wird. Mehr als zehn Mobilfunkbetreiber weltweit werden den neuen Service im ersten Halbjahr 2004 testen und planen den kommerziellen Einsatz ab Mitte nächsten Jahres. Großes Interesse an PoC besteht vor allem in Deutschland, den USA, China, Italien und Großbritannien. Langfristig wird der Service mit allen gängigen Mobilfunkstandards funktionieren, die IP-basierte Sprachdienste unterstützen: GSM/GPRS, UMTS und auch W-LAN.

Als Markttreiber des innovativen Services tritt Siemens mobile für offene Standards ein und hat im September 2003 mit führenden Unternehmen der Mobilfunkbranche eine erste Spezifikation für PoC verabschiedet. Nur bei kompatiblen Lösungen könne sich nach Ansicht des Münchner Unternehmens ein Massenmarkt entwickeln und den Kunden eine nahtlose Kommunikation geliefert werden. Für Mobilfunkbetreiber stehen PoC-fähige Handys von Siemens zu Testzwecken bereits im ersten Halbjahr 2004 zur Verfügung. Nach der Testperiode sind die Geräte auch für Endkunden erhältlich. Im Jahr 2005 werden alle neuen Siemens-Handymodelle der Mittelklasse mit diesem Dienst ausgestattet sein.

"PoC ist ein weltweites Thema, das 2004 einschlagen wird. Wir treiben den Markt intensiv voran und setzen unser gesamtes Know-how dahinter: von den Handys, über die Middleware und die Applikationen, bis hin zur Infrastruktur", meinte Lothar Pauly, Mitglied im Bereichsvorstand von Siemens mobile und für das operative Geschäft verantwortlich. "Wir wollen der erste Ausrüster sein, der seinen Kunden ein komplettes Endto-end-Angebot im Bereich PoC liefern kann, das bereits auf der herstellerübergreifenden, offenen Spezifikation basiert. Wir wollen keine proprietären Lösungen."

der sogenannten EgroNet-Region Fahrgäste grenzüberschreitend zwischen Deutschland und Tschechien befördert werden, wird das Projekt durch die EU unterstützt. Im Rahmen des Pilotprojektes werden 350 ausgewählte Personen das Verfahren bis April 2004 testen. Ihnen stehen im Ländereck zwischen Tschechien und den drei deutschen Bundesländern Bayern, Thüringen und Sachsen neben dem Fahrschein aus Papier künftig nach einmaliger telefonischer Anmeldung zwei mobile Alternativen zur Verfügung.

Alternative 1: Nachdem er eine entsprechende Software auf sein Java-fähiges Mobiltelefon geladen

hat, bestellt der Fahrgast die Tickets per Tastendruck und Menüsteuerung über sein Handy. Im Menü gibt er die Anzahl der Fahrgäste, die gewünschte Fahrstrecke und die Art des Tele-Fahrscheins an. Nach Bestellung erscheint die Bestätigung für den Ticketkauf auf seinem Handy. Der virtuelle Fahrschein selbst liegt auf einem Server, auf den nur der Kontrolleur Zugriff hat.

Alternative 2: Der Fahrgast bestellt seinen Fahrschein per Anruf. Bei der eingesetzten automatischen Auftragsannahme kommt erstmals eine neue, gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut entwickelte Spracherkennungs-Soft-

ware zum Einsatz. Sie ist in der Lage, aus kompletten gesprochenen Sätzen die für die Bestellung relevanten Elemente zu erkennen. Lange Führungen durch ein Sprachmenü entfallen.

E-Plus bietet Fotohandy Siemens MC60 jetzt auch als Prepaid-Gerät an

Ab sofort bietet der Düsseldorfer Netzbetreiber E-Plus das i-mode-Browser kompatible Siemens MC60 auch als Free & Easy Set mit Guthabenkarte an. Das Vollgrafik-Farbdisplay des Tri-Band-GPRS-Handys mit integrierter Fotokamera stellt Grafiken, Bilder und Animationen mit 4.096 Farben dar. Für das Klangerlebnis sorgt ein polyphoner Sound, der bei einem Anruf oder dem Erhalt einer Nachricht ertönt. Darüber hinaus unterstützt das Gerät die Java Technik. Mit dem MC60 lassen sich Multimedia Mitteilungen (MMS) in Form von eigenen Schnappschüssen, Texten und Tonaufnahmen verschicken und empfangen. Längere Nachrichten können, außer per SMS, auch mit dem integrierten E-Mail Client versendet werden. Das MC60 Free & Easy Set soll in den E-Plus Shops für 179,90 Euro verkauft werden. Der i-mode Prepaid-Nutzungspreis liegt bei 20 Cent pro 10 KB Datentransfer. Monatliche Grund- oder Paketpreise fallen nicht an, die Aktivierung ist ebenfalls kostenlos.

T-Com weitet das Serviceangebot Grundservice Plus für Geschäftskunden auf die T-Comfort Familie aus

Allen T-Com Geschäftskunden, die eine Telekommunikationsanlage im aktuellen Portfolio der T-Octopus oder T-Comfort Familie gekauft oder geleast haben, steht ab sofort mit dem Grundservice Plus ein kostengünstiges Servicepaket zur Verfügung. Der Grundservice Plus wurde bereits im Juni 2003 als Kundendienstleistung zunächst für Tk-Anlagen der Reihen T-Octopus F und T-Octopus Open eingeführt und im Dezember auf die T-Comfort Familie ausgeweitet.

Der Grundservice Plus dient als Einstieg in das Serviceangebot von T-Com und erfüllt die grundlegenden Serviceanforderungen professioneller Nutzer von Tk-Anlagen wie kurze und klar definierte Reaktionszeiten, schnelle Entstörung und Software-Updates. Das Servicepaket gilt für die jeweilige Telekommunikationsanlage und ihr Zubehör, das heißt die Zentraleinheit, integrierte Baugruppen, Software/Lizenzen und Anwendungen am Abfrageplatz. Der Preis für Grundservice Plus richtet sich nach der zu betreuenden Anlage und liegt zwischen 19,95 und 49,95 Euro pro Monat.

Grundservice Plus deckt die folgenden Leistungen ab: Im Rahmen der Serviceannahme können rund um die Uhr Störungsmeldungen an die Rufnummern der Service Hotlines 0800/3302000 für Privatkunden und 0800/3301172 für Geschäftskunden abgegeben werden. Von dort aus erfolgt die direkte Weitergabe der Störungsmeldung an das zuständige regionale

Remote Service Center von T-Com, das die Störung entsprechend der vereinbarten Kundendienstleistungen bearbeitet. Die Diagnose und Beseitigung von Softwarestörungen im System erfolgen per Fernwartung in kürzester Zeit. Der Software Update Service ermöglicht Kunden mit einem Servicevertrag, die in ihrem System installierte Software im Falle eines Softwarefehlers ebenfalls via Remote-Zugriff auf das System aktualisieren zu lassen.

Darüber hinaus beinhaltet Grundservice Plus eine mehrmals jährlich stattfindende Sicherung der statischen Konfigurationsdaten des Systems. Die
Datensicherung findet mindestens einmal je Quartal und zusätzlich bei Bedarf im Falle einer Störungsbeseitigung statt. Vorteil für den Kunden: Wird
ein Neustart der Telekommunikationsanlage erforderlich, ist die kurzfristige
Wiederherstellung der kundenspezifischen Konfiguration sichergestellt.
Auch die Reaktionszeiten bei Störungsmeldungen sind fest definiert: Innerhalb der Regelarbeitszeit von Montag bis Freitag zwischen 8:00 und 17:00
Uhr erhält der Kunde spätestens vier Stunden nach Eingang der Störungsmeldung eine Mitteilung über den Stand der Bearbeitung.

Der technische Kundendienst gewährleistet außerdem die Verfügbarkeit spezifischer Baugruppen und Ersatzteile innerhalb von maximal drei Arbeitstagen nach Eingang der Störungsmeldung. Innerhalb der gesetzlichen Gewährleistung wird die Hardware kostenlos ausgetauscht.

T-Mobile führt Relax-Tarif ein Rund um die Uhr zum Einheitspreis mobil telefonieren

"Wenn Handybesitzer in Deutschland zum Mobiltelefon greifen, haben sie das latente Gefühl, es ist zu teuer. Deshalb führen wir mit den Relax-Paketen ein neues Tarifmodell ein, das einfach, transparent und preisgünstig ist." Timotheus Höttges, Vorsitzender der Geschäftsführung von T-Mobile Deutschland. zeigte sich auf einer Pressekonferenz in Bonn davon überzeugt, daß es T-Mobile mit den

Insgesamt gibt es vier neue Tarife:

Relax 50, 100, 200 und 500. Die-

se bieten ohne Grundgebühr ein

Minutenpaket zum Festpreis: da-

bei entspricht die Zahl im Namen

der Minutenmenge, die abtelefo-

niert werden kann (siehe Tabelle

rechts unten). Mit dem gekauften

Minutenpaket können Gespräche

ins deutsche Festnetz, innerhalb

des T-Mobile-Netzes, zur Mobil-

box und bei Relax 200 und 500

auch in andere deutsche Mobil-

funknetze geführt werden. Ist das

Budget ausgeschöpft, ruft der

Besitzer eines Relax 50 oder Relax

100 Pakets in andere deutsche

Mobilfunknetze an oder telefo-

nieren Relax-Kunden aus dem

Ausland, gelten Minutenpreise ab

25 Cent. "Mit diesen Tarifen lohnt sich das mobile Telefonieren schon ab dem ersten Cent, denn die mobile Sprachkommunikation

Timotheus Höttges, Vorsitzender der Geschäftsführung bei T-Mobile

ist tagsüber genauso teuer wie abends und nachts, an Werktagen ebenso wie an Wochenenden und Feiertagen", erläuterte Höttges.

daß die Relax-Tarife "Kostentransparenz und Kostenkontrolle gewährleisten und dem Verbraucher so die Entscheidung erleichtern, im Tarifdschungel den richtigen Weg zu finden".

"Von den Relax-Tarifen kann die Mehrheit unserer Kunden profitieren, denn sehr viele Nutzer telefonieren vorwiegend während des Tages und in der Woche", ergänzte Knauer. T-Mobile mache mit den neuen Tarifen einen ersten, entscheidenden Schritt in eine neue,

neuen Relax-Paketen gelingen wird, "die Ver-

braucher dazu zu bringen, den automatischen

Gebührenzähler im Kopf abzuschalten". Und

auch für Martin Knauer, Geschäftsführer Mar-

keting bei T-Mobile Deutschland, war klar,



Martin Knauer, Geschäftsführer Marketing bei T-Mobile

den Kundenwünschen angepaßte Tarifwelt und erschließe breiten Nutzergruppen die Vorzüge des Mobilfunks zu günstigen Preisen bei höherer Kostentransparenz.

Neues Siemens ST60 exklusiv bei T-Mobile

4 30 30

Als Nachfolger des kompakten ST55 hat Siemens das neue Mobiltelefon ST60 vorgestellt. Mit ihm

kann man nicht nur Fotos schießen, sondern auch Videos aufzeichnen. Die eingebaute Digitalkamera bietet VGA-Qualität und einen vierfachen Digitalzoom. Zum Archivieren der Bilder steht ein Fotoalbum bereit. Die Bilder werden auf einem 120 x 160 Pixel großen TFT-Display mit 65.000 Farben angezeigt und lassen sich per MMS

oder E-Mail versenden. Java, ein Melody-Composer sowie umfangreiche Organizer-Funktionen sorgen für zusätzlichen Komfort. Das Siemens ST60 besitzt ein griffiges Gehäuse im sportlich-edlen Metallic-Look mit abgerundeten Kanten und übersichtlicher Tastatur. Ein mittig positionierter Joystick erleichtert die Bedienung. Anwender können ihre Lieblingsmelodie aufnehmen, die neuesten Hits aus

dem Netz laden oder mit dem Melody-Composer selber kreieren. Zusätzlich warten auf sie bereits

> 40-stimgespeicherte, mige Klingeltöne. Da das Handy auch Java beherrscht, läßt sich die Auswahl an Anwendungen und Spielen beliebig erweitern. Dabei wird das Surfen durch den neuesten WAP-Browser 2.0, GPRS Klasse 10 sowie den direkten Zugang zum t-zones, dem Multimedia-Portal von T-Mobile, un-

terstützt. Zu den Telefon-Funktionen gehört ein Adreßbuch, das für jeden Eintrag 15 Felder bereithält. Als Organizer zeichnet sich das ST 60 unter anderem durch einen Währungsrechner, eine Erinnerungsfunktion und eine automatische Ausschaltfunktion aus. Das Gerät ist in Deutschland ab sofort ausschließlich bei T-Mobile erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlung ohne Vertrag: 400 Euro (UVP).

Die neue Tarifwelt wird ab dem 2. Februar parallel zu den bisherigen Telly-Tarifen angeboten. Der Wechsel aus den Xtra-Tarifen ist jederzeit kostenlos möglich. Nutzer der Telly-Tarife können bis zum 30. Juni ohne Zusatzkosten in die Relax-Welt eintreten. Auch ein Wechsel innerhalb der Relax-Tarife ist jederzeit möglich, und die Wunschoptionen More Weekend und WorldClass sowie die GPRS-Optionen können je nach Wunsch und Bedarf des Kunden dazugebucht werden. Für Kunden, die beim Neuabschluß eines T-Mobile Laufzeitvertrages ihr bisheriges Handy weiterhin nutzen wollen und kein subventioniertes Gerät benötigen, reduziert sich der Preis für ihr Relax-Paket um jeweils fünf Euro pro Monat.

"Die Relax-Tarife von T-Mobile stehen für die mobile Sprachkommu-

nikation zu einem fairen Preis-/ Leistungsverhältnis, sie sprechen breite Nutzerkreise an und erhöhen die Attraktivität der mobilen Kommunikation", betonte Höttges. "Das ist nicht zuletzt für den Einzelhandel ein hervorragendes Verkaufsargument, das er mit seiner Beratungskompetenz nutzen kann." Für den Handel sei Mobiltelefonie zu einem entscheidenden Umsatzbringer avanciert. Höttges: "Wenn T-Mobile jetzt erneut den Takt vorgibt, dann profitieren davon auch unsere Handelspartner und deren Mitarbeiter. Ich betone ganz ausdrücklich: Wir werden in unseren Vertriebskanälen ein klares Schwergewicht auf die Vermarktung der neuen Tarife legen und damit auf ein Umdenken bei den Tarifen hinarbeiten. Der Kunde wird dann letztlich über unseren Erfolg entscheiden." hepä

LG vertreibt Fotohandy LG-G7050 über T-Mobile

Mit dem neuen Kamera-Handy LG-G7050 bietet LG Electronics ein Mobiltelefon mit Schiebemechanismus. In geschlossenem Zu-

stand erfüllt das Gerät alle Grundanforderungen an ein modernes Mobiltelefon. Wird der Tastaturteil nach unten geschoben, vergrößert sich das hochauflösende, grafische Farbdisplay von 128 x 52 Pixeln auf 128 x 160 Pixel. Zum Funktionsumfang des Gerätes gehören 40 mehrstimmige Klingeltöne, der Versand und Empfang von MMS-Nachrichten sowie eine integrierte Kamera mit VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) und digitalem Vierfach-Zoom. Mit dem Message-Composer lassen sich die Fotos schnell und einfach in MMS-Nachrichten einbinden und versenden.

Die Fotos können auch als Display-Hintergrund oder Bildschirmschoner verwendet werden. Das LG-G7050 bietet darüber hinaus wichtige Kommunikationsfunktio-

> nen wie WAP 2.0. EMS und verkettete SMS. Bei der Eingabe wird es von der automatischen Worterken-

nung T9 unterstützt. Auch wichtige Funktionen wie Kalender und Wecker fehlen nicht. Der Li-Ionen Akku mit einer Kapazität von 860 mAh ermöglicht eine Sprechzeit von 4,5 Stunden und eine Standby-Zeit von 150 Stunden. Für eine schnelle Datenübertragung sorgt GPRS Class 10. Außerdem unterstützt das Handy auch die mobile Software-Umgebung Java. Das silberfarbene Multimedia-Mini LG-G7050 ist exklusiv bei T-Mobile erhältlich.

Das neue Tarifmodell Relax von T-Mobile						
	Relax 50	Relax 100	Relax 200	Relax 500		
Inklusivminuten	50	100	200	500		
Paketpreis (Euro/Monat)	15,00	25,00	50,00	100,00		
Im Paketpreis enthalten	Festnetz, netzintern, Mobilbox	Festnetz, netzintern, Mobilbox	Festnetz, netzintern, Mobilbox, von T- Mobil zu anderen dt. Mobilfunknetzen	Mobilbox, von T- Mobil zu anderen		
Minutenpreis außerhalb Paket für Festnetz, netzintern, Mobilbox	0,40 Euro	0,40 Euro	0,35 Euro	0,25 Euro		
Minutenpreis außerhalb Paket für andere deutsche Mobilfunknetze	0,60 Euro	0,50 Euro				
SMS zu dt. Mobilfunkanschlüssen	0,19 Euro je SMS					
Taktung	60/1 Sekunden		10 Sekunden			
Zusätzlich buchbar: Anrechnung der InklMin. auf Inlandsgespräche von T-Mobile zu anderen dt. Mobilnetzen	5 Euro/Monat		-			
Paketpreis für Relax ohne subventioniertes Endgerät	10,00 Euro	20,00 Euro	45,00 Euro	95,00 Euro		

Aktion Leserbefragung • Aktion Leserbefragung • Aktion Leserbefragung • Aktion Leserbefragung



Unsere Leserbefragung (Dezember-Ausgabe 2003) war auch in diesem Jahr ein voller Erfolg. Zahlreiche Einsendungen sind bei uns eingegangen, und Ihre Antworten konnten uns wieder neue Inspirationen vermitteln. Die Gewinner der unter allen Einsendungen verlosten Preise stehen nun fest. Wir bedanken uns nochmals herzlich bei den Sponsoren und wünschen den Gewinnern viel Freude mit ihren Preisen.



Sharp Aquos LC 15S1E Stephanie Tippelt

KPMG Consulting, 80335 München



Grundig Ovation CDS 6380 S Heidrun Hachenberg Dr. Kurt Korsing GmbH, 50739 Köln



debitel stellte noch nachträglich dreimal ein Siemens A50

mit 15 Euro Telefonguthaben zur Verfügung (mit jeweils einer Xtra-Card, CallYa-Card und Free&Easy-Card).

Ludwig Koch, HiFi Adolph, 533959 Rheinbach;

Hitachi Illumina PJ-TX10 Clemens Hornung CKH Systems, 45468 Mülheim a. d. Ruhr



Thomson Lyra PDP 2456 Friedrich Wilhelm Saturn Köln, 50668 Köln



Panasonic GD55 Marcel Wünsche Expert Schuster, 38855 Wernigerode



LG DR-4810 Frank Herweg Metro AG, 51381 Leverkusen



T-Sinus 614 **Toralf Ebeling** Media Markt GmbH, 06188 Peißen



Fujifilm FinePix F410 Heiko Gerasch Kontakt Fernsehdienst GmbH, 15230 Frankfurt



reflecta i-scan-1800 Thomas Hillenbrand Fotografie Hillenbrand, 86830 Schwabmünchen



Fujitsu DynaMO Photo 640 René Schubert Belling Media, 47877 Willich



Canon Ixus i im Bundle mit dem CP-200





Aktion Leserbefragung • Aktion Leserbefragung • Aktion Leserbefragung



X1 von 0₂

Andrea Felka, Sanyo Fisher Sales
(Europe) GmbH, 81829 München



Sony PS2 und EyeToy USB-Web-Kamera

Klaus Adenauer

Adenauer Elektronik GmbH, 53545 Linz am Rhein



Pioneer VSX-C550

Rainer Pohl
Klangstudio Pohl, 55294 Bodenheim



Casio Exilim Zoom EX-Z4

Henning Nöckel
H. A. Nöckel, 40221 Düsseldorf



Funkwerk Audio 3000
Frank Lehmann
expert Heilo Electronic GmbH, 06249 Mücheln



Samsung LW-15M13C

Miriam Willibald

Nature Land GmbH, 80331 München



Samsung SyncMaster 172X

M. Teichmann

Fa. M. Teichmann, 47226 Duisburg



Panasonic D-snap AS10

Ludwig Baumgart

Red Zac Girrbuch, 01169 Dresden



Sherwood RD 6103 R

Dirk-W. Naas
Zone 2 Media GmbH, 47798 Krefeld



Peter Pursche, Service + Electronic-Shopping 01844 Neustadt



Sony Ericsson T230

Grit Harthaus

Euro-Foto-GmbH, 07548 Gera



Sanyo Xacti C1
Falko Voland
Fa. Opheiden, 59425 Unna



Birgit Lange Foto und Fotostudio Matalla, 29525 Uelzen



Gerhard Zielke, xo-concept telefon-technik gmbh, 29614 Soltau

Linux: News und Infos

Deutsche Botschaften mit Linux vernetzt



Im August vergangenen Jahres wurde mit der deutschen Botschaft in Kairo die einhundertste

deutsche Botschaft mit dem diplomatischen Intranet des Auswärtigen Amtes verbunden. Mit der nun erfolgten Anbindung der deutschen Botschaften in Hanoi, Libreville, Nairobi, Taipeh und Tirana in dieser Woche konnte die mit der Vernetzung beauftragte Essener Firma Secunet jetzt den Abschluß der Vernetzungsaktion verkünden. Alle 217 deutschen Botschaften sind damit in das unter "Sina" laufende Netz des Auswärtigen Amtes eingebunden und alle Server der Botschaften auf Linux umgestellt. Sina hat inzwischen die Zertifizierung für die höchste Geheimhaltungsstufe "Streng Geheim" erhalten. Damit kann die komplette Datenkommunikation der Botschaften über das diplomatische Intranet ablaufen. Das Botschaftsprojekt wurde nach Angaben von Secunet von der Planung über die Zertifizierung durch das BSI bis zum Rollout der letzten Rechner innerhalb von zwei Jahren realisiert und kostete ohne Hardware 5 Millionen Euro. Die Kommunikationskosten für das Intranet, über das alle Botschaften redundant per Satellit und ISP angeschlossen sind, werden vom Auswärtigen Amt auf 8 Millionen Euro pro Jahr geschätzt. Das durch Sina abgelöste X.25-Netz mit Standleitungen und Leitungsverschlüsselung hat pro Jahr zwischen 30 Millionen bis 35 Millionen Euro gekostet.

Windows-Anwendungen mit Suse Linux



Mit dem neu in den Handel gebrachten Suse Linux "Wine Rack" lassen sich jetzt zahlreiche

Windows-kompatible Programme und Anwendungen direkt unter Suse Linux installieren und nutzen. Durch den Einsatz des bekannten CrossOver Office und des CrossOver Plugin von Codeweavers und WineX von Transgaming können unter anderem folgende Software-Programme unter Suse Linux 9.0 installiert und benutzt werden: MS Office 97, MS Office 2000 und MS Office XP, MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, MS Outlook 2000,

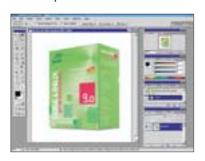


MS Excel mit "Wine Rack" unter Suse Linux



und PC-Spielen unter Suse Linux 9.0 installiert und genutzt werden.

MS Access 2000, Adobe Photoshop 7, Lotus Notes, Intuit Quicken, Apple QuickTime und Internet Explorer. Auch Top-Spiele wie z. B. Half-Life, Counter Strike, Diablo 2, EverQuest, Warcraft III, Battlefield 1942, Starcraft, Civilization 3 und viele andere beliebte PC-Games können problemlos installiert und



Auch weit verbreitete Bildbearbeitungsprogramme wie Photoshop sind mit "Wine Rack" unter Suse Linux einsetzbar.

angewendet werden. Mit der Zugabe Marble Blast von Garagegames bekommt der Käufer von Wine Rack als besonderes Bonbon ein 3D-Geschicklichkeitsspiel mit Suchtfaktor für Linux oben drauf. Mit Wine Rack erhält man ein Bundle folgender Produkte: CrossOver Office (\$ 60), CrossOver Plugin(\$35), WineX/3 Monate und Marble Blast (15 \$) und damit eine Ersparnis von bis zu 65 Prozent. Informationen über Suse Linux Wine Rack und die enthaltenen Programme und deren Hersteller finden sich auf der Website Suse.de, der FAQ-Seite und auf den Webseiten der Firmen Codeweavers, Transgaming und GarageGames. Der UVP von Suse Linux Wine Rack beträgt 39,95 Euro.

Fujitsu Kooperation mit Red Hat



Der japanische Elektronikkonzern Fujitsu hat mit tionen für die 3G-Smartphones und

dem US-amerikanischen Linux-Distributor Red Hat eine Kooperation vereinbart. Laut Angaben der japanischen Finanzzeitung Nihon Keizai Shimbun wird Fujitsu vier Mitarbeiter für das Red-Hat-Entwicklungszentrum in Boston delegieren. Dort werden sie zusammen mit Ingenieuren von Red Hat das Betriebssystem Linux speziell für Anwendungen von Fujitsu weiterentwickeln. Die Japaner erhoffen sich von diesem Projekt vor allem eine hohe Stabilität beim Betrieb von internen, selbst entwickelten Informationssystemen, die unter Linux laufen.

NTT DoCoMo setzt auf Linux und Symbian für UMTS



Die japanischen Mobilfunkriesen NTT DoCoMo wollen, wie aus informierten Quellen verlautbart, auf den

Handys für 3G-Mobilfunknetze nach und nach das Betriebssystem Tron durch Linux und Symbian OS ersetzen. Nun gab NTT DoCoMo darüber hinaus bekannt, Investitionen in Linux und Symbian OS tätigen zu wollen, um sie auch auf Mobiltelefonen für den hauseigenen UMTS-Service Foma als Betriebssystem einzusetzen. Für die Ablösung von Tron (The Real-time Operating System Nucleus), das auch in NTT-Handys zum Einsatz kam, beabsichtigt der Konzern in den Jahren 2004 und 2005 insgesamt 37 Milliarden Yen (rund 277 Millionen Euro) aufzuwenden. Mit dieser Summe soll die Entwicklung von Systemen und Anwendungen für 3G-Mobilfunknetze auf Basis von Linux und Symbian OS gefördert werden. Die Entwickler der neuen Handys sollen die Rechte an Anwendungen und Systemen gemeinsam mit NTT DoCoMo besitzen. NTT DoCo-Mo konnte als Partner für dieses Vorhaben die Unternehmen Fujitsu, Mitsubishi, Motorola Japan, NEC, Panasonic und Sharp gewinnen. NTT DoCo-Mo hat bereits seit September letzten Jahres ein Lizenzabkommen mit dem Symbian-Konsortium und erwartet von Linux und Symbian OS erweiterte Funksinkende Preise. Die Förderung durch NTT DoCoMo ist eine nicht zu unterschätzende Stärkung der Marktposition von Linux gegenüber Microsofts bisherigen, glücklosen Versuchen, sein eigenes Smartphone-Betriebssystem am Markt zu etablieren.

Suse Linux und IBM gründen Linux Integrationszentrum



Suse Linux und IBM gründen im IBM Toronto Lab ein gemeinsames Software-Integrations-

zentrum. Damit stellen beide Unternehmen sicher, daß die gesamte IBM Middleware-Software stets optimal dem Betriebssystem Suse Linux Enterprise Server angepaßt ist. Im Mittelpunkt der Arbeiten stehen zunächst die Angebote rund um IBM DB2 Universal Database. In der Folgezeit soll die Zusammenarbeit auf die übrige IBM Software ausgedehnt werden. Suse Linux Enterprise Server ist das erste Linux-Betriebssystem. das für die gesamte IBM Datenbank-Software DB2 validiert ist. Diese erstreckt sich auf x86-32- und -64-Bit-Prozessoren sowie auf die Großrechner der IBM eServer zSeries. Im Software-Integrationszentrum werden Suse Linux und IBM bei Portierung, Migration, Support und Zertifizierung künftiger DB2-Angebote für Suses Enterprise Server-Plattform zusammenarbeiten. DB2-Anwender haben damit die Sicherheit, ihre Anwendungen mit dem Suse Linux Enterprise Server in einer ausführlich getesteten und stabilen Linux-Umgebung zu betreiben. Mit der Kombination von Suse Linux Enterprise Server und IBM DB2 Datenbank-Software erhalten Unternehmensanwender eine hochverfügbare und skalierbare Gesamtlösung für unternehmenskritische Datenbank-Anwendungen. Neben der perfekten Abstimmung von Betriebssystem und Datenbank-Software und dem daraus resultierenden Performancegewinn, profitieren die Anwender durch die erweiterte Zusammenarbeit von der noch schnelleren Verfügbarkeit zertifizierter Updates und Patches. "Das neue von Suse und IBM getragene Software-Integrationszentrum unter

streicht das gemeinsame Bestreben beider Firmen, unseren Kunden professionelle Linux-Lösungen zu bieten, die den höchsten Anforderungen hinsichtlich Performance, Verfügbarkeit und Preis-/Leistungsverhältnis genügen", erläutert Uwe Heine, Chief Alliance Officer bei Suse Linux. "Der Einsatz von IBM Software in Verbindung mit dem Suse Linux Enterprise Server und dem dazugehörigen Maintenance-Programm garantiert nicht nur ein Höchstmaß an Stabilität für unternehmenskritische Linux-Anwendungen, sondern reduziert auch nachweislich den Aufwand für Softwareintegration und -administration."

Linux-LiveCD auf Slackware-Basis



Inzwischen sind bereits mehrere CDs verfügbar, mit denen sich Linux-

mit denen sich Linux-Distributionen auf einem beliebigen Rechner ohne vorherige Installation starten lassen. Neu ist die LiveCD von Slax, die auf der regulären Slackware-Distribution mit Kernel 2.4.23 basiert und eine umfangreiche aktuelle Software-Auswahl mitbringt: Neben der aktuellen Beta von KDE 3.2. enthält die Slax-CD Xfree86 4.3.0 und KDE 3.2 beta2 sowie KOffice 1.3 beta2. Das ISO-Image der Slax-CD ist nur 170 MBvte groß, so daß Slax auch auf kleine CD-Rohlinge mit nur 8 cm Durchmesser paßt. Slax startet in der normalen Konsole. Über den Befehl "gui" läßt sich danach eine grafische Benutzeroberfläche starten. Die Konfiguration von Grafikkarte, Monitor, Tastatur und Maus auf dem Rechner sowie der Start von X Window mit KDE erfolgen automatisch. "Slax" kann unter www.slax.org sowie von Mirror-Servern heruntergeladen werden.

Linux-Kernel 2.6.0 freigegeben



Linus Torvalds und Andrew Morton, die für die Entwicklung des neuen Linux-Kernel Verant-

wortlichen, haben die Version 2.6.0 freigegeben. Der neue Kernel steht zum Download als Source-Code auf kernel.org oder einem der Mirror-Sites zur Verfügung und ermöglicht unter anderem als wichtige Neuerung einen effektiveren Umgang mit großen Massenspeichern durch die Optimierung des 10-Subsystems auf hohen Datendurchsatz. Außerdem erreicht der TCP/IP-Stack unter hoher Last eine höhere Performance. Auch die Speicherverwaltung und der Scheduler wurden optimiert. Eine neu eingerichtete Preemption ermöglicht die Unterbrechung von Kernelfunktionen und bewirkt, daß nur noch wenige Codeteile des Kernels durch Spinlocks geschützt sind. Notebook-Besitzer werden sich bei der Version 2.6 über deutlich mehr Unterstützung für Notebook-Systeme freuen.

McDonald's auf Suse Linux

Den Suse Linux Enterprise Server setzt die Fastfood-Kette McDonald's Deutschland für ihre internetbasierten Netzwerkdienste DNS, FTP und Proxy als zentrale Komponente ein. Apache als Webserver sowie JRun und Tomcat unterstützen statische html-Inhalte wie auch dynamische Java-basierte Applikationen. Als Datenbank kommt Oracle9i auf dem Suse Linux Enterprise Server zum Einsatz. McDonald's betreibt über 30.000 Restaurants weltweit, davon mehr als 1.200 in Deutschland und unterstützt seine Geschäftstätigkeit durch modernste Internet- und Datenbank-Technologie. "Mit dem Suse Linux Enterprise Server haben wir die Möglichkeit, eine funktionelle, flexible, performante und dennoch preisgünstige Infrastruktur zur Verfügung zu, stellen", erläuterte Thomas Trepl, Projektleiter New Technologies bei McDonald's. "Linux bietet als Abkömmling des Internets technisch die allerbesten Voraussetzungen, um als Basis für Internet-Technologien optimale Ergebnisse zu erzielen. Der Suse Linux Enterprise Server geht aber einen ganz entscheidenden Schritt weiter: Er macht alle Vorteile einer Linux-Lösung, wie Performance, Stabilität und Flexibilität, für den professionellen Bereich produktiv. Integraler Bestandteil des Suse Linux Enterprise Servers sind Investitionssicherheit und bequeme Systempflege im Rahmen des Suse Linux Maintenance Programms. Die Implementierung des Suse Linux Enterprise Servers hat zu Uptimes von weit über 400 Tagen geführt, einzig unterbrochen durch hardwareseitige Erweiterungen. Die überragende Scriptfähigkeit führt zu größtmöglicher Flexibilität, mit der man immer wieder auf Herausforderungen reagieren kann."

Hier können Sie Ihr Abo

bestellen!





Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, Standards wie DVD, SACD, MP3,

WLAN und Linux 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.



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.

_	
75	
(7)	
(a b)	

☐ 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:

Straße/Haus-Ni

Vorname

PLZ/Wohnorf

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

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

Datum Unterschrift

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

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

Datum Unterschrift

Bitte zutreffende Branche ankreuzen

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

☐ Foto-Fachhandel

Versender

Kaufhaus ☐ E-Commerce □ Großfläche

□ Fachmarkt

Dienstleister: ■ Netzbetreiber

□ TK-Provider □ Distributor ☐ Foto- und Imaging Service

Lieferanten:

□ Hersteller

□ Distributor/Großhandel

Kooperationen □ sonstige (Schulen, Verbände etc.)



Nokia N-Gage



Das Nokia N-Gage ist ein echtes Allroundtalent. Es beinhaltet ein Spieleterminal, einen MP3-Player, ein UKW-Radio mit Aufnahmefunktion, einen XHTML-Browser und sogar ein Mobiltelefon. Für das Spieleterminal benötigt man die Spiele, die man auf Game Cards (MMC) im Handel erwerben kann. Einziges Manko: Jedesmal, wenn der Spieler ein anderes Game spielen möchte, muß er erst den Akku herausnehmen, um die MMC Karte zu wechseln. Allerdings vereinfachen die ergonomische Spielesteuerung für beide Hände (Spieltasten sind rechts und links vom Display angeordnet) und das 5-WegeSteuerkreuz (ermöglicht acht verschiedene Bewegungsrichtungen) das Spielen.

Der MP3-Player funktioniert entweder über den Lautsprecher oder das mitgelieferte Headset. Die Tracks zieht sich der Benutzer als AAC oder MP3 per USB-Kabel und Nokia Software aufs N-Gage. Der im Paket enthaltene Nokia Audio Manager ermöglicht die Umwandlung von Wave- oder anderen Audioformaten in die oben genannten. Natürlich lassen sich mit dem hochauflösenden Farbdisplay (176 x 208 Pixel) auch Fotos oder Videos via USB auf den N-Gage ziehen. Diese lassen sich dann bequem per

Bluetooth mit anderen Handybesitzern tauschen oder per MMS versenden. Mit dem XHTML Browser lassen sich auch E-Mail Protokolle (IMAP4, POP3, SMTP, MIME2) abfragen.

In der Funktion als Triband-Mobiltelefon kann in 1.900 verschiedenen Netzen weltweit telefoniert werden. Der mitgelieferte Li-Ionen-Akku BL-5C 850 mAh garantiert für langen Spielund Telefonspaß.

Lieferumfang:

Transceiver, Reise-Schnell-Ladegerät ACP-12E, Stereo-Headset HDD-2, Datenkabel DKE-2, Audio-Kabel ADE-2, Adapterkabel ADA-2, Li-Ionen-Akku BL-5C, Bedienungsanleitung (inkl. Garantiekarte), CD-ROM, Spielebroschüre.

Die Spiele:

FIFA Soccer 2004

Für wahre Fußballfans, die offizielle Lizenzen, komplexe Spielmodi und realistische Spielabläufe wollen, bietet FIFA Soccer 2004 das umfassende und authentische Fußballerlebnis schlechthin. Die intensiven Spielabläufe zeichnen sich durch äußerst detailgetreue Figurendarstellungen und eine leichte Steuerung aus.

Über kabellose Bluetooth-Verbindungen kann der Spieler mit FIFA Soccer 2004 für das N-Gage Spiele-Terminal gegen seine Freunde antreten. Mit einer realistischen Atmosphäre, der einzigartigen Grafik und einem hervorragenden Gameplay hat FIFA Soccer 2004 die Nase vorn.

Tom Clancy's Splinter Cell

Tom Clancy's Splinter Cell steht für packende Stealth-Action auf höchstem Niveau. Sein Name ist Sam Fisher, Agent einer geheimen Unterabteilung der NSA, unterwegs in gefährlicher Mission. Doch dieses Mal ist Fisher nicht auf sich allein gestellt. Die Bluetooth-Technik des N-Gage ermöglicht zwei exklusive Multiplayer-Modi: Sniper und Cooperative. In letzterem kann der Spieler nur gemeinsam mit einem Freund den Feind besiegen. Die Bestandsaufnahme findet in zehn verschiedenen Leveln statt - und das mit einem gewaltigen Arsenal an High-Tech Waffen.

Tony Hawk's Pro Skater

Das grafisch beste Spiel auf dem Nokia N-Gage macht einiges her. Als Tony Hawk oder einem weiteren Top-Profi rast der Gamer durch verschiedene Strecken, gespickt mit Half-Pipes und Straßen voller Hindernisse oder mit einem weiteren N-Gage Spieler über die Multiplayer-Funktion.

Tomb Raider

Lara Croft erkundet bei ihrer Suche nach dem Scion, einem Relikt des versunkenen Atlantis, den gesamten Erdball. Jedoch erfährt sie frühzeitig, daß sie nicht die einzige bei dieser Suche ist. Wer wird die spannende und gefährliche Jagd nach diesem Relikt gewinnen? Tomb Raider für das N-Gage kommt mit drei exklusiven Spiele-Leveln und Multiplayer-Online-Funktion.

EyeToy: Groove ist gut für die Figur

Neues Dance-Spiel für PS2



Nach dem erfolgreichen Start von EyeToy: Play warten jetzt neue Moves auf die PlayStation 2-Spieler. Nach EyeToy: Play steht EyeToy: Groove in den

Startlöchern. Jeder, der schon mal von einem Live-Auftritt im TV geträumt hat, kann sich diesen Wunsch nun erfüllen. Wie schon bei EyeToy: Play erfaßt eine an die PS2 angeschlossene USB-Kamera den Spieler und projiziert ihn mitten in das Spielszenario. Galt es bei den ersten Games noch, eine Mischung aus Sport-, Geschicklichkeits- und Actionspielen zu bewältigen, steht bei EyeToy: Groove der Rhythmus im Vordergrund. Aktuelle Hits reißen jeden aus dem Sessel, und bei den fetzigen Choreografien kommen die Tänzer ganz schön ins Schwitzen.

Die Spieler sind aufgefordert, vor dem Fernseher bestimmte Bewegungsabläufe zum Takt der Musik zu vollführen. Je mehr die Akteure winken, posieren und "grooven", desto höher die Punktzahl. Wer sich dabei allerdings unkontrolliert bewegt, hat wenig Chancen auf ein gutes Ergebnis. Nur Rhythmus und Taktgefühl führen bei gezielten Treffern der Kontaktflächen zum Erfolg auf der Bühne. EyeToy: Groove erkennt auch außergewöhnliche Styles bzw. Moves und belohnt diese mit Bonuspunkten. Am Ende jeder Runde zeigt der eingebaute Kalorienzähler, wie viel Energie der Spieler verbrannt hat.

Natürlich gehört zu einem Musikspiel auch eine gepflegte Auswahl an Hits. Insgesamt wurden für EyeToy: Groove 25 aktuelle Titel und Evergreens vergangener Tage ausgesucht. Die Interpretenliste umfaßt dabei beispielsweise Fatboy Slim, Sister Sledge, Madonna, Sugarbabes oder aber auch The Cheeky Girls.

Das Spielprinzip von EyeToy ist nicht nur Spaß für die Spieler selbst, sondern natürlich auch für das Publikum. EyeToy: Groove bietet zusätzlich eine Mehrspieler-Option, aus der alle Teilnehmer den Spieler mit der besten Performance ermitteln können. Im Challenge Mode kann man dabei auch seine eigene Choreografie erstellen.

Preis: Einzelspiel: 49,95 Euro Spiel mit USB-Kamera: 69,95 Euro

NO(?)SENSE

Verblödet PowerPoint?

"PowerPoint verblödet seine Nutzer". Diese Meinung vertritt US-Computerwissenschaftler Edward Tufte in einem Beitrag im renommierten US Online Magazin .Wired": http://www.wired.com/wired/archive/11.09/ ppt2.html. Weltweit werden fast eine halbe Milliarde Exemplare der Präsentations-Software PowerPoint von Microsoft eingesetzt, mit der jährlich einige Billionen PowerPoint-Folien (slides) angelegt und präsentiert werden. Je nach Präsentations-Aufbau befinder sich auf einem Slide zwischen 10 bis 40 Worte. Im Mittel enthält eine Präsentation nur 80 bis 200 Worte, die in einem Absatz gedruckt 16 bis 40 Sekunden auf merksamer Lesezeit beanspruchen würden. Durch die Verteilung der Information auf mehrere Slides und das Zerteilen in zeitlich getrennte Häppchen geht der Uberblick über Zusammenhänge verloren. PowerPoint führe dazu, daß Zuschauer einer Präsentation nur noch den jeweils sichtbaren Text überfliegen und blind dessen Aussage vertrauen, statt ihren Verstand zu nutzen und die Einzelaussagen zueinander in Beziehung zu setzen und kritisch auf Plausibilität zu überprüfen Außerdem stelle PowerPoint die Form über den Inhalt und das sei unsinnig. Nichtssagende Worte würden nicht plötzlich dadurch gewichtig, weil sie in auf- und abtanzender Form oder einer besonders auffälligen Schrift dargestellt werden. Die New York Times stellt in einem Beitrag die Aussage von Tufte in Zusammenhang mit der Katastrophe der Raumfähre Columbia Die Untersuchungskommission habe auch die Ubermittlung komplexer Informationen an Techniker in Form von PowerPoint-Präsentationen kritisiert. Dies habe Mitarbeiter vielleicht nicht erkennen lassen, daß sich die Astronauten in einer lebensbedrohlichen Situation befanden. Sollte vielleicht auch TollCollect die Bundesbahn und das Gesundheits-Ministerium zu oft die PowerPoint Software benutzen?

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Franz Wagner
Dipl. Journ. Herbert Päge
Dipl. rer. pol. Karla Schulze
Birgit Hölker-Schüttler, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Lidija Mizdrak, M.A.

Daniel Blömer, Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 5 v. 1. Januar 2004

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräßel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem Köln-Mülheim

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,− € jährlich

(Ausland: 80,–€). Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Die LG Electronics Deutschland GmbH ist die Tochtergesellschaft eines weltweit operierenden internationalen Konzerns. Unsere koreanische Muttergesellschaft ist einer der größten Hersteller von Elektronikgeräten. Ständige Innovationen und ein hoher Qualitätsanspruch haben uns in diese führende Marktposition gebracht. Um auch in Zukunft der digitalen Herausforderung gerecht zu werden, müssen wir unser Team in Willich verstärken. Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

Debitorenbuchhalter/in

In unserem jungen expandierenden Debitorenteam betreuen Sie einen Kundenkreis selbständig und eigenverantwortlich. Neben dem Kontieren und Buchen von Debitorenbelegen sind Sie zuständig für die Klärung von Zahlungsdifferenzen und die Erstellung von Mahnungen. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen in unserem Unternehmen. Auch die Kundenkorrespondenz wird ein wichtiger Bestandteil Ihres Aufgabenbereiches sein.

Ihre Qualifikation

Sie haben eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und ca. 3 bis 5 Jahre Berufserfahrung in der Buchhaltung sammeln können. Sie besitzen die nötige Flexibilität und das Einfühlungsvermögen, um das Bindeglied zwischen unserem Unternehmen und unseren Kunden darstellen zu können. Behilflich werden Ihnen dabei Ihre guten Englischkenntnisse sein.

Wir bieten Ihnen die sehr guten Sozialleistungen eines globalen Großunternehmens. Dies beinhaltet neben zahlreichen monetären Sonderleistungen eine flexible Arbeitszeit, ein tolles

Betriebsklima und die Möglichkeit, durch Schulungen immer auf dem neuesten Stand zu bleiben. Wir bieten Ihnen Freiräume, sich auch persönlich weiterzuentwickeln.

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



LG Electronics Deutschland GmbH Frau Heidi Transier
Jakob-Kaiser-Str. 12 • 47877 Willich • Tel.: 02154 / 492-2990

International operierender IT-Konzern mit Sitz im Großraum München sucht für den Bereich professionelle Grafik-Systeme/Präsentationstechnik den

Vertriebsrepräsentanten für Ost/Südost-Europa

Ihre Aufgaben:

- Betreuung und Ansprechpartner der Distributoren und Kunden in Ostund Südosteuropa
- Erstellung von Business-Plänen in Abstimmung mit den Partnern, regelmäßige Kontrolle der vereinbarten Ziele im Hinblick auf Stückzahlen, Umsatz, Marktanteil, etc.
- · Durchführung verkaufsfördernder Marketingmaßnahmen wie Messen, Veranstaltungen, etc.
- Analyse länderspezifischer Markt-Kundenanforderungen, Wettbewerbsanalysen
- Einführung neuer Produkte

Ihr Profil:

- Mehrjährige Berufserfahrung in der Vermarktung von Computerprodukten (Hardware) über den Distributionskanal in den besagten Regionen
- · Sehr gute Englisch- und Deutschkenntnisse in Wort und Schrift. slawische Sprachen sind von wesentlichem Vorteil

- · Selbstmotivation, oganisatorische Fähigkeiten
- Sehr hohe Reisebereitschaft wird vorausgesetzt

Für weitere Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Scheppke unter der Telefonnummer 0211 -37 06 01 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 222

International operierender Konzern, zählt zu den bedeutenden Anbietern von innovativen Produkten und Lösungen der digitalen Bürokommunikation. Gesucht wird für den Vertriebsbereich "Fachhandel" in der Region Nordrhein-Westfalen, mit Dienstsitz möglichst im Rhein/Ruhr-Gebiet, ein

Gebietsverkaufsleiter (m/w)

Ihre Aufgaben:

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen

Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich

behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tips finden Sie auf

- Direktvertrieb der Produkte im Bereich der Bürokommunikation an die Fachhandelspartner
- Professionelle Unterstützung der bestehenden Vertriebspartner sowie Gewinnung neuer Kunden
- Ausbau von Marktanteilen, Steigerung des Umsatzes
- Markt- und Wettbewerbsanalysen

• Aktive Teilnahme an Veranstaltungen und Messen, Produktpräsentationen

Ihr Profil:

- · Abgeschlossene Berufsausbildung mit mehrjähriger Erfahrung im aktiven Außendienst-Vertrieb des Fachhandels-/IT-Systemhaus-Umfeldes oder im Direktvertrieb
- · Gute betriebswirtschaftliche Kenntnisse und analytisches Verständnis
- Fundierte Kenntnisse der auf dem Markt vertriebenen Produkte der IT-/Bürokommunikationsbranche
- Ein hohes Maß an Kundenorientierung, Überzeugungskraft, Verhandlungsgeschick und Präsentationsvermögen
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Für weitere Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Scheppke unter der Telefonnummer 0211 -37 06 01 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 226a

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr, zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektrotechnik, Elektronik und Bürokommunikation. Für den Zentralbereich wird ein jüngerer, qualifizierter Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Controller

Ihre Aufgaben:

- Eigenverantwortliche Durchführung von Projekten
- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und konzernweiten Projekten
- Schwachstellen-/ Ursachenanalyse, Sonderauswertungen sowie Erarbeitung von Verbesserungsvorschlägen
- Anwendung und Weiterentwicklung der vorhandenen Controlling-Instrumentarien
- Konzeption und Koordinierung der Budget-und Forecast-Prozesse
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäftsbereiche
- · Verantwortliche Mitwirkung bei periodischen und Jahres-Abschlußarbei-

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Controlling/Rechnungswesen
- Erste Berufserfahrung, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Sehr gute MS-Office- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil

Kennziffer 231



Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468

E-Mail: info@bestiob.de • Internet: http://www.bestiob.de

GROSSHANDEL

FOTO VIDEO AUDIO

Ihr Distributor für Top-Marken!



ARCHOS

Think smaller



Der Spezialist für tragbare Multimedia-Komponenten! z.B. Archos AV 380 USB 2.0. MP4-Videorecorder, MP3-Musik-Recorder, digitales Fotoalbum, digitale Kamera und Camcorder sowie die Funktion einer externen Festplatte in einem kompakten Gerät.





MPIO FY 200. Ultrakompakter MP3/WMA-Player in modernem mattweißem Finish. Einstellbare Display-Farbe. Eingebautes UKW-Radio. 128 / 256 / 512 MB fest eingebauter Flash-Speicher. Einstellbare Wiedergabegeschwindigkeit. USB-Anschluß, Voice Recording.





Die SanDisk Ultra II CompactFlash-Karten überzeugen mit einer Schreibgeschwindigkeit von 9 MB/Sek. und einer Lesegeschwindigkeit von 10 MB/Sek. 10 Jahre Garantie!

