

INHALT

Nokia startet neues Marketingprogramm für den Handel ...S. 6
Sagem wertet das GSM-Geschäft auf ...S. 7
Die Bedeutung des Fachhandels soll bei der neuen Elmeg wachsen ...S. 8
Siemens mobile zeigt neue Kommunikationsprodukte ...S. 9
Samsung Wireless baut die Handelsunterstützung aus ...S. 10
„2004 wird ein Motorola Jahr“ ...S. 12
Foto + Video bleiben zentrale Marketinginstrumente für Vodafone live! ...S. 14
LG-G7050: Großer Handyspaß für kleines Geld ...S. 15
Lebenslänglich (hohe) Provisionen für DSL- und Internetdienstleistungen ...S. 17
EP: Warenbörse ...S. 20
Start der DVB-T Ausstrahlung in Norddeutschland und Nordrhein-Westfalen ...S. 22
Speicher-Riesen: Hi-MD Walkmen von Sony ...S. 24
NEC Projektoren: Marktführer durch Technologievorsprung ...S. 25
Samsung startet Flachdisplay-Offensive ...S. 27
Sony Onyx-Black LCD: More than beautiful ...S. 28
„Fisher-Neuzeit“: Rückkehr einer großen Handelsmarke ...S. 29
Ricoh präsentiert neues Caplio Kameramodell ...S. 30
Neue PowerShot- und Digital Ixus-Modelle von Canon ...S. 31
Konica Minolta präsentiert erstmals Digitalkameras unter gemeinsamer Marke ...S. 32
Digitalkamera mit professionellem Anspruch: Casio Exilim Pro EX-P600 ...S. 33
Cyber-shots von Sony vereinen Spaß und Bildqualität ...S. 34
Olympus Camedia Innovationen – Digitalkameras für Anfänger und Profis ...S. 36
Flachdisplays: Modelle, Macher, Märkte ...S. 26
WLAN: Infos und News ...S. 38
Tk-Nachrichten ...S. 11, 13
Tk-Neuheiten ...S. 16
Neuheiten ...S. 18, 24, 28, 30, 33
Aktuelles ...S. 4, 13
Games ...S. 37
Kleinanzeigen ...S. 37, 39
No(?)sense ...S. 39
Impressum ...S. 37



„Fette Jahre“ sind immer und überall willkommen und erwünscht. Nach biblischen Vorstellungen gehen leider sieben magere Jahre voraus. Selbst wenn man sich nicht eng an den Zeitraum von sieben Jahren hält, so bleibt es fraglich, ob die vergangenen Jahre wirklich „magere“ Jahre waren oder ob nur die Erwartungen in einigen Bereichen unrealistisch hoch gewesen sind. Daß die weltweite und nationale Wirtschaftskonjunktur in zeitlichen Zyklen verläuft

Neue Technologien als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung

Ganz gleich, welches Wirtschaftsfachbuch man in die Hand nimmt, und ganz gleich, mit welcher ökonomischen Lehre man sich beschäftigt, die Funktion neuer Technologien als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung ist Bestandteil aller derartigen Betrachtungen: Schon die Geschichte der Menschheit wird in Technologie-Perioden unterteilt: Steinzeit, Bronzezeit, Eisenzeit,

Agrarzeitalter, früh-industrielles Zeitalter, Industriezeitalter und Informationszeitalter. Zahlreich sind die akribisch berechneten und in Diagrammen dargestellten Zusammenhänge zwischen technischen Erfindungen und der Wirtschaftsentwicklung: Die Erfindung der Dampfmaschine, der Eisenbahn, der Elektrizitätserzeugung und der Luft- und Raumfahrt, jede dieser Technologien war das Fundament für zahlreiche neue Anwendungen und der Auslöser für eine längere nachfolgende Periode wirtschaftlicher Prosperität. Zur Zeit bestimmen die Mikroelektronik und darauf aufsetzenden

und dabei mit kleineren oder größeren Schwankungen zwischen Hochkonjunktur und Stagnation oder Depression pendelt, ist Fakt. Versuche, die Ursachen zu erkennen und den nächsten Zyklus vorzusehen, sind so alt wie der Begriff „Wirtschaftskonjunktur“. Unbestritten jedoch ist der konjunkturbelebende Einfluß neuer, anwendungsreifer Technologien, und in dieser Hinsicht sieht es aus vielen Gründen nach vor uns liegenden fetten Jahren aus.

Anwendungen und Produkte unsere Wirtschaftsentwicklung, und wohl noch nie stand die Menschheit zeitgleich vor derartig vielen, neuen, bis zur Serienreife entwickelten Technologien, wie zum jetzigen Zeitpunkt.

WLAN-Vernetzung und Internet

WLAN, die drahtlose funktchnische Vernetzungstechnik, ist ein bisher noch nicht von breiten Schichten der Anwender und Beteiligten erkannter Turbosatz für Geschäftsbelebung und Konjunktur. Bei „WLAN“ denken die mei-

sten heute noch ausschließlich an „Drahtlos mit dem Notebook ins Internet“, und es ist ja tatsächlich dieser spezielle Einsatzbereich, bei dem die drahtlose Vernetzung bereits von einem schnell wachsenden Kreis von Anwendern genutzt wird. Doch noch schneller, als WLAN aus dem Stand heraus innerhalb von weniger als zwei Jahren zum serienmäßigen Bestandteil fast jedes neuen mobilen Rechners geworden ist, wird die drahtlose Vernetzungstechnik alle unsere Lebensbereiche erfassen und verändern. Fernsehgeräte, Audioanlagen und einzelne Lautsprecher, Monitore, DVD-Player,

Siemens macht MMS im Festnetz möglich

Siemens mobile präsentiert neue Mobilfunk- und Festnetzprodukte auf der CeBIT, darunter ein MMS-fähiges Gigaset-Telefon mit integrierter Kamera ... S. 9



Samsung startet im Flach-TV-Markt durch

Samsung will mit der Aussage „Die Zukunft des Fernsehens beginnt jetzt“ ein neues Kapitel im Markt für Flach-TVs aufschlagen ... S. 27



Erste Digitalkameras von Konica Minolta

Ein halbes Jahr nach dem Zusammenschluß stellt das neu entstandene Gemeinschaftsunternehmen die ersten Produkte mit dem neuen Markennamen vor ... S. 32



 **FISHER**
is back!

Wandel bringt Umsatz



Die CeBIT 2004 öffnet ihre Tore zu einer Zeit, in der wir alle auf den Aufschwung warten. Und da uns die Politik dabei leider im Stich läßt, ist der High-Tech-Fachhandel zur Belebung seines Geschäftes noch mehr als sonst auf Innovationen angewiesen.

Da macht die rasante Digitalisierung der Unterhaltungselektronik Hoffnung. Rechtzeitig vor der CeBIT hat der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien (Bitkom) mit aktuellen Zahlen unterstrichen, daß Wandel nicht nur den Abschied von liebgewonnenen Umsatzträgern bedeutet, sondern vor allem das Geschäft belebt. So wuchs der Umsatz mit digitalen Geräten im Segment Unterhaltungselektronik im vergangenen Jahr um 29 Prozent auf 5,5 Milliarden Euro. Damit lag er erstmals über dem mit analogen Geräten, der um 16 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro zurückging. Zusätzlich meldeten die Anbieter von Internet- und Online-Dienstleistungen, Multimedia und Unterhaltungssoftware gegenüber dem Jahr 2002 ein Plus von 15 Prozent und erreichten ein Umsatzvolumen von 2,6 Milliarden Euro.

Besonders stark wuchs der Verkauf von Flachbildschirmen – und zwar um mehr als das Zweieinhalbfache auf 355.000 Stück. Das bedeutet ein Umsatzwachstum von 330 Millionen auf 636 Millionen Euro. Noch erfolgreicher waren Digitalkameras: Hier wuchsen die Umsätze um 493 Millionen Euro auf 1,43 Milliarden Euro. Den stärksten prozentualen Sprung von plus 400 Prozent machten die preisgünstigen MP3-Spieler.

Die CeBIT wird diese positiven Trends verstärken – und, wenn die Zeichen nicht trügen, zusätzlich dem Segment Telekommunikation Beine machen. Zur Zeit übertreffen sich die einschlägigen Anbieter jedenfalls in Meldungen, die unterstreichen sollen, daß es ihnen mit UMTS ernst ist. Hoffen wir, daß diesen Ankündigungen bald auch Taten folgen.

Das wäre nicht nur im Interesse des High-Tech-Fachhandels, sondern vor allem der CeBIT Veranstalter. Denn die Großveranstaltung in Hannover ist zwar ohne Zweifel noch immer die digitale Leitmesse schlechthin, aber die Absagen von kompetenten Anbietern wie Canon und Hewlett-Packard haben am Image gekratzt – gerade im Wachstumssegment digitale Unterhaltungselektronik. Andererseits ist die CeBIT stark genug, um eine solche Delle zu verkraften. Das gilt besonders, wenn die auf der Messe präsentierten Innovationen tatsächlich den Markt beleben. Am meisten darüber freuen würde sich mit Sicherheit der High-Tech-Fachhandel.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement



Videorecorder, Desktop-Rechner und Notebooks, alle werden zu WLAN-netzten Teilen des heimischen Netzwerks und kommunizieren ohne Kabelverbindungen miteinander.

„Connected Planet“ und „Network Media Receiver“

So hat das Unternehmen Philips bereits im vergangenen Jahr mitgeteilt, daß es zukünftig nur noch UE-Komponenten weiterentwickeln und produzieren wird, die zu drahtlosen, von Philips entwickelten „Streamium Line“ kompatibel sind und die von dem niederländischen Konzern propagierte Vision des „Connected Planet“ verwirklichen helfen. Auch Sony schließt mit seinem neuentwickelten „Network Media Receiver“ die Lücke zwischen den als Home Multimedia Server eingesetzten Vaio Desktop-PCs und dem im Wohnzimmer oder anderen Räumen befindlichen Home Cinema System oder Fernsehgerät und macht Bild- und AV-Inhalte von jedem Raum der Wohnung aus drahtlos abrufbar. Nicht fern ist der Zeitpunkt, zu dem jedes Kraftfahrzeug über sein eigenes WLAN verfügen wird und damit sowohl die zur Fortbewegung erforderlichen, wie die zur Unterhaltung und Information von Fahrer und Passagieren dienenden Komponenten und Baugruppen miteinander verbindet und kontrolliert oder WLAN-Verbindungen zu Kontroll- und Leitstellen, Service- und Polizei-Fahrzeugen und anderen Verkehrsteilnehmern herstellen kann. Flugzeuge, schienengebundene Fahrzeuge wie die Bundesbahn, Bahnhöfe, Flughäfen, Tankstellen und Einkaufszentren, Hotels, Messehallen und ganze Innenstadtbereiche werden schon flächendeckend durch WLAN vernetzt. Der Informationsfluß und die Datenübertragung zwischen den Netzwerken und Netzwerk-Teilnehmern (Clients) erfolgen den Anweisungen des Anwenders entsprechend, selbsttätig und in Permanenz. Große Telefon-Netzbetreiber, wie die Deutsche Telekom, haben bereits verbindliche Termine für die Umstellung der gesamten Festnetz-Verbindungstechnik auf Voice over IP bekanntgegeben. „IP“, das bedeutet „Internet-Protokoll“ und macht damit auch jeden WLAN-Client

zum Teilnehmer am Telefonnetz. Kurz: So wie der Bau der Autobahnen die Massennutzung und Verbreitung des Automobils ermöglicht und begünstigt hat, so wird WLAN den Markt für IT- und UE-Komponenten um neue Dimensionen und Umsatzgrößen erweitern.

„Alles neu“: Digitales HDTV

Mit dem Start der terrestrischen digitalen Ausstrahlung von Fernseh- und Radioprogrammen und der Umstellung der satellitengestützten Fernsehprogramm-Ausstrahlung von analogen Signalen auf digitale Übertragung werden in naher Zeit landesweit die Grundvoraussetzungen für hochauflösendes Fernsehen geschaffen sein, (HDTV). Die nächste Fußball-Weltmeisterschaft wird durch ein von Philips gesponsertes Projekt bereits mit allen Veranstaltungen in HDTV zu empfangen sein. Mit neuen optischen Medien-For-



maten und höherer Speicherkapazität dürften sehr bald auch Kino- und Videofilme in HDTV-Auflösung in den Handel kommen. Ein Großteil des umfangreichen Bestandes an Fernsehgeräten ist jedoch nicht geeignet, die hohe Qualität der HDTV-Programminhalte sichtbar zu machen. Mit der zunehmenden Verfügbarkeit von HDTV-Programminhalten wachsen der Wunsch und die Nachfrage nach HDTV-kompatiblen Bildschirmen, und der Handel ist gut beraten, wenn er bei hochpreisigen Flach-Displays schon heute seine Argumentation gegenüber dem Endkunden an der voraussehbaren Entwicklung ausrichtet.

Neue Flach-Display-Technologien

Die geradezu explodierende Nachfrage nach Flach-Displays auf der Basis von LCD- oder Plasma-Technologie und nach neuen, technologisch optimierten Rückprojektionsgeräten wurde an dieser Stelle schon mehrfach aktuell beleuchtet. Zur Zeit werden von den Marktführern LG Philips Displays, Sharp und Toshiba, BenQ, Hitachi, Fujitsu General sowie Samsung in Kooperation mit Sony, aber auch von



weiteren aufstrebenden Herstellern, riesige Fertigungskapazitäten für LCD-Panels und Plasma-Displays neu errichtet oder erweitert und ausgebaut. Neue, rationellere Fertigungsverfahren werden bei erhöhten Fertigungs-Kapazitäten zu niedrigeren Abgabepreisen führen, die entsprechende Auswirkungen auf den Endpreis haben dürften. Das wird den Absatz von Flach-TVs und -Displays in Regionen mit hoher Kaufkraft, wie z. B. Deutschland, progressiv ansteigen lassen. Denn der Wunsch und Entschluß zum Erwerb eines Flach-TVs ist bereits in allen Käuferschichten vorhanden und wird durch Entwicklungen, wie z. B. HDTV und die Marktdurchdringung mit DVD-Geräten, noch verstärkt. Es wird nur der „einkommenskompatible“ Endpreis abgewartet, um ein möglichst großformatiges Breitbild-Flach-Display zu erwerben und als Hauptgerät im Wohnzimmer einzusetzen. Es darf also davon ausgegangen werden, daß mit jedem 100-Euro-Schritt nach unten weitere, breite Käuferschichten erschlossen werden. Deutschland ist die Nation mit dem weltweit dichtesten Bestand an Fernsehgeräten. Der Austausch von Röhren-TV-Geräten in Stärke der Gesamtpopulation gegen moderne Flach-Displays ist ernsthaft eine „Generationen-Aufgabe“ für den Handel.

„Faktor 6“: Blue Ray Disk

Es wäre übertrieben zu sagen, das zukünftige, speichergewaltige optische Medium „Blue Ray Disk“



werde die Umsätze um den Faktor 6 erhöhen. Aber gegenüber der zur Zeit dominierenden DVD mit maximaler Speichergröße von 9,4/17 GB (einseitig/zweiseitig) wird das optical Disk Medium „Blue Ray Disk“ mit maximal 54/108 GB die heute existierenden Speichergrößen mehr als versechsfachen. Dieser gewaltige Sprung wird dem optischen Informationsträger zweifellos eine Fülle neuer

Einsatzmöglichkeiten erschließen, vom hochauflösenden Kinofilm über interaktive Videoanwendungen, neue mehrkanalige Tonformate und andere, heute noch nicht angedachte Applikationen. Die Nachrichten aus dem DVD-Forum und der Filmindustrie mehren sich, daß man die Blue Ray Disk als zukünftigen Nachfolger für die Film-DVD präferiert und gleichzeitig mit dem neuen Format sichere Kopierschutzmechanismen implementieren wird. Blue Ray Disk Geräte werden aller Wahrscheinlichkeit nach abwärtskompatibel zur DVD sein. Blue Ray Disk bedeutet aber vor allem einen Technologiesprung auf dem Gebiet der optischen Speichermedien, der seine positiven Auswirkungen auf den Markt haben wird.

Super Audio CD: Der neue Tonträger

Die vor allem von den Unternehmen Sony und Philips getragene, aber von fast allen Elektronikfirmen als



Lizenznehmer unterstützte Kampagne für die Einführung der SACD ist in vollem Umfang angelaufen und wird weiter intensiviert und vorangetrieben. Die Protagonisten Philips und Sony halten innerhalb ihrer Konzerne gleichzeitig die Mehrheiten aller Musiklabels, repräsentieren also sowohl die Hardware wie die Software für SACD. Deshalb muß davon ausgegangen werden, daß die Planung, SACD als das zukünftig führende Audio-Tonträgerformat zu positionieren, 1:1 umgesetzt werden wird. Nicht nur wegen der erheblich verbesserten Audio-Qualität, sondern besonders auch wegen ihrer Mehrkanalfähigkeit, ist SACD eine Schlüsselanwendung für zunehmende Umsätze mit mehrkanaligen Audio- und Home Cinema Systemen und Digital Dolby Boxensets.

DVD-Festplatten-Videorecorder

In dieser Saison werden gleich von mehreren Herstellern neue, ausgereifte digitale Videorecorder angeboten, die entweder nur auf DVD aufzeichnen oder aber zusätzlich auch über eine Festplatte (HD = Harddisk) zur temporären

Aufzeichnung von Videoprogrammen verfügen. Diese neuartigen Geräte unterstützen beim Aufzeichnen von Fernsehsendungen fast ausnahmslos die sogenannte „Time Shift“-Funktion, also das zeitversetzte Aufzeichnen von TV-Sendungen. Man kann damit während des Aufzeichnens einer Sendung die Betrachtung des Programms unterbrechen, z. B. um etwas Wichtiges zu tun oder ein Telefonat anzunehmen. Danach läßt sich, ohne das Ende der Aufzeichnung abwarten zu müssen, die Sendung von der Stelle der Unterbrechung an weiter anschauen, während dazu zeitversetzt die Sendung aufgezeichnet wird. Das klingt kompliziert, ist aber in der Bedienung und Handhabung simpler, als jede bisherige Bedienung eines Videorecorders. Die hohe Aufzeichnungsqualität, die berührungsfreie Aufnahme und Wiedergabe von den neuen Medien, der Wegfall des lästigen Spulens, das sekundenschnelle Auffinden jeder gewünschten Stelle oder Szene und die komfortable und einfache Programmierung von Programmaufzeichnungen mittels eines EV-PG (Electronic Video Programm Guide) verschaffen den neuen digitalen Videorecordern einen schnellen Durchbruch im Markt und verdrängen die bisherigen, zum Aussterben verurteilten, VHS-Recorder in die Billig-Nische. Der Videorecorder ist in Deutschland, nach dem TV- und Radiogerät, das meist verbreitetste UE-Produkt. Auch hier kommt in den nächsten Jahren eine gewaltige Erneuerungswelle auf den Handel zu.

Digitale Camcorder und Digitalkameras

Eine eigene Motorik entwickelt die an Geschwindigkeit zunehmende Umschichtung des Gerätebestandes an photochemisch arbeitenden herkömmlichen Fotoappara-



ten in Digitalkameras. Mit einem Großteil der neuerworbenen Digitalkameras verbunden sind Anschlußkäufe von bildverarbeitenden Rechnern, Fotodruckern, Speicherkarten und Fotobearbeitungssoftware. Ähnlich sieht es bei den digitalen Camcordern aus: Die leistungsfähigen, digital aufzeichnenden Kameras werden in vielen Fällen durch eine umfangreiche Peripherie aus leistungs-

fähigem Multimedia-Rechner, Videoschnitt- und Bearbeitungs-Software und Großdisplays ergänzt.

Flashspeicher >1 GB

Zu erschwinglichen Preisen kommen zunehmend Flash-Speicherkarten auf den Markt, die bereits 1 GB Speicherplatz und bald sogar noch höhere Kapazitäten bieten. Die Tatsache, daß man nun komplette CD-Sammlungen, umfangreiche Familien-Fotoalben, seine gesamte Buchführung, alle privaten oder geschäftlichen Dokumente auf einem kleinen Kärtchen mit sich führen oder an einem sicheren Platz aufbewahren kann, verhilft portablen Geräten mit Flash-Speicher-Schnittstelle zu einer nochmals erhöhten Attraktivität. Die Zugriffsgeschwindigkeit wurde weiter verbessert und zusam-



men mit der erhöhten Kapazität sind Flash-Speicher jetzt auch zum Speichern und Abspielen von Videofilmen einsetzbar. Immer mehr Drucker und Projektoren sind mit einem Steckplatz für Flash-Speicher ausgerüstet und können ohne einen Computer mit den auf der Speicherkarte befindlichen Inhalten angesteuert werden.

Biometrische Identifikationssysteme

Seit dem 11. September 2001 kommt elektronischen Sicherheitssystemen erhöhte Bedeutung zu. Jeder weitere Suizid-Attentäter zwingt den hochentwickelten Industriegesellschaften zu ihrem eigenen Schutz einen weiteren Ausbau der elektronischen Sicherung auf. In Brüssel wird schon das Format der nächsten Pass-Generation verhandelt, die unter anderem von Sicherheitsbehörden und an Kontrollpunkten sogar wireless



und ohne Sichtverbindung zum Dokument gelesen werden können soll. Biometrische Identifikationssysteme und Zugangskontrollen werden zu alltäglichen Einrichtungen an allen sensiblen Punkten unserer komplexen Infrastruktur werden. Das ist eine bedauerliche, aber nicht zu verhindernde Entwicklung, die einen ganzen Industriezweig und Service-Bereich auf Dauer beschäftigen wird, aber als Nebeneffekt auch eine Reihe nicht der Sicherheit dienender, alltagstauglicher Einsatzmöglichkeiten mit sich bringen wird.

Robotik

Der Zweig der Robotik befindet sich zwar noch im Stadium der High-Tech Spielerei und dürfte für die Hersteller mehr als ein Experimentierfeld, denn als wirtschaftlicher Erwerbszweig angesehen werden. Gemeint sind hier nicht Industrieroboter, sondern Produkte wie Aibo und seine Gefährten. Doch die in letzter Zeit gemachten Fortschritte sind so gewaltig und eindrucksvoll, daß der Zeitpunkt nicht mehr zu fern sein dürfte, zu dem die sich wie Menschen oder Tiere bewegend Maschinen Aufgaben für uns übernehmen werden. Alle vorstehend betrachteten Technologien sind zueinander kompatibel, benutzen die gleichen Medien, Informationssysteme und Übertragungswege. Daraus ergibt sich ein gewaltiger Synergie-Effekt. Wenn der Handel sich richtig auf diese Entwicklung einstellt und dem Service am Kunden und fachlicher Beratung den richtigen Stellenwert zuweist und diese Aufgabe nicht den „Robotern“ überläßt, dann werden es nicht nur sieben fette Jahre sein, die auf ihn warten. *evo*

POS Aktuell

Panasonic spendet 6.400,- € für krebserkrankte Kinder

Die Gesamtkataloge auf großen Messen für eine kleine Schutzgebühr abzugeben, das hat für Panasonic Tradition – und einen guten Grund. Die Erlöse werden stets für einen guten Zweck gespendet. So gingen zuletzt 6.400,- Euro an die Berliner Björn Schulz Stiftung für blut- und krebserkrankte Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Rund 3.200,- Euro wurden auf der IFA 2003 eingenommen. Panasonic verdoppelte den Betrag jetzt noch einmal aus eigener Kasse. In diesem Jahr folgen mindestens zwei Spendenaktionen: auf der CeBIT (18. – 24.03.2004, Hannover) und der photokina (28.09. – 3.10.2004, Köln) werden die Panasonic-Kataloge wieder für einen guten Zweck veräußert.

Samsung mit neuem Sales Manager

Markus Korn verantwortet seit dem 1. März bei Samsung den Bereich Systemhäuser und Corporate Accounts für das Monitorgeschäft in Deutschland. Das Geschäftsfeld umfaßt den Bereich CRT, TFT und Plasma Monitore im B2B-Einsatz. Nach dem Studium der Energietechnik war Korn ab 1988 als Consultant und Trainer im Bereich Netzwerk und Betriebssysteme für verschiedene IT-Unternehmen tätig. Später wechselte er zu Hewlett-Packard, wo er in verschiedenen Positionen im Marketing, Vertrieb und Management von HP Deutschland tätig war. Zuletzt arbeitete Korn als Geschäftsführer und Bereichsleiter des Systemhauses ECS in der Niederlassung München. Markus Korn wird das Corporate Account Geschäft von Samsung ausschließlich indirekt mit Systemhauspartnern weiter ausbauen. „Intentionen zum Direktvertrieb gibt es in keinster Weise. Mit ihren Angeboten stellen Partner für uns die beste Kombination mit unseren Produkten dar“, so Korn.

POS Aktuell

Neuer Key Account Manager bei Schneider Electronics

Steffen Eißner ist seit Anfang Februar neuer Key Account Manager bei Schneider Electronics. Er blickt auf eine mehr als zwölfjährige Tätigkeit bei LG Electronics zurück.



Dort war er zuletzt als Verkaufsleiter Deutschland für den Bereich Unterhaltungselektronik zuständig. Eißners Ziel in der neuen Position bei Schneider Electronics ist unter anderem die Intensivierung des Kontaktes zwischen Handel und Unternehmen.

Neuer Senior Sales & Marketing Manager im Bereich Office Automation bei Samsung

Michael Schultze ist neuer Leiter der Office Automation Division der Samsung Electronics GmbH. Der Wirtschaftsingenieur war zuvor bei Toshiba, Oki, Xerox und Epson als Experte bekannt. Bei Samsung möchte Schultze insbesondere



den Ausgleich zwischen den verschiedenen Distributionskanälen in den Fokus seiner Tätigkeit stellen. „In der Vergangenheit

konzentrierte sich der Vertrieb von Samsung schwerpunktmäßig auf das Segment Retail. Zukünftig werden alle Vertriebskanäle, insbesondere Handel und Systemhäuser, intensiver angesprochen und so entwickelt, daß es möglichst keine Konflikte gibt“, so Schultze.

Toshiba auf Rang zwei im deutschen Notebookmarkt

Laut Analysten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) belegte Toshiba mit 223.300 verkauften Notebooks und 12,8 Prozent Marktanteil den zweiten Rang im deutschen Notebookmarkt 2003. Den ersten Platz hält Fujitsu Siemens. „Wir sehen mit einem gesunden Optimismus in die Zukunft“, so Thomas Kissel-Müller. „Toshiba geht von einem weiterhin soliden Wachstum in Höhe von 20 bis 30 Prozent aus. Das stabile Geschäft mit Privatkunden trägt ebenso dazu bei, wie der Bedarf an Hardware-Erneuerung im Small und Medium- und Enterprise-Segment sowie die weiter vorangehende Umstellung auf Windows XP Professional. Toshiba bleibt mit seinen Qualitätsprodukten ein attraktiver Partner sowohl für Endverbraucher als auch für Businesskunden und wird weiterhin eine führende Rolle im deutschen Notebookmarkt einnehmen.“

Panasonic seit Februar mit neuem Web-Auftritt

Panasonic hat seit Februar einen neuen Internet-Auftritt. Unter der bekannten Adresse www.panasonic.de lädt ein großer, teilweise Flash-animierter Bereich dazu ein, die wichtigsten Produkte und Technologien kennenzulernen. Die Panasonic Produkte finden sich in den Kategorien „zu Hause“, „Unterwegs“ und „Bei der Arbeit“. Zu der gezielten Produktinformation führt die Funktion „Direktsuche“. Zudem gibt Panasonic im Bereich „Neuheiten“ einen Ausblick auf anstehende Markteinführungen. „Im vergangenen Jahr hat sich das Internet zum Informationsmedium

Nummer eins für unsere Kunden und an der Marke Panasonic interessierte Konsumenten entwickelt. Über fünf Millionen Besucher konnten wir 2003 zählen. Vor allem das vierte Quartal 2003 brachte einen spürbaren Schub nach vorn – mit neuen Besucher- und Verweildauerrekorden. Die steigende Zahl der Breitband-Nutzer erlaubt es uns jetzt, neue Wege in der Online-Darstellung unserer Technologien und Produkte zu gehen – spannend, interaktiv, unterhaltend, informativ“, so Thomas Dobberstein, Manager IT Innovation Panasonic Deutschland GmbH, über den Relaunch.

Marco Dammeyer ist jetzt Marketing Manager bei Fuji Magnetics

Seit dem 1. März ist Marco Dammeyer neuer Marketing Manager bei Fujitsu Magnetics. Dammeyer hat somit die Nachfolge von Frank Meier angetreten, der seit Mitte Februar die Leitung der Sparte „Sales Duplication“ übernommen hat. Bevor Dammeyer Anfang Juli



2003 das Produktmanagement und die Verantwortung für den Internetbereich bei Fujitsu Magnetics übernahm, war er als Manager Technical Support bei Tobit Software tätig.

Delphi Grundig feiert Premiere auf dem Genfer Autosalon

Zu den Highlights auf dem Delphi Grundig Stand gehören neue DVD-Player und TFT-Displays der CarCine-Serie, die CarCine Jukeboxx und zahlreiche weitere technische Innovationen, die das mobile Leben noch unterhaltsamer machen. Delphi Grundig

Markus Schmid hat die Geschäftsführung von Premiere Österreich übernommen

Markus Schmid hat Mitte Januar die Geschäftsführung der Premiere Fernsehen GmbH in Wien übernommen, einer 100prozentigen Tochtergesellschaft der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG, München. Schmid bleibt weiterhin Mitglied der Unternehmensleitung von Premiere und ist in dieser Position verantwortlich für alle Aktivitäten im Neukundengeschäft. Der bisherige Geschäftsführer von Premiere in Österreich, Thomas Mischek, scheidet in beiderseitigem, freundschaftlichem Einvernehmen aus und möchte sich in Zukunft anderen Aufgaben widmen. Premiere Österreich wird mittelfristig stärker in die unternehmerische Ausrichtung und Steuerung der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG integriert. An der Konzeption dieser Neuausrichtung war Mischek maßgeblich beteiligt. Schmid verantwortet seit April 2003 als Mitglied der Unternehmensleitung den Bereich Abonentengewinnung und Vermarktung, in dem alle Vertriebs- und Marketingaufgaben für das Neukundengeschäft von Premiere gebündelt sind. Als Partner der Unternehmensberatung TransConnect Consulting Group war er bereits seit Juni 2002 für Premiere tätig. Er beriet die Geschäftsführung von Premiere bei der Neuausrichtung des Unternehmens, vor allem in den Bereichen Vermarktung und Kundenservice. Bei der TransConnect Consulting Group in München war er seit 2000 beschäftigt und verantwortete seit 2001 als Partner den Bereich „Konsumgüterindustrie und Handel“.

wird außerdem auf der Car + Sound, die vom 23. bis 25. April in Sinsheim stattfindet, vertreten sein.

PGE GmbH wurde zu AMW Europe umfirmiert

Seit Mitte letzten Jahres führte die PGE GmbH die Marken AMW, Difusion, GNR und Ronin in ihrem Sortiment. Nach Umfirmierung zu AMW Europe GmbH am 1. 3. 2004 werden alle Produkte nur noch unter der Marke AMW geführt. Ziel ist es, das bisherige Vertriebsnetz mit autorisierten AMW-Distributoren in ganz Europa zu erweitern und die Marke AMW in den Vertriebskanälen und bei den Endverbrauchern bekannter zu machen. Die AMW Europe ist die deutsche Niederlassung des taiwanesischen Herstellers GBM zum Vertrieb von IT- und Unterhaltungselektronik in ganz Europa. Das Sortiment umfaßt unter anderem TFT Monitore, LCD TVs, DVD Player, DVD Recorder, Home Cinema Systeme, Notebooks und Tablet PCs. AMW Europe ist auch auf der diesjährigen CeBIT vertreten.

Neuer Geschäftsführer bei Astra

Wolfgang Elsäßer hat zum 16. Februar die Geschäftsführung der Astra-Marketing GmbH (Eschborn) übernommen. In dieser Funktion verantwortet er unter anderem die Betreuung der Marktpartner und das Marketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Bis zu seinem jetzigen Wechsel verantwortete der Diplom-Betriebswirt als Leiter Vertrieb bei Premiere die Neuausrichtung des Unternehmens hinsichtlich Kostenreduzierung und Kundengewinnung. Zuvor war er als Head of Marketing and Sales

bei der Firma Betaresearch tätig und als Marketing Direktor, Vertriebsleiter und Gesamtprokurist bei der Grundig AG. Der bisherige



Geschäftsführer der Astra-Marketing GmbH, Markus Fritz, hatte bereits zum Juni 2003 die Aufgaben des Vice President & General Manager Marketing bei SES Astra in der Unternehmenszentrale in Betzdorf/Luxemburg übernommen. In dieser Eigenschaft ist er für das europäische Marketing verantwortlich.

Philips auf der CeBIT

Philips stellt auf der CeBIT seine strategische Vision des „Connected Planet“ – vernetzter Planet – vor. Im Mittelpunkt steht dabei, den Menschen unkompliziert, jederzeit und an jedem Ort Zugriff auf alle gewünschten Daten (Dateien, Fotos, Musik) zu ermöglichen, zu Hause, am Arbeitsplatz und unterwegs. „Die CeBIT 2004 ist nicht nur eine wichtige Plattform, um die Vision des „vernetzten Planeten“ einem breiten Publikum vorzustellen, sondern ebenso eine gute Gelegenheit zu zeigen, daß Philips auch für die digitale Zukunft die richtigen Lösungen bietet. Wir sind bereit, uns den Herausforderern beim Kampf um das Wohnzimmer zu stellen“, so Hans-Joachim Kamp, General Manager Philips Consumer Electronics Deutschland und Geschäftsführer der Philips GmbH.

Kodak kündigt neuen Mobile Imaging Service für Fotohandy-Besitzer an

Kodak hat auf dem 3 GSM World Congress in Cannes die europaweite Einführung eines neuen Mobile Imaging Services für Fotohandy-Besitzer angekündigt. Damit wird der Ende vergangenen Jahres in den USA eingeführte Kodak Mobile Service ab Anfang Mai auch in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien und den Niederlanden verfügbar sein. Zentrale Internet-Plattform der neuen Dienstleistung ist die Kodak Mobile Homepage www.kodakmobile.eu.com, auf die die digitalen Bilder zur Speicherung und Verwaltung

sowie für die Bestellung von Prints auf echtem Fotopapier hochgeladen werden sollen. Mit Hilfe der von Kodak entwickelten Handy-Applikation ist dies auch direkt vom Mobiltelefon aus möglich – zunächst ist die Anwendung aber auf die Nokia Handys der Serien 6600, 7650 und 3650 beschränkt. Der Online-Bilderdienst bietet direkten Zugriff auf die digitalen Print-Dienstleistungen der Kodak Tochtergesellschaft Ofoto. Die Bilder können über ein Handy oder einen stationären Rechner bestellt werden und kommen per Post zum Verbraucher. Das persönliche Kodak Mobile Online

Album kann auch für Freunde und Verwandte freigeschaltet werden. Für die Produktion von Handy-Fotos beim Fotohandel stattet Kodak seit Januar die neue Picture Maker Generation mit einer Bluetooth-/Infrarotschnittstelle aus. Die so übertragenen Bilder können dann in Sekundenschnelle im Format 10 x 15 cm als Komposition aus zwei, vier oder neun Bildern ausgedruckt werden. Der neue Kodak Mobile Service wird ab Mai allen Benutzern von Mobiltelefonen zur Verfügung stehen, die den Standard WAP 2.0 unterstützen.

SONY

Ihr Film landet vielleicht nicht im Kino, aber er landet auf jeden Fall auf DVD.

Wenn Sie Sonys neue Handycam näher betrachten, werden Sie etwas entdecken, was Sie vielleicht nicht erwartet haben: Sie enthält eine DVD. Filmen Sie, nehmen Sie die Disk heraus, legen Sie sie in den DVD-Player ein und sehen Sie sich Ihr jüngstes Meisterwerk an. Dank direkter Szenenwahl finden Sie mühelos Ihre Lieblingsstelle. Sie brauchen weder Kabel noch Kassetten zum Überspielen. Es könnte also kaum einfacher sein, Ihre Freunde und Familie mit Ihrem Werk auf DVD zu beeindrucken. Oder natürlich Filmkritiker und Produzenten – schließlich kann man nie wissen.



HANDYCAM

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

www.sony.de/camcorder

You make it a Sony

Auerswald zeigt auf der CeBIT Neuheiten, Weiterentwicklungen und Erweiterungen

Mit einer Reihe von Neuheiten, Weiterentwicklungen und Erweiterungen ist Auerswald auf der CeBIT vertreten. Neben einer neuen, kleinen ISDN-Telefonanlage und zwei Analogtelefonen wird ein neues modulares Tk-System für bis zu 120 Teilnehmer vorgestellt. Die neue Telefonanlage COMcompact 2204 USB wurde besonders für den Einsatz in Privathaushalten und kleinen Büros konzipiert. Da sich der Funktionsumfang an den größeren Anlagen der COMcompact-Familie orientiert, stehen dem Nutzer auch Merkmale wie Call Through, Teamfunktionen, Least Cost Routing und Gesprächsdatenverwaltung zur Verfügung.

Mit zwei modern gestylten Analogtelefonen bietet Auerswald jetzt auch Endgeräte für Nebenstellen von Telefonanlagen. Das COMfort 200 verfügt über Wahlwiederholung, Zielwahlspeicher, Wähltastatur mit Alphabet (Vanity-Code), Stummschaltung und verschiedene Klingeltöne. Das COMfort 300 kommt mit gehobener Ausstattung und bietet zusätzlich ein beleuchtetes, dreizeiliges Display, das neben der Rufnummer auch den Namen des Anrufers zeigt (sofern dieser gespeichert ist). Weitere Komfortmerkmale sind Freisprech- und Headsetbetrieb, Wahlvorbereitung, erweiterte Wahlwiederholung und mehrsprachiges Menü.

Im Mittelpunkt der Produktpräsentation auf der CeBIT steht jedoch das modulare Tk-System COMmander Business, das es in mehreren Varianten geben wird. In der Ausführung zur Wandmontage können drei Gehäuseteile aneinandergereiht werden, die dann bis zu 16 Erweiterungsmodule aufnehmen können. Auch die 19-Zoll-Variante ist durch frontseitige Modulträgereinschübe auf diese Ausbaustufe erweiterbar. Mit verschiedenen Amts-, Teilnehmer- und Funktionsmodulen kann das System bis zu einer Kapazität von 120 Teilnehmern und 38 B-Kanälen ausgebaut werden.

Neuigkeiten gibt es bei Auerswald auch beim Service: Hotline-Unterstützung für Händler und Endkunden gibt es jetzt montags bis samstags durchgehend von acht bis 18 Uhr. Der Reparaturservice wurde neu organisiert, um die Wartezeit für Kunden wesentlich zu reduzieren und die Kosten für Reparaturen zuverlässig im Voraus zu bestimmen.

Neues Marketingprogramm gestartet Nokia arbeitet „Hand in Hand“ mit dem Handel

Aufbauend auf den Aktivitäten der vergangenen zwei Jahre hat Nokia das neue Marketing-Programm „Hand in Hand mit dem Handel“ gestartet. „Das Programm soll unsere Handelspartner bei der Planung, Durchführung und Kontrolle von eigenen Marketingmaßnahmen unterstützen“, erklärte Thomas Knops, Leiter Multimedia Marketing, Nokia GmbH, bei der Vorstellung des neuen Angebotes vor Fachjournalisten in Düsseldorf.

Das Programm richtet sich sowohl an die rund 5.000 Händler, die derzeit bereits online auf die Angebote des Nokia Händlernetzes zurückgreifen, als auch an neue Interessenten, die sich zuvor unter <https://trade.online.nokia.com> zur Teilnahme freischalten lassen müssen. Die Idee hinter dem neuen Marketingprogramm sei, den Handel durch für ihn maßgeschneiderte Aktivitäten und Tips aus jedem Bereich des Marketingmix zu unterstützen, um sein Image und seine Präsenz im Markt sowie den Abverkauf von Nokia Mobiltelefonen und Zubehör zu steigern“, erläuterte Knops.

Zu Beginn der Idee habe Nokia die Wünsche und Bedürfnisse des Handels in bezug auf das eigene Marketing erfaßt und analysiert. Die Ergebnisse seien der Input für den Entwicklungsprozeß gewesen, an dessen Ende das neue Marketingprogramm stehe. Knops: „An diesem Prozeß war das gesamte Marketing- und Agenturnetzwerk von Nokia Deutschland beteiligt, ganz nach dem Motto: voneinander lernen, um voneinander zu profitieren.“ Mit dem Know-how-Transfer will das Unternehmen nach Knops Worten den Dialog mit

dem Handel intensivieren, die Marketingaktivitäten der Händler erhöhen und die Qualität der vom Handel durchgeführten Maßnahmen verbessern.

Kern des Programms sind die beiden Bereiche „Know-how“ und „Service“. Zu den Inhalten, die unter „Know-how“ zu finden sind, gehören beispielsweise allgemeine Informationen zu Firmen-PR, einem eigenen Internetauftritt, Anzeigen- und Funkwerbung, Direktmarketing und Vkf-Materialien. „Wir zeigen dem Händler hier zum Beispiel, wann welche Maßnahmen sinnvoll sind und welche Grundbedingungen erfüllt sein



Wie bei einem Puzzle passen die verschiedenen Maßnahmen des „Hand in Hand“-Programms zueinander.

müssen, um professionell zu wirken und erfolgreich eingesetzt zu werden“, erläuterte Marco Nicolay, Verantwortlicher Handelsmarketing, Multimedia Marketing, Nokia GmbH. Er erfahre aber unter ande-



Thomas Knops, Leiter Multimedia Marketing (l.), und Marco Nicolay, Verantwortlicher Handelsmarketing, Multimedia Marketing, Nokia GmbH, stellen das neue Marketingprogramm vor.

rem auch, wie er an Adressen für Mailingaktionen oder an einen Service Provider für seine Internet-Homepage komme.

„Darüber hinaus umfaßt der Maßnahmenkatalog auch ganz konkrete Angebote, die man sich ähnlich wie bei einem Puzzle vorstellen kann, das ständig erweitert wird“, meinte Nicolay. Welche Puzzleteile der Handel schließlich in die Hand nehme und zusammenfüge, bleibe ihm selbst überlassen. Nicolay: „Viele dieser Puzzleteile, wie zum Beispiel Anzeigen oder Promotionmodule, kann der Händler maßgeschneidert abrufen. Bemerkenswert dabei ist, daß dem Handel für die Produktion der verschiedenen Werbemittel keine Kosten entstehen, lediglich die Schalt- und/oder Einsatzkosten gehen zu seinen Lasten.“

Der Abruf der unterschiedlichen Angebote erfolgt im Hand in Hand-Bereich „Services“, der wiederum in die Unterbereiche Anzeigenwerbung, Verkaufsförderung, Radio, Direktmarketing und Promotion gegliedert ist. Jeder dieser Unterpunkte ist so aufgebaut, daß auch Händler, die sich bisher gar nicht oder nur wenig mit der jeweiligen Materie auseinandergesetzt haben, schnell und problemlos die für sie interessantesten Ergebnisse und Informationen finden.

So liefert beispielsweise das Thema Anzeigen zunächst allgemeine Informationen zu den Schaltzeiten

für Werbung und zu den Vorlaufzeiten und Bedingungen, die beachtet werden müssen (wann muß die Anzeige gebucht werden, wann und in welcher Form muß die Anzeige beim Verlag eintreffen etc.). Beispielrechnungen für Schwarzweiß-Anzeigen und Inserate mit Zusatzfarben geben eine Orientierungshilfe über ungefähre Kosten, mit denen der Händler bei eigenen Werbeaktivitäten zu rechnen hat. Zahlreiche Beispiele für Produkt- oder Aktionsanzeigen präsentieren die unterschiedlichen Gestaltungsmöglichkeiten. Hat sich der Händler für ein Motiv entschieden, kann er aus einer umfangreichen Datenbank die notwendigen Bild- und Textelemente auswählen und zusammenstellen, die für seine individuelle Wunschanzeige gebraucht werden.

Auch in den anderen Servicebereichen findet der Händler Beispiele für die Gestaltung eines Flyers, eines Mailing-Textes oder die Produktion eines Funkspots. Stets kann er dabei selbst entscheiden, ob er auf vorproduziertes Material zurückgreift, Teile dieses vorproduzierten Materials nach eigenen Vorstellungen und Notwendigkeiten umgestaltet oder sich zur Umsetzung komplett eigener Ideen anregen läßt. Die Darstellung der Promotion-Materialien und -Aktivitäten rund um Nokia Produkte und die Erläuterung, unter welchen Bedingungen der Händler diese Elemente für eigene Aktivitäten nutzen kann, runden den Servicebereich ab. *Herbert Päge*



Der Bereich Know-how gibt dem Fachhandel einen Leitfaden für alle Kommunikationsmaßnahmen.

Nicht nur in Deutschland wachsen Marktanteile

Sagem wertet das GSM-Geschäft auf

Der französische Hersteller Sagem meldet für das GSM-Segment für das Jahr 2003 eine überaus positive Geschäftsentwicklung. Nicht nur im Heimatmarkt Frankreich konnte dabei eine Verbesserung der Marktanteile erzielt werden, sondern auch in weiteren europäischen und außereuropäischen Ländern. „Sagem ist weltweit der am stärksten wachsende GSM-Hersteller“, betonte Sagem Pressesprecher Marius Dittert im Gespräch mit PoS-MAIL.

Diese Tatsache erklärt sich natürlich zum einen daraus, daß Wachstum von einer niedrigen Basis aus relativ leicht zu erzielen ist. Zum anderen aber hat das Unternehmen vor allem im vorigen Jahr deutlich an Akzeptanz in der Tk-Branche gewonnen. Hauptgründe dafür sind die hochwertige Fertigung, die zum größten Teil in Frankreich bzw. nach strengen Sagem Qualitätsvorgaben im Ausland erfolgt, die extrem kurze Zeit, die zwischen der Vorstellung neuer Produkte und deren Markteinführung vergeht („time to market“) und der Abschluß von Kooperationen mit renommierten Netzbetreibern und Herstellern.

So stieg Sagem beispielsweise bereits kurze Zeit nach Gründung eines Joint Ventures mit dem chinesischen Produzenten Bird im Handymarkt in China auf Platz

eins auf, und durch eine Kooperationsvereinbarung mit dem renommierten brasilianischen Unternehmen Gradiante wurde der Grundstein für das Wachstum in südamerikanischen Märkten gelegt. Und schließlich liefert Sagem derzeit GSM-Module an einen koreanischen Handyhersteller, der im chinesischen Markt Fuß fassen will.

Gute Geschäfte im deutschen Markt

Auch in Deutschland konnte das Unternehmen mehr als nur Achtungserfolge erzielen. Insbesondere durch die Zusammenarbeit mit den beiden großen Netzbetreibern gelang es, hohe Stückzahlen an Geräten an die Verbraucher zu bringen. „Das Geschäft hierzulande orientiert sich zwar an den Operators, aber auch der klassische Handel wird von uns nicht vernachlässigt“, stellte Dittert fest. Nach wie vor ist Sagem mit einer großen Außendienstmannschaft flächendeckend in Deutschland vertreten. „Über diese“, so Dittert, „konnten wir zum Beispiel im Vorweihnachtsgeschäft mehrere Tausend Stück unserer Produkte auch unabhängig von Vertragsangeboten der Netzbetreiber über den Handel verkaufen.“ Besonders gut sei dabei das Modell myC5-w angekommen.

Das GSM-Geschäft wird aufgewertet

Der Stellenwert des GSM-Geschäftes für Sagem in Deutsch-

land zeigt sich auch in einer personellen Umorganisation: Rainer Kauffmann, ehemals Vertriebsleiter bei einem anderen Handyhersteller und seit einigen Monaten in Diensten Sagens, rückte in die Geschäftsleitung auf. Dort kümmert er sich um die Geschäfte mit den Mobilfunk-Netzbetreibern. Diese Tätigkeit wurde zuvor unter anderem von Oliver Jungklaus ausgeführt, der jedoch als Marketingleiter bei Sagem auch noch für andere Produktbereiche zuständig war. Ausschließlich um den klassischen Handel kümmert sich jetzt Michael Schnurbusch, der auch zuvor schon als Geschäftsführer für Sagem arbeitete. Zusätzlich unterstützt seit Beginn des Jahres Diana Zahn im Trade Marketing das deutsche GSM-Geschäft. Sie fungiert vor allem als Schnittstelle zwischen dem (französischen) Produktmanagement und dem Außendienstteam von Sagem, hält so den (indirekten) Kontakt zum Handel aufrecht und sorgt dafür, daß dieser stets mit den neuesten Informationen zu den Sagem Produkten versorgt wird.

Qualität soll weiteren Erfolg sicherstellen

Bei der Strategie zum weiteren Erfolg im deutschen Handymarkt wird das Operatorgeschäft nach Aussage von Marius Dittert auch zukünftig im Mittelpunkt stehen. So werden im Laufe des Jahres einige der rund 20 Neuheiten wieder exklusive Providergeräte sein, die nach den Vorgaben der Netzbetreiber konfiguriert werden. Doch der klassische Handel soll vor dem Hintergrund dieser Aktivitäten nicht vernachlässigt werden. „Die Schaffung einer Stelle im Trade Marketing, das Angebot von Schulungen und die Beteiligung an Marketingaktivitäten der Netzbetreiber zeigt, daß wir im Handel auch weiterhin einen wichtigen Partner sehen“, so Dittert.

Um den Händlern am Point of Sale das Verkaufen von Sagem Geräten zu erleichtern, setzt das Unternehmen auf eine hohe Produktqualität. „Die meisten Geräte und alle wichtigen Bauteile werden noch in Frankreich hergestellt“,

berichtete Dittert. „Und dort, wo wir im Ausland produzieren, sind französische Techniker und Ingenieure vor Ort, um die hohen Qualitätsvorgaben umzusetzen.“ Das Ergebnis dieser Produktionsweise sei, daß Sagem zu den Marken mit der geringsten Reklamationsquote gehöre und deshalb vom Handel als Tool zur Kundenbindung eingesetzt werden könne. Dittert: „Ein Kunde, der sich gut beraten fühlt und mit dem verkauften Produkt zufrieden ist, kommt sicherlich zum Kauf von Zubehör oder zum Abschluß eines Neuvertrages eher ins Geschäft des Händlers zurück als ein unzufriedener Käufer.“

Auch die Ausweitung des Produktportfolios soll es dem Händler erleichtern, seinem Kunden ein für ihn passendes Gerät anzubieten. Positioniert werden die neuen Geräte in naher Zukunft laut Dittert in der Mittel- und der oberen Unterklasse sein; ein UMTS-Handy aus dem Hause Sagem sei dementsprechend nicht vor Frühjahr 2005 zu erwarten. Festhalten will Sagem auch bei den neuen Produkten des Jahres 2004 an der Strategie, stets zu den Anbietern mit dem besten Preis-/Leistungsverhältnis zu gehören.

Preiswerte Geräte für Faxeinsteiger

Diese Aussage läßt sich bei den Faxgeräten, die ebenfalls ein starkes Standbein des Sagem Geschäftes in Deutschland sind, noch verstärken. „Hier werden wir in Zukunft darum bemüht sein, für jede Druckkategorie jeweils der preiswerteste Anbieter zu sein bzw. immer ein extrem preiswertes Gerät im Sortiment zu haben“, meinte Dittert. Wichtig sei dabei, daß Sagem als weltweit einziges Unternehmen sämtliche Druckverfahren bei Faxgeräten unterstütze. „Unser Sortiment beinhaltet thermosensitive Geräte ebenso wie Thermosublimations-, Tintenstrahl- und Lasergeräte.“

Obwohl das Geschäft mit Faxgeräten in den vergangenen Monaten Herstellern und Handel immer weniger Freude bereitete, werde Sagem auch zukünftig erhebliche Investitionen vornehmen, um

seine Produkte mit neuen Features zu versehen und dem Handel so die Chance zu bieten, das immer noch vorhandene Potential in diesem Segment auszuschöpfen, sagte Dittert. So würden in den kommenden Monaten zum Beispiel einige sehr attraktive Multifunktionsgeräte in den Markt eingeführt. „Einige dieser neuen Modelle werden dabei vollkommen neue Ausstattungsmerkmale aufweisen. Denkbar sei zum Beispiel ein Feature wie ‚MMS zu Fax‘, so Dittert.

Herbert Päge

High-End-Gerät Sagem myX-7

Sagem hat mit dem myX-7 ein GSM-High-End-Produkt vorgestellt. Das Gerät ist laut Hersteller ein supermodernes Barphone, das Video- und Multimedia Messaging- (MMS) Funktionen miteinander verknüpft. Das myX-7 besitzt ein attraktives Design, in dessen Mittelpunkt ein großes Display mit 65.536 Farben steht. Die integrierte Kamera ist mit einem CCD-Aufnahmechip und VGA-Auflösung ausgestattet. Neben Standbildern können auch kurze



Videsequenzen aufgenommen werden. Zum Speichern der Bilder stehen im Telefon 4 MB zur Verfügung. Außerdem bietet das myX-7 weitere hochentwickelte Funktionen, wie etwa einen digitalen Zoom, Download und Austausch von Inhalten, Multimedia-Inhaltsformate wie etwa die ausgezeichneten HiFi-Melodien sowie Java MIDP 2.0, eine neue leistungsfähige und offene mobile Plattform für innovative Spiele. Das Design des neuen Gerätes zeichnet sich durch eine dynamische Form, eine blockförmig angeordnete Tastatur, die Wahl der Materialien und die moderne Aluminium-Farbe aus. Es ermöglicht seinen Benutzern außerdem eine individuelle Anpassung an den persönlichen Stil durch bereits im Gerät gespeicherte oder herunterladbare Wallpaper, Bildschirmschoner und Melodien sowie Gehäuseabdeckungen.

Sagem myX-1g: GPRS-Handy für Einsteiger

Mit dem Dualband-Handy myX-1g wendet sich Sagem vor allem an Einsteiger, die ein bedienungsfreundliches Mobiltelefon mit guter Ausstattung suchen. Die einfache Handhabung wird durch einen Vier-Wege-Navigations-Knopf und drei frei belegbare Tasten unterstützt. Zur Ausstattung des Gerätes, das dem Handel ab sofort zur Verfügung steht, gehören GPRS und WAP 1.2.1. Eine integrierte Freisprecheinrichtung ist ebenso



enthalten wie bis zu acht polyphone und HiFi-Klingeltöne (Midi, Wave), bis zu fünf animierte Screensaver, ein Telefonbuch für 200 Einträge und volle EMS-Funktionalität. Abgerundet wird die Ausstattung des Gerätes durch vielfältige Call-Management-Funktionen, die Texteingabehilfe T9, einen Rechner, einen Wecker und einen Währungsrechner.

Die Bedeutung des Fachhandels soll wachsen

Die neue Elmeg (siehe Kasten unten) tritt erstmals auf der CeBIT 2004 unter ihrer neuen Firmierung auf. Gemeinsam mit den neuen Schwesterunternehmen ARtem, BinTec und Funktel präsentieren sich die Peiner auf einem integrierten „Enterprise Networking“ Stand. „Wichtigstes Ziel des Elmeg-Messeauftritts ist die Kontinuität der langjährigen Beziehungen zum Fachhandel und zu den OEM-Partnern“, stellte Elmeg-Geschäftsführer Wolfgang Harderich auf einer Pressekonferenz in München fest.

Zahlen bedeutet dies zum Beispiel, daß von den geplanten 20 Millionen Euro Umsatz, die für 2004 angestrebt werden, rund 75 Prozent mit dem Fachhandel im In- und Ausland erzielt werden sollen.

Anforderungen der Praxis fließen in Produkte ein

Auf Produktseite hat Elmeg besondere Anforderungen von Anwendern und Fachhandel jetzt in die Tat umgesetzt. Neben dem neuen Controller Modul DECT400 stehen ab Release 4 die Module „8 Up₀“, „elmeg DECT multicell 2“ und das Modul „Kontakte“ für die ICT-Anlagen bereit. Zum Anschluß an die Systeme DECT300 und DECT400 hat Elmeg die neuen



Neue DECT-Handsets 400-20 und 400-40

Die extrem robusten Geräte präsentieren sich in neuem Design und liegen nach Herstellerangaben leicht in der Hand. Sie sind einfach zu bedienen und verfügen unter anderem über ein dreizeilig beleuchtetes Grafik-Display sowie ein alphanumerisches Telefon-

besonders outdoortauglich. Zusätzlich verfügt das Mobilteil über Vibrationsalarm und einen Headsetanschluß, so daß dem Nutzer ein eigenes Freisprechgerät zur Verfügung steht.

Mehr Funktionstasten bei den Systemtelefonen

Zur Erweiterung der internen Kommunikation im Unternehmen wurden die Systemtelefone elmeg CS290 und elmeg CS410 mit zusätzlichen Funktionstasten ausge-

programmiert werden. Zudem wird das Versenden und Empfangen von SMS-Nachrichten von mehreren SMS-Servern unterstützt.

In die neuen Zweidraht-Varianten CS290-U, CS410-U wurde eine Up₀-Schnittstelle integriert, so daß ein zusätzlicher Konverter für die Zweidraht-Technik überflüssig wird. Diese Lösung reduziert die Investitionen und erleichtert die Installation, da die Up₀-Technik verpolungsneutral ist. Des Weiteren bietet die Up₀-Verkabelung auf nur zwei Drähten mit bis zu 1.000 Metern eine erheblich größere Reichweite.

Neue Routerfunktion in der elmeg D@vos 44.dsl

Ebenfalls neu bei Elmeg sind ein Routermodul für die elmeg ICT-Serie und neue Routerfunktionen für die bereits im Markt bekannte elmeg D@vos-44.dsl. Beide Router verfügen über neue Protokolle wie etwa das Tunneling-Protokoll PPTP, dynamische Adreßvergabe via DHCP und dynamic ISDN für die Kopplung mehrerer ISDN-Kanäle. Die zeitgesteuerte Router-Sperre erlaubt eine zeitlich begrenzte Nutzung des Netzwerkes, so daß Unbefugte beispielsweise außerhalb der üblichen Geschäftszeiten nicht im Internet surfen können. Darüber hinaus signalisiert eine Statusanzeige für LAN-CAPI und LAN-TAPI im Control-Center die Nutzung der Telefoniefunktionen. *Herbert Päge*



Die neue Elmeg auf der CeBIT

„Mit den vier Firmen, die zur Elmeg Communication Systems GmbH gehören, haben sich Unternehmen zusammengefunden, die sich optimal ergänzen und deren Produktportfolio in idealer Weise dazu geeignet ist, die Kontakte zum Fachhandel weiter zu intensivieren“, meinte Harderich. „Die Annäherung von Tk-Händlern an den Bereich IT wird jetzt ebenso aus einer Hand unterstützt wie die Annäherung von IT-Händlern an die Tk.“ Die finanzstarke Muttergesellschaft und die verringerte Bindung an große OEM-Partner

Handset-Modelle elmeg DECT handset 400-20 und 400-40 eingeführt. Darüber hinaus zeigt das Unternehmen die beiden neuen Systemtelefone elmeg CS290-U und elmeg CS410-U mit integrierter Up₀-Schnittstelle.

Funktionalitäten der ICT-Anlagen erweitert

Elmeg adressiert mit seinen ICT-Systemen kleine und mittlere Unternehmen, die ständig wachsende Anforderungen an die Leistung ihrer Kommunikationsplattform stellen. Auf Wunsch der Händler

hat Elmeg das Leistungsspektrum der ICT-Anlagen um einige Module und Funktionen erweitert.

Durch den Einsatz eines Achtfach-Up₀-Anschlusses ist jetzt beispielsweise die elmeg ICT88 bis max. 40 Ports (mit S2M bis zu 70 Ports) und die elmeg ICT880 mit Hilfe der ICT880xt (Extension) auf bis zu 88 Ports

(mit S2M bis zu 118 Ports) ausbaufähig. Das neue DECT-Modul elmeg DECT multicell 2 unterstützt die Mobilität im Firmengebäude und erlaubt den Betrieb von bis zu 40 DECT-Handsets. Bis zu acht Gespräche können gleichzeitig geführt werden.

buch für bis zu 65 Einträge. Systemleistungsmerkmale wie zum Beispiel der Zugriff auf das Tk-Anlagentelefonbuch und die Follow-me Funktion gewährleisten Mobilität auf dem Firmengelände. Das Modell elmeg DECT handset 400-40 ist zudem durch die Schutzklasse IP54 gegen Spritzwasser und Staub geschützt und

stattet. Dabei können komplexe Aufgaben wie etwa die Routersteuerung auf einzelne Funktionstasten

Funkwerk AG integriert die neue Elmeg Communication Systems GmbH

Die Funkwerk AG, Köllda, hat zum 1. Januar das Anlagevermögen, alle Vorräte, Rechte und Markennamen sowie das komplette Know-how der ehemaligen Elmeg GmbH & Co. KG Kommunikationstechnik übernommen und in die neu gegründete Elmeg Communication Systems GmbH überführt. Ebenfalls übernommen wurden sämtliche laufenden Kundenaufträge. Die Fertigung wurde dagegen an einen Auftragsfertigungsspezialisten, die Tonfunk GmbH in Ermsleben, outgesourct. Bei Elmeg wurde dafür ein neuer Bereich Supply Chain Management eingerichtet, der die Produktions- und Qualitätsregie führt, so daß wie bisher qualitativ hochwertig und zugleich kostengünstig produziert werden kann. Weiterhin neu ist die Vertriebskooperation mit DeTeWe für die elmeg ICT-Anlagenreihe inklusive der Systemendgeräte. Der Fachhandel kann die Produkte wie bisher über die gewohnten Distributionskanäle beziehen. Die Elmeg Communication Systems GmbH gliedert sich in den Geschäftsbereich Enterprise Networking ein, zu dem darüber hinaus die Unternehmen Funktel GmbH in Salzgitter, Artem in Ulm und Bintec in Nürnberg gehören. Geschäftsführer aller vier Unternehmen ist Hans-Ekkehard Domröse, der zugleich den Geschäftsbereich Enterprise Networking verantwortet. Zielsetzung seiner Arbeit ist die strategische Ausrichtung und Integration der vier Unternehmen in den Unternehmensverbund. Ebenfalls in der Geschäftsführung der Elmeg vertreten sind Wolfgang Harderich und Harald Kähler.

Vorrangiges Ziel der Geschäftsführung sei es, die Stärken der einzelnen Unternehmen sinnvoll zusammenzuführen und mit flexiblen Einheiten der zunehmenden Sprach-Datenvernetzung im Markt Rechnung zu tragen, hieß es im Rahmen einer Pressekonferenz des Unternehmens in München. „Die Verbindung der bereits etablierten Markennamen hilft uns dabei, zukünftig noch enger mit dem Fachhandel zusammenzuarbeiten“, erklärte Domröse. „Die guten Kontakte von Elmeg zum Fachhandel eröffnen für Funkwerk neue Vertriebskanäle und Kundengruppen im europäischen Markt. Gleichzeitig bekommen die Fachhandelspartner zukünftig Zugang zum umfassenden Produktportfolio der Funkwerk-Gesellschaften, beispielsweise zu Routern und WLAN-Lösungen.“

Unter den derzeit 70 Mitarbeitern der neuen Elmeg Communication Systems GmbH finden sich viele, im Markt bereits bekannte, Ansprechpartner. So ist beispielsweise Eckhard Diesing weiterhin für die Marktkommunikation verantwortlich. Zusätzlich betreut er den Gesamtvertrieb Handel Inland/Ausland. Die Abteilung Marketing wird auch künftig von Bernd Pesteike geleitet. Bei Elmeg wird der Fokus nach eigenen Angaben verstärkt auf der technischen Weiterentwicklung der kompletten Produktpalette und der IP-Migration sowie auf Service & Support und Händlerschulungen liegen. Im ersten Geschäftsjahr 2004 wird ein Umsatzziel von rund 20 Millionen Euro erwartet.



sorgen laut Harderich dafür, daß das Unternehmen weniger angreifbar und unabhängiger von konjunkturellen Schwankungen werde. „Der Takt in der neuen Elmeg wird zukünftig ganz klar vom Fachhandel geschlagen“, stellte der Elmeg-Geschäftsführer fest. In

Siemens mobile zeigt neue Kommunikationsprodukte MMS jetzt auch im Festnetz

Mit neuen Produkten rund um die Kommunikation unterwegs und zu Hause präsentiert sich Siemens mobile auf der CeBIT. Der Stand in Halle 26 bietet einen Ausblick auf die Trends in den Bereichen Mobile Phones, Cordless Products und Wireless Modules sowie auf visionäre Innovationen, die die mobile Kommunikation in naher Zukunft bereichern könnten.

Unter anderem zeigt Siemens mobile neue Mobiltelefone aus dem Outdoor- und Business-Segment sowie einen MMS-Allrounder. Der Nachfolger des nach Unternehmensangaben äußerst erfolgreichen ME45 vereint Outdoor-Qualitäten mit fortschrittlichster Multimedia-Technologie. Das neue Handy soll darüber hinaus durch sein sportlich robustes Design beeindrucken. Zusätzlich zum verbesserten Schutz gegen Wasser und Staub besitzt das neue Outdoor-Handy optimierte Shock-Resistance-Eigenschaften. Außerdem verfügt es über eine Vielzahl von Multimedia-Features, wie zum Beispiel eine integrierte VGA-Kamera, mit der man sowohl Bilder als auch Videos machen kann. Ein weiteres neues Handy von Siemens mobile auf der diesjährigen CeBIT kombiniert Business-Tauglichkeit mit Freizeitspaß. Dieses

Mobiltelefon setzt Maßstäbe durch die ungewöhnliche Kombination intelligenter Business-Tools mit state-of-the-art Ausstattung in noblem Design. Darüber hinaus stellt Siemens mobile sein aktuelles MMS-Handy in der Einsteigerklasse vor. Der Neuling im ansprechenden Design ist nach Angaben des Herstellers mit integrierter Kamera und allem, was der Benutzer von einem guten Standard-MMS-Phone heute erwarten darf, ausgerüstet.

Schnurlose Produkte

Mit vier Neuvorstellungen will Siemens mobile auf der CeBIT seine Marktführerschaft im Bereich Cordless Products bestätigen. Highlight ist in diesem Jahr das weltweit erste Schnurlostelefon mit integrierter Kamera und MMS-Funktionalität. Es bietet erstmals die Möglichkeit, mit einem Festnetztelefon wichtige Momente im Bild festzuhalten und direkt an Freunde und Familie zu verschicken. Das neue Telefon mit MMS-Funktionalität gibt es als ISDN-Telefon Gigaset SLX740isdn und als Gigaset SL740 für den Analoganschluß. Beide Geräte verfügen über ein hochauflösendes Farbdisplay und unterstützen die Anruferanzeige mit Bild (Picture CLIP). Neben einer intuitiven, Icon-gestützten Menüführung bie-

ten die neuen Spitzenmodelle auch polyphone Klingeltöne. Bild- und Textnachrichten lassen sich nun im Festnetz so einfach versenden und empfangen wie mit dem Handy.

Mit der im Mobilteil des Siemens-Telefons eingebauten Digitalkamera kann der Anwender wichtige Momente seines Lebens im Bild festhalten. Auch eigene Tonaufnahmen von maximal 30 Sekunden Länge speichern die neuen Gigasets. Für einen Fotogruß an Freunde und Verwandte las-



sen sich die Bilder und Töne dann ganz einfach als MMS über das Festnetz verschicken.

Die Bedienung der MMS-Funktionen ist einer Pressemitteilung zufolge intuitiv und einfach. Für Multimedia-Inhalte steht ein großzügiger Speicher von einem Megabyte zur Verfügung. Das große Display des Schnurlostelefons

bringt die eigenen Fotos sowie empfangene Bild- und Textnachrichten mit einer Auflösung von 128 x 128 Pixeln in 4.096 Farben zur Geltung. Die Gigasets SLX740isdn und SL740 sind auf bis zu sechs Mobilteile erweiterbar. Im eingebauten Telefonbuch des Gigaset SLX740isdn/SL740 finden rund 200 Einträge Platz. Zu jedem Eintrag kann neben einer speziellen Klingelmelodie auch ein individuelles Foto hinterlegt werden. Wenn das Telefon läutet, erscheint das gespeicherte Bild des Teilnehmers im Display (Picture CLIP). Das Gigaset SLX740isdn und das

Gigaset SL740 bieten nicht nur High-End-Technik, 16-stimmige polyphone Klingel-melodien und eine komfortable, Icon-gestützte Menüführung. Sie erlauben auch einen Datenabgleich über die Siemens Datasuite mit dem PC. Per Datenkabel (im Lieferumfang enthalten) lassen sich Kontakte und Termine aus Outlook auf das Schnurlostelefon übertragen. Der Benutzer kann außerdem Telefonbucheinträge bearbeiten, zusätzliche Anrufmelodien laden oder gespeicherte Bild- und Audiodateien verwalten.

Äußerlich unterstreichen harmonische Linien und klare Formen

das Design und die Eleganz der neuen Gigasets. Beide Modelle gibt es ab Mai 2004 in der Farbe Titanium.

Die unverbindliche Preisempfehlung für das Gigaset SLX740isdn lautet 229,95 Euro, die für das Gigaset SL740 199,95 Euro, die für ein zusätzliches Mobilteil SL74 inklusive Ladeschale 169,95 Euro. Dieses ist auch kompatibel zu den Gigasets C100, SL 100 sowie allen aktuellen ISDN-Modellen und erweitert so die bestehende Ausstattung um Kamera, MMS und Picture-CLIP.

Innovationen/Studien

Im Bereich Innovationen/Studien demonstriert Siemens mobile erstmals ein Triband-Handy mit allen Features eines Standard-Telefons in der außergewöhnlichen Form eines Stiftes. Das PenPhone bietet die Möglichkeit, auf jeder beliebigen Unterlage virtuell Telefonnummern zu schreiben und diese somit einzugeben. Die integrierte Schrifterkennung des PenPhones interpretiert die Handbewegung als geschriebenes Wort und übersetzt diese direkt in den SMS Editor. 140 Millimeter lang und 19 Millimeter im Durchmesser soll „der Stift“ Maßstäbe in Sachen Miniaturisierung und Komfort in der mobilen Kommunikation setzen. Ob das PenPhone in Serie gefertigt wird, stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest.

Siemens mobile hat das Mobiltelefon-Portfolio schon vor der CeBIT mit den beiden Kamerahandys CF62 und CX65 ausgebaut

„Reduziertes Design, vielseitiger Inhalt“ – das ist das Motto des CF62 von Siemens mobile. Äußerlich wirkt das neue GPRS-Klapp-Handy mit klaren Linien, blau leuchtendem Außendisplay und bügel-förmiger Antenne für sich, innen

dominieren ein 130 x 130 Pixel großes CSTN-Display mit 65.535 Farben sowie zahlreiche Anwendungen, zu denen MMS, Java und eine Freisprechfunktion gehören. Zahlreiche Organizer-Anwendungen (Kalender mit Tages-, Wochen- und Monatsansicht, Taschen- und Währungsrechner und Erinnerungsfunktion), SMS, EMS und MMS gehören ebenfalls zur Ausstattung.

Das Herunterladen von neuen Logos, Melodien, Hintergrundbildern sowie Java-Programmen geht dank PRS Klasse 10 schnell vonstatten. Polyphone Klingeltöne und Spiele runden die Ausstattung ab. Das neue Siemens CF 62 hat die Maße 82 x 45 x 22 mm. Es kommt im zweiten Quartal in den Handel, ist in den Farben „Cool Grey“ und „Cool Cashmere“ zu haben und im unteren Preissegment angesiedelt.



Zu einem laut Hersteller besonders günstigen Preis-/Leistungsverhältnis bringt Siemens mobile sein neuestes Multimedia-Handy auf den Markt: Das CX65 wartet nicht nur mit einem neunzeiligen, 132 x 176 Pixel großen Display mit über 65.000 Farben sowie einer VGA-Digitalkamera auf, sondern ebenso mit einer Videofunktion. Während Java, MMS und E-Mail bereits zu seinen Standards zählen, läßt

sich dieses Triband-Handy durch den ansteckbaren Blitz IFL-600 aufrüsten, um so auch Fotos in unzureichendem Umgebungslicht zu ermöglichen. Alle Fotos und Videos lassen sich als MMS oder E-Mail versenden. Für Foto-Fans hält das CX65 weiterhin ein Album zum Ablegen der Fotos sowie einen Editor bereit. Das aufsteckbare Blitzgerät wird aktiv, sobald es mit dem Handy verbunden ist. Es läßt sich in die gewünschte Richtung drehen, vermeidet den Effekt roter Augen und lädt automatisch nach.

Zahlreiche Animationen und Hintergrundbilder, die sich mit dem Fünf-Wege-Joystick bequem bedienen lassen, gehören ebenso zu den Ausstattungsmerkmalen wie die animierten Charaktere, die dem Benutzer als freundliche Helfer beim Herun-



terladen von Klingeltönen, Logos und Spielen zur Seite stehen. Java, GPRS Klasse 10, WAP 2.0 und ein bis zu elf Megabyte großer dynamischer Speicher runden die Ausstattung ab. Als Zubehör gibt es neben dem ansteckbaren Blitz austauschbare Oberschalen, ein Car Kit, ein Headset sowie Datenkabel, Ladegeräte und Taschen.



Samsung baut die Handelsunterstützung aus

„Unser Starlights Händlerprogramm ist im vergangenen Jahr zu einem großen Erfolg geworden. Und auch die anderen Maßnahmen zur Unterstützung des Handels, vor allem die Samsung Trainings und die Starlights Partner Promotion Tour, haben die in sie gesetzten Erwartungen übertroffen.“ Tobias Müller, Channel Marketing Assistant bei der Samsung Electronics GmbH, zog im Gespräch mit PoS-MAIL eine positive Bilanz für das Jahr 2003.

Das Starlights Programm belohnt Händler, die sich für Tk-Produkte des koreanischen Herstellers einsetzen und sich für das Bonusprogramm angemeldet haben: Mit dem Eintrag der IMEI-Nummer eines verkauften Samsung Handys im Partner Lounge Reporting System im Internet erhält der Händler Euro-Credits und PoS-Punkte. Diese kann er gegen Einkaufsgutscheine und Erlebniswochenenden oder unterschiedlichste Werbemittel und Verkaufsförderungsmaßnahmen umtauschen.

„In den ersten Monaten nach der Einführung des Starlights Programms hat es den ein oder an-

Vorgang begonnen werden“, erläuterte Müller. „Die Mehrfacheingabe vereinfacht den Prozeßablauf und spart Samsung Händlern deutlich Zeit.“ Auch das Angebot an Werbe- und Vkf-Materialien, die gegen Bonuspunkte eingelöst werden können, soll ausgebaut werden. Unter anderem werden Streuartikel das Angebot erweitern. „Auch hier setzen wir einen Wunsch unserer Handelspartner um“, meinte Müller. Schließlich wird auch die Möglichkeit ausgebaut, Statuspunkte zu sammeln. So wächst beispielsweise das Punktekonto von Händlern, die an den Schulungen der Starlights Online Business Academy teilnehmen.

Die Online-Schulung stellt ebenfalls eine Erweiterung der Unter-

stützungsmaßnahmen für die Händler dar. Die einzelnen Teile der Schulungen werden sich mit



Registrierte Händler können sich über Inhalte und Abläufe der Starlights Programme im Internet informieren. Zur CeBIT wird auch die aktuelle Seite für das Jahr 2004 freigeschaltet sein.

des Trucks wird sich laut Müller mit neuen, verbrauchergerechten Motiven zeigen, im Inneren werden wieder alle aktuellen Mobilfunkgeräte und Samsung Funclub Terminals für die Besucher zum Ausprobieren zur Verfügung stehen. Mit dem Truck unterwegs sind vier Promotoren, eine Multimediaanlage und eine Bühne, die die notwendige Aufmerksamkeit erzeugen sollen.

Händler, die das Event-Mobil für ihre Verkaufsaktivitäten einsetzen wollen, müssen verschiedene Kriterien erfüllen. So muß eine sehr hohe Endkundenresonanz garantiert (bzw. zumindest zu erwarten) sein. „Wir stellen uns hier zum Beispiel die Beteiligung des Händlers an großen Publikumsveranstaltungen wie Stadtfesten,

Starlights Programm startet in Runde zwei

Unternehmens wurde ebenfalls ein professionelles Trainingskonzept entwickelt. Bei diesem wird das inhaltliche Spektrum (Unternehmen, Geräte, Technologien) um einen großen Schulungspart mit speziellen, für den Vertriebspartner relevanten Themen erweitert. Geplant sind in diesem Jahr mindestens 50 Schulungstage. „Die exakten Inhalte stehen noch nicht fest und orientieren sich kurzfristig an den Vorstellungen der Vertriebspartner“, so Müller. „Diese wollen wir zum einen mit

Blick auf den Markt möglichst aktuell und flexibel gestalten, zum anderen sollen die Vertriebspartner selbst aussuchen können, wer an den Trainings teilnimmt. Und eine Schulung, die auf die individuellen Bedürfnisse von Technikern zugeschnitten ist, sieht nun einmal anders aus als eine Schulung für Verkäufer.“

Auch die Starlights Partner Promotion Tour, oder kurz Samsung Truck Tour, soll in diesem Jahr wieder das Geschäft der Handelspartner ankurbeln. Das Äußere

Sportereignissen oder kulturelle Events vor“, so Müller. Darüber hinaus müsse der Händler, damit sich der Aufwand für beide Seiten lohne, eine Zielvereinbarung abschließen. Müller: „Samsung unterstützt seine Partner bei der Suche nach dem günstigsten Termin und den geeigneten Marketingmaßnahmen und versucht im Rahmen der Möglichkeiten, spezielle Angebote für das Event bereitzustellen, die dem Händler das Erreichen der Zielvereinbarung ermöglichen.“ Herbert Päge



Die intensive Auseinandersetzung mit Ausstattungsmerkmalen und Möglichkeiten neuer Samsung Produkte ist selbstverständlicher Bestandteil der Schulungen.

deren Stolperstein gegeben – so wie es immer passiert, wenn man etwas derartig Komplexes startet“, räumte Müller ein. „Aber dank eines intensiven Austausches mit unseren Handelspartnern haben wir diese Kritikpunkte erkannt und Lösungen zu deren Beseitigung gefunden. Das Starlights Programm 2004 wird für den Handel noch attraktiver sein und mit erheblichen Verbesserungen sowie deutlich vereinfachter Handhabung in Runde zwei starten.“ So wird in diesem Jahr die Mehrfacheingabe von IMEI-Nummern möglich sein. „Bislang mußte für jede Eingabe ein komplett neuer

dem Unternehmen Samsung, dessen mobilen Endgeräten und den Mobilfunktechnologien allgemein beschäftigen. Durch regelmäßige Teilnahme und nach erfolgreicher Beantwortung der Fragen des Abschlußquiz haben sich die Händler als zertifizierte Samsung Partner qualifiziert – gleichzeitig werden ihnen Statuspunkte gutgeschrieben. „Wir planen, über dieses Angebot alle Starlights Partner zu schulen und werden, um die Teilnahme attraktiv zu halten, die Inhalte den aktuellen Marktentwicklungen entsprechend ständig weiterentwickeln“, erklärte Müller. Für wichtige Vertriebspartner des

„Wir wollen im Jahr 2004 die größtmögliche Zahl der Points of Sale erreichen“

Das Starlights Händlerprogramm ist zwar ein wichtiger, jedoch eben nur ein Teil eines kompletten Marketingkonzeptes, mit dem Samsung in diesem Jahr in Deutschland seine Marktposition weiter verbessern will. „Auf dem Handymarkt setzt Samsung seit Jahren mit innovativem Design, integrierten Kameralösungen, Farbdisplays in hochwertiger Technologie und bester Soundqualität immer wieder neue Maßstäbe“, betonte Alexandra Zaddach, Mitarbeiterin im Produktmarketing der Wireless Communications Division bei Samsung Electronics, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Dennoch sehen wir in Sachen

Markenbekanntheit Potential für die Marke Samsung beim Endverbraucher.“ Dies soll im Laufe des Jahres genutzt werden. „Wir wollen das hohe Image der Marke Samsung, das immer wieder in Verbindung mit Qualität, Innovation und Design genannt wird, weiter etablieren und ausbauen“, so Zaddach. Zu den wichtigsten Instrumenten, mit denen diese selbstgesteckte Vorgabe erreicht werden soll, zählt der Ausbau der Präsenz am Point of Sale. Zaddach: „Wir haben die Meßlatte für uns selbst sehr hoch gelegt und wollen in diesem Jahr eine größtmögliche Abdeckung am PoS erzielen.“ Zur Imagesteigerung sollen nicht

zuletzt die Geräte Neuheiten beitragen, die Samsung in diesem Jahr einführen wird. „Schon zur CeBIT kommen einige sehr interessante Produkte auf den Markt“, meinte Zaddach, „die im Laufe des Jahres durch weitere Highlights ergänzt werden.“ Der Schwerpunkt wird auf dem Premiumsegment liegen, wobei die Themen UMTS und integrierte Megapixelkameras im Jahr 2004 ebenfalls eine Rolle einnehmen und dem Handel nach Zaddachs Worten gegen Ende des Jahres ein weiteres Argument für das Verkaufsgespräch am Point of Sale bringen werden.

T-Online präsentiert Tarife für neue T-DSL Varianten

Mehr Leistung zum selben Preis bieten die T-Online Zugangstarife für die neuen T-DSL Varianten von T-Com (1000, 2000, 3000). Alle minuten- und volumenbasierten Tarife von T-Online können uneingeschränkt mit allen neuen Anschlußvarianten von T-Com kombiniert werden. Die monatlichen Grundpreise der T-Online Tarife ändern sich durch die neuen Anschlußvarianten für T-DSL nicht. Eine interessante Erhöhung der Übertragungsgeschwindigkeit der T-DSL Anschlüsse sind die Flatrate-Angebote von T-Online. Der Tarif T-Online dsl flat (bislang für 768 kbit/s) gilt künftig in Verbindung mit T-DSL 1000. T-Online dsl flat 1500 (bislang 1536 kbit/s) ist mit dem neuen Anschluß T-DSL 2000 kombinierbar. Ein Angebot für den Anschluß T-DSL 3000 wird derzeit vorbereitet. Wer überwiegend an Wochenenden im Internet surft, kann sich für den Tarif T-Online dsl surftime weekend in Verbindung mit T-DSL 1000 entscheiden.

debitel gleicht Portfolio an die aktuellen E-Plus Tarife an

Zum 1. März hat die debitel AG ihr Tarifportfolio an das von E-Plus zeitgleich durchgeführte Tarif-Refreshment angepaßt. Das führte zu einigen Neuheiten: Zusätzlich zum debitel Tarif Privat Plus wird es künftig den Privat Plus inklusive Option+ geben, mit dem Kunden schon ab drei Cent ins deutsche Festnetz telefonieren können. Der neue Tarif hat einen Monatsgrundpreis von 4,95 Euro. Wie bei allen debitel-Tarifen üblich beginnt die Wochenendzeit auch beim Privat Plus inklusive Option+ bereits Freitags um 20.00 Uhr. Die debitel Tarife Professional S, M und XL unterscheiden sich ab sofort von den bisherigen Professional-Tarifen dahingehend, daß Kunden rund um die Uhr für nur drei Cent ins deutsche Festnetz tele-

fonieren. Der Monatsgrundpreis für den Professional S beträgt zehn Euro, für den Professional M 17 Euro und der Professional XL ist für 25 Euro erhältlich. Die bisherigen Aktions Time & More-Tarife, die bis zum 29. Februar befristet waren, werden jetzt als debitel Time & More 20/60/120/240 inklusive 1.000+ -Tarife dauerhaft angeboten. Die Tarife Time & More inklusive 1000+ enthalten monatlich im Zeitraum von Samstag 0.00 Uhr bis Sonntag 24.00 Uhr 1.000 Freiminuten, gültig für Gespräche ins deutsche Festnetz, für netzinterne Gespräche und Anrufe zur Mailbox. Im Vergleich zu den jeweiligen Time & More-Tarifen, die weiterhin angeboten werden, haben die Tarife Time & More inklusive 1000+ einen fünf Euro höheren Monatsgrundpreis.

T-Mobile senkt zu Ostern die internationalen Roamingpreise

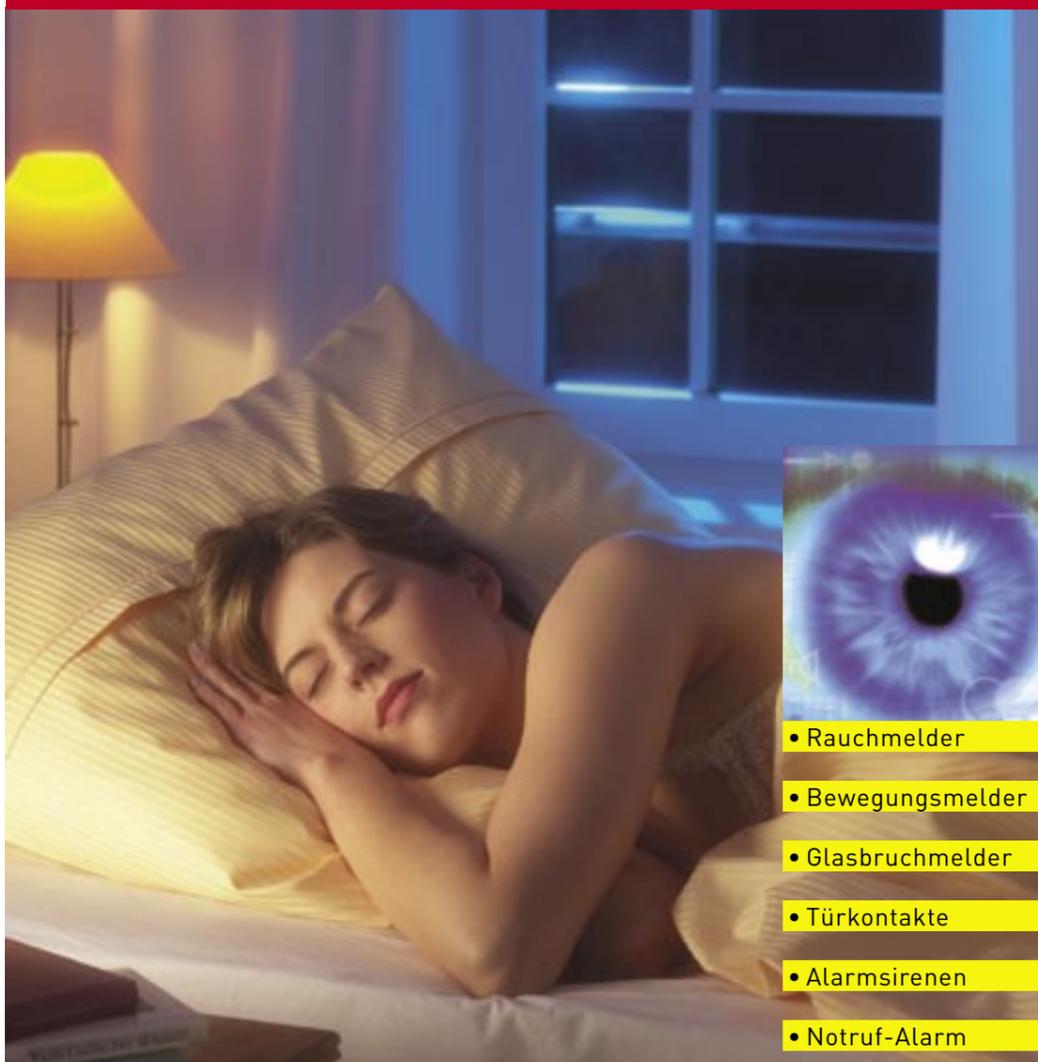
T-Mobile bietet spezielle Preissenkungen zu Ostern von bis zu 33 Prozent auf seine internationalen Roaming-Preise für Kunden, die aus dem Ausland zu Hause anrufen. Die Sonderaktion läuft noch bis 30. April und ist vor allem für Kunden von Nutzen, die rund um die Osterfeiertage verreisen. Die Rabatte gelten für Vertragskunden von T-Mobile in Deutschland, Österreich, Tschechien und in Großbritannien, die innerhalb Europas und in den USA unterwegs sind. Das Roaming-Angebot von T-Mobile folgt nach eigenen Angaben dem Wunsch der Kunden nach attraktiver Preisgestaltung und besserem Service. In Österreich und Deutschland können Kunden für einen Bereitstellungspreis von 4,95 Euro jederzeit Gespräche aus dem Ausland zu einem Minutenfestpreis von 59 Cent in ihre Heimatländer führen. Ortsgespräche innerhalb des Ziellandes werden zu demselben ermäßigten Preis abgerechnet. Kunden können mit dieser neuen Roaming-Aktion, die unabhängig vom jeweiligen Netz in den meisten europäischen Ländern gilt, bis zu einem Drittel sparen. Um das Angebot zu aktivieren, genügt ein kostenloser Anruf im ServiceCenter von T-Mobile.

Dangaard Telecom präsentiert auf der CeBIT hochspezialisierte Lösungen für den POS

Der Value Adding Distributor Dangaard Telecom präsentiert auf der CeBIT hochspezialisierte Services aus den Bereichen Value Added Distribution, After Sales und Logistik. In Halle 12 zeigt das Unternehmen unter anderem neue Smartphones mit intelligenten Softwarelösungen, die Weiterentwicklung des Original Accessories Partnership Konzepts (OAP) sowie Dienste rund um den Bereich After Sales. Dangaard Telecom stellt auf der CeBIT 2004 außerdem erstmals ihr neu eingeführtes Fachhandelskonzept „MaxiMumm!“ vor. Das Mehrwertprogramm ist speziell auf die Ansprüche des Fachhandels zugeschnitten. Die Vorteile reichen von langen Zahlungszielen über bevorzugte Warenauslieferung bis hin zu Schulungen und Sonderverkaufsaktionen. Bereits im Jahr 2003 stellte das Unternehmen seine neue lukrative Idee zur Vermarktung von Originalzubehör vor. In der Zwischenzeit haben sich bereits über 500 Händler dem Konzept OAP angeschlossen. „Das Konzept wurde vom Handel sehr gut angenommen. Wir haben viel positives Feedback erhalten und einige Dinge zwischenzeitlich optimieren können. So sind wir in diesem Jahr in der Lage, auf der CeBIT eine weiterentwickelte Lösung zu präsentieren, die auf Praxiserfahrungen beruht und den Bedürfnissen des Handels optimal angepaßt ist“, so Michael Möller, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany. Neben der Präsentation neuer Konzepte hält die Dangaard Telecom erneut attraktive Messeangebote aus den Bereichen Mobilfunkgeräte und -zubehör für ihre Partner bereit. Zudem erwartet die Messebesucher jeden Abend zwischen 17:00 und 18:00 Uhr eine happy hour, die jeweils unter einem ganz speziellen Motto steht wie z. B. Fußball, Golf oder Wellness. Natürlich darf bei einem Unternehmen wie der Dangaard Telecom, die ihren Ursprung in Dänemark hat, ein „dänischer Abend“ mit Frikost und Gammel Dansk nicht fehlen. Nach alter Tradition gibt es bei Dangaard auch in diesem Jahr wieder täglich für einen Besucher des Messestandes ein Wohlfühl-Wochenende für zwei Personen zu gewinnen.

Mit Sicherheit AGFEO

SECURITY-Line: drahtlose Sicherheit, Kontrolle & Schaltung



- Rauchmelder
- Bewegungsmelder
- Glasbruchmelder
- Türkontakte
- Alarmsirenen
- Notruf-Alarm
- Ein-/Ausschalter

Ein spezieller AGFEO Wireless-Alarm-Controller mit serieller Schnittstelle für die **AGFEO AS 181, AS 1x, AS 2x, AS 3x, AS 40P, AS 4000** und **AS 100 IT** ermöglicht die Kombination dieser Telefon-Anlagen mit verschiedenen Funkmeldern.

- Sicherheit und persönlicher Schutz
- Kontrollfunktionen
- Ferngesteuerte Schaltungen

AGFEO SECURITY-Line:
Mit Sicherheit mehr als nur telefonieren.



Noch Fragen?
Info-Line: 0700 CALL AGFEO
(0700 2 255 24336)
Fax: 0521/447 09-98 555

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

Erstes Quad-Band-Handy mit Push-to-talk-Funktion

„2004 wird ein Motorola Jahr“

„Wir wissen, daß wir Nachholbedarf hatten, aber das ist vorbei. Wir waren niemals besser aufgestellt als jetzt. Ich bin mir sicher, daß das Jahr 2004 ein Motorola Jahr wird.“ Ralf Gerbershagen, Geschäftsbereichsleiter Mobiltelefone bei der Motorola GmbH, sprühte bei der Vorstellung der CeBIT-Neuheiten des Unternehmens in Frankfurt vor Optimismus. Grund zur Freude biete vor allem der hervorragende Start ins neue Jahr. „Unsere Auftragsbücher sind voll“, so Gerbershagen. „Das bestätigt, daß wir das richtige Portfolio anbieten können.“

Partner bei der Vermarktung der Motorola Geräte sind auf der einen Seite Netzbetreiber und Service Provider, deren Gewicht bei der Entscheidung des Verbrauchers für oder gegen ein bestimmtes Gerät jedoch abnehmen werde. Motorola Geräte hätten technologisch einen Quantensprung vollzogen, meinte Gerbershagen. Und da die überwiegende Zahl der Kaufentscheidungen am Point of Sale getroffen werde, steige auf der anderen Seite wieder die Bedeutung des Handels. „Waren vor einiger Zeit Tarife am wichtigsten, so erleben wir jetzt eine Renais-

Informationen zu Motorola Produkten profitieren. „Wir werden unseren Handelspartnern beweisen, daß es sich bei Motorola Produkten um einfache, bedienungsfreundliche und gut ausgestattete



Volker Häbel

Geräte handelt, die sich am PoS sehr leicht verkaufen lassen“, so Häbel. „Wir werden mit den Marketingmaßnahmen und der Zuverlässigkeit unserer Geräte für hohe Glaubwürdigkeit am PoS sorgen.“ Für einen erfolgreichen Geschäftsverlauf soll auch eine umfangreiche Erweiterung des Portfolios sorgen. Push-to-talk (siehe Kasten rechts) und UMTS werden dabei wichtige Schlagworte sein. Darüber hinaus sollen neue Trends bei Design und Entertainment auch jüngere Nutzer vermehrt für die Marke Motorola begeistern.

Push-to-talk: Motorola V400p

Zu den Neuheiten, die Motorola auf der CeBIT vorstellt, gehört das V400p. Bei diesem Gerät handelt es sich nach Angaben des Herstellers um das derzeit einzige GSM-push-to-talk (PTT) Handy, das wegen seiner Quad-Band-Netzabdeckung mittels PTT-Taste weltweit den Kontakt zu anderen PTT-Anwendern herstellt. Zu den weiteren Features gehören ein Farbdisplay, MMS, eine integrierte VGA-Digitalkamera und eine Frei-

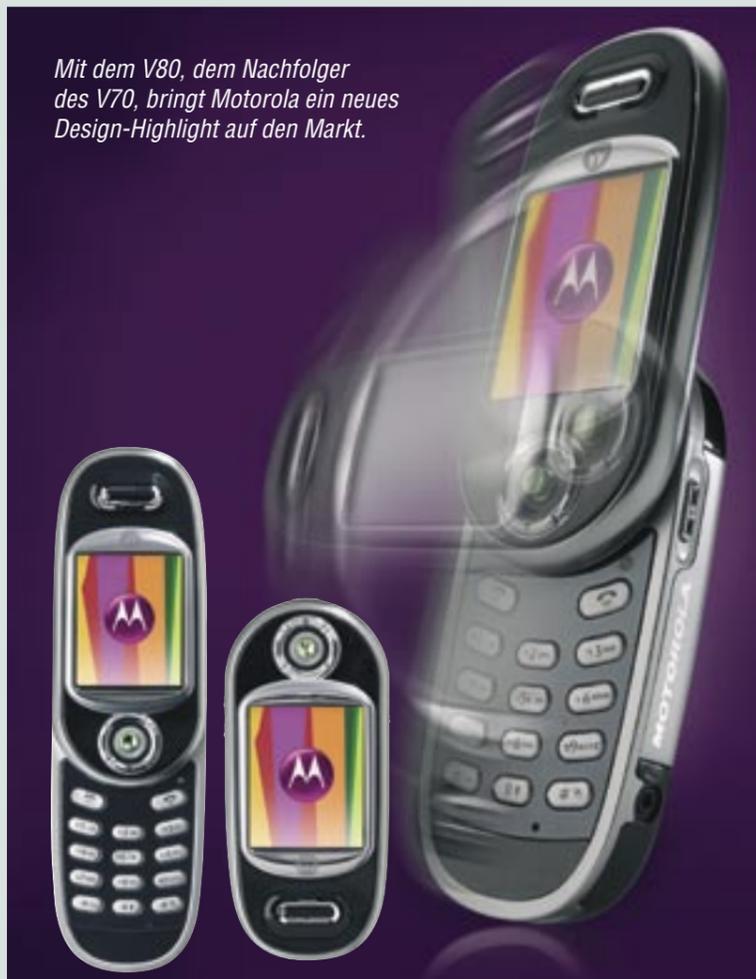
sprechereinrichtung, Java, PIM-Funktionalität sowie Musikklingeltöne im MP3-Format.

Design-Highlight: Motorola V80

Mit dem V80, dem Nachfolger des V70, bringt Motorola ein neues Design-Highlight auf den Markt. Nicht klappen oder schieben, sondern drehen heißt es hier, will der Benutzer die Tastatur des Gerätes freilegen: Per Fingerschnipp bewegt sich das große Display um 90 oder 180 Grad zur Seite (nach oben) und gibt so die darunter liegende Tastatur frei. Eine pulsierende Beleuchtung am Geräteband variiert automatisch entsprechend der Umgebungsgeräusche. Zu den Ausstattungsmerkmalen des V80 gehören Bluetooth, MMS, E-Mail-Client, VGA-Kamera, Tri-Band-Funktion, polyphoner Lautsprecher, USB-Schnittstelle und ein dynamischer Speicher mit 5 MB Kapazität. Das V80 rangiert im oberen Preisbereich.

Neue mobile Dimension: Motorola A835

Den Zugang zu den neuen UMTS-Netzwerken öffnet Motorola mit dem A835, dem Nachfolger des weltweit ersten UMTS-Handys A830. Wichtigstes Kennzeichen des Gerätes sind seine umfangreichen Messaging-Funktionen, zu denen unter anderem Zwei-Wege-



Mit dem V80, dem Nachfolger des V70, bringt Motorola ein neues Design-Highlight auf den Markt.

Videokonferenzen, MMS, EMS und Enhanced Wireless gehören. Weiterhin ist das A835 mit einem 65.000-Farben-Display, Internet-Browser, Bluetooth-, Infrarot- und Datenschnittstelle sowie Java ausgestattet. Ebenfalls zur Standardausstattung gehört das Assisted Global Positioning System (A-GPS), das jederzeit rund um den Globus den richtigen Weg anzeigt.

Edles Tri-Band: Motorola V220

Edel, aber bezahlbar, so charakterisiert Motorola das neue V220. Das Triband-GPRS-Modell ist unter anderem mit einer VGA-Kamera mit Digitalzoom und einem großen Display mit über 65.000 Farben ausgestattet. Es bietet weiterhin Java, Sprachwahl, MMS, EMS, Midi- und MP3-Klingeltöne, einen integrierten, 1,8 MB großen, dynamischen Speicher und eine Datenschnittstelle (Mini-USB, Sync-ML). Soweit nur einige der Neuheiten. Weitere neue Motorola Handys und Zubehör stellen wir an anderer Stelle in dieser Ausgabe vor.

Mit Push-to-talk auf Knopfdruck per Handy verbunden

Push-to-talk heißt eine neue Sprachanwendung für Mobiltelefone, die für die Nutzer einen weiteren Komfortschritt bedeutet und dem Handel ein neues Argument für den Verkauf entsprechend ausgestatteter Handys bietet. Der Service vereint Handy und Walkie-Talkie: Ein Tastendruck reicht aus, um mit einer Einzelperson oder einer ganzen vordefinierten Gruppe sofort im Gespräch zu sein. Bedingung dazu ist, daß die Teilnehmer sich in einem Gebiet mit GPRS- oder UMTS-Versorgung befinden. Denn beide Mobilfunkstandards sorgen für eine permanente Internet-Verbindung (und darüber hinaus zu anderen Gesprächspartnern). Das Wählen und der manchmal zeitraubende Aufbau einer Funkverbindung entfallen. Um erkennen zu können, welcher der definierten Gesprächspartner im Netz gesprächsbereit ist, besitzen Push-to-Talk-Geräte einen Anwesenheitsanzeiger. Mit Push-to-talk werden mobile Gespräche über das Internet (Voice over IP) möglich. Dazu wird die Sprache digitalisiert und in Datenpakete zerlegt, die über GPRS- oder UMTS-Netze an eine IP-Adresse geschickt werden, die dem jeweiligen Gesprächspartner vorab zugewiesen wurde. Der Datentransfer erfolgt im Halb-Duplex-Verfahren, das die Sprachsignale an einen oder mehrere Empfänger weitergibt. Sprechen kann jeweils nur eine Person.



Ralf Gerbershagen

sance des Gerätes. Nicht der Netzbetreiber entscheidet derzeit darüber, für oder gegen welches Handy sich der Kunde entscheidet, sondern das Gerät selbst.“

Vor diesem Hintergrund fokussiere Motorola seine Aktivitäten in diesem Jahr klar auf den Handel. Gerbershagen: „Wir wollen unseren Partnern im Tk-Handel zeigen, wieviel Spaß es machen kann, mit uns Geschäfte zu machen.“

Um das Ziel zu erreichen, werden die Marketingausgaben in diesem Jahr deutlich gesteigert, kündigte Motorola Vertriebsleiter Volker Häbel an. Neben den üblichen Werbe- und Verkaufunterstützungsmaßnahmen soll der Handel dabei vor allem von Schulungen, Trainings und einer Fülle von



Das Klappenhandy V220, das Push-to-talk-Modell V400p und das UMTS-Gerät A835 (v. l.) stehen beispielhaft für die breite Palette an neuen Geräten, die Motorola in den kommenden Wochen und Monaten in Deutschland auf den Markt bringen wird.

POS **Aktuell**

Mobile Alliance führt erste länderübergreifende Angebote ein

Die im Oktober 2003 geschlossene Mobile Alliance zwischen neun europäischen Mobilfunkanbietern hat erste länderübergreifende Angebote wie GPRS-, MMS-Roaming und einheitliche Shortcodes eingeführt. Diese und zukünftige Dienste vermarkten die Mitglieder der Allianz in Zukunft unter dem Brand „Starmap Mobile Alliance“. Einige Mitgliedsunternehmen haben bereits länderübergreifende Tarife eingeführt, die auf Geschäftskunden zugeschnitten sind. In Deutschland können Unternehmenskunden in einem Trial diese Tarife bereits nutzen. Noch im Sommer werden alle Kunden von O₂ Germany eine Starmap Tarifoption wählen können.

Die Allianz arbeitet bereits an einem vereinheitlichten Servicelevel. Darüber hinaus entwickeln die Mitglieder gemeinsam 3G-Endgeräte. Namen und Logo der Starmap Mobile Alliance werden die Mitgliedsländer stufenweise einführen und gegenüber Kunden und Lieferanten einsetzen. So können die Unternehmen bisher regionale Dienste zu länderübergreifenden Services unter einem Brand ausbauen.

Derzeit besteht die Starmap Mobile Alliance aus neun Mitgliedern: Amena (Spanien), O₂ (Deutschland, Großbritannien und Irland), One (Österreich), Pannon GSM (Ungarn), Sunrise (Schweiz), Telenor Mobil (Norwegen) und Wind (Italien), die zusammen mehr als 41 Millionen Kunden erreichen.

Cullmann zeigt neue Konzepte und Lösungen für die Navigation

Mit verschiedenen Konzepten und Lösungen, die das Unternehmen auf der diesjährigen CeBIT als Designstudien präsentieren wird, will Cullmann neue Wege in der Navigation gehen. Die neue kabellose Universal-Freisprechanlage variocom mit GPS-Antennenanschluß und ein Smartphone bilden die Plattform für eine dieser Studien. Einfacher Einbau, saubere und perfekte Integration ins Fahrzeug und die Anbindung an die Bordelektronik sind nach Angaben des Herstellers die wesentlichen Unterscheidungsmerkmale zu herkömmlichen Navigationssystemen. Mit der Nutzung der im Fahrzeug befindlichen Audioanlage für die Sprachansagen, der Stromversorgung des Mobiltelefons und der externen GPS-Antenne sei dieses professionelle Navigationssystem in Verbindung mit einer Komfort-Freisprechanlage eine absolute Novität, hieß es. Das System ist providerunabhängig und somit offen für die unterschiedlichsten Softwarelösungen. Die modulare Konzeption macht dieses universelle System äußerst preiswert und flexibel.

Ganz ohne Montageaufwand kommt eine weitere Navigationslösung aus. Ebenso wie die Navigation für den Festeinbau ent-

spricht diese dem Standard der Autoindustrie und integriert sich harmonisch ins Fahrzeug. Das flexible System, das als Plug-In-Navigation vorgestellt wird, ist für den universellen Einsatz in verschiedenen Fahrzeugen geeignet. GPS-Antenne und -Empfänger sowie die Stromversorgung für das Akkuladen des Mobiltelefons und den GPS-Empfänger sind in dieser Lösung integriert. Wie beim Festeinbau kann auch dieses System mit einem Smartphone providerunabhängig mit unterschiedlichen Softwarelösungen für die Navigation im Fahrzeug eingesetzt werden.

Darüber hinaus stellt Cullmann auf der CeBIT die Adapterneuheiten für seine Freisprechanlagen vor, wie beispielsweise die neue 65er Serie von Siemens, und informiert über die neueste Entwicklung der sprachgesteuerten Anlage variocom VC3 voice control und Bluetooth Anbindungen.

Während der CeBIT bietet Cullmann im Rahmen einer Testaktion die VC3 zum Kennenlernpreis von 67 Euro bzw. 99 Euro an. Den Preis von 67 erhält der Fachhändler, wenn er Cullmann auf dem CeBIT Messestand in Hannover besucht. Die Ersparnis von 32 Euro entspricht der Tageskarte im Vorverkauf für den Messebesuch. Mit dem Preis will das Unternehmen dem Fachhändler die Möglichkeit bieten, die Freisprechanlage persönlich zu testen.

O₂ mit neuen Tarifen für Kunden, die kein Handy wollen

O₂ Germany bietet ab sofort neue Tarifmöglichkeiten für O₂ Genion. Kunden, die ihr bisheriges Handy weiter nutzen wollen, erhalten O₂ Genion jetzt für 4,95 Euro monatlich. Bei O₂ Genion Duo telefoniert der Kunde jetzt für eine Grundgebühr von 14,90 Euro monatlich mit seinem Partner. Für diejenigen, der zwei hochwertige Handys und günstige Partner-Gespräche möchte, steht die Option offen, zwei O₂ Genion Verträge für je 9,95 Euro monatlich abzuschließen. Bei allen Tarifen bleiben die Genion-Vorteile freie Homezone-Wahl, kostenlose Mailboxabfrage in der Homezone sowie eine zusätzliche Festnetznummer bestehen. O₂ Genion ohne Handy richtet sich an Kunden, die ihr Handy weiter verwenden möchten. Sie zahlen dafür eine monatliche Grundgebühr von 4,95 Euro ohne Mindestumsatz. Im Vergleich zum bisherigen Tarif O₂ Genion reduziert sich diese um fünf Euro.

Bei O₂ Genion Duo erhält der Kunde bei Vertragsabschluß zwei SIM-Karten – eine im Tarif O₂ Genion und eine im Tarif O₂ Genion ohne Handy – zum Preis von monatlich 14,90 Euro. Beide Karten können jeweils individuell eingerichtet werden. Darüber hinaus kosten die Gespräche zwischen den Partnern sieben Cent pro Minute deutschlandweit.

Wer für sich und seinen Partner jeweils ein neues Handy möchte, entscheidet sich für zwei O₂ Genion Verträge und kann dann ebenfalls für sieben Cent pro Minute miteinander telefonieren.

imaging is more photokina

world of imaging

28. September – 3. Oktober 2004

Imaging is more – Mehr Information, mehr Unterhaltung und mehr Kommunikation. Imaging ist modernes Lebensgefühl und eröffnet Profi- und Privat Anwendern völlig neue Möglichkeiten im Umgang mit dem Medium Bild.

Die photokina 2004 präsentiert diesen dynamisch wachsenden Markt für Imaging – umfassend, innovativ und wirkungsvoll. Erleben Sie das komplette Weltmarktangebot von über 1.600 Anbietern aus 45 Ländern und öffnen Sie Ihre Augen für Hightech und Photo-Spaß. Ob Digitalkameras, Mobile Imaging, Speicher- und Printmedien oder AV-Kommunikation. Besuchen Sie die photokina 2004 in Köln und lassen Sie sich begeistern von der einzigartigen world of imaging!

Die neue Tagesfolge der photokina:

Dienstag bis Sonntag.

Das Vodafone live! Portal findet große Akzeptanz

Rund anderthalb Jahre nach Einführung des Vodafone live! Portals zeigt sich der Düsseldorfer Netzbetreiber mit dem Erfolg des Angebots für mobile Menschen äußerst zufrieden: Über 1,6 Millionen Vodafone Kunden hatten sich bereits Ende Dezember für den Datendienst entschieden und damit für einen Anstieg des Datenanteils am Gesamtumsatz auf durchschnittlich 17,2 Prozent im vorigen Jahr gesorgt. Jürgen von Kuczowski, Vorsitzender der Geschäftsführung Vodafone D2 GmbH, zeigte sich bei der Bekanntgabe der letzten Quartalsergebnisse für 2003 optimistisch, daß sich diese Entwicklung fortsetzt: „Mit den vielen CeBIT-Neuigkeiten, gerade auch rund um UMTS, wird Vodafone live! in diesem Jahr auf der Erfolgspur bleiben.“

Den Mittelpunkt bei der Vermarktung von Vodafone live! bilden Bilddienstleistungen, zu denen in jüngster Zeit neben Fotos in zunehmendem Maße auch kurze Videosequenzen gehören. „Wir haben von Beginn an bei der

Vermarktung des Portals auf die beiden Elemente Emotion und Spontaneität gesetzt, die durch Kamerahandys in zuvor unvorstellbarer Weise vereint werden“, erläuterte Matthias Thieme, Vertriebsleiter Fachhandel, Hauptab-



Die zahlreichen Möglichkeiten des Vodafone live! Portals bieten dem Handel Argumente im Verkaufsgespräch am Point of Sale.

CeWe Color in einigen Vodafone Filialen getestet. An der Demowand finden Interessenten auch Broschüren, die allgemein über Vodafone live! oder aktuelle Angebote des Händlers informieren. Auf einen in die Wand integrierten TFT-Monitor können schließlich verschiedene Filme zu Produkten oder zur Demonstration einzelner Funktionen eingespielt werden.

Weiterhin lädt Vodafone seine Handelspartner regelmäßig zu Schulungen ein. Neben themenbezogenen Schulungen, die von Vodafone vorgegeben werden, können hier auch Weiterbildungsmaßnahmen entwickelt werden, die spezielle Wissenslücken der Händler füllen sollen. Eine Schulung für Fotohändler, denen das

Foto und Video bleiben zentrale Marketinginstrumente

Vodafone bietet Minutenpakete mit Inklusivminuten

Ab sofort bietet Vodafone Minutenpakete mit 50, 100, 200 oder 500 Inklusivminuten zum Festpreis an. Die Minutenpreise für diese Angebote gelten an sieben Tagen pro Woche rund um die Uhr. Sie werden mit sekundengenaue Taktung nach der ersten Minute abgerechnet. Ist das Minutenvolumen verbraucht, werden alle weiteren Telefoneinheiten – egal zu welcher Tageszeit – zu festen Minutenpreisen abgerechnet. Es wird kein monatlicher Basispreis berechnet, sondern nur ein Paketpreis für die monatlichen Inklusivminuten. Tarifwechsel sind kostenlos. Zusätzlich können die Minutenpakete mit verschiedenen Zusatzoptionen kombiniert werden, zum Beispiel SMS-Pakete, Erweiterungspakete auf Verbindungen in andere deutsche Mobilfunknetze und Spezialpakete wie zum Beispiel „Vodafone-Happy Wochenende“. Wer sich bis zum 31. Mai für eines der Vodafone-Minutenpakete entscheidet, profitiert zusätzlich von „Vodafone-HappyWochenende“ und kann einen Monat lang samstags und sonntags insgesamt 1.000 Minuten ins deutsche Fest- und Vodafone-Netz kostenlos (ohne Sondernummern) telefonieren. Bei den neuen Paketpreisen mit wahlweise 50, 100, 200 oder 500 Inklusivminuten werden die Gespräche ins deutsche Vodafone- oder ins deutsche Festnetz innerhalb der Inklusivminuten zum Festpreis abgerechnet.

teilung Vertriebssteuerung, Vodafone D2 GmbH, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Niemals zuvor war der Mensch in der Lage, so schnell Dritte an wichtigen Situationen seines Lebens teilhaben zu lassen wie heute. Vodafone hat diese Möglichkeiten deshalb zur zentralen Marketingaussage gemacht.“



Matthias Thieme

Insbesondere im Weihnachtsgeschäft habe sich diese Strategie in hohen Verkaufszahlen ausgezahlt. Gleichzeitig habe man großen Wert darauf gelegt, solche Handys für Vodafone live! einzusetzen, die das Erreichen der Fotofunktion mit wenigen Klicks ermöglichen. „Das Verschicken von MMS, MMS-Postkarten, MMS-Stickern oder selbstgedrehten Minivideos stellt erst dann für den Benutzer einen wirklichen Mehrwert dar, wenn er die entsprechenden Funktionen intuitiv und ohne Blick in die Bedienungsanleitung nutzen kann“, so Thieme. Mit der Einführung des ersten Megapixel-Kamerahandys Sharp GX30 (PoS-MAIL berichtete in Ausgabe 3/2004) in Deutsch-

land käme ein weiterer Mehrwert für den Kunden hinzu: Dank der höheren Auflösung und einer Reihe von Foto- und Bildbearbeitungsfunktionen ließen sich mit diesem Handy Fotos schießen, deren Qualität auch für das Drucken auf echtem Fotopapier ausreicht.

Insbesondere die Foto- und Video-Zusatzfunktionen seien hervorragende Argumente für Nicht-Tk-Händler, um Vodafone Produkte zu verkaufen, meinte Thieme. „Namentlich der Foto- und der CE-Handel, der sich auch jetzt schon mit stehenden und laufenden Bildern auseinandersetzt, kann hier seine Bildkompetenz auch zum Vermarkten von Tk-Produkten einsetzen und sich ein weiteres Standbein schaffen, um sich von seinen Wettbewerbern zu differenzieren.“

Um Handelspartner beim Abverkauf von Kamerahandys zu unter-



Über eine digitale Bildnahmestation läßt sich das Drucken von Handyfotos demonstrieren.



Vor der CeBIT umfaßte die Palette der Kamerahandys bei Vodafone live! zwölf Modelle.

stützen, hält der Düsseldorfer Netzbetreiber eine Reihe von Angeboten bereit. Allen voran gibt es eine spezielle Demowand, auf der die aktuelle Vodafone live! Handypalette funktionsfähig präsentiert wird und die dem Kunden die Chance gibt, sich direkt vor Ort eine Meinung zur Qualität der geschossenen Bilder und des Displays sowie der Bedienung zu bilden. Wer seinen Kunden darüber hinaus zeigen will, wie einfach auch „echte“ Fotos von Handys zu produzieren sind, der kann auf einen digitalen Bildannahmekiosk zurückgreifen. Wie dieser Service beim Kunden ankommt, wird gerade in Zusammenarbeit mit der OldenburgerFotogroßlaborgruppe

Tk-Know-how fehlt, sieht entsprechend zum Beispiel anders aus als ein Seminar für Tk-Händler, denen das Foto-Know-how fehlt. Abgerundet wird das Unterstützungsangebot durch einen informativen, paßwortgeschützten Händlerbereich im Internet, unterschiedlichste Promotionaktivitäten, die auf die Wünsche des Händlers abgestimmt werden können, sowie verschiedene Möglichkeiten der Shop-Möblierung. Herbert Päge

Vodafone erhält Preis für beste Business-Anwendung

Bei der großen Preisverleihung der GSM Association im Rahmen des GSM Kongresses in Cannes hat Vodafone die Auszeichnung für die beste Business-Anwendung erhalten. Ausgezeichnet wurde die Mobile Connect Card. Mit dieser PC-Karte kann man mit dem Notebook auch von unterwegs im Internet surfen, im Intranet Daten herunterladen oder E-Mails senden und empfangen. Die Vodafone Mobile Connect Card ist inzwischen auch als UMTS-PC-Karte erhältlich. Damit kann man im UMTS-Netz von Vodafone mit bis zu sechsfacher ISDN-Geschwindigkeit, also bis zu 384 Kbit/s, Daten herunterladen. Die Vodafone Mobile Connect Card UMTS ist für den Einsatz im Notebook sowohl für GPRS- als auch für UMTS-Datendienste geeignet.

LG-G7050: Großer Handyspaß für kleines Geld

Mit dem Modell SL55 hat Siemens auf der CeBIT 2003 zum ersten Mal ein „Slider-Phone“ vorgestellt. Das Designkonzept scheint attraktiv zu sein, denn mit Samsung und LG haben weitere Hersteller Handys mit Schiebemechanismus ins Programm genommen. Bei LG heißt das Gerät G7050. Es wird exklusiv von T-Mobile vertrieben und kostete dort bei Redaktionsschluß dieser Ausgabe 9,95 Euro (in Verbindung mit einem Relax 100 Tarif) bzw. 319,95 Euro (ohne Vertrag). PoS-MAIL probierte das Gerät aus.



Verborgen hinter der verschiebbaren Tastatur befindet sich ein 128 x 160 Pixel großes Farbdisplay.

Das Fazit gleich vorweg: Als Vertragshandy eher im unteren Bereich der Preisskala angesiedelt, bietet das Gerät eine Menge Spaß. Vor allem in einer eher jüngeren, designorientierten Zielgruppe, die Wert auf umfangreiche technische Ausstattung legt und sich gleichzeitig durch Individualität von der Masse abheben will, dürfte das Gerät Fans finden.



Alle Tasten und der Navigationsknopf lassen sich problemlos bedienen.



Zu wichtigen Funktionen wie den T-Zones oder dem Telefonbuch gelangt der Nutzer mit einem Knopfdruck.

Spaß macht das LG7050 zum einen wegen seiner technischen Möglichkeiten. So gehört eine VGA-Kamera mit vierfachem Digitalzoom ebenso zu den Features wie MMS- und EMS-Funktionali-

tät, verkettete SMS mit bis zu 918 Zeichen, WAP 2.0, Java, 40stimmige Klingeltöne und die bislang schnellste GPRS Klasse 10.

Zum anderen beruht der Spaß aber auf dem emotionalen Empfinden. Das silbermetallfarbene Gehäuse liegt gut in der Hand, die Tasten und der Fünf-Wege-Navigationsknopf lassen sich leicht bedienen. Wird die blau hinterleuchtete Tastatur nach unten geschoben, vergrößert sich das Display von 128 x 52 Pixeln auf 128 x 160 Pixel. Dabei beeindruckt es mit großer Helligkeit, brillanten Farben und klarer Darstellung der Schrift. Hier kommt LG offensichtlich das Know-how zugute, das in den vergangenen Jahren auch in anderen Unternehmensbereichen bei der Produktion von Monitoren erworben wurde.

Die Bedienelemente sind sinnvoll angeordnet. Zahlreiche Funktio-



Die Hintergrundfarben lassen sich beliebig wechseln.

nen wie der Zugang zu den T-Zones, das Menü, Kamera, Telefonbuch und Sprachaufnahme werden mit einem Tastendruck erreicht, um zum Nachrichteneingang, den Profilen und anderen wichtigen Funktionen zu gelangen, sind lediglich zwei oder drei Klicks notwendig. Wer detailliertere Einstellungen vornehmen will, erreicht diese nach Aufruf des kompletten Menüs auf dem Display. Erwähnenswert ist hier, daß Einstellungsparameter genau dort zu finden sind, wo sie auch der Handy-Einsteiger vermuten dürfte – dies ist längst nicht bei allen aktuellen Handymodellen der Fall. Spaß machen beim LG7050 die fröhlichen Farben des Displays, die nach persönlicher Stimmung in sieben Varianten gewechselt werden können. Ebenso wie der Bildschirmschoner, der sich bei Auslieferung im T-Mobile-Design präsentiert, aber gegen weitere bereits



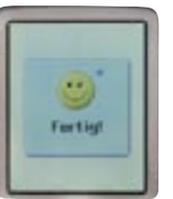
Bei der Texterkennung fehlen die Alternativen.

installierte Motive, selbstgeschossene oder mobil übertragene Fotos ersetzt werden kann.

Spaß bereiten schließlich auch die Klingeltöne, die nicht nur als polyphe Sounds vorhanden sind, sondern auch Puristen (wie den Verfasser) mit „altmodischem“ Klingelgeräusch zufriedenstellen.

Schließlich wartet das LG Handy mit einigen originellen Symbolen auf, deren Betrachtung ebenfalls Spaß macht. So erscheint beispielsweise beim SMS-Versand eine stilisierte Datenautobahn auf dem Display, und ein Smiley bestätigt den erfolgreichen Abschluß einer zuvor ausgeführten Aktion.

Als problematisch erwies sich lediglich die automatische Texterkennung T9, die oft nur ein Wort, aber keine Alternativen (z. B. wurde oder würde) anbietet.



Herbert Päge



Klasse Umsätze, einfache Beratung - die Relax-Tarife.

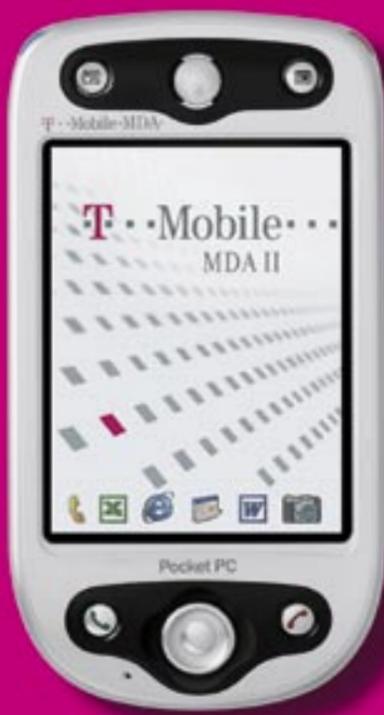
Die Vorteile der Relax-Tarife für Ihre Kunden!

Günstig:

- 0 € monatlicher Grundpreis
- Attraktive Gesprächsminuten zum monatlichen Paketpreis

Einfach und transparent:

- Keine komplizierten Tarifdetails
- Auswahl zwischen 4 Minutenpaketen
- Inklusivminuten gelten 7 Tage die Woche, rund um die Uhr, in ganz Deutschland



laut Test im Heft 11/12 2003

Fotohandy und PDA T-Mobile MDA II

- integrierte VGA-Digitalkamera
- Zugriff auf das mobile Internet
- Umfangreiche Office-Funktionen

Bestellen Sie jetzt:*

über das Vertriebspartner-Portal:
www.t-mobile.de/vertriebspartner.

* Nur für T-Mobile Hauptvertriebspartner.



Fotohandy Samsung SGH-P400

- integrierte VGA-Digitalkamera
- drehbares Farbdisplay

T-Mobile

POS Neuheiten

Audioline Telefone im nostalgischen Outfit

 Modernes Telefonieren im nostalgischen Stil ermöglichen die Klassik-Telefone 1892 und 1927, die Audioline auf der CeBIT vorstellt. Das Modell 1892 wird aus robustem Metall gefertigt. Es besitzt an seiner rechten Seite eine Kurbel, die beim Drehen einen nostalgischen Klingelton erzeugt, und die Hörschnur ist stilecht mit Stoff umwickelt. Ebenso hochwertig wird das Klassik-Telefon 1927 gebaut, dessen Basis aus Holz besteht. Trotz ihrer Optik, die an die Frühzeiten des Telefonierens erinnert, sind die Geräte mit moderner



Technik und den wichtigsten Funktionen ausgestattet. Dazu zählen beispielsweise die einstellbare Hörer- oder Klingellautstärke und

Wahlwiederholung. Gewählt und eingestellt wird mit Hilfe der Tasten, die in die klassische Wählscheibe integriert wurden. Die Geräte sollen direkt nach der CeBIT zur Verfügung stehen.

Konferenztelefon ohne Schnur von Audioline

 Das neue schnurlose Konferenztelefon Audioline ConfiDECT 1 erlaubt seinem Benutzer, bei Konferenzen mit mehreren Teilnehmern



schnurlos zu telefonieren. Das Telefon arbeitet im Voll-Duplex-Verfahren und gewährleistet damit uneingeschränkte Zwei-Wege-Kommunikation ohne Pausen und Störungen. Unterstützt wird dies nach Angaben des Herstellers durch hochwertige Qualität der drei integrierten Mikrofone, Lautsprecher und der Übertragungstechnik. Sollen die per Telefon geführten Konferenzgespräche zusätzlich aufgezeichnet werden, hält das Audioline ConfiDECT 1 dafür an der Basisstation einen Audioausgang bereit. Ein dreizeiliges, 18stelliges Display, Nebentellentauglichkeit und eine in 16 Stufen einstellbare Gesprächslautstärke sind weitere Merkmale des Gerätes, das erstmals auf der CeBIT zu sehen ist.

Komfortable Telefonie durch große Tasten

 Mit dem neuen Großtastentelefon DECT 8048 will Audioline den Tele-

Sendo bringt sein erstes Fotohandy im Einsteigersegment auf den Markt

 Der britische Handy-Hersteller Sendo hat mit dem M570 eine Neuauflage seines mit Preisen ausgezeichneten Designhandys M550 angekündigt. Das kompakte Gerät mißt 82 x 45 x 20 mm, ist mit einer internen Antenne ausgestattet und wiegt 77 Gramm. Downloads und MMS-Nachrichten werden über den Übertragungsstandard GPRS Klasse 8 empfangen und verschickt. Vier MB Speicher bieten Platz beispielsweise für bis zu 400 Bilder, 750 Telefonnummern oder 100 SMS sowie Java MIDP-2.0-Spiele und polyphone Klingeltöne. Das außergewöhnliche Design wird von Chromapplikationen, der antennenlosen Silhouette und hochglänzenden Farben bestimmt. Das Handy verfügt über ein neuartiges „Ultra fine and bright“ Innendisplay, das auf 128 x 128 Pixeln bis zu 65.536 Farben darstellt. Außen zeigt ein 96 x 64 Pixel großes Display mit weißer Schrift auf schwarzem Grund zum Beispiel Datum, Uhrzeit, entgangene Anrufe und eingehende SMS an. MMS-Nachrichten können beim M570 aus bis zu 20 einzelnen Slides bestehen. Zur Ausstattung des Gerätes gehören weiterhin neben einem XHTML-fähigen WAP 2.0-Farbbrowser 50 vorinstallierte Bilder, die der Benutzer als Hintergrundmotive, Bildschirmschoner oder für MMS verwenden kann. Zusätzlich sind auf dem M570 ein Währungsumrechner und Taschenrechner installiert. Die Gesprächszeit gibt Sendo mit bis zu fünf Stunden, die Standby-Zeit mit bis zu 400 Stunden an.



Neben dem M550 will Sendo mit dem S600 im Frühjahr sein erstes Kamerahandy für Einsteiger auf den Markt bringen. Trotz eines sehr günstigen Preises soll das Gerät mit neuester Technologie ausgestattet sein. Wie Sendo mitteilte, verfügt das Gerät über eine VGA-Kamera mit stufenlosem Digital-Fünffach-Zoom. Dank „GraphiX-Technologie“ stellt der Kamera-Sucher 15 Bilder pro Sekunde und damit eine ruckelfreie Ansicht dar. Das 82 Gramm schwere Handy verfügt über ein 128 x 128 Pixel großes Display, das bis zu 65.536 Farben darstellt. Zudem bietet das S600 MMS, Java MDIP 2.0, GPRS Klasse 8, WAP 2.0, erweiterte Spieleoptionen, polyphone Klingeltöne sowie einen 4 MByte großen Speicher. Das Handy hat die Abmessungen 108 x 45 x 19,5 Millimeter. Die Kamera des S600 bietet fünf auswählbare Bildgrößen, zwei Einstellungen für die Fotoqualität, Schärfe und Weißabgleich, Nachtmodus, Fotoeffekte und Bildbearbeitungsfunktionen. Der Speicher auf dem Gerät reicht nach Unternehmensangaben für bis zu 400 Fotos oder maximal 750 Telefonnummern. Im SMS-Speicher finden bis zu 100 Nachrichten Platz. Die maximale Gesprächszeit des S600 soll bei 420 Minuten liegen, die Standby-Zeit bei maximal 450 Stunden (rund zweieinhalb Wochen). Die Oberschalen kann der Benutzer je nach Geschmack und Stil austauschen. Sie werden zunächst in vier Farben verfügbar sein.

foniekomfort erhöhen. Große Tasten und besonders einfach ablesbare, große Zahlen auf dem hintergrundbeleuchteten Display erleichtern die Bedienung des Modells, das auf der CeBIT Premiere feiert. Auf dem Display können bis zu zwölf Stellen großformatig dargestellt werden. Die akustischen Möglichkeiten des DECT 8048 hat Audioline nach eigenen Angaben ebenfalls vielfach ge-



äußerten Kundenwünschen angepaßt: Hörerlautstärke und Rufton sind besonders laut einstellbar. Das gleiche gilt für die integrierte Freisprechfunktion des Gerätes, das hörgerätekompatibel ist. Darüber hinaus bietet das Audioline 8048 vielfältige Möglichkeiten und Funktionen eines modernen digitalen Schnurlostelefon. Dazu gehören unter anderem das Telefonbuch mit 30 Speicherplätzen, fünffache Wahlwiederholung, verschiedene Tonrufmelodien, Stummschaltung und Paging-Funktion zum Rufen von Mobilteil oder Basisstation. Auch die Anzeige der Rufnummer des Anrufers ist möglich. Das in Platinum-Silber gehaltene DECT 8048 ist direkt nach der CeBIT lieferbar; auch als separates Mobilteil mit Ladeschale zum Anschluß an bereits vorhandene DECT-Telefonssysteme.

com. Er stellt edle Handygehäuse aus Echtholz her. Bisläng gibt es Modelle aus Ahorn, Kirsche und Mahagoni für das Ericsson T610, weitere Gehäuse für andere Han-



dymodelle sollen folgen. Weitere Informationen bei: Max-Telecom, Wasserstraße 7, 58636 Iserlohn, Telefon 02371/150845, Telefax 02371/150846.

Belkin Freisprechanlage für gängige Handys

 Belkin hat eine universelle Freisprecheinrichtung präsentiert, die aus einer Handy-Halterung und einem Headset besteht und sich an allen Lüftungsschächten befestigen läßt. Es gibt insgesamt sechs verschiedene Headset-Adapter. Mit ihnen lassen sich die gängigsten Handys von Nokia, Siemens, Sony Ericsson, Motorola, Samsung, Panasonic, Sharp, Alcatel, NEC und Sagem nutzen. Um die Sicherheit beim Telefonieren im Auto zu verbessern, kann der Nutzer der Freisprecheinrichtung das Gespräch per Knopfdruck direkt am Headset annehmen, ohne dafür den Blick von der Straße zu nehmen.

Motorola erweitert das Sortiment seiner Bluetooth-Produkte

 Motorola stellt auf der CeBIT die beiden neuen Headsets HS820 und HS801 vor. Das HS 820 wiegt 20 Gramm. Es kann im rechten oder im linken Ohr getragen werden. Per Tastendruck werden Gespräche angenommen, abgelehnt oder per Sprachwahl initiiert. Auch die Lautstärke läßt sich über das Headset regulieren. Eine Leuchtanzeige gibt Auskunft über die erfolgreiche Verbindung zum Handy und den Ladestatus. Die maximale Gesprächszeit beträgt fünf, die Standby-Zeit rund 100 Stunden. Das HS820 ist mit allen gängigen Bluetooth-Handys der Spezifikationen 1.1 und 1.2 kompatibel und bietet laut Motorola dank seiner neuesten Software einen noch schnelleren Verbindungsaufbau als Vorgängermodelle und eine optimierte Sprachqualität. Das HS820 soll im zweiten Quartal auf den Markt kommen.

Etwas schlanker präsentiert sich bereits ab sofort das Bluetooth-Headset HS801. Mit dreieinhalb Stunden Sprechzeit und bis zu 80 Stunden



Standby-Zeit richtet es sich an Mobiltelefonierer, die nicht so lange Gesprächszeiten benötigen.

 Neu im Sortiment ist auch der kleine, ovale Bluetooth-Lautsprecher HF800. Er stellt ebenfalls kabellos über eine Entfernung von zehn Metern die Verbindung zum Handy her und sorgt dank ausgefeilter Technologie zur Störungsminimierung und einer Leistung von einem Watt selbst in lauten Umgebungen (wie beispielsweise in einem Pkw) für guten Sound und ausgezeichnete Verständlichkeit.

 An anspruchsvolle Telefonierer, die auf ein weiteres Endgerät verzichten wollen und viel Zeit im Auto verbringen, richtet sich das Bluetooth-Car Kit HWF8000. Dieses stellt automatisch eine Verbindung zum Bluetooth-Handy her, sobald die Zündung eingeschaltet wird. Die Bedienung erfolgt über ein Kontrollmodul, das in die Armatur integriert wird. Mit einem Tastendruck wird von dort aus die Gesprächsverwaltung erledigt. Das HWF8000 soll für zirka 200 Euro verkauft und muß von Profis eingebaut werden.

DSL und Internet bieten Chance für Zusatzerträge Schlund + Partner zahlt lebenslänglich (hohe) Provisionen

In Zeiten, in denen der Verkauf von Hardware durch rasanten Preisverfall immer weniger Spaß macht, können zusätzliche Dienstleistungen dringend notwendige Umsätze und Margen sichern. Besondere Freude bereitet das Verkaufen zweifellos dann, wenn durch einen Vertragsabschluß nicht nur eine einmalige Verkaufsprovision gezahlt wird, sondern anschließend auch noch weitere Provisionszahlungen in die Kasse fließen. Ein Unternehmen, das seinen Partnern ein solches Modell anbietet, ist die Schlund + Partner AG in Karlsruhe. Sie zahlt Provisionen zwischen fünf und 30 Prozent auf alle verkauften Dienstleistungen, Monat für Monat und so lange, wie der vermittelte Kunde auch Kunde bei Schlund + Partner bleibt.

Mit DSL- und Internetdienstleistungen hat sich Schlund+Partner auf einen Bereich spezialisiert, der seit Jahren Wachstum verzeichnet und noch ein fast unerschöpflich scheinendes Marktpotential bietet. „Der Bedarf an breitbandigen Internetzugängen wird weiterhin steigen, bei Privatanwendern ebenso wie bei Menschen, die das Internet beruflich nutzen“, meinte Schlund + Partner Vorstand Kirsten Haynberg im Rahmen eines Besuches in der PoS-MAIL-Redaktion. „Darüber hinaus werden täglich neue Internetshops

gegründet, immer mehr Unternehmen schaffen virtuelle Netzwerke für ihre Mitarbeiter, und die Registrierung von Domain-Namen wird millionenfach weiterlaufen.“ All diese Dienstleistungen wollen verkauft werden. Und dabei sei vor allem der High-Tech-Handel ein interessanter Partner. „Potentiell ist jeder Kunde im Handel auch ein Kunde für Internetdienstleistungen“, so Haynberg. „Wer sich beispielsweise privat für Musik oder Digitalfotografie interessiert und entsprechende Geräte kauft, benötigt unter Umständen noch

einen schnellen Internetzugang, um Daten aus dem Netz herunterzuladen oder zu verschicken.“ Oder er möchte sich eine eigene Homepage einrichten und hat durch die neuen Umlaut-Domains und stetig neu hinzukommende Top-Level-Domains (etwa .name, .info, .biz etc.) endlich die Chance, seinen Familiennamen registrieren zu lassen.

Und auch im beruflichen Umfeld stehen die Chancen, Kunden zu gewinnen, nach Haynbergs Ansicht hervorragend. Restaurants, die sich im Internet präsentieren, Handwerker, die im regionalen Umfeld ihre Dienste anpreisen, Versicherungen, die in Kontakt mit ihren Außendienstlern bleiben, oder unabhängige Reisebüros, die Last-Minute-Angebote bekannt machen wollen – die Liste möglicher Kunden ließe sich beinahe unendlich fortsetzen.

Schlund + Partner provisioniert derzeit rund 80 Produkte und Dienstleistungen mit Beträgen zwischen fünf und 30 Prozent der monatlichen Gebühren. Bei DSL gibt es darüber hinaus vorab einmalige Provisionszahlungen. In Zahlen liest sich das Provisionsmodell zum Beispiel so: Verkauft der Händler ein ShopPro-Paket (79 Euro pro Monat), erhält er monatlich 23,70 Euro, bei einem WebStart-Paket (29 Euro/Monat) sind es 8,70 Euro, für das zusätzliche Buchen einer sicheren SSL-Verbindung (18 Euro/Monat) werden ihm 5,40 Euro und beim Kauf von 100 MB zusätzlichem Speicherplatz (zehn Euro/Monat) drei Euro monatlich gutgeschrieben. „Einige dieser Beträge sehen für sich allein betrachtet ziemlich niedrig aus“, räumte Haynberg ein. „Aber wie die Volksweisheit schon sagt: ‚Kleinvieh macht auch Mist‘. Und wir haben viele Partner, bei denen sie selbst die kleinen Beträge jeden Monat zu einer stattlichen Summe addieren.“

Außerdem müsse man im Hinterkopf behalten, daß die Provisionszahlungen durch einen einmaligen Verkaufsvorgang gestartet würden. „Nachdem der Kunde beispielsweise einen Vertrag für ein



DSL-Angebot, einen Shop oder ein Web-Hosting-Paket unterschrieben hat, braucht der Händler nichts weiter zu tun“, beschrieb Haynberg das Verfahren. „Wir kümmern uns anschließend komplett um den technischen Support und die Betreuung des Kunden, über kostenfreie 0800-Hotlines sogar an 24 Stunden pro Tag und sieben Tagen pro Woche. Der Händler bekommt eine Kundennummer für den Kunden und merkt nur über die regelmäßigen Provisionszahlungen, daß er diesen Kunden gewonnen hat.“ Entscheidet sich der Endkunde später, weitere Optionen zu dem vermittelten Produkt online oder per Telefon zu bestellen, so wird dem Händler, der den Erstkontakt geschaffen hat, aufgrund der vergebenen Kundennummer auch die dann anfallende Provision zugerechnet.

Alle Angebote müssen natürlich aktiv verkauft werden. Das bedeutet, der Händler muß Inhalte, Vorteile und Details kennen und wissen, wodurch sie sich von vergleichbaren Produkten/Services unterscheiden. Dazu steht ihm zum einen unter www.schlund.de eine ausführliche Internetpräsenz zur Verfügung, auf der sämtliche Informationen bereitliegen – auch spezielle Fragen zum Partnerprogramm werden hier behandelt. Der Händler erhält auch kostenfrei eine Vielzahl professioneller Werbemittel – vom hochwertigen Prospektmaterial und Produktinformationen bis zu Präsentationsständen für Haus- oder Regionalmessen. Darüber hinaus bietet Schlund + Partner regelmäßig Schulungen und Partner-Treffen sowie eine kostenfreie Partner-Hotline an. Händler, die sich über eine Zusammenarbeit informieren wollen, können dies auf der CeBIT (Halle 25, Stand 420 im Bereich Planet Reseller), auf der Roadshow, die im April startet (Termine und Orte an anderer Stelle dieser Ausgabe) oder kostenfrei unter Telefon 0800-33322-30 tun. *Herbert Päge*

Bild oben: Der Partnerbereich auf der Homepage von Schlund + Partner informiert ausführlich über die Angebote des Unternehmens. Bild unten: Dort ist auch zu erfahren, in welcher Höhe die rund 80 Internet- und DSL-Dienstleistungen provisioniert werden.

Kategorie	Provision
Internet	
DSL Business	30%
DSL 20 GB	30%
DSL 30 GB	30%
DSL 40 GB	30%
DSL 50 GB	30%
DSL 60 GB	30%
DSL 70 GB	30%
DSL 80 GB	30%
DSL 90 GB	30%
DSL 100 GB	30%
DSL 120 GB	30%
DSL 150 GB	30%
DSL 200 GB	30%
DSL 250 GB	30%
DSL 300 GB	30%
DSL 350 GB	30%
DSL 400 GB	30%
DSL 450 GB	30%
DSL 500 GB	30%
DSL 600 GB	30%
DSL 700 GB	30%
DSL 800 GB	30%
DSL 900 GB	30%
DSL 1000 GB	30%
DSL 1200 GB	30%
DSL 1500 GB	30%
DSL 2000 GB	30%
DSL 2500 GB	30%
DSL 3000 GB	30%
DSL 3500 GB	30%
DSL 4000 GB	30%
DSL 4500 GB	30%
DSL 5000 GB	30%
DSL 6000 GB	30%
DSL 7000 GB	30%
DSL 8000 GB	30%
DSL 9000 GB	30%
DSL 10000 GB	30%
DSL 12000 GB	30%
DSL 15000 GB	30%
DSL 20000 GB	30%
DSL 25000 GB	30%
DSL 30000 GB	30%
DSL 35000 GB	30%
DSL 40000 GB	30%
DSL 45000 GB	30%
DSL 50000 GB	30%
DSL 60000 GB	30%
DSL 70000 GB	30%
DSL 80000 GB	30%
DSL 90000 GB	30%
DSL 100000 GB	30%
DSL 120000 GB	30%
DSL 150000 GB	30%
DSL 200000 GB	30%
DSL 250000 GB	30%
DSL 300000 GB	30%
DSL 350000 GB	30%
DSL 400000 GB	30%
DSL 450000 GB	30%
DSL 500000 GB	30%
DSL 600000 GB	30%
DSL 700000 GB	30%
DSL 800000 GB	30%
DSL 900000 GB	30%
DSL 1000000 GB	30%
DSL 1200000 GB	30%
DSL 1500000 GB	30%
DSL 2000000 GB	30%
DSL 2500000 GB	30%
DSL 3000000 GB	30%
DSL 3500000 GB	30%
DSL 4000000 GB	30%
DSL 4500000 GB	30%
DSL 5000000 GB	30%
DSL 6000000 GB	30%
DSL 7000000 GB	30%
DSL 8000000 GB	30%
DSL 9000000 GB	30%
DSL 10000000 GB	30%
DSL 12000000 GB	30%
DSL 15000000 GB	30%
DSL 20000000 GB	30%
DSL 25000000 GB	30%
DSL 30000000 GB	30%
DSL 35000000 GB	30%
DSL 40000000 GB	30%
DSL 45000000 GB	30%
DSL 50000000 GB	30%
DSL 60000000 GB	30%
DSL 70000000 GB	30%
DSL 80000000 GB	30%
DSL 90000000 GB	30%
DSL 100000000 GB	30%
DSL 120000000 GB	30%
DSL 150000000 GB	30%
DSL 200000000 GB	30%
DSL 250000000 GB	30%
DSL 300000000 GB	30%
DSL 350000000 GB	30%
DSL 400000000 GB	30%
DSL 450000000 GB	30%
DSL 500000000 GB	30%
DSL 600000000 GB	30%
DSL 700000000 GB	30%
DSL 800000000 GB	30%
DSL 900000000 GB	30%
DSL 1000000000 GB	30%
DSL 1200000000 GB	30%
DSL 1500000000 GB	30%
DSL 2000000000 GB	30%
DSL 2500000000 GB	30%
DSL 3000000000 GB	30%
DSL 3500000000 GB	30%
DSL 4000000000 GB	30%
DSL 4500000000 GB	30%
DSL 5000000000 GB	30%
DSL 6000000000 GB	30%
DSL 7000000000 GB	30%
DSL 8000000000 GB	30%
DSL 9000000000 GB	30%
DSL 10000000000 GB	30%
DSL 12000000000 GB	30%
DSL 15000000000 GB	30%
DSL 20000000000 GB	30%
DSL 25000000000 GB	30%
DSL 30000000000 GB	30%
DSL 35000000000 GB	30%
DSL 40000000000 GB	30%
DSL 45000000000 GB	30%
DSL 50000000000 GB	30%
DSL 60000000000 GB	30%
DSL 70000000000 GB	30%
DSL 80000000000 GB	30%
DSL 90000000000 GB	30%
DSL 100000000000 GB	30%
DSL 120000000000 GB	30%
DSL 150000000000 GB	30%
DSL 200000000000 GB	30%
DSL 250000000000 GB	30%
DSL 300000000000 GB	30%
DSL 350000000000 GB	30%
DSL 400000000000 GB	30%
DSL 450000000000 GB	30%
DSL 500000000000 GB	30%
DSL 600000000000 GB	30%
DSL 700000000000 GB	30%
DSL 800000000000 GB	30%
DSL 900000000000 GB	30%
DSL 1000000000000 GB	30%
DSL 1200000000000 GB	30%
DSL 1500000000000 GB	30%
DSL 2000000000000 GB	30%
DSL 2500000000000 GB	30%
DSL 3000000000000 GB	30%
DSL 3500000000000 GB	30%
DSL 4000000000000 GB	30%
DSL 4500000000000 GB	30%
DSL 5000000000000 GB	30%
DSL 6000000000000 GB	30%
DSL 7000000000000 GB	30%
DSL 8000000000000 GB	30%
DSL 9000000000000 GB	30%
DSL 10000000000000 GB	30%
DSL 12000000000000 GB	30%
DSL 15000000000000 GB	30%
DSL 20000000000000 GB	30%
DSL 25000000000000 GB	30%
DSL 30000000000000 GB	30%
DSL 35000000000000 GB	30%
DSL 40000000000000 GB	30%
DSL 45000000000000 GB	30%
DSL 50000000000000 GB	30%
DSL 60000000000000 GB	30%
DSL 70000000000000 GB	30%
DSL 80000000000000 GB	30%
DSL 90000000000000 GB	30%
DSL 100000000000000 GB	30%
DSL 120000000000000 GB	30%
DSL 150000000000000 GB	30%
DSL 200000000000000 GB	30%
DSL 250000000000000 GB	30%
DSL 300000000000000 GB	30%
DSL 350000000000000 GB	30%
DSL 400000000000000 GB	30%
DSL 450000000000000 GB	30%
DSL 500000000000000 GB	30%
DSL 600000000000000 GB	30%
DSL 700000000000000 GB	30%
DSL 800000000000000 GB	30%
DSL 900000000000000 GB	30%
DSL 1000000000000000 GB	30%
DSL 1200000000000000 GB	30%
DSL 1500000000000000 GB	30%
DSL 2000000000000000 GB	30%
DSL 2500000000000000 GB	30%
DSL 3000000000000000 GB	30%
DSL 3500000000000000 GB	30%
DSL 4000000000000000 GB	30%
DSL 4500000000000000 GB	30%
DSL 5000000000000000 GB	30%
DSL 6000000000000000 GB	30%
DSL 7000000000000000 GB	30%
DSL 8000000000000000 GB	30%
DSL 9000000000000000 GB	30%
DSL 10000000000000000 GB	30%
DSL 12000000000000000 GB	30%
DSL 15000000000000000 GB	30%
DSL 20000000000000000 GB	30%
DSL 25000000000000000 GB	30%
DSL 30000000000000000 GB	30%
DSL 35000000000000000 GB	30%
DSL 40000000000000000 GB	30%
DSL 45000000000000000 GB	30%
DSL 50000000000000000 GB	30%
DSL 60000000000000000 GB	30%
DSL 70000000000000000 GB	30%
DSL 80000000000000000 GB	30%
DSL 90000000000000000 GB	30%
DSL 100000000000000000 GB	30%
DSL 120000000000000000 GB	30%
DSL 150000000000000000 GB	30%
DSL 200000000000000000 GB	30%
DSL 250000000000000000 GB	30%
DSL 300000000000000000 GB	30%
DSL 350000000000000000 GB	30%
DSL 400000000000000000 GB	30%
DSL 450000000000000000 GB	30%
DSL 500000000000000000 GB	30%
DSL 600000000000000000 GB	30%
DSL 700000000000000000 GB	30%
DSL 800000000000000000 GB	30%
DSL 900000000000000000 GB	30%
DSL 1000000000000000000 GB	30%
DSL 1200000000000000000 GB	30%
DSL 1500000000000000000 GB	30%
DSL 2000000000000000000 GB	30%
DSL 2500000000000000000 GB	30%
DSL 3000000000000000000 GB	30%
DSL 3500000000000000000 GB	30%
DSL 4000000000000000000 GB	30%
DSL 4500000000000000000 GB	30%
DSL 5000000000000000000 GB	30%
DSL 6000000000000000000 GB	30%
DSL 7000000000000000000 GB	30%
DSL 8000000000000000000 GB	30%
DSL 9000000000000000000 GB	30%
DSL 10000000000000000000 GB	30%
DSL 12000000000000000000 GB	30%
DSL 15000000000000000000 GB	30%
DSL 20000000000000000000 GB	30%
DSL 25000000000000000000 GB	30%
DSL 30000000000000000000 GB	30%
DSL 35000000000000000000 GB	30%
DSL 40000000000000000000 GB	30%
DSL 45000000000000000000 GB	30%
DSL 50000000000000000000 GB	30%
DSL 60000000000000000000 GB	30%
DSL 70000000000000000000 GB	30%
DSL 80000000000000000000 GB	30%
DSL 90000000000000000000 GB	30%
DSL 100000000000000000000 GB	30%
DSL 120000000000000000000 GB	30%
DSL 150000000000000000000 GB	30%
DSL 200000000000000000000 GB	30%
DSL 250000000000000000000 GB	30%
DSL 300000000000000000000 GB	30%
DSL 350000000000000000000 GB	30%
DSL 400000000000000000000 GB	30%
DSL 450000000000000000000 GB	30%
DSL 500000000000000000000 GB	30%
DSL 600000000000000000000 GB	30%
DSL 700000000000000000000 GB	30%
DSL 800000000000000000000 GB	30%
DSL 900000000000000000000 GB	30%
DSL 1000000000000000000000 GB	30%
DSL 1200000000000000000000 GB	30%
DSL 1500000000000000000000 GB	30%
DSL 2000000000000000000000 GB	30%
DSL 2500000000000000000000 GB	30%
DSL 3000000000000000000000 GB	30%
DSL 3500000000000000000000 GB	30%
DSL 4000000000000000000000 GB	30%
DSL 4500000000000000000000 GB	30%
DSL 5000000000000000000000 GB	30%
DSL 6000000000000000000000 GB	30%
DSL 7000000000000000000000 GB	30%
DSL 8000000000000000000000 GB	30%
DSL 9000000000000000000000 GB	30%
DSL 10000000000000000000000 GB	30%
DSL 12000000000000000	

POS Neuheiten

Hirschmann stellt neue 17fach Multischalter vor



Die Hirschmann Multimedia Electronics hat ihr Produktprogramm um eine neue 17fach-Multischalter-Familie erweitert, die für den Betrieb mit vier Satellitenspiegeln und einem terrestrischen Antennensystem ausgelegt ist. Angeboten werden sowohl unterschiedliche Einzelschalter als auch ein kaskadierbares Schaltersystem, das aus verschiedenen Kopfstellen und Kaskadenschaltern sowie einem Nachverstärker besteht. Mit den Einzelschaltern können entweder acht, zwölf oder 16 Sat-Receiver angeschlossen werden. Für den Anschluß einer größeren

Zahl von Receivern ermöglicht das kaskadierbare Schaltersystem maßgeschneiderte Lösungen. Damit ist die neue Multischalter-Familie insbesondere für den Einsatz in Gemeinschaftsanlagen geeignet, über die eine Vielzahl nationaler und internationaler Fernseh- und Hörfunkprogramme verteilt werden sollen.

Thomson mit neuen Hi-Pix Extra-Flat Fernsehern



Thomson hat sein TV-Segment ausgebaut. Die Produktpalette der Extra Flat-TVs wird durch vier neue Modelle im 4:3-Format mit Bildschirmdiagonalen von 72, 86 und 94 cm und einem 16:9-Breitbildformat mit einer Diagonale von 81 cm erweitert. Die Geräte sind mit Thomsons Highend-Technologie Hi-Pix ausgestattet. Hi-Pix bietet mehr Helligkeit und detailreiche Bilder mit scharfen Konturen. Das Modell Thomson Scenium 32 WE 612 bietet dank Digital Pure Sound und 40 Watt Musikleistung einen kraftvollen Klang. Dem gehobenen Preissegment klassischer 4:3-TV-Geräte entsprechen der Thomson Scenium 34 DC 850 mit einer Diagonale von 86 cm und das kleinere Modell 29 DC 850 mit einer 72 cm großen Bildschirmdiagonale. Die beiden Modelle sind mit einem 100 Hertz Hi-Pix Chassis sowie 80 Watt Musikleistung, Virtual Dolby Surround, zwei Tunern, ProgramInfo, NextViewlink und den Komponentenanschlüssen Syncro Scan ausgestattet. Eine noch größere Bildfläche im 4:3-Format bietet der Thomson 37 DF 850. Seine Bildschirmdiagonale beträgt 94 cm, die technische Ausstattung ist wie bei den Modellen 34 DC 850 und 29 DC 850.

Hitachi zeigt auf der CeBIT umfassende Präsentationslösungen



Die Hitachi Digital Media Group wird auf der CeBIT 2004 eine umfassende Palette von digitalen Präsentationslösungen zeigen. Der neue 55 Zoll Plasma Monitor 55PMA550E wird auf der CeBIT erstmals in Europa zu sehen sein. Der Monitor bietet einen großen Bildschirm und ein leistungsfähiges Panel, basierend auf der Image Control (I2) und der e-ALiS-Technologie, beide von Hitachi entwickelt. Die Helligkeit von bis zu 1100 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 1000:1 sind ideal für Anwender, die große Displays wünschen und ihren Zielgruppen digitale Unterhaltungen bieten wollen. Vier 42-Zoll-Monitore von Hitachi sind im Bereich Unternehmenslösungen zu einer

Sanyo präsentiert sich in voller Größe



Sanyo ist auf der CeBIT mit seiner kompletten Produktpalette vertreten. Das Line-Up reicht vom Heimkinoprojektor bis hin zum Hochleistungsprojektor im professionellen Umfeld. Mit der Integration von Wireless-LAN und Netzwerk-Technologie in LCD-Projektoren unterstreicht Sanyo seine Kompetenz im Business-Bereich. Die Sanyo-Netzwerk-Lösungen werden auf der CeBIT 2004 vorgeführt, und interessierte Besucher erfahren aus erster Hand die Vorteile beim Einsatz der netzwerkfähigen Projektoren PLC-XC10, PLC-XP55 und PLC-XU55. Alle drei Projektoren verfügen optional über den bewährten PJ-Net Organizer Plus sowie die Möglichkeit, ganz ohne PC oder Laptop zu projizieren. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Bereich Außenwerbung. Sanyo gibt einen Ausblick, welche Möglichkeiten sich hier durch den kombinierten Einsatz von Projektoren und Rückprojektionsscheiben ergeben und zeigt, wie diese in Erlebniskaufwelten integriert werden können. Dank sinkender Betriebskosten, außerordentlicher Helligkeit und der großen Auswahl an Wechselobjektiven eignen sich die Sanyo-Projektoren insbesondere für den Einsatz bei Point-of-Sale-Installationen. Gleiches gilt für die großflächigen 40-Zoll-Monitore, beispielsweise den LMU-TK40C2, die Sanyo selbst produziert und unter eigenem Namen vertreibt. Im strategischen Fokus liegt bei Sanyo in diesem Jahr der gesamte Bildungsmarkt (Schulen & Universitäten). Hier stellt Sanyo gemeinsam mit seinem Kooperationspartner TDS Promethean ein interaktives Whiteboard vor. Das Whiteboard könnte, dank leichter Bedienbarkeit und interaktiven Funktionen, mittelfristig die herkömmliche Schultafel als Lehrmittel ablösen. In Sachen Heimkino präsentiert Sanyo auf der CeBIT auch das Erfolgsmodell PLV-Z2, das seit seiner Einführung Ende 2003 bereits zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhalten hat. Mit dem PLC-WF10 präsentiert das Unternehmen einen leistungsstarken Projektor, der vorzugsweise im Bereich „E-Cinema“ zum Einsatz kommt. Der lichtstarke PLC-WF10 (4000 ANSI Lumen) verfügt über ein echtes 16:9 Panel und gibt das Breitbildformat mit 1.366 x 768 Bildpunkten wieder.

Multimediawand zusammengefaßt. Die Steuerung erfolgt über die Software von Omnivex. Der neue CP-X1250 LCD Projektor ist für den professionellen Einsatz in Unternehmen, Bildungseinrichtungen und für den Verleih-Markt konzipiert. Er trifft die besonders hohen Anforderungen dieser Nutzergruppe an Helligkeit (4500 ANSI Lumen) und Kontrast (800:1). Mit vier alternativen Linsen und vertikaler Lens Shift Funktion ist der CP-X1250E für alle Umgebungen geeignet. Die besonders hellen LCD Fernsehgeräte von 17 bis 28 Zoll kombinieren Stil und kompakte Bauform, ohne bei der Bildqualität Kompromisse einzugehen. Für größere Ansprüche sind die mehrfach ausgezeichneten Plasma Fernseher die perfekte Lösung – egal ob Film oder Fernsehen, Internet oder Spiele, sie sind vielseitig einsetzbar. Für das Kinoerlebnis zu Hause sorgt der PJ-TX100.

Im Bereich Heimkinoprojektoren werden die Besucher erstmals Gelegenheit haben, den neuen PJ-TX100 LCD zu erleben. Der Nachfolger des 2003 erfolgreich vorgestellten Illumina bietet exzellente Bildqualität bei 720 Zeilen und einem Bildseitenverhältnis von 16:9. Das echte Kinogefühl wird mit einer Helligkeit von 1200 ANSI Lumen und dem Kontrastverhältnis 1000:1 erreicht.

Die neuen DVD-Camcorder von Hitachi (DZ-MV550E und DZ-MV580E) verfügen über umfassende Funktionalitäten bei hoher Flexibilität. Hitachi hat sich bei

der Weiterentwicklung auch von Anwendern Anregungen geholt. Hitachis vierte DVD-Camcorder Generation hat ein neues, ergonomisches Design, eine Quick-Menü-Option für noch einfachere Bedienbarkeit und austauschbare Cover in verschiedenen Farben.

Arcor senkt Kosten für Internet by Call und Spartarif plus



Jede Surfminute kostet bei Arcor ab sofort mit dem Internet by Call Spartarif und Spartarif plus werktags von neun bis 18 Uhr 0,67 Cent und in der übrigen Zeit 0,77 Cent pro Minute. Der Verbindungspreis pro Einwahl beträgt 7,9 Cent. Beide Tarife sind nach Ansicht des Anbieters für alle interessant, die rund um die Uhr zu niedrigen Preisen ohne Monatspreis, Mindestumsatz oder Vertragsbindung surfen wollen.

Surfer, die sich zusätzlich zum günstigen Internettarif einmalig 100 SMS kostenlos sowie eine Fotocard sichern wollen, registrieren sich einfach und schnell für das Aktionsangebot Arcor-Internet by Call Spartarif plus unter www.arcor.de. Mit dem Spartarif plus erhält der Nutzer regelmäßig zehn SMS kostenlos pro Monat für den Free-Mail-Dienst PIA (Personal Internet Assistant) von Arcor. Bereits registrierte Surfer werden automatisch auf den neuen Tarif umgestellt und müssen sich nicht neu anmelden. Internetnutzer profitieren mit dem Spartarif und dem Spartarif plus von den weiteren

Leistungen des PIA: Fünf E-Mail-Adressen, ein Fotoalbum sowie 25 MB Speicherplatz für die eigene Homepage stehen Surfern nach der Online-Registrierung unter www.arcor.de zur Verfügung.

Panasonic baut die DIGA DVD-Recorder Serie mit vier neuen Modellen aus

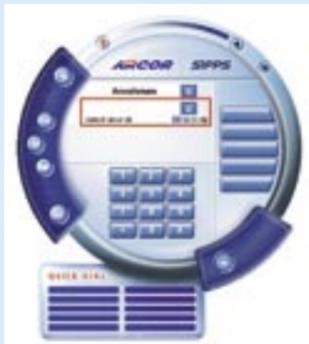


Mit vier neuen DVD-Recordern (DMR-E85H, DMR-E75V, DMR-E65 und DMR-E55) verstärkt Panasonic seine DIGA-Serie. Dabei hat das Unternehmen unterschiedlichste Produktkonzepte realisiert, bei denen Einsteiger ins DVD-Recording ebenso fündig werden wie Umsteiger aus der VHS-Welt oder Videofilmer. Alle neuen Recorder sind mit der Time Slip-Funktion ausgestattet. Die zeitversetzte Wiedergabe macht die Aufzeichnung auf DVD-RAM/Festplatte mit ihrer hohen Datentransferrate möglich. Es ist aber auch möglich, gleichzeitig auf eine DVD-RAM aufzuzeichnen und auf eine gespeicherte Sendung zuzugreifen. Das High End Modell DMR-E85H ist mit einer 80 GB Festplatte ausgestattet. Alle Modelle bieten fünf Recording Modi an: vom XP-Modus (eine Stunde auf 4,7 GB DVD-RAM/-R) bis zum EP-Modus (max. 16 Std. auf 9,4 GB DVD-RAM). Praktisch ist die FR/Flexible Recording-Einstellung. Hierbei wird der Speicherbedarf des ausgewählten Titels und das Speicherangebot der eingelegten DVD ermittelt und die Aufzeichnung automatisch in der bestmöglichen Bildqualität gestartet.

Liesegang präsentiert kombinierte Daten- und Videoprojektoren



Liesegang nimmt in diesem Jahr wieder mit einem eigenen Stand an der CeBIT teil. Zu den neuesten Produkten zählen kombinierte Daten- und Videoprojektoren wie der ddv 2300, ein DLP-Portable mit XGA-Auflösung und einer Helligkeit von 2.300 ANSI-Lumen. Für die Office-Präsentation eignet sich die neue Porta Cam. Diese Dokumentenkamera läßt sich direkt an Projektoren anschließen und gestattet es, Aufnahmen von Dokumentvorlagen und 3D-Objekten komfortabel, ohne vorheriges Einscannen, in Präsentationen einzubinden. In einer überarbeiteten Auswahl präsentiert sich zudem Liesegangs Palette an hochwertigem Projektionszubehör. Hier finden sich neben Leinwänden und Montage-material für die Deckeninstallation von Projektoren auch Video-Kabel und Signalverteiler.



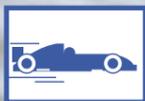
Lan aus. Um eine Verbindung herzustellen, wählt man einfach per Mausclick auf einer Tastatur im Internet die Rufnummer. Abgerechnet werden die Gespräche über die normale Telefonrechnung. Günstig sind vor allem Gespräche aus dem Ausland ins deutsche Festnetz. Roaminggebühren gibt es beim mobilen Festnetzanschluß nicht. Dieser ist umgekehrt auch von jedem Telefon- und Internetanschluß aus erreichbar. Geht ein Anruf ein, ohne daß eine Internetverbindung besteht, zeichnet ein Anrufbeantworter im Netz die Gespräche auf. Den mobilen Festnetzanschluß mit Anwendungen zeigt Arcor auf der CeBIT 2004 im Pavillon P 33.

Easy imaging. Easy business.

Alles, was sich Ihre Kunden wünschen:
die neuen QV-R51 und QV-R41 Digital Cameras.



extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay



betriebsbereit in ca. 1 Sek. durch Direct-On



5,0 Megapixel (QV-R51)
bzw. 4,0 Megapixel (QV-R41)



3fach optischer Zoom

Jetzt wird das digitale Fotografieren für Ihre Kunden zur wahren Freude. Denn die neuen Digital Cameras QV-R51 und QV-R41 sind extrem einfach zu bedienen, blitzschnell und mit vielen innovativen Funktionen ausgerüstet. Freuen Sie sich auf neue Impulse im Abverkauf.



- Auslöseverzögerung von ca. 0,01 Sek.*
- extralange Betriebsdauer (NiMH-Akkus inkl.)
- BESTSHOT
- hochwertiges, kompaktes Metallgehäuse

* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus

CASIO
www.casio-europe.com

Internationalisierung sorgt für Wachstum

Electronic Partner Jahresveranstaltung 2004

Vom 5. bis 7. März 2004 fand die nunmehr schon traditionelle Hausmesse der Electronic Partner Verbundgruppe statt.

Die Fachbesucher-Veranstaltung für den Bereich Consumer Electronics ist schon seit über zwei Jahrzehnten Gast in der NRW-Landeshauptstadt Düsseldorf.

300 namhafte Aussteller präsentierten auf einer Fläche von insgesamt 25.000 qm in zwei Hallen ihre Produkte und Dienstleistungen in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Informationstechnologie, Digital Imaging und Elektro-Hausgeräte. Über 6.500 Fachbesucher waren in den drei Tagen vor Ort. „Electronic Partner hat – trotz einer sehr schwierigen Branchenentwicklung und großer Kaufzurückhaltung der Konsumenten – seine starke Marktposition in Europa weiter ausbauen können“, so Hartmut Haubrich, Vorsitzender der Electronic Partner Geschäftsführung im Rahmen der Jahresveranstaltung. Die in zwölf europäischen Ländern tätigen Mitglieder von Electronic Partner International haben im vergangenen Jahr einen Außenumsatz von 5.730 Millionen Euro erzielt – das entspricht einem Wachstum von 1,1 Prozent. Die Zahl der angeschlossenen Mitgliedsunternehmen blieb mit 6.204 zum Jahresende 2003 weitgehend konstant. Für das laufende Jahr hat sich die Verbundgruppe ehrgeizige Ziele gesetzt. Die Marke „EP“ soll ihre Stellung als eine der führenden Dienstleistungsmarken des deutschen CE-Handels weiter ausbauen. Derzeit gibt es über 750 EP Markenhändler in Deutschland. Der „EP Netshop“ ist der einzige voll integrierte Multi-Channel-Shop für Consumer Electronics in Europa und verbindet die Bequemlichkeit und Verfügbarkeit eines Online-Shops mit der Sicherheit und dem Service des stationären Handels. Beim „MediMax“-Fachmarkt mit Verkaufsfächen über 1.000 qm stehen die Zeichen auf Expansion. Inzwischen betreiben Franchisenehmer in fünf europäischen Ländern über

200 Großflächen im Verbund von Electronic Partner. „comTeam“ soll zur führenden Systemhausmarke für den gewerblichen Mittelstand weiterentwickelt werden. Zur Zeit gibt es knapp 200 unter der Marke comTeam profilierte Systemhäuser. „Wir wollen unsere führende Position als Europas leistungsfähigste Verbundgruppe für den innovativen und serviceorientierten Fachhändler, den preisaktiven, groß-

flächigen und sortimentsstarken Fachmarkt, den seriösen Internethandel und den professionellen Systemhausanbieter weiter ausbauen“, so Hartmut Haubrich. „Immerhin waren 2003 „EP“ mit inzwischen über 750 Verkaufspunkten, „com Team“ (knapp 200) und „MediMax“ (62) die drei einzigen Verbundgruppenmarken, deren Präsenz in der Fläche in Deutschland im letzten Jahr zugenommen hat. Auch außerhalb

Deutschlands läßt sich dieser Trend nachvollziehen. Electronic Partner entwickelt sich in Europa zu einem einzigartigen – nicht kopierbaren – Handels-, Dienstleistungs-, Finanz- und Management-Verbund“, so Haubrich weiter. Für den Consumer Electronics-Gesamtmarkt in Deutschland erwartet Haubrich allerdings auch im Jahr 2004 kein Wachstum. Erst mittelfristig könne die CE-Branche

auf eine Erholung und Trendwende hoffen. „Die Situation im Einzelhandel bleibt äußerst angespannt. Die zunehmende Polarisierung der Märkte und Produkte sowie die steigende Preissensibilität der Endverbraucher werden in der europäischen Handelslandschaft zu einem weiteren massiven Verdrängungswettbewerb führen. Wir rechnen insgesamt mit einer weiteren Verschärfung“, so die nüchterne Betrachtung von Haubrich. *miz*

Streiflichter der „EP“ Jahresveranstaltung



Suzan Scheffen, Marketing Product Group Manager Advanced TV Technologies Sony Deutschland GmbH, und Fred Breuer, Channel Manager, Fachhandel und E-Vehicle, haben mit der Wega Engine TV-Line eine breite Palette im Segment der LCD- und Plasma-TVs präsentiert.



Helmut Koch, Vertriebsleiter Deutschland der Grundig AG, freut sich bereits auf die kommenden Monate, in denen sein Unternehmen einiges an Innovationen auf den Markt bringen wird.



Inga Rahm, Marketing and Product Manager Foto der Sanyo Europe GmbH, auf dem neukonzipierten Sanyo/Fisher-Stand mit der Xacti C 1: „Der Markt hat unser Digitalkamera Line-up sehr gut aufgenommen.“



Heinz Kuboth, Business Manager Germany and Austria für Aiwa, knüpfte erste Kontakte für die Neuaufstellung des Unternehmens unter dem Sony Dach.



Hans Wienands, Director Marketing and Sales Panasonic Deutschland, konnte ausgezeichnete Umsätze im Bereich Flachdisplays während der EP-Messe bestätigen.



Guter Dinge, auch wenn derzeit das Audio-Geschäft nicht einfach ist: die quadral-Vertriebsmannschaft.



Die Vertriebsmannschaft von Fujitsu General Düsseldorf war äußerst zufrieden mit der Akzeptanz der neuen Plasma Range.



Frank Merten und Hubert Morcinek, beide Geschäftsführer der Ultra Media GmbH & Co. Handels KG, präsentierten das neue Roadstar Sortiment.



Hans-Joachim Höfner, Verkaufsleiter Inland Handel der Schneider Electronics GmbH, präsentierte auf der EP Messe die neue Linie der Schneider LCD-TVs.

New camera.

New business.

Die neue, ultrakompakte und superschnelle EXILIM Zoom EX-Z40.

ultraschnell & ultrakompakt

.....4,0 Mega
Pixel

Energie sparende Technologie
für längeres Fotografieren

3fach optischer Zoom

2 Zoll TFT-Farbdisplay

in ca. 1,6 Sek. betriebsbereit

Auslöseverzögerung ca. 0,01 Sek.*

BESTSHOT

innovative Funktionen



Extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay,
USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion

**SUPER
LIFE
BATTERY**

Kleine Kamera – groß im Geschäft: die neue EXILIM Zoom EX-Z40**. Diese extrem schnelle Digital Camera zeichnet sich nicht nur durch hochwertige Materialien und extrem geringe Abmessungen aus, sondern auch durch eine neue, Energie sparende Technologie und die leistungsstarke SUPER-LIFE-Batterie für ultralangen Fotospaß. Die neue EXILIM Zoom EX-Z40 – ein absolutes Highlight im Digital Camera-Segment. EXILIM – get the big picture & the big business.

CeBIT
HANNOVER
18.-24. MÄRZ 2004
Halle 1 Stand 7e12

* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus oder im Auto Pan Fokus Mode.
** auch als EX-Z30 mit 3,2 Megapixel erhältlich.

EXILIM
ZOOM
www.exilim.de

Start der DVB-T Ausstrahlung in Norddeutschland und Nordrhein-Westfalen

Der Umstieg geht weiter

Am 24. Mai soll das digitale Antennenfernsehen (DVB-T) nun auch im Großraum Köln/Bonn sowie in Niedersachsen in den Gebieten Hannover/Braunschweig und Bremen/Unterwasser starten. Die entsprechenden Vereinbarungen hierfür wurden bereits im Herbst vergangenen Jahres von den beteiligten Rundfunkanstalten und den Landesmedienanstalten von NRW und Niedersachsen unterzeichnet.

Anfang November soll dann DVB-T im Gebiet Hamburg/Lübeck und im Ruhrgebiet sowie im Raum Düsseldorf an den Start gehen. Und auch im Süden Deutschlands sollen noch in diesem Jahr erste Startregionen digitalisiert werden.

Mit der erfolgreichen Einführung von DVB-T in der Region Berlin/Potsdam hat der digitale Antennenempfang an Marktbedeutung und Image gewonnen und stellt eine echte Alternative zu Kabel und Satellit dar. Dies belegt auch eine Repräsentativstudie der ARD/ZDF-Medienkommission, die Mitte Januar in Berlin vorgestellt wurde.

Vorteile von DVB-T

In Verbraucherkreisen stellt sich häufig die Frage, wozu noch neben Kabel- und Satellitenempfang (digitales) terrestrisches Fernsehen benötigt wird. Die wesentlichen Vorteile heißen „Portabel“ und „Mobilität“. Während man bei Satellitenempfang und Kabelübertragung immer einen (meist fest verlegten) Antennenanschluß benötigt, ermöglicht das digitale terrestrische Fernsehen erstmals portablen und sogar mobilen Empfang in hoher Qualität. Portabel bedeutet: Das Gerät ist unabhängig von der Anschlußdose überall, das heißt in jedem Zimmer oder auch außerhalb der Wohnung, auf der Terrasse, im Garten oder unterwegs empfangsbereit und liefert mit nur einer kleinen Stabantenne sehr gute Bild- und Tonqualität. Deshalb wird diese Art der Übertragung auch als „ÜberallFernsehen“ bezeichnet. Mobil bedeutet: Terrestrisches digitales Fernsehen kann auch während der Fahrt in Fahrzeugen empfangen werden, sei es im Bus, in der Bahn oder sogar im Auto. Selbstverständlich geht es im Auto nicht darum, den Fahrer durch Fernsehprogramme zu unterhalten und abzulenken – Ziel ist vielmehr eine zusätzliche Datenübertragung, z. B. für

Informations-, Navigations- und Sicherheitssysteme wie multimediale Stadtführer und Ähnliches. Bereits mehrere Autohersteller arbeiten in ihren Forschungs- und Entwicklungsabteilungen mit Hochdruck an entsprechenden Systemen und Anwendungen.

Das Programmangebot

Durch die digitale Übertragungstechnik werden die verfügbaren Fernsehkanäle viel besser ausgenutzt – so kann zukünftig ein Vielfaches an Fernsehprogrammen ausgestrahlt werden. Die Übertragung in sogenannten Datencontainern ermöglicht nebeneinander Fernsehen und Radio, aber auch neue interaktive Sendungen und Datendienste. Auch wenn die einzelnen Programmangebote in den verschiedenen Regionen noch nicht feststehen, ist doch schon sicher, daß die Hauptprogramme von ARD und ZDF und die jeweiligen regionalen „Dritten“ dazugehören werden, darüber hinaus aber auch die größeren privaten Programme wie RTL und SAT. 1 sowie weitere, teilweise neue Programme, die es überhaupt nur in digitaler Form gibt. Zusätzliche Radioprogramme und neue interaktive Inhalte bis hin zu Multimediadiensten runden das Angebot ab.

Perspektiven für den Fachhandel

Mit Ausbreitung des DVB-T Empfangsnetzes eröffnen sich auch für den Fachhandel interessante Perspektiven. Die Deutsche TV-Plattform unterstützt den Einführungsprozeß unter anderem durch eine von vielen Firmen gemeinsam erarbeitete Spezifikation, die beschreibt, was ein DVB-T Empfänger mindestens können muß, damit er im deutschen Markt bestehen kann. In den Regionen Norddeutschland und Nordrhein-

Westfalen finden derzeit mehrere regionale Informationsveranstaltungen statt, die von örtlichen Handels- und Handwerkskammern organisiert werden, aber auch von Groß- und Einzelhandelsverbänden, der FKTG oder auch der TV-Plattform in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Consumer Electronics und der Geräteindustrie. Eine Liste der genauen Termine und Veranstaltungen finden interessierte Fachhändler auf der Website www.ueberall-tv.de.

Das analoge PAL-Fernsehen

Laut Aussage des Internet-Portals „Überall-TV“ werden immer mehr

Anlogsender abgeschaltet, weil die Zahl der Zuschauer, die ihre Programme auf diesem Weg über Antenne empfangen, immer kleiner und der Sendebetrieb somit für die Programmanbieter unwirtschaftlich wird. Es ist abzusehen, daß der analoge terrestrische Sendebetrieb in wenigen Jahren ganz eingestellt wird.

Das digitale „ÜberallFernsehen“ wird die Abschaltung der bisherigen Anlogsender beschleunigen. Ohne Aufgabe der bisherigen analogen Ausstrahlung kann die Einführung von DVB-T gar nicht realisiert werden. Das dem Rundfunk zugewiesene Frequenzspektrum reicht nicht aus, um analog und digital zugleich und in ver-

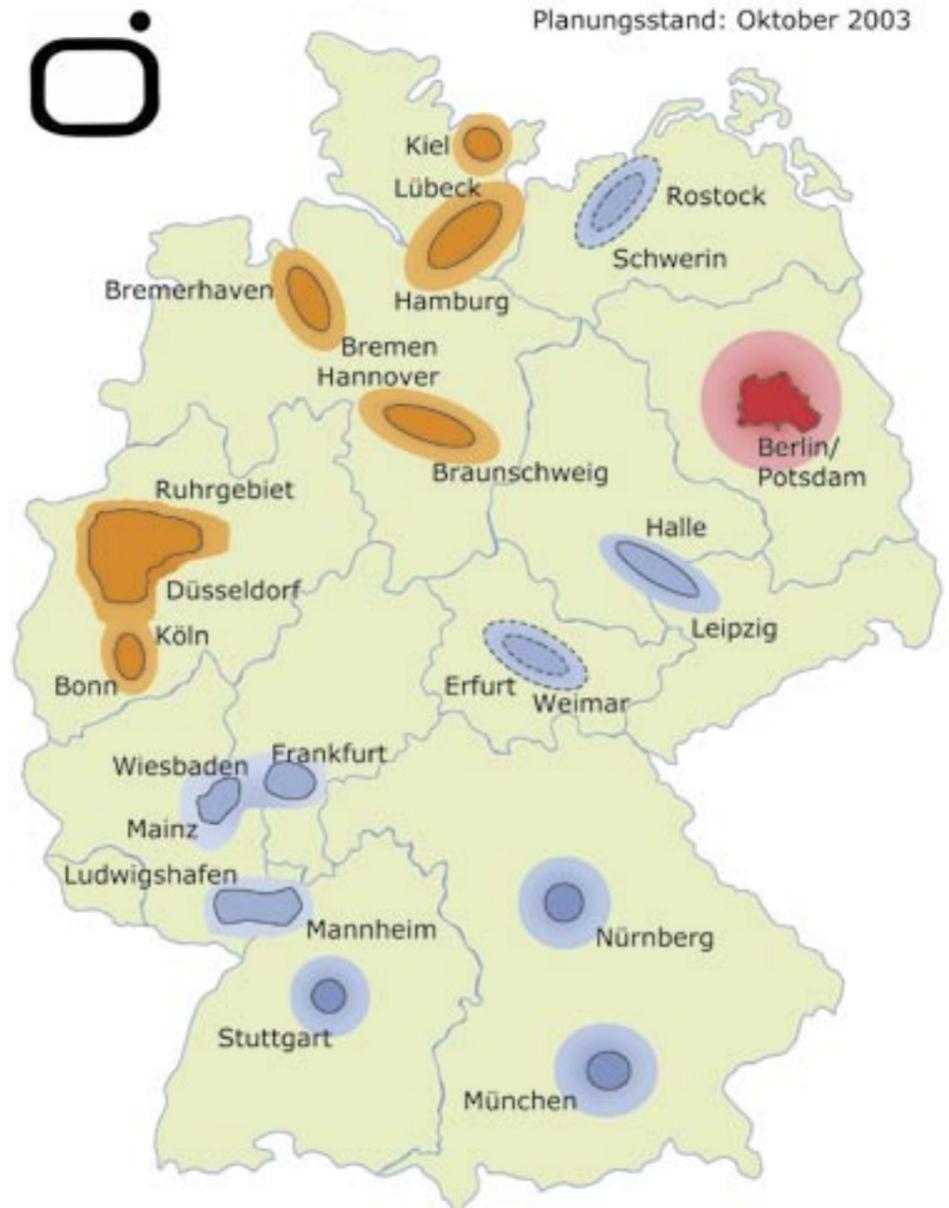
gleichbarer Qualität zu senden. Laut Aussagen der deutschen TV-Plattform e.V. ist die analoge Technik nicht mehr konkurrenzfähig. Weder bezüglich der Zahl der Programme noch der Entwicklungsmöglichkeiten für neue Inhalte und Anwendungen.

Die neuen Geräte

Auch wenn die digitalen Programme auf den gleichen Kanälen ausgestrahlt werden wie die heutigen analogen, funktioniert DVB-T doch nach einem völlig anderen Prinzip, so daß sie mit herkömmlichen Fernsehgeräten nicht empfangen werden können. Das heißt nicht, daß das alte Fernsehgerät völlig unbrauchbar ist.

DVB-T-Startregionen in Deutschland

Planungsstand: Oktober 2003



Versorgungsziel: portabel indoor in den Ballungszentren als schematische Darstellung; gestrichelt = fraglich für priv. Rundfunk
Beginn Regelbetrieb: ● 2002 ● 2004 ● ab 2005

Quelle: DVB-T-Projekte/IDR-BNA Redaktion: Bayerische Medien Technik/www.bmt-online.de

Integrierbare Metz Module für Digital TV

Metz hat seine TV-Geräte auf das digitale Zeitalter vorbereitet. In einen Metz 100 Hz Fernseher können verschiedene DVB-Erweiterungsmodule integriert und mit der Fernbedienung gesteuert werden. Dabei ist der Fachhandel für den Einbau des Moduls zuständig. Mit dem Metz DVB-T Modul mit CI lassen sich bei günstigen Empfangsverhältnissen über eine handliche Zimmerantenne (oder über die vorhandene Hausantenne) nicht nur alle terrestrischen, digita-



len TV- und Radio-Sender empfangen, sondern mittels Conditional Access (CA) und der passenden Smart Card auch verschlüsselte Programme. Das DVB-T Modul hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 399,- Euro.

Grundsätzlich genügt ein Zusatzgerät, das DVB-T-Empfangsgerät (siehe Marktübersicht), das ähnlich wie ein Videorecorder oder ein Satellitenreceiver entweder über die SCART-Buchse oder den Antenneneingang an den Fernseher angeschlossen wird. Erste Exemplare dieser digitalen Zusatzgeräte gab es bereits Anfang des Jahres 2002. Nach dem Beginn des Regelbetriebes, Anfang November 2002, vergrößerten sich die Breite und Vielfalt des Angebotes. Darüber hinaus gibt es auch neue Fernsehgeräte, die den digitalen Empfangsteil gleich eingebaut haben (IDTV – „Integrated Digital TV“), sowie auch tragbare Empfänger, in Größe und Handhabung ähnlich wie ein Notebook. Zudem sind auch entsprechende PC-Karten, USB-Boxen und PCMCIA-Karten für PC und Notebook lieferbar. Ende 2002 kamen auch die ersten Nachrüstätze, d. h. Steckkarten in den Markt, mit denen vorhandene Geräte bestimmter Baureihen, die dafür vorbereitet sind, aufgerüstet werden können. *miz*

Laut gfu wird digitaler Empfang immer wichtiger

Die Digitaltechnik spielt beim Empfang von Fernseh- und Hörfunksignalen eine immer bedeutsamere Rolle, so eine Pressemitteilung der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik. Daß sich der Trend zum digitalen Fernseh- und Hörfunkempfang auch in Zukunft fortsetzt, zeigen die Marktprognosen für Empfangsanlagen. Auch die Ausgaben verringern sich von 101 auf 76 Millionen Euro. Rückgänge kennzeichnen nach gfu-Angaben auch das Geschäft mit Sat-Systemen (Receiver und Antennen), bei denen die Verkaufszahl von 330.000 auf 295.000 Stück sinken soll. Positiver dagegen der Absatz von Satellitenschüsseln, der um zwei Prozent auf 820.000 Stück anwachsen wird. Insgesamt sollen die deutschen Konsumenten im laufenden Jahr knapp 500 Millionen Euro für Satellitenempfangsanlagen ausgeben; das wären sieben Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Laut Prognosen der Marktforscher werden die Bundesbürger für digitale Sat-Receiver im laufenden Jahr rund 310 Millionen Euro ausgeben, das sind 30 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Verständlicherweise geht dieses Wachstum auf Kosten der analogen Sat-Receiver. Hier sinken die Verkaufszahlen um 22 Prozent auf eine Million. Nach Angaben der gfu rechnen die Marktforscher für das laufende Jahr mit einem Anwachsen des Absatzes von digitalen Sat-Receiver auf 1,5 Millionen, d. h. mit einem Zuwachs von über 40 Prozent. Der gesamte Empfangsbereich in Deutschland gliedert sich nach neuesten Untersuchungen folgendermaßen auf: 20,6 Millionen Haushalte (Plus 1,6 Prozent) werden über Kabel versorgt. 13,8 Millionen (Plus 3,5 Prozent) erhalten ihre Signale direkt vom Satelliten, und 1,9 Millionen Haushalte (Minus 26 Prozent) werden über Hausantenne, das heißt terrestrisch, versorgt. Das sind zwar nur noch 5,3 Prozent aller 36,3 Millionen TV-Haushalte, doch der terrestrische Empfang wird wieder interessanter, heißt es laut gfu.

Die neuesten DVB-T-Boxen

Die Tabelle gibt einen Überblick über das derzeitige Angebot an aktuellen DVB-T-Empfangsgeräten der wichtigsten Hersteller. Aufgrund der Vielfalt des weltweiten Angebotes erheben wir keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sämtliche Daten beruhen auf Auskünften der Anbieter oder Hersteller. Redaktionsschluß war Mitte März 2004.

Fehlende Informationen sind mit „k. A.“ (keine Angaben) kenntlich gemacht, während das Nichtvorhandensein eines bestimmten Merkmals durch ein „nein“ ausgedrückt ist. Die Preise in der Tabelle stellen den empfohlenen Verkaufspreis seitens des Herstellers dar und sollen nur zur Orientierung dienen.



Produkt	Grundig	Hirschmann	Hirschmann	Hirschmann	Humax	Humax	Humax	Humax	Kathrein
Produktbezeichnung	DTR 2420	CTR 10 FTA	CTR 10 M	Hit CTR 5 FTA	F3 Fox T	DTT 4000	F2 1000 T	PVR 8100 T	UFD 570/S
Time-Shift Funktion	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein
Common Interface (CI)	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein
Festplatte	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein	ja / 80 GB	nein
Elektronischer Programmguide	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Videotextfunktion	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Preis	149,- Euro	179,- Euro	179,- Euro	149,- Euro	ca. 120,- Euro	k. A.	ca. 120,- Euro	k. A.	159,- Euro
Verfügbar ab/seit	Mai 2004	k. A.	April 2004	April 2004	April 2004	April 2004	April 2004	April 2004	November 2002



Produkt	Kathrein	Panasonic	Philips	Sagem	Sagem	Techni Sat	Techni Sat	Techni Sat	Wela electronic
Produktbezeichnung	UFE 370/S	TU-CT30E	DTR 1000	ITD 64	ITD 62	Digi Pal 1	Digi Corder T1	Digi Pal 2	Smart Terra X
Time-Shift Funktion	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein
Common Interface (CI)	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein
Festplatte	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein	ja / 40 GB und 80 GB	nein	nein
Elektronischer Programmguide	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Videotextfunktion	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Preis	119,- Euro	k. A.	149,99 Euro	169,- Euro	129,- Euro	149,99 Euro	349,- Euro	k. A.	k. A.
Verfügbar ab/seit	April 2004	k. A.	März 2004	März 2004	März 2004	August 2003	April 2004	April 2004	März 2003

Speicher-Riesen:

Hi-MD Walkmen von Sony

Die neuen Sony Hi-MD Walkmen speichern neben Musiktiteln auch PC-Daten, Bilder und Filme auf 1 Gigabyte fassenden Hi-MD Medien. Portable Audio Player mit Allroundfähigkeiten zur Datenspeicherung erfreuen sich im Consumer-Bereich steigender Nachfrage, denn es ist bequem, seine persönliche Musiksammlung auf einem kleinen Gerät mit sich zu führen und gleichzeitig auch Daten, Programme oder Videofilme auf dem gleichen Gerät abspeichern zu können. Deshalb flankiert Sony den Start seines eigenen Internet-Musik-Download-Services mit der Markteinführung von vier neuen Hi-MD Walkman-Modellen. „Hi-MD“ ist die Weiterentwicklung der MiniDisc-Technologie und setzt bei portablen Abspielgeräten und Speicherlösungen neue Meilensteine.



Sony Hi-MD Walkman „MZ-MH900“: Speichert 1 Gigabyte komprimierte Musikdateien, aber auch Daten, Bilder, Texte und Videofilme.

Die Hi-MD Walkmen werden mit der neuen PC Musik Jukebox Software SonicStage 2.0 ausgeliefert, die neben Musikmanagement auch den direkten Zugang zum neuen Internet-Musik-Download-Service herstellt. Alle Hi-MD Walkmen speichern auf 1 Gigabyte Hi-MDs neben Musiktiteln jede Art von PC-Daten, wie z. B. Bilder, Texte oder Filme. Ein Hi-MD Walkman ist nicht nur ein hervorragender portabler Musik-Player und -Recorder, sondern gleichzeitig als externes Laufwerk für den PC und als portabler Datenspeicher mit Wechselmedien hoher Kapazität einsetzbar.

Hohe Speicherkapazität und beste Soundqualität

Auf dem riesigen Speichervolumen von 1 GB lassen sich mit der PC Musik Jukebox Software Musiktitel aus unterschiedlichsten Quellen über-

tragen und abspeichern: über den neuen Internet-Musik-Download-Service, von einer Audio-CD auf ein CD-ROM Laufwerk oder durch Überspielen von Musikdateien von der Festplatte eines PCs, z. B. komprimierte MP3 Titel. Bei der Speicherung hat der Benutzer die Wahl zwischen unterschiedlicher Klangqualität und Speichergröße. HiFi-Enthusiasten können Musik sogar mit linear PCM (Pulse Code Modulation) in professioneller CD-Qualität aufnehmen und abspielen. Mit ATRAC3plus (48 kbps) komprimiert, lassen sich bei guter Klangqualität bis zu 45 Stunden Musik auf einer Hi-MD Disc speichern. Neben den kompakten Abmessungen von 81,7 x 14,8 x 76,1 Millimeter (MZ-NH) beeindrucken die Geräte durch lange Betriebsdauer, G-Protection, exzellente Klangqualität und Kompatibilität zu ATRAC, MP3- und WMA-Format. Abgespielt werden auch herkömmliche MiniDiscs. Reguläre 80 Minuten MiniDiscs (177

MB) fassen im Hi-MD Modus formatiert 305 MB. Über USB mit dem PC verbunden, werden Daten einfach per „drag and drop“ auf die Hi-MD gezogen. Mit einem Klick läßt sich eine komplette CD direkt auf Hi-MD überspielen. Vorgänge wie CD rippen, Konvertierung ins hochwertige ATRAC-Format und Aufzeichnen der Daten erfolgen dabei automatisch.

Internet-Musik-Download-Service

Die neuen Hi-MD Walkmen werden ab Juni 2004 zeitgleich mit dem Start des neuen Internet-Musik-Download-Services verfügbar sein. Dort kann man seine Musik aus einem umfangreichen Titel-Angebot auswählen und auf einen Computer herunterladen. Die einfach zu handhabende Software „SonicStage 2.0“ dient zum Download und zur Verwaltung der Musiktitel und ist im Lieferumfang aller Sony Network Audio-Pro-

dukte enthalten (z. B. Hi-MD Walkman, Net MD Walkman, Multi Codec CD Walkman und Memory Stick Walkman). Musiktitel werden in exzellenter ATRAC3-Klangqualität angeboten und können nach dem Download auf der in SonicStage 2.0 integrierten „PC Musik Jukebox“ gespeichert werden.

Anwender können sich individuelle Zusammenstellungen verschiedener Titel anlegen und auf ein Network Audio-Produkt übertragen. Die Reihe der neuen Hi-MD Walkmen umfaßt bei der Einführung vier Modelle mit unterschiedlichem Design und Ausstattungsvarianten:

Hi-MD Walkman „MZ-NH1“

Mit Magnesiumgehäuse, Fernbedienung mit dreizeiligem LCD und Hintergrundbeleuchtung, Jog Dial zur komfortablen Menü-Navigation, USB-Anschluß, digitalem und analogem Eingang, Mikrofon-Eingang und Docking-Station ist der Hi-MD

Walkman „MZ-NH1“ in Silber zu einem UVP von 450 Euro erhältlich.

Hi-MD Walkman „MZ-NH900“

Aluminiumfront, Fernbedienung mit dreizeiligem LCD und Hintergrundbeleuchtung, Jog Dial zur komfortablen Menü-Navigation, USB-Anschluß, digitaler und analoger Eingang, Mikrofon-Eingang und Ladestation zeichnen den Hi-MD Walkman „MZ-NH900“ aus. Er ist zu einem UVP von 380 Euro in Silber und Schwarz erhältlich.

Hi-MD Walkman „MZ-NH700“

Acrylfront, Fernbedienung mit dreizeiligem LCD und Hintergrundbeleuchtung, Jog Dial zur komfortablen Menü-Navigation, USB-Anschluß, digitaler und analoger Eingang, Mikrofon-Eingang. UVP: 300 Euro, erhältlich in Silber und Blau.

Hi-MD Walkman „MZ-NH600“

Dreizeiliges LCD, USB-Anschluß, digitaler & analoger Eingang. UVP: 250 Euro, erhältlich in Silber, Weiß und Blau.

PoS Aktuell

Samsung PixelPlanet: Shopping-Gutscheine jetzt schon ab 20 Euro

Bei „PixelPlanet“, dem Incentive-Programm für die Samsung-Monitor-Handelspartner, gibt es jetzt die „BestChoice“-Wertschecks bereits ab einem Wert von 20 Euro. Mit den kleinen Prämienschritten muß der Partner nicht monatelang „Space Credits“ – die Punkte, die man bei der Teilnahme am Partner-Programm durch den Verkauf von Monitoren sammelt – zu einem großen Guthaben anhäufen, bevor sie eingelöst werden können. Gerade kleine Händler, die nicht ständig in großen Mengen einkaufen, sollen von dieser Lösung profitieren. Aber auch ein großer Händler kann seinem Vertriebsteam öfter einen Anreiz bieten. Die Shopping-

Gutscheine sind einlösbar bei mehr als 100 Prämienpartnern, wie zum Beispiel SportScheck, Christ, Douglas, Foot Locker, Maredo, Cinestar, CinemaxX, Marriott oder Sixt.

Casio kooperiert mit Langenscheidt in Sachen Wörterbücher

Der japanische Elektronik-Konzern Casio Co., Ltd. geht eine strategische Allianz mit der Langenscheidt Verlagsgruppe ein. Langenscheidt liefert im Rahmen der Kooperation umfangreiche zweisprachige Wörterbuchsubstanzen und Sprachführer für die elektronischen Wörterbücher von Casio. Seit März 2003 hat Casio erfolgreich eine Reihe elektronischer Wörterbücher (EW-G100, EW-G2000 und EW-G2100) in den deutschen Markt und seit Oktober 2003 auch in Spanien eingeführt. In Japan ist Casio mit den Geräten bereits seit mehreren Jahren Marktführer. Für künftige Neu-

entwicklungen stehen ab sofort auch die Langenscheidt-Substanzen zur Verfügung.

Distributionsvertrag mit Siemens für HiPath 1220

Herweck hat einen neuen Distributionsvertrag mit Siemens geschlossen. Gegenstand des Vertrages ist die ISDN-TK-Anlage Siemens HiPath 1220. Ab sofort sind die komplette HiPath 1220 Reihe und die dazu gehörigen Optipoint Systemtelefone bei Herweck erhältlich. Bei der HiPath 1220 handelt es sich um eine Systemanlage, die modular ausbaufähig ist, somit perfekt geeignet für kleine und mittelständische Unternehmen, weil die Größe je nach Bedarf in Zweierschritten angepaßt werden kann. Die HiPath 1220 gibt es zwei Varianten, für den analogen Ausbau oder für den digitalen, zum Betrieb mit Systemtelefonen. Alle Geräte sind ab Lager Herweck lieferbar. Weitere Auskünfte erteilt gerne das Herweck Ver-

triebsteam, erreichbar unter: 06849/9009-110, oder -112. Das Herweck Schulungszentrum wird auch Schulungstermine zum Thema HiPath 1220 anbieten. Die Termine werden rechtzeitig bekanntgegeben.

Sony gewinnt iF Design Awards

Bei der Verleihung des renommierten „iF Design Award“ erhielt Sony in der Kategorie „Produktdesign“ gleich fünf Auszeichnungen. Prämiert wurde das Unternehmen für die Design-Qualität folgender Produkte: Plasmafernseher KE42MR1, LCD-Bildschirme aus der HS-Serie, Vaio-Notebook PCG-Z1, Clie-Handheld PEG-UX50 und Network Walkman NW-MS70D. Die offizielle Preisverleihung findet am 18. März 2004 auf der CeBIT statt.

Seit 50 Jahren werden die iF Awards bereits verliehen und gehören zu den weltweit wichtigsten Design-Wettbewerben. Am diesjährigen Auswahlver-

fahren nahmen mehr als 1.400 Beiträge aus über 30 Ländern teil. Zu den Höhepunkten der diesjährigen Veranstaltung wird die Bekanntgabe der Preisträger gehören, die sich in diesem Jahr einen der 15 „iF Gold Awards“ beziehungsweise 25 „iF Silver Awards“ sichern konnten.

Audiovox nun auch in Deutschland präsent

Audiovox, Hersteller von Car Video-Systemen, bietet seine breite Produktpalette nun auch im deutschen Markt an. Zu den Produktkategorien von Audiovox zählen DVD-Player, Kopfstützmonitore, Dachmonitore – auch mit integrierten DVD-Playern – sowie Rückspiegelmonitore.

Interessenten können sich auf der Website www.audiovox-germany.de einen ersten Eindruck über das Sortiment verschaffen.

NEC Projektoren: Marktführer durch Technologievorsprung

Zum dritten Mal in Folge verteidigte NEC im vergangenen Jahr erfolgreich seine Spitzenposition als Marktführer auf dem hart umkämpften Projektormarkt. Mit Anteilen zwischen 10,14 bis 17,04 Prozent des deutschen Marktes gelang es NEC Deutschland, einer hundertprozentigen Tochter der NEC Corporation, sich in jedem der letzten drei Jahre den größten Anteil aus dem Gesamtgeschäft zu sichern. Selbst massive Abverkäufe von Projektoren in Retailmärkten gegen Ende des vierten Quartals 2003, mit denen sich Medion für kurze Zeit auf den ersten Platz setzte, konnten NECs Spitzenplatz im Gesamtjahr 2003 nicht gefährden. NEC gehört zu den „Global Fortune 500“, den Firmen mit den meisten Patentanmeldungen weltweit. Das schlägt sich auch im technologischen Vorsprung des Unternehmens bei Projektionslösungen nieder. NECs Produktportfolio in diesem Bereich bietet mit einer breit gefächerten Auswahl von Video-, LCD- und DLP-Projektoren modernste Präsentationstechnik mit aktuellen Technologien an.

Noch schärfer: HT1100 – Heimkino- projektor für höchste Ansprüche

Ganz gleich, ob man Film-Highlights im Fernsehprogramm oder DVD-Kinofilme genießen will, der HT1100 von NEC garantiert in der eigenen Wohnumgebung perfekten Kinogenuß. Mit einem neuen



HT1100: DLP-Projektor für extrem kontrastreiche und scharfe Bilder mit dem Kontrast von bis zu 3.500:1 und der Leuchtstärke von 1.100 ANSI-Lumen

Farbrad für größere Farbtiefe, frischere Farben und einen besseren Blauwert ausgestattet, sorgt dieser neue DLP-Projektor für noch brillantere und extrem kontrastreiche und scharfe Bilder. NEC gelang es, das Kontrastverhältnis im Vergleich zum Vorgängermodell auf den bisher unerreichten Wert von bis zu 3.500:1 zu steigern. Die Leuchtstärke beträgt 1.100 ANSI-Lumen, und dieser Wert findet sich auch in der Typenbezeichnung „HT1100“ wieder. Alle Einstellungen können dank einer beleuchteten Fernbedienung während des Abspielens und sogar im Dunkeln vorgenommen werden. Der HT1100 ist mit seinen Leistungswerten und Details optimal für Anforderungen von Anwendern im Heimkinobereich konzipiert. So

setzt z. B. echtes Kinovergnügen für die Darstellung von guten Schwarztönen einen sehr hohen Kontrastumfang voraus. Der durch die verbesserte Irisblende erzielte extrem hohe Kontrastwert kann manuell stufenlos mittels einer Blende verändert werden. Der HT1100 ist mit dem neuartigen Interlaced Progressive Converter von NEC ausgestattet, der das Vollbild aus zwei zeitlich versetzten Halbbildern generiert. Je nach Bewegungsgeschwindigkeit der dargestellten Motive korrigiert der Converter die zeitlichen Verschiebungen. Durch diese Technologie werden Bildinhalte noch ruhiger und Übergänge und Konturen klarer und schärfer dargestellt. Der 4:3 DLP-Chip des HT1100 garantiert beim Fernsehen, beim Anschauen von Kinofilmen oder bei Videospiele im Großformat die höchstmögliche Bildqualität. Für



Die Prämierung des leistungsstarken Mini-Projektors LT 170 mit dem „iF Design Award 2004“ ist für Händler ein überzeugendes Verkaufsargument, weil Design bei der Kaufentscheidung an Stellenwert zunimmt.

die Wiedergabe von DVD-Filmen oder HDTV-Inhalten kann problemlos auf 16:9-Format umgeschaltet werden. NEC hat für den HT 1100 einen speziellen, digitalen Video-Decoder entwickelt, der das

Videosignal für die Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten optimiert, die ideale Auflösung für DVD in 16:9-Darstellung. Der HT1100 verfügt mit S-Video, Video, DVI-D, Audio, RGB, Y/Cb/Cr und PC Card Slot über eine Vielzahl von Anschlußmöglichkeiten und ist HTPC-kompatibel. Das heißt, er kann auch verschlüsselte HTPC-Signale, beispielsweise von einem DVD-Player zugespielte Inhalte, entschlüsseln. Zwischen den einzelnen Anschlüssen wird einfach und unproblematisch mit der handlichen Fernbedienung umgeschaltet. Mit nur 29 Dezibel im Sparmodus ist das Eigengeräusch des Projektors kaum wahrnehmbar, eine weitere, für den Heimkino-Einsatz sehr wesentliche Eigenschaft. Mit dem integrierten PC-Card Viewer lassen sich auf PC-Cards gespeicherte Diashows direkt über die PC-Karte abspielen.

Europaweit Spitzen- klasse: die Garantie

Der NEC HT1100 wird mit dem europaweit umfassendsten Servicekonzept im gesamten Projektoren-Markt ausgeliefert. Das NEC-Service-Paket besteht aus dreijähriger Garantieleistung und kostenlosem Vor-Ort-Service innerhalb der Europäischen Union, Schweiz und Lichtenstein im Verlauf des nächsten Arbeitstages, wobei der Kunde wahlweise ein kostenloses Austauschgerät erhalten oder die Reparatur seines Projektors in Anspruch nehmen kann.



Perfekten Kinogenuß in der eigenen Wohnumgebung garantiert der HT1100 von NEC.

iF Design Award geht an NEC Projektor

Mit seinem innovativen Design hat der Mini-Projektor LT170 von NEC nicht nur den Handel und Anwender, sondern auch die Juroren des iF Industrie Forum Design Hannover e.V. überzeugt, die dem leistungsstarken Mini-Projektor deshalb den „iF Design Award 2004“ zuerkannt haben. Diese Prämierung ist für Händler ein überzeugendes Verkaufsargument, denn bei der Kaufentscheidung gewinnt Design immer mehr an Stellenwert. Der DLP-Projektor überzeugt neben seinem völlig neuartigen Design bei mobilen Präsentationseinsätzen vor allem durch einen bisher nicht gekannten Bedienkomfort und das konsequent umgesetzte Konzept der „Ein-Hand-Bedienung“. Seine Abmessungen betragen



Auf der CeBIT 2004 stellt NEC den Projektor V7770 vor, der mit 3.000 ANSI-Lumen von Umgebungslicht unbeeindruckt bleibt. Mit 1.024 x 768 Bildpunkten (XGA), einem Kontrast von 400:1, Auto Color Korrektur und 3D-Reform ist der V7770 das High End Modell im Bildungsmarkt und bietet höchste Qualität bei Präsentationen in Schulungen, Trainingsveranstaltungen oder Konferenzen.

nur 8,5 auf 28 Zentimeter bei einer Höhe von 12 Zentimetern, und das Gerät läßt sich bequem mit einer Hand umfassen. Um den optimalen Neigungswinkel des Projektors einzustellen, können die Füße durch Knopfdruck auf die gewünschte Höhe ausgefahren werden. Bei der neuartigen Menüführung kommt erstmals ein Drehknopf zum Einsatz, mit dem sich alle Einstellungen einhändig per Knopfdruck wählen und bestätigen lassen. Den begehrten Design-Preis gewinnt ein NEC-Produkt bereits zum siebten Mal, wobei besonders Projektoren hoch in der Gunst der Jury standen. 2003 konnte der NEC-Projektor LT260 die begehrte Auszeichnung erringen. Die Konkurrenz ist groß, denn Unternehmen aus rund 32 Ländern melden jedes Jahr mehr als 1.800 Produkte zu diesem renommierten Designwettbewerb an. Zu sehen ist der prämierte LT170 auf dem NEC-Stand auf der CeBIT 2004 in Halle 2, Stand B.10.

LT10: Microportable für die Präsentation bei Dienstreisen

NECs Kleinster paßt bequem in jede Aktentasche, selbst in modisch kleine Exemplare des bei Business-Reisenden obligatorischen Requisites. Nicht nur deshalb ist der Mini-Projektor LT10 der ideale Begleiter für Präsentationen beim Kunden: Der XGA DLP-Projektor überzeugt mit starker Lichtleistung und hohem Kontrastverhältnis und bringt lediglich 0,9 Kilogramm auf die Waage. Mit dem LT10 wird die LT-Serie um ein besonders leichtes Modell ergänzt. Bei einer beanspruchten Standfläche von 19,8 x 14,8 Zentimetern ist der LT10 nicht viel größer als ein Taschenbuch. Er bietet eine Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten und die Leuchtstärke von 1.100 ANSI-Lumen. Das hohe Kontrastverhältnis von 2.000:1 sorgt für scharf durchgezeichnete und brillante Bilder. Die „Bild im Bild“-Funktion kann Inhalte von zwei unterschiedlichen Datenquellen, z.B. RGB und Video, gleichzeitig darstellen. Dabei kann der Bildbereich vorgewählt werden, in dem das zweite Bild erscheint. Mit der integrierten Plug-and-Play-Funktion stellt sich der LT10 automatisch auf die jeweils angeschlossene Bildquelle ein. Das Bildformat läßt sich jederzeit von 16:9 auf 4:3 umschalten. Das Gerät entspricht allen neuesten Standards und ist HDTV-fähig. Mit der kreditkartengroßen Fernsteuerung können Eingangsquellen umgeschaltet, die stufenlose Vergrößerung von Bildausschnitten gewählt und die Freeze-, Mute-, PIP- und Trapezkorrektur-Funktion aktiviert werden. Mit nur 34 Dezibel ist der LT10 sehr leise. Auch für diesen Projektor gilt das europaweit umfassendste Servicekonzept im gesamten Projektoren-Markt, bestehend aus dreijähriger Garantieleistung und kostenlosem Vor-Ort-Service innerhalb der Europäischen Union, Schweiz und Lichtenstein mit wahlweise kostenlosem Austauschgerät oder Reparatur des Projektors. *evo*

Flachdisplays: MODELLE • MACHER • MÄRKTE

Pioneer kauft NEC Plasma-Fabrikation

Pioneer wird von NEC die komplette Fertigung von Plasma-Display-Panels (PDP) inklusive aller von NEC gehaltenen Patente für diese Technologie erwerben. Durch den Verkauf der Plasma-Produktionssparte will sich NEC stärker auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Pioneer wird durch diese Übernahme der zweitgrößte Hersteller von Plasma Bildschirmen, hinter Fujitsu Hitachi Plasma und noch vor Matsushita Electric Industrial. Der Kaufpreis für die NEC-Fabrik im japanischen Kagoshima soll laut Pioneer 40 Milliarden Yen (302,8 Millionen Euro) betragen.

Philips „Ambilight“: Freude für die Augen

Auf der CeBIT wird Philips mit hoher Wahrscheinlichkeit sein bereits auf der diesjährigen CES der Presse vorgestelltes „Ambilight“ (für „Ambient Light“) präsentieren. Dabei handelt es sich, wie das Unternehmen erläutert, um eine Hintergrundbeleuchtung für Flachbildschirme, die dem Zuschauer ein „entspannendes Sehvergnügen verschaffen“ soll. „Ambilight“ besteht aus einer nach hinten abstrahlenden, serienmäßig in die Rückwand der Fernsehgeräte integrierten Beleuchtung, mit der die Wand hinter dem TV in verschiedenfarbiges Licht getaucht werden kann. Bei der ersten Modellreihe wählen die Zuschauer die Farben der Hintergrundbeleuchtung noch selbst über die Fernbedienung aus. Nach eigener Aussage will Philips die Ambilight-Technologie jedoch so weiterentwickeln, daß die Farbwahl der Hintergrundbeleuchtung durch die vom TV-Gerät gezeigten Bildinhalte bestimmt wird.

Schon jetzt spricht man bei Philips von einem „Surround Sound für die Augen“. Testseher sollen Ambilight jedenfalls äußerst positiv aufgenommen und als wohltuend empfunden haben.

Die ersten Geräte mit Ambilight werden Philips' neue LCD-Modelle der Matchline-Reihe mit Bilddiagonalen von 32, 37 und 42 Zoll sein (32PF9996, 32PF9966, 37PF9996, 42PF9966 and 42PF9996) sowie die 50-Zoll-Plasma-TVs 50PF9986 und 50PF9966.

Anstieg der Nachfrage von LC-Displays

Im vergangenen Jahr wurden weltweit LC-Displays im Gesamtwert von 35,7 Milliarden US-Dollar abgesetzt. Damit beträgt das Wachstum gegenüber dem Vorjahr laut den Marktforschern von iSuppli rund 28 Prozent. Der Anstieg wurde vor allem durch die gestiegene Nachfrage an LC-Displays für Desktop-Computer, Notebooks, aber auch von LCD-Fernsehgeräten verursacht, meinen die Branchenbeobachter. Die drei südkoreanischen LCD-Hersteller LG, Philips LCD, Samsung und BOE Hydis Technology haben zusammen im vergangenen Jahr erstmals die 10-Milliarden-Dollar-Hürde überschritten.

LG, Philips LCD setzte als weltweit größter Hersteller mit TFT-LCDs über 10 Zoll Größe allein 5,12 Milliarden US-Dollar um. Für das Jahr 2004 Jahr erwarten die Marktforscher von iSuppli ein weiteres Wachstum von 32 Prozent und einen Anstieg der Gesamtumsätze auf weltweit 47 Milliarden US-Dollar

Philips: Bald Produktion von aufrollbaren Displays

Nach intensiver Forschung auf dem Gebiet der Polymerelektronik beabsichtigt Philips nach eigener Aussage, in Kürze die Produktion von aufrollbaren Displays im industriellen Maßstab aufzunehmen. Die Herstellung von Prototypen funktioniert bereits. Auf einer ultradünnen Plastikfolie wird die Treiberelektronik der Aktivmatrix-Displays

auf Polymerbasis mit einer reflektierenden Schicht aus „elektronischer Tinte“ aufgebracht. Einen Bericht über den aktuellen Stand der neuen Technologie veröffentlichte die Fachzeitschrift „Nature Materials“ in ihrer Februar-Ausgabe. Die leichten, großflächigen Displays sind unzerbrechlich und lassen sich in einem kleinen Gehäuse aufrollen, wenn sie nicht benutzt werden. Das neuartige Polymer-Display ist das dünnste und flexibelste Aktiv-Matrix-Display, das zur Zeit realisierbar ist. Mit fast 80.000 Transistoren ist es außerdem das größte, aus organischen Materialien hergestellte Display und weist den geringsten Bildpunktstand aller aktuellen Display-Technologien auf. Die baldige Verfügbarkeit derartiger Displays würde die Entwicklung von elektronischen Büchern, Zeitungen und Zeitschriften und darauf aufsetzende Mobilfunkdienste enorm beschleunigen. Philips will die Entwicklung sehr rasch bis zum Start der industriellen Massenproduktion vorantreiben. Flankierend wurde im Rahmen des Forschungsprogramms „Philips Technology Incubator“ bereits ein internes Projekt mit dem Titel „Polymer Vision“ (<http://www.polymervision.com>) gestartet, das sich ausschließlich mit dieser Thematik beschäftigt.

Schon 2004 mehr LCDs als Röhrenmonitore?

Nach einer Marktanalyse von IDC werden im Jahr 2004 erstmals mehr Flüssigkristall-Displays (LCD) als Röhrenmonitore (CRT) ausgeliefert werden. Laut der neuen Studie mit dem Titel:

Samsung erwartet Boom bei Flachbildschirmen

Als Spezialist für Flachbildschirme und Farbmonitore erwartet Samsung im laufenden Jahr in Deutschland eine weitere Zunahme der Nachfrage nach Flachdisplays. Nach Einschätzung von Samsung werden von TFT-Displays unter 17 Zoll Bilddiagonale jedoch keine wesentlichen Impulse mehr auf den Markt ausgehen. Das Hauptgeschäft werde sich mehr auf mittel- und großformatige TFT- und Plasma-Displays verlagern. Der Markt für Plasma-Monitore habe bereits im vergangenen Jahr zweistellige Wachstumsraten verzeichnen können. Der Boom halte weiter an, verlautbart es bei Samsung. Auch der Markt für großformatige TFT-Displays befinde sich in einer rasanten Entwicklungsphase. „Immer mehr Unternehmen erkennen den Wert von Displays für Informations- und Werbezwecke“, begründet das Unternehmen die Entwicklung. Auf der diesjährigen CeBIT präsentiert Samsung unter anderem seine neuen Produkte SyncMaster 243T, der auch für den Desktop-Einsatz geeignet ist, und den SyncMaster 403T, der ausschließlich als Präsentationsdisplay konzipiert ist.

„Worldwide PC Monitor Forecast and Analysis, 2003-2007“ wird der Monitor-Markt durch einen Überschuss an LCDs aus Asien belebt.

Die Verbraucher sollen laut der Studie vor allem durch das Angebot der unter 400,- und in einigen Fällen sogar unter 300,- US-Dollar liegenden 17-Zoll-LCDs zum Kaufentscheid bewegt worden sein. Deshalb erwarten die IDC-Analysten, daß 17-Zoll-LCDs die meist verkaufte Displaygröße in 2005 stellen werden. Kaum überraschend ist die Prognose, daß die durchschnittlichen LCD-Preise in den kommenden Jahren beständig weiter sinken werden. IDC zufolge werden vor allem große koreanische Monitor-Hersteller und US-PC-Hersteller den LCD-Markt dominieren. IDC geht davon aus, daß die weltweiten LCD-Verkäufe bis zum Jahr 2007 auf jährlich 119 Millionen Stück anwachsen werden, während Röhrenmonitore im gleichen Zeitraum auf immer noch respektable 30 Millionen ausgelieferte Einheiten abfallen sollen. Der Großteil der ausgelieferten Röhrenmonitore geht laut der Prognose vor allem an technisch geringer entwickelte Länder, während technologisch führende Märkte nahezu komplett zu LC-Displays wechseln werden.

Thomson will überproportional wachsen

Der Elektronikhersteller Thomson will mit seinen Umsätzen im Bereich Unterhaltungselektronik noch stärker wachsen als der Markt. Thomsons Anteil im Kernsegment Fernsehgeräte liegt nach eigener Aussage nach einem zweistelligen Plus gegen Ende 2003 deutlich über 6,8 Prozent.

Sony Wega: All-in-One-LCD- und Plasma-TVs

Bereits vor zwei Jahren führte Sony die ersten Plasma-Fernseher mit eingebautem Tuner im Markt ein und will nun mit den Nachfolgern der M-Serie auch den Einsteigermarkt verstärkt bedienen. Parallel dazu bietet Sony mit der XS-Serie zukünftig für höhere Ansprüche auch Plasmamodelle an. Die M-Serie besteht aus den LCD-Fernsehgeräten KLV-L32M1 mit 81-cm-Bildschirm und dem Plasma-Modell KE-P42M1 mit 107 cm Bilddiagonale. Beide Geräte wenden sich an Kunden, die



Sony Wega: All-in-One Plasma-TV KE-P42M1 mit 107-cm-Bildschirm im 16:9-Format

platzsparende Fernseher mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis und innovativem Design suchen. Die beiden Flachfernseher sollen im Juli 2004 auf den Markt kommen. Ein unverkennbares Merkmal der neuen M-Serie ist die geschwungene Form, die als erste Design-Linie vom Europäischen Design-Zentrum entworfen wurde. Alle Modelle werden in schwarzer und silberfarbener Ausführung verfügbar sein. Im Gegensatz zu Sonys anderen Flachbildfernsehern ist die M-Serie nicht mit einem Memory Stick-Slot ausgestattet. Der Plasma-Fernseher der M-Serie ist mit einem WEGA Engine-VGA-Panel im 16:9-Format mit der Auflösung von 853 x 480 Pixeln und einem Blickwinkel von 160 Grad bestückt. Neben drei Scart-Anschlüssen bietet der KE-P42M1 einen S-VHS- und einen Komponenten- sowie einen Video-Cinch-Anschluß. Das LCD-Modell KLV-L32M1 besitzt die gleichen Anschlüsse, ist aber mit einem XGA-Panel im Breitbildformat mit 1.280 x 768 Bildpunkten und einem Blickwinkel von 170 Grad ausgestattet. Der KLV-L32M1 wird zu einem UVP von 4.300,- Euro im Juli 2004 und der KE-P42M1 zu einem UVP von 5.000,- Euro im Mai 2004 lieferbar sein. *evo*



Sony Wega: All-in-One-LCD KLV-L32M1 mit 81-cm-Bildschirm

Samsung startet Offensive im Flach-TV-Markt

Mit der Aussage „Die Zukunft des Fernsehens beginnt jetzt!“ schlägt Samsung ein neues Kapitel im zukunftssträchtigen und umsatzstarken Markt für Flach-TVs auf und signalisiert, daß der weltweit operierende koreanische Konzern seine umfangreichen Erfahrungen und zahlreichen selbst entwickelten Technologien in den Bereichen LCD-Panel-Fertigung, Plasma-Display Herstellung und der digitalen Videosignal-Konditionierung verstärkt im digitalen TV-Bereich einbringen und umsetzen will. Das aktuelle Angebot ist durch ein Line-Up großformatiger LCD-TVs, Plasma- und Rückprojektions-Fernseher mit überzeugend naturgetreuer Bildqualität und reichhaltiger Ausstattung gekennzeichnet. Die scharfen, absolut flimmerfreien und farbgesättigten Bilder werden durch Samsungs im eigenen Konzern entwickeltes Bildqualitätsprogramm DNle3 (Digital Natural Image engine) ermöglicht.

CeBIT Schwerpunkt: AV-Produkte

Wie verlautbart, werden 70 Prozent der auf dem Samsung Haupt-Messestand der diesjährigen CeBIT ausgestellten Produkte dem Bereich „Audio-Video“ angehören. 50 Prozent der gezeigten AV-Exponate werden Displays sein. Als besonderes „Schmankerl“ will Samsung das weltweit größte Plasma-Display und gleichzeitig auch das größte LCD/TFT-Display präsentieren. Doch in dieser Disziplin gab es bei früheren Messen schon mal Überraschungen im letzten Moment und am Ende gleich mehrere Rekordhalter. Dem Vernehmen nach wird Samsung unter anderem einen 17“ LCD-TV mit integriertem DVD-Player vorstellen. Highlight der neuen LCD-TV-Familie ist der LW-32A33W mit einer Bildschirmdiagonale von 32 Zoll und der geringen Tiefe von nur 6,3 cm. Als Superstar bei den Plasma-Geräten ist der neue PS-42S4S anzusehen. Seine herausragenden Merkmale sind ein Helligkeitswert von 1000 cd/m² und das extrem hohe Kontrastverhältnis von 3000:1. Home Theatre in Vollen- dung verwirklicht Samsung mit dem neuen Rückprojektions-Gerät SP-43H3HAT: Sound aus 13 eingebauten Lautsprechern, ein integrierter DVD-Player, Dolby Digital 5.1, Prologic II, DTS und eine Vielzahl weiterer technischer Raffinements garantieren Anwendern und Zuschauern Kinogenuß der Extraklasse. Konsequenz und zukunftsicher: Nahezu alle Displays und TV-Geräte verfügen bei Samsung über eine DVI oder eine HDMI Schnittstelle. Zu bewundern

gibt es das alles in Halle 21, Stand B44 – Digital Media (AV, Notebooks, Monitor, Rotating Memories).

Samsung LW-32A33W: 82 cm 16:9 LCD-TV

Der mit zwei Tunern, Bild-im-Bild Funktion, der Bildoptimierungs-Technologie „DNle“ und einem zusätzlichen digitalen Bildeingang (DVI-I mit HDCP) ausgestattete TFT-LCD-TV mit PVA-Technologie überzeugt nicht nur mit seinen gerade für Fernsehgeräte komfortabel weiten Betrachtungswinkeln



Samsung LW-32A33W, das Flaggschiff der neuen LCD-TV-Familie, Bildschirmdiagonale 82 cm, Gerätetiefe nur 6,3 cm

von horizontal und vertikal 170°, sondern auch mit aufwendigen Funktionen, wie z. B. Progressive Scan und SRS Tru Surround XT,

die für beeindruckend realistische Bilder und imposante Klangfülle verantwortlich sind und bei der Wiedergabe von DVD- und Fernsehfilmen eindrucksvolle Kinoatmosphäre entstehen lassen.

Ausstattung Samsung LW-32A33W

Die Bildschirmgröße des neuen TFT-LCD-TV mit PVA-Technologie und 16:9 Breitbild-Seitenformat beträgt 82 cm, das Bildformat 16:9. Der LW-32A33W ist mit einem LCD-Panel mit 1280 x 768 Bildpunkten, der Helligkeit von 500 cd/m² und dem Kontrastverhältnis von 600:1 bestückt. Beim Einsatz von LCD-Panelen für TV-Geräte oder als Home Cinema Display sind weite horizontale und vertikale Betrachtungswinkel besonders wichtig, denn sie entscheiden darüber, ob dem Betrachter in unterschiedlichsten Zuschauerpositionen im Raum und sowohl im Stehen, Liegen und Sitzen eine gleich gute Bildqualität geboten wird. Auch hier zeigt der Samsung LW-32A33W seine Spitzenklasse: Horizontal wie vertikal beträgt der Betrachtungswinkel 170° und liegt damit nahe an einem halbkreisförmigen Öffnungswinkel, der mit der Vorderseite des Bildschirms eine gerade Linie bildet. Samsungs beeindruckend wirkungsvolle Bildkonditionierung DNle in ihrer dritten Generation, Progressive Scan und der Einsatz digitaler Kammfilter sorgen für die nach heutigem Stand der Technik höchstmögliche Güte der Bildsignale zur Ansteuerung der TFT-Elemente und ein perfektes Bild, das auch bei schnell ablaufenden dynamischen Bildinhalten und Action-Szenen scharf und brillant bleibt, weil das eingesetzte Display-Panel über eine Gesamtreaktionszeit von nur 16 ms verfügt. Die weiteren Features lassen keine Wünsche offen: 2 PAL/SECAM Kabel/Hyperbandtuner für die komfortable Bild-in-Bild Funktion, Zoom-Funktion, Sleep-Timer; Sound: Nicam/A2 Stereo, SRS Tru Surround XT, Graphic Equalizer, automatische Lautstärkeanpassung und 20 W Musikleistung. Des weiteren NTSC- Playback, automatische Programmabstimmung, Videotext



Samsung LW-30A23W, perfekter Home Cinema LCD-TV, 77 cm Bildschirmdiagonale, DNle II, Dolby Digital, Dolby ProLogic II und DTS und 50 Watt Musik-Ausgangsleistung



Plasma-TV PS-42S4S, 107 cm Bilddiagonale, Helligkeit 1000 cd/m² und ein extrem hohes Kontrastverhältnis von 3000:1



Auf der diesjährigen CeBIT präsentiert Samsung mit der gewaltigen 80 Zoll Bilddiagonale das weltweit größte Plasma-Display.

2100 Seitenspeicher und folgende Anschlüsse: HDMI Anschluß, zwei Scart-Anschlüsse, S-Video Eingang, AV-Eingänge, Komponenteneingang, PC-Anschluß (D-Sub) und 5.1 Lautsprecher-Ausgänge. Die Abmessungen betragen 862 x 585 x 126 mm (B x H x T), das Gewicht 23 kg. Zubehör: Lautsprecher mit Tischfuß. Der LCD-TV LW-32A33W von Samsung ist ab April 2004 (zum UVP von 4.499 Euro) lieferbar.

Samsung LW-30A23W: 77 cm 16:9 LCD-TV

Der 30 Zoll Breitbild LCD-TV LW-30A23W mit 77 cm Bilddiagonale verfügt über die gleiche umfassende Ausstattung wie das 82 cm große Schwestermodell und darüber hinaus über zusätzliche Eigenschaften, die besonders Freunde des Heimkinos jubeln lassen werden. Mit zwei Tunern, Bild-im-Bild Funktion, Progressive Scan, zusätzlichem digitalem Bildsignaleingang (DVI-I mit HDCP), einem TFT-Panel mit 1280 x 768 Bildpunkten, dem Helligkeitswert von 500 cd/m² und einem Kontrast-

verhältnis von 600:1 sowie dem horizontalen und vertikalen Betrachtungswinkel von 170°/170° ausgestattet, besitzt der LCD-TV LW-30A23W hervorragende Voraussetzungen, um zum attraktiven Mittelpunkt der Wohnung zu werden. Zusätzlich zeichnen dieses Gerät noch weitere Besonderheiten aus: Es arbeitet bereits mit der weiterentwickelten Bildoptimierungs-Technik DNle II und verfügt neben Nicam/A2 Stereo Sound auch noch über Decoder für die Sound Codecs: Dolby Digital, Dolby ProLogic II und DTS (Digital Theatre Sound). Außerdem gibt es einen Graphic Equalizer, automatische Lautstärkeanpassung und eine Gesamt-Musikleistung von 50 Watt, und damit ist der LW-30A23W ein perfektes Home Cinema Display. Zusätzlich verfügbar sind im Design abgestimmte Lautsprechersäulen. Die Abmessungen des LW-30A23W betragen 741 x 569 x 217 mm (BxHxT), das Gewicht: 17,5 kg. Als Zubehör wird ein Tischfuß mitgeliefert.

Der LCD-TV LW-30A23W von Samsung ist ab März 2004 (zum UVP von 3.999,- Euro) lieferbar.



Sony Onyx-black LCD: „More than beautiful“

Ein perfektes, elegant und zugleich ergonomisch gehaltenes Design setzt man bei einem Sony-Produkt in der Regel schon voraus. Der neue 17 Zoll LCD-Monitor SDM-HS73P macht da keine Ausnahme. Beim Anblick der ausgewogenen Kombination rechteckiger Formelemente mit den sanft geschwungenen Linien der unteren, halbkreisförmigen Display-Halterung fallen einem unwillkürlich Slogans aus der Sony-Werbung ein, wie: „It's a Sony“ oder „sonylike“, aus dem einfachen Grund, weil sie einem so zutreffend erscheinen. Doch darüber hinaus hebt sich der Sony SDM-HS73P vom übrigen Marktangebot durch den Einsatz eines Display-Panels mit Sonys neuer „Onyx-black LCD-Technologie“ ab. Hier zeigt sich, daß „Onyx-black“ nicht nur „beautiful“ ist, sondern sogar einem bereits perfekt gestalteten Bildschirm durch Realisierung einer bisher unerreichten Bildqualität neue, höhere Dimensionen erschließen kann.

Sony SDM-HS73P: 17 Zoll Display mit Onyx-black LCD Technologie mit überdurchschnittlichem Kontrastverhältnis von 500:1. Glatte reflexionsfreie Bildschirmoberfläche mit 1.280 x 1.024 Bildpunkten und extrem kurzer Reaktionszeit von 16 ms.

Onyx-black verändert (fast) alles

Was bewirkt „Onyx-black“? Die auf einem mit Onyx-black ausgestatteten Display dargestellten Bilder überraschen durch ihre absolut saubere Farbabgrenzung, höchste Klarheit, sattes Schwarz und eindrucksvoll hohe Farbsättigung bei Erhalt feinsten Tonabstufungen. Sonys Onyx-black LCD-Panels besitzen einen vielschichtigen, komplex aufgebauten Anti-Reflexionsfilter mit höchster Wirksamkeit. Der Onyx-black-Filter verhindert die Reflexion von auf die Bildschirmoberfläche auftreffendem Licht. Im Gegensatz zu bereits bekannten Filter-Technologien von Mitbewerbern unterdrückt Onyx-black Reflexionen der einfallenden Lichtstrah-

len jedoch nicht durch Streuung (Verteilung). Denn diese Methode bringt den Nachteil mit sich, daß sich die gestreuten Lichtstrahlen in der Filterschicht parallel zur Bildoberfläche ausbreiten und wie ein feiner Schleier über dem Bild wahrgenommen werden. Außerdem läßt sich bei herkömmlichen Methoden die gleichzeitige Streuung des von den LCD-Zellen ausgesandten Lichts nicht vollständig unterdrücken, so daß ein diffuser Bildeindruck hingenommen werden muß. Onyx-black streut dagegen weder auftreffendes noch von den Backlights des Monitors ausgehendes Licht. Dadurch bleibt die Leuchtkraft und Natürlichkeit der Farben voll erhalten. Schwarz behält seine Tiefe und das Kontrastverhältnis des Bildschirms wird gravierend ver-

bessert. Die Vorteile der Onyx-black LCD-Technologie machen sich vor allem bei grafisch anspruchsvollen Computerspielen und beim Anschauen und Bearbeiten von digitalen Fotos positiv bemerkbar. Ein Onyx-black Filter hat eine glatte Oberfläche, und auch diese Eigenschaft steigert die Leuchtkraft und den Eindruck farbigere Bildinhalte beträchtlich.

Das Sony SDM-HS73P LC-Display

Der Eindruck der auf dem Onyx-black LC-Display Sony SDM-HS73P dargestellten Bilder läßt sich mit Worten nur unzureichend beschreiben: Das mit seiner Helligkeit von 400 cd/m² besonders leuchtstarke LC-Display mit dem attraktiven Design bietet eine herausragende Farbqualität, die durch

Gamma-Farbraumsteuerung für vereinfachte Bildeinstellung und digitale Glättungsfunktion für optimale Bildwiedergabe bei jeder Auflösung unterstützt wird. Das durch den Einsatz der neuen Onyx-black LCD-Technologie überdurchschnittlich hohe Kontrastverhältnis von 500:1 und die glatte reflexionsfreie Bildschirmoberfläche sorgen für hochwertige Farbbilder mit 1,3 Megapixeln (Auflösung 1.280 x 1.024 Bildpunkte). Mit seiner 16 ms kurzen Reaktionszeit garantiert das im exklusiven 17-Zoll-Design gestaltete LC-Display selbst bei höchster Aktivität klare und scharfe Bilder und ist deshalb optimal für Gaming, DVD Video und Bildbetrachtung geeignet. Der effektiv wirksame Eco-Mode ermöglicht individuelle Voreinstellungen der Helligkeit für unterschiedliche



Sony-typisches Design: In den eleganten, flachen Rahmen sind Bedienelemente fast unsichtbar eingelassen.

Anwendungen oder Anwender, die jeweils durch Knopfdruck abgerufen werden können. Im Eco-Mode wird bei permanent ergonomisch geregelter Helligkeitsniveau der Energieverbrauch reduziert und damit die Lebensdauer des Bildschirms verlängert. Auf den SDM-HS73P leistet Sony drei Jahre Garantie. Der UVP für das seit Februar 2004 verfügbare Display beträgt 629,- Euro.

Neuheiten

Sagem verstärkt das Engagement im Bereich Digital-TV



Mit einer Reihe neuer Produkte baut der französische Hersteller Sagem sein Portfolio im Bereich Digital TV aus. So bieten die Receiver IAD60 und IAD6000 die Möglichkeit, über die bestehende Telefonleitung auf Digital-TV zuzugreifen, während die Receiver ITD62 und ITD64 als Micro-Digital-Receiver für den terrestrischen Empfang von digitalen Sendungen geeignet sind. Neu im Sagem-Programm sind ebenfalls der Satellitenempfänger HDS1020 und der Personal Videorecorder PVR 6000C, der als Digitalempfänger über eine Aufnahmekapazität von 40 Stunden verfügt (MPEG2 record). Dank seiner time shifting-Funktion können Sendungen auch zeitversetzt und während der Aufnahme angesehen werden.

Nikon stellt neue Digitalkameras D70 und Coolpix 8700 vor



Nikon hat die neue digitale Spiegelreflexkamera D70 und die Acht-Megapixel-Kamera Coolpix 8700 vorgestellt. Die D70 soll durch ihre Ausstattung und das ausgewogene Preis-/Leistungsverhältnis eine breite Anwenderschicht ansprechen. Die Kamera zeichnet sich nach Herstellerangaben durch eine hohe Geschwindigkeit aus und bietet eine extrem kurze Auslöseverzögerung. Sehr kurze Reaktionszeiten werden durch den Autofokus mit fünf Meßfeldern, Lock-on-Schärfenachführung und Prädiktionssteuerung erreicht.

Sechs Motivprogramme und eine Automatik sorgen für optimale Bildergebnisse. Es wurde bei der Konstruktion der Kamera darauf geachtet, die Bedienung darauf geachtet, die Bedienungsführung, z. B. durch einen Multifunktionswähler oder die ergonomische Anordnung der Tasten, bedienerfreundlich zu gestalten. Die Nikon D70 ist zu allen AF-, AF-S und DX-Nikkoren kompatibel.

Die Coolpix 8700 nimmt mit einer Sensoraufklärung von acht Megapixeln und einem Nikkor-Objektiv mit Achtfach-Zoom die Spitzenposition unter Nikons kompakten Digitalkameras ein. Die Kamera ist unmittelbar nach dem Einschalten einsatzbereit. Hinzu kommen eine geringe Auslöseverzögerung und ein beschleunigter Datentransfer beim Speichern. Sie verfügt über zwölf Motivprogramme, und mit dem Best-Shot-Selektor (BSS) kann aus einer kurzen Bildserie automatisch das beste Bild ausgewählt werden. Weiterhin können mit der Coolpix 8700 auch Filmsequenzen mit Ton aufgenommen werden. Die Kamera verfügt neben einem integrierten Blitz auch über einen Blitzschuh.

Kenwood präsentiert neue Multimedia-Produkte fürs Auto



Mit sechs Monitoren für Multimedia- und Navigationssysteme, neuen Endstufen und Autolautsprechern sowie für MP3- und WMA-Wiedergabe geeigneten Autoradios startet Ken-

wood in die Car HiFi-Saison 2004. Mit dem DDX-7025 (UVP: 1.699 Euro) präsentiert das Unternehmen einen Doppel-DIN-Monitor mit eingebautem DVD-Spieler, der sich in das Interieur vieler Fahrzeuge integrieren läßt. Außerdem erscheint mit dem KVT-925DVD (UVP: 3.299 Euro) ein All-in-One-Gerät mit automatisch ausfahrbarem 175 mm-Monitor, Touch Screen, integriertem DVD Video-/DVD-Audio-Spieler, TV- und Radio-Tuner, DSP, Dolby Digital-, Dolby Pro Logic II- und DTS-Decoder. Zugleich startet das Schwestermodell KVT-725DVD mit reduzierter Ausstattung (UVP: 1.699 Euro). Für Fondpassagiere bietet sich der separate DVD-Spieler KDV-S220P an (UVP: 299 Euro), der neben einer Fernbedienung auch über einen eigenen MP3-Decoder verfügt. Für Bild und Ton sorgt dann der im Dachhimmel zu montierende Monitor LZH-70W (UVP: 699 Euro) mit den optional erhältlichen Infrarot-Kopfhörern. Ebenfalls neu ist die komplette CD-Receiver-Familie. Von den beiden Einstiegsmodellen abgesehen, ermöglichen jetzt alle Radios die Wiedergabe von CDs mit MP3- und WMA-

Dateien. Highlight unter den neuen Modellen ist der KDC-W6527, dessen hochauflösendes 3D-Display in eine im Retro-Look gestaltete Front integriert ist.

Sagem bringt neue Produktreihe mit fünf Videoprojektoren



Sagem bringt eine Produktreihe mit fünf neuen Videoprojektoren auf den Markt. Die Geräte sind speziell für den Profibereich entwickelt und richten sich an Klein- und mittelständische Unternehmen ebenso wie an



Großkonzern. Das Spektrum reicht vom 950 Gramm leichten Einstiegsgerät CDP 1100-X bis hin zum leistungsstarken FLP 3000X. Mit 34 bzw. 38 db sind die Videoprojektoren extrem leise.



Auf der Fisher-Pressekonferenz Anfang März im World-Wide Business Center, auf der Königsallee in Düsseldorf, verkündeten Keiichi Naito, Director Sales & Marketing, und Michael Wolf, Direktor Vertrieb Sanyo Fisher Sales Europe GmbH, den anwesenden Vertretern der Fach- und Tagespresse den Beginn der „Fisher-Neuzeit“ und damit die Wiedergeburt einer großen Fachhandelsmarke, die während vieler Jahrzehnte die Entwicklung der Unterhaltungselektronik in maßgeblicher Position mitbestimmt und durch eine Vielzahl wegweisender Erfindungen und Weiterentwicklungen überhaupt erst ermöglicht hat.

Mit dem Namen „Fisher“ untrennbar verbunden sind nicht nur technologische Meilensteine, wie der weltweit erste Stereoverstärker und die Erschaffung und Definition des Begriffs „Hi-Fi“ durch die Vorstellung des ersten „High Fidelity“ Audio-Verstärkers, sondern auch das konsequent und mit absoluter Loyalität umgesetzte Vertriebskonzept einer Fachhandelsbindung mit tatsächlichen und nicht nur auf dem Papier stehenden Handelsmargen, die letztlich auch die wirtschaftlichen Grundvoraussetzungen für eine optimale Beratung und Betreuung des Endkunden sichern.

„Wir, die Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH, haben uns entschlossen“

Mit den Worten: „Wir, die Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH, haben uns entschlossen, die Marke Fisher wiederzubeleben“, eröffnete Michael Wolf, Direktor Vertrieb Sanyo und Fisher, im World-Wide Business Center, Königsallee 14, Düsseldorf, in Gesellschaft von Keiichi Naito, Director Sales & Marketing, Sanyo Fisher Sales Europe GmbH, die erste Pressekonferenz von Fisher in der „Neuzeit“ dieser bekannten Handelsmarke. In seiner nachfolgenden Rede führte Wolf

dann weiter aus: „Die Marke Fisher wurde im Jahr 1986 als eigenständige Handelsmarke vom Markt genommen, doch wir, das Unternehmen Sanyo, besitzen weiterhin die Rechte an dem Namen, besser gesagt an der Legende „Fisher“. Während wir in den letzten Jahren ausschließlich unter dem Label „Sanyo“ im deutschen Markt aktiv waren, konnten wir ausreichende Erfahrungen gewinnen, um die Probleme dieses speziellen Marktes erkennen und verstehen zu können. Nach zahlreichen Gesprächen mit maßgeblichen Persönlichkeiten des Handels und Konsultation von Experten der Kooperationen in der UE, sind wir davon überzeugt, daß wir dem Namen „Fisher“ in Deutschland, mit einem konsequent durchgesetzten, verlässlichen Fachhandelskonzept gekoppelt, eine interessante Markt-nische als Handelsmarke erschließen können und damit nicht nur uns, sondern auch dem gewiß nicht durch hohe Renditen verwöhnten Fachhandel eine Chance verschaffen werden, wieder dringend benötigte, gute Margen erwirtschaften zu können.“

Michael Wolf erläuterte danach die einzelnen Produkte des Start-Sortiments der Marke Fisher und spezifizierte vor allem die Roadmap für den umsatzträchtigen Produktbereich der Flach-TVs:

„Fisher-Neuzeit“: Die Rückkehr einer großen Fachhandels-Marke

Der „Erstling“: Fisher LCD-TV FD29LT1

Das Start-Modell der innerhalb des laufenden Jahres zu einem gut gestaffelten Line-up auszubauenen Modellreihe ist der 29 Zoll große LCD-TV Fisher FD29LT1. Das High-End Display im 16:9-Bildformat mit der Bilddiagonale von 74 cm ist mit einem von Sanyo entwickelten „High Contrast&Wide Viewing Angle“-LCD Panel bestückt. Die reichhaltige Ausstattung mit Schnittstellen und Eingangsbuchsen wie Scart, 2xRCA, S-Video, Component Video sowie besonders der digitale Videosignal-Eingang nach DVI-I Standard ermöglichen dem Benutzer den unkomplizierten Anschluß aller verbreiteten analogen und digitalen Videosignalquellen und bei Bedarf auch eines Computer-Ausgangs. Die beiden passend



Keiichi Naito, Director Sales & Marketing, Sanyo Fisher Sales Europe GmbH, war sichtlich zufrieden mit dem Fisher Launch.

zum Gehäusedesign gestalteten Front-Lautsprecher lassen sich bei Bedarf abnehmen. Der Flach-TV mit integriertem TV-Tuner und TOP-Videotext ist mit Virtual Surround Sound ausgerüstet. Die Auflösung beträgt 1.280 x 768 Bildpunkte (WXGA). Die Helligkeit erreicht 450 cd/m² und das ausgezeichnete Kontrastverhältnis beträgt 600:1. Eingangsseitig werden die Video-Signalformate PAL/SECAM/SC4.34/NAP/NTSC3.58 sowie über AV-IN



Michael Wolf, Direktor Vertrieb Sanyo Fisher Sales Europe GmbH, bei der Vorstellung der neuen LCD-Range im Vorfeld der EP-Messe.

I/BG/DK/LL unterstützt. Die Leistungsaufnahme ist bemerkenswert gering. Der UVP liegt bei 3.499,- Euro.

LCD-TV Roadmap für 2004

Im Laufe des Sommers sollen ein 30-Zoll-Modell und ein Gerät mit einer Bilddiagonale von 40 Zoll die Produktreihe der Fisher LCD-TVs ergänzen. Bis zum Weihnachtsgeschäft will Fisher dem Fachhandel dann eine komplette Reihe von LCD-TV-Geräten anbieten, die in Größen von 15 Zoll über 20, 27, 29, 30 bis hin zu 40 Zoll Bilddiagonale und in den Farben Schwarz und Silber verfügbar sein werden. Die TFT/LCD-Panels, so Michael Wolf, Sanyo, werden in eigener Fertigung in einem Werk in Tottri auf Muttergläsern in der Größe G 5 gefertigt.

Fisher ausschließlich als Fachhandelsmarke

Im Gespräch mit PoS-MAIL wandte sich Michael Wolf direkt an den Fachhandel: „Die vor uns liegenden Jahre sind wegen einer Reihe internationaler Großereignisse und durch die Einführung neuer Programmquellen und Ausstrahlungs-Technologien besonders geeignet, um das Interesse des potentiellen Endkunden für neue hochwertige Flach-Fernsehgeräte zu wecken und den Altgerätebestand durch Modelle mit neuen Display- und Bildverstärker-

Technologien zu ersetzen, die in der Lage sind, dem Zuschauer die volle Bildqualität und sämtliche Zusatzdienste moderner Übertragungstechnik und hochauflösender Programmquellen zu erschließen.“ Wolf wies in diesem Zusammenhang unter anderem auf die schon in HDTV zu empfangende Fußball-WM hin und insbesondere auf die näherliegenden und als Kaufanreiz wirksamen Ereignisse des laufenden Jahres: „Wir wissen, daß der Fachhandel in der Lage ist, unsere gemeinsamen Pläne besonders im Jahr der EM und der Olympiade wirksam umzusetzen und die dem Kunden dienliche Argumentation vermitteln wird, daß heute zu erwerbende TV-Geräte bei einer mittleren Nutzungsdauer von zehn Jahren die Voraussetzung für HD-TV mitbringen müssen, wenn man Fehlinvestitionen vermeiden möchte“, und weiter: „Vor uns liegen Jahre, in denen der Fachhandel wieder echte Chancen hat, und wir, Sanyo Fisher, werden ihm mit der Marke Fisher eine exklusive Möglichkeit bieten, daran teilzuhaben. Unser unumkehrbarer, verlässlicher Entschluß ist: Die Marke Fisher werden wir ausschließlich als Fachhandelsmarke etablieren. Wir werden unter keinen denkbaren Umständen die Marke Fisher auf der preisaggressiven Großfläche oder über Kanäle wie rot und blau vertreiben.“ Die Definition „Fachhandel“, so Wolf im Gespräch, bezieht sich nicht ausschließlich auf den traditionellen Einzelhandelskanal, sondern schließt auch Versender und Kaufhäuser mit ein, die für den entscheidenden Punkt „Preisstabilität“ stehen.

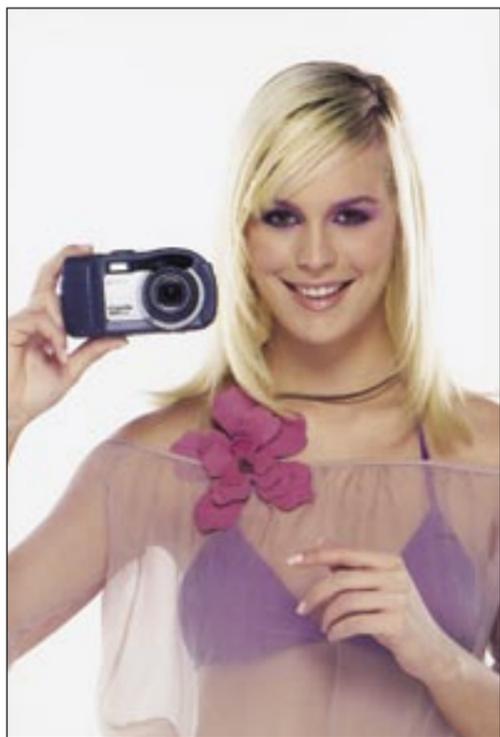
Am folgenden Tag fand auf der EP-Messe in Düsseldorf die Premiere für das Fisher Fachhandels-Line-Up statt. „Und an dieser Stelle möchten wir besonders den Herren Oliver Haubrich und Bernd Koschminski unseren Dank für Ihr Engagement und Ihre Unterstützung in den vergangenen Wochen aussprechen, insbesondere dafür, daß Sie uns das Vertrauen erweisen, die verdiente Marke Fisher speziell für den Fachhandel wieder mit Leben und Prosperität zu erfüllen.“ *evo*



Anschlußterminal des TVs mit digitalem DVI-Eingang

Ricoh präsentiert neues Caplio-Sortiment

3-Megapixel-Power



Caplio 400G wide

wide vor. Sie ist mit einem robusten, wasserdichten Gehäuse ausgestattet und kann sogar Unterwasser-aufnahmen bis zu einer Tauchtiefe von einem Meter aufnehmen. Der Auslöser und die Bedientasten wurden groß genug gestaltet, daß die Kamera beispiels-

weise im Skiurlaub auch mit Handschuhen einfach zu bedienen ist. Zu ihren inneren Werten zählen eine 3,34 Megapixel-Auflösung und ein Dreifach-Zoomobjektiv, das mit der Kleinbildbrennweite 28-85 mm über die beliebte Weitwinkelbrennweite 28 mm verfügt. Mit einer Makrofunktion ab einem Zentimeter können selbst kleinste Unterwassertiere deutlich abgebildet werden. Wer möchte, kann

diese nicht nur als Fotos, sondern auch in bewegten Bildern mit Ton festhalten. Die Caplio 400G wide hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 599,- Euro.

Caplio RX

Die mit einem 3,34 Megapixel-CCD ausgestattete Caplio RX zeichnet sich durch eine schnelle Reaktionsfähigkeit aus. So ist sie bereits 0,9 Sekunden nach dem Einschalten einsatzbereit. Nach dem ersten Drücken des Auslösers benötigt die Kamera lediglich 0,12 Sekunden, um ein Motiv inklusive Fokussierung und Belichtungsmessung festzuhalten. Ihr 3,6fach-Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 28 bis 100

mm (äquivalent zum Kleinbildformat) und damit eine bei Fotografen beliebte Weitwinkel-Ausgangsbrennweite. Selbst kleinste Details können mit der Makrofunktion der



Über eine Ausgangsbrennweite von 28 mm (KB) verfügt die Caplio RX.

Kamera ab einem Abstand von nur einem Zentimeter festgehalten werden. Neben der Aufnahme von Fotos lassen sich auch Videosequenzen aufzeichnen. Verschiede-

ne Motivprogramme wie Portrait, Sport, Landschaft, Text, Nachtaufnahme oder hohe Empfindlichkeit unterstützen den Anwender bei der Aufnahme. Die ISO-Empfindlichkeit kann entweder automatisch oder aus Werten zwischen ISO 50 und 800 individuell bestimmt werden. Der Weißabgleich ist ebenfalls automatisch oder über Voreinstellungen wählbar. Für die Bildansicht steht ein 1,8" großer TFT-Monitor zur Verfügung. Gespeichert werden können die Aufnahmen im internen, 8 MB fassenden Speicher oder auf SD Cards. Die Caplio RX hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 349,- Euro.

Caplio RR330

Eine preisgünstige 3,1-Megapixel-Digitalkamera stellt Ricoh mit der Caplio RR330 vor. Sie hat ein dreifach optisches Zoom, das eine Brennweite von 34 bis 102 mm umgerechnet aufs Kleinbildformat bietet und das bei Bedarf um einen Zweifach-Digitalzoom ergänzt werden kann. Neben Fotos kann die Kamera Filmsequenzen in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln festhalten. Ein interner 16 MB-Speicher läßt sich bei Bedarf um SD-Karten erweitern. Die Kamera hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 179,- Euro. *höl*

Ricoh eröffnet die Digitalkamera-Saison mit drei neuen Caplio-Modellen, die alle zum bei den Verbrauchern beliebten Drei-Megapixel-Segment gehören.

Eine Kamera, die auch unter extremen Umgebungsbedingungen optimale Bildergebnisse liefert, stellt Ricoh mit der Caplio 400G

Neuheiten

Fujifilm erweitert Inkjet Proof Papier-Palette



Fujifilm ergänzt das Portfolio an hochwertigen Inkjet Proof Papieren um ein mattes und ein glossy Papier für den Bereich Proof. Das Inkjet Proofing Paper Matt (IPP-M120) mit einer Grammatur von 120 g/qm und das Inkjet Proofing Paper Glossy (IPP-G200) mit einer Grammatur von 200 g/qm sind kompatibel mit allen gängigen Inkjet-Systemen. Beide neue Medien arbeiten sowohl mit Pigmenttinten als auch mit Dyetinten, wobei die mikroporöse Beschichtung des IPP-G200 besonders gute Resultate bezüglich Farbraum, Lichtbeständigkeit und Schärfe mit pigmentierter Tinte zeigt.

Alle Proofpapiere der Marke Fujifilm sind als Blattware im Format A3+ und als Rollenware in den Breiten 24", 36", 42", 44" und neu auch in 17" verfügbar.

Die Papiere sind seit Ende Februar lieferbar.

Sanyo präsentiert neuen Projektor PLC-XC10



Mit dem PLC-XC10 präsentiert Sanyo einen neuen Projektor in kompaktem Magnesiumgehäuse. Dank Microlens-Technologie projiziert der PLC-XC10 Bilder in einer Helligkeit von 3000 ANSI Lumen. Selbst in hellen Räumen sorgt das Kontrastverhältnis von 450:1 für eine gute Darstellung. Die Bedienung des PLC-XC10 ist unkompliziert. Anhand eingebauter Mikrokamerasaugen mißt der Projektor Abstand und Winkel zur Leinwand. Somit kann er eine automatische Korrektur der horizontalen und vertikalen Trapezverzerrungen vornehmen und sich sogar automatisch scharf stellen. Dank des im Projektor integrierten Motorzooms und Motorfokus können auch Bildgröße und Bildschärfe per Fernbedienung justiert werden. Der neue Sanyo PLC-XC10 ist ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 4.300,- Euro.

Pinnacle präsentiert Studio 9 Software



Pinnacle Systems bringt nun die Studio 9-Software auf den Markt. Es handelt sich dabei um die Nachfolgeversion der beliebten Studio 8 Software

des Unternehmens. Studio 8 zählte im letzten Jahr zu den Top Sellern im Bereich Foto- und Videoediting-Software. Pinnacle Studio 9 ist eine einfache und trotzdem leistungsfähige Videoschnittsoftware mit voll integriertem CD- oder DVD-Authoring. Dabei steht es dem Hobbyfilmer mit der neuen Studio-Version erstmals frei, ob er seine Kreativität mit den zahlreichen manuellen Funktionen voll ausleben oder die zeitsparende Automatik-Funktion verwenden möchte. So bietet etwa die neue SmartMovie-Funktion die Möglichkeit, Filme automatisch und taktgenau zur ablaufenden Musik zu schneiden. Es müssen lediglich das Rohmaterial ausgewählt, der Lieblingsong angeklickt und der gewünschte Editiermodus beziehungsweise die Stilrichtung ausgesucht werden, und schon erstellt Pinnacle Studio 9 selbständig einen professionellen Film. Dieser ist dann komplett mit Übergängen und Spezialeffekten versehen und perfekt auf den Takt und die Länge des ausgewählten Musikstücks abgestimmt.

Titel und Abspann können selbstverständlich auch dazugeschrieben und somit in den Film integriert werden. Pinnacle Studio 9 ist als reine Softwarelösung und in Komplettpaketen lieferbar.

Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 99,- Euro.

Neues KEF Instant DVD Theatre System



Auf der CES in Las Vegas hat KEF mit dem KIT100 ein neues KEF Instant DVD Theatre vorgestellt. Das Zentrum des KIT100 ist ein DVD-Spieler, zu dem zwei kompakte Frontlautsprecher und ein Subwoofer gehören. Das KEF ist einfach und bequem aufzustellen. Komplizierte Konfigurationen oder das Durcharbeiten von Menüs sind nicht erforderlich. Das Media-Center mit DVD-Spieler und AM/FM-Tuner mit RDS hat ungefähr die gleiche Größe wie die Frontlautsprecher und ein dazu passendes Design.

Was auch immer abgespielt werden soll, DVD's, CD's oder MP3-Files, das System erkennt automatisch, was eingelegt wurde. Mit der Dekodierschaltung kann auch von externen Geräten Dolby Digital, Dolby Pro Logic II und DTS Surround Sound wiedergegeben werden. Ein klares VFD-Display und intuitive Bedienungsknöpfe vereinfachen die Handhabung. Eine Alarm- und Sleep-Funktion sowie eine Infrarot-Fernbedienung ergänzen die Ausstattung. KIT 100 ist ab März

lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 1.999,- Euro.

Gamer Headset Mystify Commander von TerraTec



Routinierte Gamer wollen nicht nur reaktionsschnell spielen, sondern auch hören, was auf sie zukommt. Das neue Gamer Headset Mystify Commander von TerraTec macht drohende Gefahren rechtzeitig realistisch hörbar. Der Mystify Commander überzeugt neben seinem außergewöhnlichen Design und hohem Tragekomfort mit fetten Bässen, glasklaren Höhen und exzellenter Sprachverständlichkeit des justierbaren Bügel-Mikrofon.

Das zur Unterdrückung von Nebengeräuschen optimierte Mikrofon (Noise-Cancelling) kann bei Bedarf stumm geschaltet werden und



eignet sich für die zuverlässige P2P-Kommunikation über Instant Messenger von AIM, ICQ oder MSN. Volle 112 dB Schalldruck sind erreichbar. Der „Mystify Commander“ von Terratec ist zum UVP von 49,99 Euro verfügbar.

Neue PowerShot- und Digital Ixus-Modelle von Canon



PowerShot Pro 1

Canon präsentiert eine Fülle an Digitalkamera-Innovationen. Neben den neuen Topmodellen mit einer 8-Megapixel-Auflösung bzw. einem Zehnfach-Zoomobjektiv hat das Unternehmen neue Kameras der erfolgreichen Ixus-Digital-Serie und zwei PowerShots für Einsteiger im Programm.

Acht Megapixel und ein hochwertiges siebenfach L-Serien-Objektiv zeichnen das neue Flaggschiff PowerShot Pro 1 aus. Das 28–200mm-USM-Objektiv (äquivalent zum Kleinbild) mit einer Lichtstärke von 1:2,4–1:3,5 wurde sowohl unter Verwendung von Fluorit- als auch UD (Ultra Low Dispersion) Elementen konstruiert. Fluorit- und UD-Linsen reduzieren die chromatische Aberration auf ein Minimum. Die Zoomsteuerung erfolgt rasch und präzise über einen USM-Motor. Der spezielle Super-Macro-Modus erlaubt Aufnahmen bereits ab 3 cm Abstand zwischen Motiv und Objektiv bei einer Auflösung von vier Megapixeln. Die Power-Shot Pro 1 bietet zahlreiche Profifunktionen. So steht außer der JPEG-Kompression die unkomprimierte Aufzeichnung im RAW-Format zur Verfügung. Als Speichermedien können Compact-Flash- oder Microdrive-Karten genutzt werden. Das Hybrid Autofokus-System kombiniert die Messung durch das Objektiv (TTL) mit einem externen Sensor, wodurch in nahezu jeder Aufnahmesituation eine schnelle und sichere Scharfstellung gewährleistet werden kann. Serienaufnahmen können mit zirka 2,5 Bildern pro Sekunde und Verschlusszeiten von bis zu 1/4.000 aufgenommen

werden. Voll manuelle Einstellungen sowohl der AF-Meßpunkte wie aller Belichtungsvariablen sind möglich. Als erste PowerShot kann mit der PowerShot Pro 1 sowohl im sRGB- wie im Adobe RGB-Farbraum gearbeitet werden. Zudem arbeitet das neue Modell perfekt mit den Blitzgeräten der Speedlite EX-Serie zusammen. Im Lieferumfang bereits enthalten ist der Filteradapter, Akku und Ladegerät sowie eine 64 MB-Highspeed Compact-Flash-Karte. Die Kamera hat einen UVP von 1.199,- Euro.

PowerShot S1 IS

Die PowerShot S1 IS von Canon ist mit einem 3,2 Megapixel-CCD und einem Zehnfachzoom mit optischem Bildstabilisator ausgestattet. Das lichtstarke Objektiv (von 1:2,8–1:3,1) bietet umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 38 bis 380 mm. Für die schnelle Positionierung des Zooms sorgt ein USM Motor. Ein weiteres Highlight der Kamera ist ihre Videofunktion. Filmszenen können mit voller VGA-Auflösung und 30 Bildern pro Sekunde auf die Compact Flash-Karte aufgezeichnet werden. Dabei bleiben außer dem Zoom auch Blende, Autofokus und automatischer Weißabgleich aktiv und stellen sich gegebenenfalls während der Aufzeichnung auf veränderte Auf-



Mit einem Zehnfach-Zoomobjektiv ist die neue PowerShot S1 IS ausgestattet.

nahmebedingungen ein. Für ungewöhnliche Blickwinkel verfügt die Kamera über ein 1,5-Zoll-großes dreh- und schwenkbares Objektiv. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 599,- Euro.

Neue Ixus-Modelle

Mit gleich drei neuen Modellen der Ixus-Serie rundet Canon die Kollektion dieser Kamerafamilie auf nunmehr 30 Modelle auf. Mit der Digital Ixus IIserhält die Digital Ixus II eine „versilberte“ Nachfolgerin: Eine Spur echten Silbers wurde im Oberflächenfinish verarbeitet, dies macht die Neue zu einem echten Schmuckstück. Weitestgehend identisch zum Vorgängermodell



Die 3,2-Megapixel-Digitalkamera Digital Ixus II hat durch die Verwendung einer Spur Silber ein sehr helles Metallgehäuse.

sind die technischen Daten: 3,2 Millionen Bildpunkte, optischer 2-fach Zoom entsprechend 35–70 mm im Kleinbildformat, 9-Punkt-Autofokus und Moviefunktion mit Tonwiedergabe. Noch einmal komfortabler geworden sind die Funktionen für den Direktdruck: Ein einziger Tastendruck genügt, um den Druckvorgang zu starten. Der UVP für die Digital Ixus II beträgt 349,- Euro. Gleich zwei Nachfolgemodelle bekommt die Digital Ixus 400 mit der Fünf-Megapixel-Digitalkamera Digital Ixus 500 und der Vier-Megapixel-Digitalkamera Digital Ixus 430. Die Kameras warten mit neuen überarbeiteten Funktionen für den Direktdruck (Print-/Share-Taste), für den Bilderdruck im Paßbildformat und für den Ausdruck von Einzelbildern aus Movieclips auf. Beide Ixus-Modelle sind mit einem hochwertigen Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das einen Brennweitenbereich von 36–108 mm äquivalent zum Kleinbildformat abdeckt. Makroaufnahmen können ab einem Abstand von 5 Zentimetern aufgenommen werden. Ein intelligenter 9-Punkt-Autofokus, die Canon iSAPS Technologie (intelligent Scene

Analysis based on Photographic Space) und der in alle Canon-Digitalkameras integrierte DIGIC-Prozessor sorgen für optimale Bilderergebnisse.

Im Programm-Modus ist es möglich, Einfluß auf einige Aufnahme-Einstellungen zu nehmen. So kann beispielsweise beim Weißabgleich zwischen Automatik und verschiedenen Pre-Sets für häufig vorkommende Lichtverhältnisse gewählt werden.

Die Histogramm-Anzeige bei der Bildwiedergabe erlaubt eine präzise Beurteilung der Belichtung im Anschluß an die Aufnahme. Die Digital Ixus 430 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 429,- Euro, die Digital Ixus 500 von 499,- Euro.

PowerShots für Einsteiger

Mit der PowerShot A75 und der Power-Shot A310 stellt Canon zwei neue Einsteiger-Digitalkameras vor. Die PowerShot A75



Zu den Ausstattungsmerkmalen der Digital Ixus 500 zählen eine Fünf-Megapixel-Auflösung und ein Dreifach-Zoomobjektiv.

verfügt über 3,2 Megapixel, einen dreifach optischen Zoom, ein 1,8 Zoll großes Display und über 13 Belichtungseinstellungen. Darunter der Special Scene-Modus, hinter dem sich unter anderem Voreinstellungen zur Optimierung von Weißabgleich und Belichtung verbergen. Zu den Scene-Modi zählen Feuerwerk, Laub, Strand, Schnee, Unterwasser und Indoor. Die mit der Print-/Share-



Ein leistungsstarkes Digitalkameramodell für Einsteiger präsentiert Canon mit der PowerShot A75. Sie bietet Features wie einen 3,2-Megapixel-CCD und ein Dreifach-Zoomobjektiv.

Taste ausgestattete Kamera kostet 329,- Euro (UVP).

Programmautomatik

Mit 3,2 Megapixeln und ebenfalls ausgerüstet mit der Print-/Share-Taste ist die Power-Shot A310 genau richtig für Anwender, die sich auf Programmautomatiken verlassen möchten. Trotz eines UVP von 199,- Euro kommen die bewährten Canon Technologien wie DIGIC-Prozessor, 5-Punkt-Autofokus und Makromodus ab 5 cm zum Einsatz.

Bei Bedarf kann die 33 mm optische Festbrennweite um den 5fach-Digitalzoom erweitert werden.

Im Lieferumfang ist eine 32 MB-CF-Karte enthalten. Alle hier vorgestellten Digitalkameras sind ab Ende März lieferbar. *höl*



Einfach zu bedienen dank vieler Programmautomatiken ist die PowerShot A310.

Konica Minolta präsentiert erstmals Digitalkameras unter gemeinsamer Marke

DiMAGE-Innovationen

Ein halbes Jahr nach dem offiziellen Zusammenschluß von Konica und Minolta steht der Markenauftritt des neu entstandenen Gemeinschaftsunternehmens fest: Alle Consumer Produkte werden in Zukunft unter der Marke Konica Minolta vermarktet. Auf der größten jährlich stattfindenden Fotomesse PMA in Las Vegas hat das Unternehmen auch erstmals eine Reihe hochwertiger DiMAGE-Digitalkameras unter der gemeinsamen Marke vorgestellt.

Konica Minoltas neues Flaggschiff, die DiMAGE A2, ist mit einem 8-Megapixel-CCD und einem siebenfachen optischen APO-Zoomobjektiv ausgestattet. Dieses deckt ein Brennweitenpektrum von 28–200 mm (entsprechend Kleinbild) ab. Über den manuellen Zoomring wird eine zielsichere Wahl des besten Bildausschnitts ermöglicht. Durch das innovative Anti-Shake-System der Kamera, bei dem ein CCD-Shift-Mechanismus Verwacklungsunschärfen minimiert, können je nach Aufnahmesituation bis zu drei Zeitstufen längere Belichtungswerte erreicht werden. Von dem System profitiert auch die Moviefunktion, mit der Filmsequenzen mit einer Auflösung von 544 x 408 Pixeln mit 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden können.

Für die optimale Bildscharfe sorgt ein 11-Punkt-AREA AF-System mit mittlerem Kreuzsensor. Darauf aufbauend wird das neue 3D-AF Prädiktionssystem aktiv. Es erfaßt blitzschnell unterschiedlichste Bewegungsrichtungen des Motivs für die Scharfstellung. Zu den weiteren Highlights der Kamera zählen eine digitale, automatische Motivprogrammwahl, eine Ultra High Speed Serienbildfunk-

tion, die bis zu sieben Bilder pro Sekunde ermöglicht, und die neue Kleinbildeinstellung, die Bildkompositionen, wie sie Anwender von der herkömmlichen SLR-Fotografie kennen, bietet. Die mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgestattete DiMAGE A2 hat einen UVP von 1.099,- Euro.

Optional stehen zu der Kamera ein 0,8fach Weitwinkelkonverter und ein 1,5fach Telekonverter zur Verfügung.

DiMAGE Z2

Die Vier-Megapixel-Digitalkamera DiMAGE Z2 ist mit einem zehnfachen Zoom APO GT-Objektiv ausgestattet, dessen Brennweite im Kleinbildformat 38–380 mm entspricht. Ergänzt werden kann es durch ein vierfaches Digitalzoom. Trotz des großen Zoombereichs stellt die Kamera mit Hilfe des Rapid-AF mit Prädiktions-Schärfekontrolle schnell und sanft scharf. Darüber hinaus steht auch ein manueller Fokus zur Verfügung. Harmonische Livebilder zeigt der Echtzeit-LC-Monitor mit Minoltas



Eine Brennweite von 28–380 mm bietet die Zehnfachzoom-Digitalkamera DiMAGE Z2.

einzigartiger Monitorumschaltung und einer Bildwiederholungsrate von 60 Bildern pro Sekunde. Über die progressive Bildaufnahme-funktion läßt sich der Zwischenspeicher der Kamera solange mit Bildern füllen, wie der Auslöser gedrückt wird. In der UHS-Serienbildfunktion können bis zu zehn Bilder pro Sekunde bei insgesamt 15 Aufnahmen in Folge festgehalten werden. Verschiedene Funktionen für die Belichtungssteuerung und -messung, eine

Videofunktion, mit der Bilder in VGA- (640 x 480) und in der neuen SVGA-Auflösung (800 x 600) aufgezeichnet werden können, und ein Rauschunterdrückungssystem für lange Belichtungszeiten sind weitere Ausstattungsdetails, die die Kamera bietet. Neben einem internen Blitz mit der Leitzahl 12 besteht auch die Möglichkeit, über den Blitzschuh externe Blitzgeräte anzuschließen. Eine automatische Digital-Motivprogrammwahl, eine Supermakrofunktion ab einem



Die DiMAGE Xg ist außer mit einem silbernen Gehäuse auch in Blau und Rot erhältlich.

Abstand von drei Zentimetern und verschiedene Weißlichtabgleichsmöglichkeiten runden das fotografische Potential der Kamera ab. Die DiMAGE Z2 hat einen UVP von 499,- Euro.

Mit der DiMAGE Xg und der DiMAGE X21 stellt Konica Minolta gleich zwei neue Modelle der schlanken und kompakten X-Kamerareihe mit einem intern bewegten, dreifach optischen Zoom vor. Die 3,2-Megapixel-Digitalkamera DiMAGE Xg ist bereits 0,8 Sekunden nach dem Einschalten betriebsbereit und erweist sich laut Aussage von Konica Minolta damit als schnellste ihrer Klasse (Stand Januar 2004). Ein 5-Punkt-AF bietet flexibles Scharfstellen. Das Filmvergnügen, das die Kamera – die in drei verschiedenen Farben (Silber, Blau, Rot) erhältlich ist – bietet, wird durch eine Vielzahl von Funktionen gesteigert. So können Movies zusätzlich zur Standardbildrate von



DiMAGE A2

15 Bildern pro Sekunde auch mit flüssigen 30 Bildern pro Sekunde aufgezeichnet werden. Eine Nachtfilm-Funktion beschert selbst bei schwach beleuchteten Szenen gelungene Aufnahmen. Eine Filmbearbeitungsfunktion ermöglicht die nachträgliche Bearbeitung der Filmsequenzen, wie zum Beispiel das Herausschneiden unerwünschter Movieszenen. Die DiMAGE Xg hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 299,- Euro. Das zu der Kamera als optionales Zubehör erhältliche Unterwassergehäuse MC-DG 300 schützt sie vor Wasser und Staub.

DiMAGE X21

Der Zwei-Megapixel-Digitalkamera DiMAGE X21 entgeht mit einer schnellen Bereitschaftszeit von etwa einer Sekunde so schnell kein Schnappschußmotiv. Die Kamera bietet diverse kreative Funktionen für die Gestaltung der aufgenommenen Bilder. So setzt die Einrahmungsfunktion Bildrahmen oder einen Rand um das Ausgangsbild, während die Side by Side-Funktion zwei Bilder Seite an Seite zusammenfügt. Mit der Diashow-Funktion können Bilder

durch Überblenden, Verwischen und Ausblenden flüssig dargestellt werden. Die DiMAGE X21 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 169,- Euro.

Sowohl bei der Xg als auch bei der X21 steuert die Bildverarbeitungstechnologie CxProcess II Parameter wie Farbe, Kontrast und Schärfe der Aufnahmen. Alle vorgestellten Digitalkameras von Konica Minolta unterstützen



Mit der DiMAGE X21 stellt Konica Minolta eine Digitalkamera vor, die durch originelle Funktionen gerade Anfängern in der Digitalfotografie viel Spaß bringt.

den herstellerübergreifenden Direktdruck-Standard PictBridge, mit dem Bilder auch ohne Umweg über den PC direkt ausgedruckt werden können. *höl*

Systemkamera Dynax 7 Digital

Konica Minolta hat auf der PMA die Einführung einer digitalen Spiegelreflexkamera für den Herbst dieses Jahres angekündigt. Die Dynax 7 Digital wird mit allen Minolta AF-Objektiven und dem Dynax Systemzubehör kompatibel sein. Als erste Spiegelreflex-Systemkamera verfügt sie über eine Anti-Verwackelungsfunktion (Anti-Shake), die in den Body eingebaut ist und daher mit allen Minolta AF-Objektiven eingesetzt werden kann. Die Bedienungslogik der Konica Minolta Dynax 7 Digital soll im wesentlichen der der erfolgreichen analogen Dynax Spiegelreflexkameras folgen. Die neue digitale Spiegelreflex-Systemkamera von Konica Minolta wird mit einem 6 Megapixel CCD und modernster Bildverarbeitungstechnologie ausgestattet sein.



Digitalkamera mit professionellem Anspruch

Exilim Pro EX-P600 von Casio



Casio wird auf der CeBIT die Exilim Pro EX-P600 vorstellen. Die 6-Megapixel-Digitalkamera trägt ihren Namen nicht ohne Grund: Das Pro steht für den professionellen Anspruch der Kamera, mit der Casio speziell ambitionierte Fotografen ansprechen möchte.

Die Exilim Pro EX-P600 bietet eine Bildauflösung von sechs Megapixeln und ist mit einer lichtstarken Canon-Optik mit vierfach optischem Zoom ausgestattet. Tempo beweist sie nicht nur bei der Aufnahmebereitschaft – innerhalb von zirka zwei Sekunden nach dem Einschalten ist sie betriebsbereit – sondern auch beim Scharfstellen von Motiven durch ihr High Speed Hybrid-Autofokussystem. Zusätzlich zu dem zum Standard zählenden Spot-Autofokus fokussiert der innovative Mehrfeld-Autofokus in

der „Multi Auto-Focus Area“ über sieben verschiedene Meßpunkte automatisch das nächststehende Objekt. Darüber hinaus hat der Anwender in der „Free Auto Focus Area“ die Möglichkeit, das Fokusfeld frei zu wählen und zu bestimmen.

Mit der minimalen Auslöseverzögerung von zirka 0,01 Sekunden (nach erfolgter Fokussierung) gelangen dem Anwender selbst Schnapshots.

Über das 2 Zoll-TFT-Display und den „EX-Finder“ erhält der Fotograf alle wichtigen Informationen zu den verschiedenen Exilim-Einstellungen.

Die Exilim Pro EX-P600 hält zahlreiche automatische und individuell wählbare Aufnahmefunktionen zur Bildoptimierung bereit. So ermöglicht es die „Multi Bracketing Funktion“, Belichtungsreihen mit verschiedenen Parametern wie Aufnahmen mit unterschiedlichen Farbfiltern (z. B. Schwarzweiß, Sepia oder Color) aufzunehmen.

In der „Manual Assistant Function“ werden die manuellen Einstellungen von Blende und Verschlusszeit übersichtlich dargestellt.

Über den „EX-Key“ ist der direkte Zugriff auf verschiedene manuelle Einstellungen möglich. Auf Knopfdruck können in dieser Funktion Weißabgleich, ISO-Einstellung oder die Fokussmethode gewählt werden. Optimale Fotoeinstellungen für häufig wiederkehrende Aufnahmesituationen bieten die von allen Casio-Digitalkameras bekannten Bestshot-Funktionen. Das neue Exilim-Modell stellt 25 dieser voreingestellten Motivprogramme zur Verfügung.

In der Serienbildfunktion können innerhalb von zwei Sekunden bis zu sechs Fotos aufgenommen werden.

Die Kamera mit elegantem Edelstahlgehäuse und externem Blitzanschluß ist ab Ende dieses Monats lieferbar und hat einen UVP von 599,- Euro. *höl*

Exilim EX-Z30 und EX-Z40

Casio stellt mit der EX-Z30 und der EX-Z40 zwei neue Digitalkameras aus dem Exilim-Sortiment des Unternehmens vor.

Die kompakten Digitalkameras sind mit einem 3- (EX-Z30) und einem 4- (EX-Z40) Megapixel-CCD ausgestattet und verfügen über einen 3fach optischen Zoom. Umgerechnet auf Kleinbildformat bietet dieses eine Brennweite von 35 bis 105 mm. Die mit einem edlen Metallgehäuse versehenen Exilim-Modelle verfügen für die Bildansicht über ein 2 Zoll großes TFT-Display.



Exilim EX-Z40

Über die „Direct-On-Funktion“ sind die Kameras bei ausgeschaltetem Blitz nach zirka 1,6 Sekunden einsatzbereit. Die Auslöseverzögerung beträgt zirka 0,01 Sekunden nach erfolgter Fokussierung. Neben der Standbildaufnahme können auch Filmsequenzen mit Ton aufgezeichnet werden. Gleich 21 vorprogrammierte Motiveinstellungen (Bestshot) ermöglichen es dem Anwender, schnelle Schnapshots von beliebigen Fotoszenarien aufzunehmen. Weitere Features wie Red-Eye-Reduction, Selbstausröser, Tonaufnahme und Kalender machen die 121 Gramm leichten Kameras zu echten Allroundtalenten. Zum Lieferumfang der Kameras, die seit Ende März ausgeliefert werden, zählt eine USB-Docking-Station.

POS Neuheiten

Polaroid x530 mit Foveon-Sensor



Zur CeBIT bringt das Uhinger Unternehmen plawa-feinwerktechnik

die Polaroid x530 auf den deutschen Markt. Die Kamera erreicht laut Aussage des Unternehmens mit 3DigitalPhotography eine neue Dimension der Fotografie und ermöglicht, wie es weiter heißt, Digitalbilder von nie geahnter Qualität: mit mehr Schärfe, mehr Farbtiefe

und 100 Prozent Bildinformation. Möglich macht dies der Einsatz des Foveon X3-Bildsensors. Der Foveon X3-Sensor ist aufgebaut wie ein herkömmlicher Farbfilm mit drei Farbschichten (RGB). In jeder Schicht ist eine Fotodiode eingebettet, die eine volle, natur-

getreue Farbinformation gewährleistet. In bisherigen Digitalkameras erkennt jedes Pixel dagegen nur eine Grundfarbe.

Zur Ausstattung der Polaroid x530 zählen ein Dreifach-Zoom von Ricoh und eine neue Bildbearbeitungssoftware mit Foveon X3 Fill Light Funktion. Dank einer Datenmenge von 4,5 Megabyte im RAW-Format sind mit der Kamera farbechte Ausdrucke bis zum Format DIN A4 problemlos möglich.

5,1-Megapixel-CCD und einem 24-fach Zoom ausgestattet. Sie verfügt über einen Speicher von 32 MB und bietet neben zahlreichen automatischen auch viele manuelle Einstellmöglichkeiten. Videoaufnahmen in beliebiger Länge und Tonaufnahmen von 60 Sekunden Länge können mit der Kamera aufgenommen werden. Aus zehn Bildmodi kann je nach Anforderung und Situation ausgewählt werden. Darüber hinaus stehen kreative Effekte wie Sepia und Schwarzweiß zur Verfügung. Mit Hilfe des HP Direct Prints lassen sich die Aufnahmen direkt, mittels eines USB-Kabels, ausdrucken. Für eine komfortable Bildbearbeitung und Archivierung sorgt die mitgelieferte HP Image Zone Software für Mac und PC. Mit der Funktion „Instant Share“ kann der Anwender seine Fotos oder Videofilme direkt von der Kamera aus an bis zu 34 verschiedene E-Mail-Adressen oder den Computer zur weiteren Bearbeitung senden.

Die Digitalkamera ist ab Mai lieferbar, der Preis steht derzeit noch nicht fest.

Neue Finecam-Modelle



Auf der diesjährigen PMA stellte Kyocera seine neuesten Finecam-Modelle SL400R und M400R/M410R vor. Die Kameras verfügen alle über Kyoceras RTUNE-Technologie, die nahezu unbegrenzte Serienbildaufnahmen ermöglicht. Die Vier-Megapixel-Digitalkamera SL400R kann bei Verwendung einer High-Speed SD-Karte mit einer Übertragungsrates von 10 MB/Sekunde eine Aufnahmefrequenz von vier Bildern pro Sekunde erreichen. Die Anzahl der Aufnahmen wird nur durch die verwendete Speicherkarte begrenzt. Mit 15 mm Bautiefe gehört sie, laut Aussage von Kyocera, zu den weltweit flachsten, kompakten Digitalkameras mit Zoomobjektiv. Sie verfügt über ein dreifach optisches Zoom, dessen Leistung durch ein digitales 3,2fach-Zoom unterstützt wird. Der Anwender kann zwischen sieben Motivprogrammen und vier Voreinstellungen für verschiedene Aufnahmesituationen wählen. Darüber hinaus können mit der Videofunktion Sequenzen in ruckelfreier Bildqualität von 30 Bildern pro Sekunde in VGA-Qualität aufgenommen werden. Die Finecams M400R/M410R sind Kyoceras erste Kompaktdigitalkameras, die mit einem optischen Zehnfach-Zoomobjektiv ausgestattet wurden. Dies wird durch ein sechsfaches Digitalzoom ergänzt. Wie auch bei der



SL400R ermöglicht die RTUNE-Technologie, mit den Vier-Megapixel-Kameras nahezu unbegrenzte Serienbildaufnahmen mit 3,3 Bildern pro Sekunde aufzunehmen. Vier Programmautomatiken, zwei Fotoeinstellungen, ein elektronischer Sucher mit 300.000 Pixeln und ein Filmmodus mit 30 Bildern pro Sekunde runden die Ausstattung ab. Die M410R unterscheidet sich von ihrem Schwestermodell nur durch die Möglichkeit, über einen Adapterring Filter und Konverter einzusetzen.

HP Photosmart R707



HP stellt mit der Photosmart R707 die erste Kamera der neuen R-Serie vor. Das R im Namen der Photosmart R707 steht dabei für die neuen Real Life Technologies. Unter anderem beinhaltet die neue Technologie Möglichkeiten zur Bildabschaltung, zum Weißabgleich und zur Regulierung der Tonwertkurven.

Als „Paket“ kommt die Technologie erstmals in der R707 zum Einsatz. Die Kamera ist besonders klein und handlich (98 x 60 x 36 mm (B x T x H)), und mit einem

Cyber-shots von Sony vereinen Spaß und Bildqualität

Qualität und Design

Sony wird auf der CeBIT vier neue Pocket-kameras mit Auflösungen zwischen vier und fünf Megapixeln sowie eine im eleganten Kompaktkamera-Design gestaltete weitere 5-Megapixel-Digitalkamera präsentieren.



Ein elegantes Kompaktmodell im klassischen Kamerastil präsentiert Sony mit der Cyber-shot W1.

Mit der Cyber-shot P100 stellt Sony ein neues Pocketmodell mit einer Fünf-Megapixel-Auflösung und einem dreifachen Zoomobjektiv vor. Das hochwertige Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv wird ergänzt um ein sechsfaches Digitalzoom und bietet eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 38 bis 114 mm. Zu den weiteren Features der Kamera zählen neun verschiedene Motivprogramme, manuelle Modi für Verschlusszeiten (über 40 Werte) und Blende (2 Werte) und eine Serienfunktion mit 15 Bildern im Standardmodus bei 1,2 Fotos pro Sekunde. Möglich wird dieses Tempo durch den eingebauten Real Imaging Prozessor. Er sorgt zudem dafür, daß die Kamera innerhalb von 1,6 Sekunden startbereit ist und die

Auslöseverzögerung bei nur 0,32 Sekunden liegt. Ein 4,5 Zentimeter (Diagonale) großes Hybrid LC-Display sorgt für eine komfortable Bildkontrolle. Eine MPEG VX Fine Funktion, mit der Videosequenzen in VGA-Qualität aufgezeichnet werden können, Pictbridge-Kompatibilität und eine USB-Schnittstelle runden die Ausstattung der Kamera mit den Maßen 51,5 x 108 x 26,6 mm ab. Die P100 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 430,- Euro und ist ab Mai in den Farben Rot, Blau und Silber erhältlich.

Kompakt-Modell

Für Anwender, die auch in der Digitalfotografie nicht auf ein konventionelles Fotografie-Gefühl verzichten möchten, stellt Sony

die Cyber-shot W1 vor. Sie verfügt über ein elegantes Kameradesign, ein robustes Aluminiumgehäuse und ein 6,35 Zentimeter (Diagonale) großes LC-Display. Zu ihren inneren Werten zählt ein hochwertiges Carl Zeiss Vario Tessar Objektiv. Das dreifach optische Zoom bietet eine Brennweite von 38 bis 114 mm (äquivalent Kleinbildformat). Das in der Fotografie als „Adlerauge der Kamera“ bezeichnete Objektiv sorgt zusammen mit dem Fünf-Megapixel-Super-HAD-CCD und dem 14 Bit Analog/Digital-Wandler für eine hohe Bildqualität. Dank des Real Imaging Prozessors hat die Kamera eine Auslöseverzögerung von lediglich 0,32 Sekunden. Mit ihrer Serienbildfunktion können 1,2 Fotos pro Sekunde bei bis zu neun Fotos im



Die Cyber-shot P100 verbirgt die Auflösungskraft von fünf Megapixeln in ihrem schmalen Pocketgehäuse.

Fine-Modus aufgezeichnet werden. Kurzfilme nimmt die W1 im MPEG Movie VX Fine Modus mit einer Auflösung von 640 x 480 Pixeln auf. Zahlreiche kreative Features wie manuelle Einstellmöglichkeiten für Blende und Verschlusszeit, neun Motivprogramme, eine Histogramm-Funktion und ein 5-Punkt-Autofokus runden die Ausstattung der Kamera ab.

Einfache Bedienung

Für ein einfaches Handling der neuen Cyber-shot sorgen eine neugestaltete Menüführung, die selbstverständlich auch in Deutsch verfügbar ist, und große, leicht abzulesende Menü-Symbole. Für die schnelle Bildübertragung sorgt bei der pictbridge-kompatiblen Digitalkamera eine USB 2.0-Schnittstelle. Die Cyber-shot W1 ist ab Juni lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von ebenfalls 430,- Euro.

Einsteigerklasse

Mit den Cyber-shots P93, P73 und P43 stellt Sony drei Pocket-Ein-

steigermodelle vor. Alle drei sind mit Sonys Real Imaging Prozessor ausgestattet. Er sorgt für eine wesentlich längere Akkulaufzeit, schnellere Startzeit und eine kürzere Auslöseverzögerung.

Die P43 besitzt auch einen Vier-Megapixel-CCD und eine Festbrennweite von 33 mm (im Vergleich zum Kleinbild).

Über einen Klickmechanismus am Objektiv der P93 und der P73 ist es mit Hilfe eines Adapters möglich, Filter und Vorsätze mit einem Gewindedurchmesser von 30 mm zu nutzen.

Durch die verbesserte Akkuleistung sind mit der P93 bis zu 410, mit der P73 bis zu 420 und mit der P43 bis zu 390 Bilder mit nur einer Ladung der im Lieferumfang enthaltenen Akkus möglich. Neben diversen Motivprogrammen und einer schnellen Serienbildfunktion bieten auch die Einsteigerkameras verschiedene manuelle Einstellmöglichkeiten für Verschluss und Blende.

Ein 5-Punkt-Autofokus, Mehrfeldbelichtung und eine Histogramm-Automatik (bei der P93 und P73) gehören zu den weiteren Vorzügen der Kameras. Darüber hinaus sind sie pictbridge-kompatibel, verfü-

Sony präsentiert zweite DVD-Camcordergeneration



Sony DCR-DVD201

Mit den DVD Handycams DCR-DVD201, DCR-DVD101 und DCR-DVD91 präsentiert Sony die zweite DVD-Camcordergeneration, welche die Bildqualität und die vielfältigen Möglichkeiten eines Camcorders mit den Vorteilen der DVD-Technologie verbindet. Äußerlich deutlich kompakter konstruiert, bieten die neuen Modelle hochwertige Ausstattungsmerkmale wie ein Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit 10fach optischem (120fach digitalem) Zoom, ein Hybrid LCD mit 123.000 Pixeln und einen optischen Farbsucher mit 113.000 Pixeln. Für eine noch komfortablere Aufnahme sorgt ein zusätzlicher Aufnahme- und Stopbutton direkt am LC-Display. Auch Fotos lassen sich mit den DVD Handycams problemlos aufnehmen. Die DCR-DV91 und die DCR-DVD101 verfügen über einen 800.000 Pixel CCD, die DCR-DVD201 ist sogar mit

einem 1.070.000 Pixel-CCD ausgestattet. Auf dem DVD-Player oder dem PC können die Schnappschüsse später als Diashow betrachtet werden. Bei der Filmaufnahme hilft der Super SteadyShot, Verwacklungen zu korrigieren. Mit der NightShot Plus-Funktion können Aufnahmen auch bei völliger Dunkelheit gefilmt werden. Sony setzt bei dem neuen Dreiergespann auf die acht Zentimeter große DVD-R/-RW als Speichermedium. Beim Einsatz von DVD-RWs können Aufnahmen im Video Recording Mode (VR-Modus) erstellt werden. In der Nachbearbeitung lassen sich hiermit Szenen leicht verschieben, teilen oder löschen und zu einem Video zusammenstellen. Die im VR-Modus erstellten DVDs können sofort auf einem kompatiblen DVD-Player abgespielt werden. Der DCR-DVD91 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 870,- Euro, der DCR-DVD101 von 950,- Euro und der DCR-DVD201 von 1.050,- Euro.



Sony DCR-DVD101

Dank des Real Imaging Prozessors passen die Attribute schnell und ausdauernd auch zum fünf Megapixel starken Einsteigermodell Cyber-shot P93.



steigermodelle vor. Alle drei sind mit Sonys Real Imaging Prozessor ausgestattet. Er sorgt für eine wesentlich längere Akkulaufzeit, schnellere Startzeit und eine kürzere Auslöseverzögerung. Die P93 ist mit einem Fünf-Megapixel-CCD und einem dreifach optischen Zoom (6-fach digitalem Zoom), das eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 38 bis 114 mm bietet, ausgestattet. Die P73 hat einen Vier-Megapixel-

gen über eine USB 2.0-Schnittstelle und bieten den MPEG Movie VX Fine Modus mit 30 Bildern pro Sekunde.

Die Cyber-shot P93 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 380,- Euro und die Cyber-shot P73 von 330,- Euro. Die P93 wird ab Anfang, die P73 ab Mitte Mai ausgeliefert. Die Cyber-shot P43 ist ab Anfang Juni lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 250,- Euro. höl

Hier können Sie Ihr Abo

POS-MAIL

bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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.

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

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

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

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____ Unterschrift _____

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

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

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

Lieferanten:
 Hersteller Distributor/Großhandel
 Kooperationspartner
 sonstige (Schulen, Verbände etc.)

Olympus Camedia-Innovationen

Digitalkameras für Anfänger und Profis



Olympus C-8080 Wide Zoom

Insgesamt acht neue Camedia-Digitalkameras für den Consumerbereich wird Olympus auf der diesjährigen CeBIT präsentieren. An der Spitze des innovativen Sortiments steht die für semiprofessionelle Anwender konzipierte Acht-Megapixel-Digitalkamera C-8080 Wide Zoom.

Mit einer Auflösung von acht Megapixeln und einem Weitwinkel-Zoomobjektiv ist die C-8080 Wide Zoom das neue Flaggschiff der Olympus-Camedia-Digitalkameraserie. Das Fünffach-Zoomobjektiv (F2,4-3,5) deckt, verglichen mit dem Kleinbildformat, eine Brennweite von 28–140 mm ab. Neben einer geringen Auslöseverzögerung von gerade mal 0,3 Sekunden kann die Kamera mit einer schnellen Datenverarbeitung aufwarten. So realisiert sie in der höchsten Auflösung im Serienaufnahmemodus 1,6 Bilder pro Sekunde. Um Motive scharf stellen zu können, stehen dem Anwender verschiedene Modi wie iESP-Autofokus, Spotmessung, permanenter AF und eine manuelle Scharfstellung zur Verfügung. Zu den weiteren Ausstattungshighlights zählen der um 20° nach unten und um 90° nach oben neigbare Sunshine LCD, der selbst bei gleißendem Sonnenlicht klare Bilder zeigt, ein Bajonettanschluß für den Einsatz von Konvertern und ein Blitzschuh für die Verwendung zusätzlicher Blitzgeräte. Der in der Kamera eingesetzte Sucher bietet eine Auflösung von 240.000 Pixeln, eine Bildwiederholrate von 60 Bildern pro Sekunde sowie eine Verzögerung von nur 50 ms und zeigt zudem alle aktiven Einstellungen an. Die Kamera, mit der auch Movies mit Ton

aufgezeichnet werden können, ist mit einer schnellen USB 2.0-Schnittstelle ausgestattet. Die C-8080 Wide Zoom ist ab April verfügbar und hat einen UVP von 1.249,- Euro.

Zehnfach-Zoom

Selbst weit entfernte Details können mit der Zehnfachzoom-Digitalkamera C-770 Movie aufgenommen werden. Das 4-Megapixel-Modell verfügt damit über eine Brennweite von 38 bis 380 mm im Kleinbildformat. Die Kamera nimmt nicht nur Fotos, sondern auch MPEG4-Movies inklusive Ton im Vollbildmodus auf (30 Bilder pro Sekunde). Sie bietet vielfältige Aufnahmemodi, inklusive Verschluss- und Blendenvorwahl, sowie zahlreiche manuelle Kontrolloptionen. Für Schnappschüsse empfehlen sich die



Camedia C-770 Movie

verschiedenen voreingestellten Aufnahmeprogramme. Die mit einem Blitzschuh ausgestattete, pictbridge-kompatible Digitalkamera wird zusammen mit einer 128 MB xD-Picture Card ab April ausgeliefert und hat einen UVP von 749,- Euro.

Mit den Camedias C-765 und C-760 Ultra Zoom stellt Olympus die weltweit kleinsten digitalen Zehnfachzoom-Digitalkameras (Stand Januar 2004) vor. Bei den Modellen mit 4 bzw. 3,2 Millionen Pixeln sorgt der optimierte TruePic Turbo-Bildprozessor neben verbesserten Bildeigenschaften auch für eine höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit. Faszinierende Makroaufnahmen können mit den



C-765 Ultra Zoom

Kameras ab einem Abstand von drei Zentimetern aufgenommen werden. Für die Bildansicht und -kontrolle stehen ein elektronischer Sucher und ein LC-Display mit einer 110.000 Pixel-Auflösung zur Verfügung. Neben der Verwendung einer Automatikfunktion können bei den Kameras z. B. die Blenden- und Verschlusszeit sowie weitere Aufnahmeparameter manuell eingestellt werden. Die C-760 Ultra Zoom ist seit Februar lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 579,- Euro, die C-765 Ultra Zoom wird im Mai ausgeliefert und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 499,- Euro.

Mit einer Auflösung von drei Megapixeln und einem Achtfach-Zoomobjektiv bietet die Camedia C-725 Ultra Zoom Einsteigern in die Ultra Zoom-Fotografie ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis. Zoompower entsprechend einer



Camedia C-725 Ultra Zoom

Kleinbildbrennweite von 40–320 mm bietet die leicht zu bedienende Kompakt-Digitalkamera. Mit den Aufnahmeprogrammen Portrait, Sport sowie Nachtaufnahme und den verschiedenen

präzisen Meßsystemen, die die Kamera bietet, gelingen selbst Schnappschüsse. In der QuickTime Moviefunktion können kurze Movies aufgenommen werden. Der elektronische Sucher und das 1,5 Zoll-Display sorgen für Sicherheit bei der Kontrolle der Fotos. Die C-725 Ultra Zoom ist ab Mai lieferbar und kostet 329,- Euro.

Mit der C-460Zoom und der C-360Zoom stellt Olympus zwei bedienerfreundliche 4- bzw.



C-460Zoom

3-Megapixel-Digitalkameras vor. Fünf verschiedene Aufnahmeprogramme und ein Supermakro-Modus, der Aufnahmen aus einer Entfernung von bis zu 7 Zentimetern ermöglicht, unterstützen den Anwender bei der kreativen Anwendung seiner Kamera. Neben Fotos können Erlebnisse auch als Videosequenzen mit Ton aufge-



Camedia C-310Zoom

zeichnet werden. Die C-460Zoom und die C-360Zoom sind seit März lieferbar. Die C-460Zoom hat einen UVP von 299,- Euro, die C-360Zoom von 249,- Euro.

Einstiegsmodell

Die Olympus C-310Zoom ist eine 3,2 Megapixel-Digitalkamera im klaren, funktionellen Design. Ihr dreifaches Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 38 bis 114 mm äquivalent zum Kleinbild-

format. Die Kamera verfügt über einen Super-Nahaufnahmemodus, mit dem Makroaufnahmen ab einem Abstand von nur zwei Zentimetern fotografiert werden können. Da sie den Pict-Bridge-Standard unterstützt, können mit ihr Digitalfotos über den entsprechend kompatiblen Printer – z. B. den Olympus-Drucker Camedia P-10 – ohne Umweg über den Computer ausgedruckt werden. Fünf Aufnahmeprogramme für die gängigsten Motivsituationen und eine Funktion für die Movieaufnahme runden ihr Leistungsspektrum ab. Die C-310Zoom wird voraussichtlich ab April ausgeliefert und kostet 199,- Euro.

µ[mju:] Digital-Modell

Mit der µ[mju:] 410 Digital präsentiert Olympus ein 4-Megapixel-Modell der erfolgreichen Kameraserie, ausgestattet mit einem Dreifach-Zoomobjektiv, das eine Brennweite umge-



µ[mju:] 410 Digital

rechnet aufs Kleinbildformat von 35–105 mm bietet.

Acht Aufnahmeprogramme und eine Moviefunktion mit Ton sorgen für ein vielseitiges Einsatzspektrum der Kamera.

Auf der Rückseite der in Silber/Anthrazit gestalteten Kamera im wetterfesten Metallgehäuse befindet sich ein 1,5 Zoll LC-Display mit einer Auflösung von 134.000 Pixeln. Die µ[mju:] 410 Digital, die pictbridge-kompatibel ist, hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 449,- Euro. höl

RUND UM DIE GAMES

Survival-Mystery-Adventure Forbidden Siren

Das PS2 Spiel Forbidden Siren (UVP: € 59,95) spielt im japanischen Dorf Hanyuda, das scheinbar ohne Erklärung und ohne Warnung vom Bösen überrollt wurde und nun von einem Meer aus Blut umgeben ist. Im Handumdrehen wurde das Dorf zur Hölle auf Erden. Fast alle Einwohner haben ein Schicksal erfahren, das schlimmer sein muß als der Tod. Fast alle. Es gibt zehn Überlebende, jeder von ihnen verwickelt in seinen persönlichen Überlebenskampf. Eingetaucht in eine Welt aus Angst, Mysterien und atemberaubender Spannung beginnen sie ihre verzweifelte Suche nach einem Ausweg. Forbidden Siren spielt in einem Zeitraum von drei Tagen, wobei der Spieler einen der zehn Überleben-

den steuert und an verschiedenen Schlüsselpunkten die Kontrolle über einen anderen Charakter übernimmt. Jeder Charakter, vom neugierigen Studenten Kyoya bis zum kaltblütigen alten Jäger Akira, ist aus einem anderen Grund im Dorf, und durch das Verständnis für ihre Vergangenheit und ihre Reaktionen auf das allgegenwärtige Böse beginnt sich das Geheimnis zu lüften. Insgesamt gibt es 78 Episoden, die aber nicht in chronologischer Reihenfolge durchgespielt werden – ein Szenario-Link-Navigator in Form eines Zeitplans zeigt dem Spieler, wie sich jede einzelne Episode in das Gesamtbild einfügt. Die fehlende Chronologie verstärkt die Spannung und die Dramatik der wendungsreichen Geschichte. Geister kommen buchstäblich wieder heim, und die Spielcharaktere stoßen auf Monster, die in früheren Episoden noch Menschen waren.

Die klaustrophobische, ständig auf des Messers Schneide stehende Atmosphäre in Hanyuda wird erzeugt durch eine erstaunliche Komposition aus zermürbenden Sound-Effekten, lebensechten Grafiken und der fremd wirkenden japanischen Kultur. Einsame Straßen oder verlassene Minenschächte, die durchschlichen werden müssen, eine Nachtluft voll von Regen, Nebel und Tau oder das genaue Abbild japanischer Architektur schaffen ein überwältigendes Gefühl von Authentizität. Auch die Charaktere sind detailreich gestaltet und bewegen sich, dank der Arbeit mit Schauspielern und Models, die im Motion-Capture-Verfahren für das Spiel digitalisiert wurden, mit hohem Realismus. Die fantasievolle Anmutung von Forbidden Siren wird noch unterstützt von der Fähigkeit der Charaktere, die Blickwinkel von anderen, in der unmittelbaren Umgebung befindlichen Charakteren und Feinden zu „stehlen“. Diese außergewöhnliche Beobachtungsfähigkeit ist sowohl Segen als auch Fluch, weil sie es den Charakteren ermöglicht, die Bewegungen und Aktionen von Feinden vorherzusehen, aber den Spieler gleichzeitig bewegungsunfähig und wehrlos macht ... für diesen Moment. **DB**

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.
Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Daniel Blömer,
Georg Reime

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem, Köln-Mülheim

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

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

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,- € jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

DGH
GROSSHANDEL

VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER!

FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM

Ihr Distributor für **SanDisk**

NEUHEIT!



SANDISK ULTRA II MEMORY STICK PRO 256 MB
Bestellnr. 610020

NEUHEIT!



SANDISK ULTRA II MEMORY STICK PRO 1 GB
Bestellnr. 610041

NEUHEIT!



SANDISK ULTRA II MEMORY STICK PRO 512 MB
Bestellnr. 610034

NEUHEIT!



SANDISK ULTRA II COMPACT FLASH 2 GB
Bestellnr. 610300

Die SanDisk Ultra II Speicher-Karten überzeugen mit einer Schreibgeschwindigkeit bis zu 9 MB/Sek. und einer Lesegeschwindigkeit bis zu 10 MB/Sek. 10 Jahre Hersteller-Garantie!*

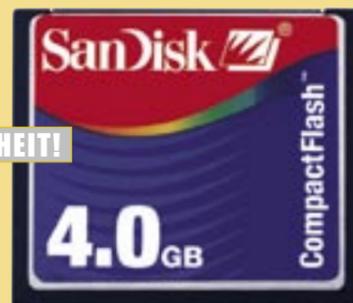
*Für den genauen Umfang der Hersteller-Garantie sind die Garantiebestimmungen des Herstellers maßgeblich.

NEUHEIT!



SANDISK SD CARD 1 GB
Bestellnr. 564044

NEUHEIT!



SANDISK COMPACT FLASH 4 GB
Bestellnr. 564030

Aktuelle Tagespreise unter www.dgh.de oder Telefon 09 31-9 70 84 44

www.dgh.de

ALLE PREISE NETTO ZUGL. GESETZL. MINST. • PREISE, PRODUKTDATEN STAND 05.03.04 • ALLE PREISE VERSTEHEN SICH PRO STÜCK • MENGENPREISE ERFRAGEN SIE BITTE TELEFONISCH

AKTION

WLAN WLAN WLAN

WLAN Infos und News

Samsung: Einstieg mit WLAN-basierten Telefonanlagen

Samsung will mit zwei Produktlinien in den Markt für Telefonanlagen einsteigen: Die hybrid ausgelegten Sprach- und Daten-Systeme arbeiten mit neuesten Technologien und Voice over IP über Wireless LAN-Verbindungen. Mit dem OfficeServ 7200 erhalten mittelgroße Unternehmen ein leistungsstarkes IP-Konvergenzsystem für bis zu 280 Teilnehmer. Das kleinere, kompakte TK-System OfficeServ 12 ermöglicht die Ausschaltung von bis zu 8 WLAN-IP-Telefonen. Mit den OfficeServ-Anlagen führt Samsung erstmalig echte Sprach-/Datenkonvergenz in den professionellen Geschäftsbetrieb ein.

T-Mobile: Nahtloser Wechsel zwischen WLAN, GPRS und UMTS

Wer zukünftig mobil das Internet nutzen will, soll sich nicht mehr mit der Problematik unterschiedlicher Provider, Tarife oder Konfigurationen beschäftigen müssen. Diese Zukunftsplanung hat T-Mobile auf dem 3GSM World Congress in seiner Strategievorstellung für ein integriertes 2G-, 3G- und WLAN-Netzwerk erläutert. Laptop-User werden bei bestehender Verbindung mit dem Internet ohne Unterbrechung (seamless) zwischen T-Mobile-WLAN-Hotspots, UMTS-Funkzellen oder Gebieten mit GPRS-Abdeckung wechseln können. Details über die verwendeten Technologien und die eingesetzte Software hat T-Mobile bisher noch nicht mitgeteilt. Doch zur CeBIT sollen die genauen Tarife und Konditionen des „reibungslosen“ mobilen Internetzugangs bekanntgegeben werden.

Sony: Drei neue Clié-PDAs mit WLAN

Mit den Clié-Modellen TH55, TJ37 und TJ27 hat Sony in den USA und in Japan drei neue PDAs vorgestellt, die über eine Kamera mit der Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten verfügen, unter Palm OS 5.2 laufen und eine serienmäßige WLAN-Schnittstelle besitzen. Es wird damit gerechnet, daß Sony die neuen Geräte in Deutschland erstmalig auf der CeBIT zeigen wird. Der Clié PDA TH55 verfügt über ein hochauflösendes Farbdisplay mit

320 x 480 Bildpunkten und eine Hauptspeicherkapazität von 32 MByte. In den Erweiterungsslot können auch MemoryStick-Module eingesetzt werden. Neben dem integrierten WLAN (802.11b) sollen in Europa auch Modelle angeboten werden, mit denen das Surfen mittels Bluetooth-fähiger Handys möglich ist. Zum Betrachten diverser Dateiformate (auch MS-Office Dokumente) dient der serienmäßig mitgelieferte Picture-Viewer. Der Clié TH55 spielt MP3- und Videodateien ab. Videoaufnahmen sind mit der eingebauten Kamera nicht möglich. Für eine schnelle Menüsteuerung hat der TH55 auf der Rückseite einen Jog Dial. Der Verkaufspreis soll in den USA bei 400 US-Dollar liegen. Wie eineiige Zwillinge ähneln sich die beiden Cliés TJ37 und TJ27, die im wesentlichen auch über die gleichen technischen Daten verfügen. Sie arbeiten mit dem gleichen Prozessor (i.MXL, 200 MHz), haben beide ein Farbdisplay mit 320 x 320 Bildpunkten, einen Memory-Stick-Slot und verfügen über einen nutzbaren Speicher in der Größe von 23 MByte. Darüber hinaus besitzt der TJ37 eine integrierte WLAN-Schnittstelle, Lautsprecher und Kopfhöreranschluß und kann Audio- und Video-Dateien abspielen. Das mitgelieferte Software-Paket ist ebenfalls umfangreicher als beim TJ27. Der TJ37 soll in den USA zu einem Verkaufspreis von 300 US-Dollar angeboten werden, der TJ27 wird 200 US-Dollar kosten. Für alle drei Geräte bietet Sony in den USA nach einer Online-Registrierung den freien Download von Documents To Go Professional 6.0 an.

Lancom: Highspeed WLAN auf der CeBIT

Die Lancom Systems GmbH zeigt auf der CeBIT in Halle 15, Stand E11, zahlreiche Produktneuheiten und Live-Demonstrationen zu den The-

men „Sichere Standortvernetzung und Remote Access mittels VPN“ (Virtual Private Networks), „IP-Telefonie“ sowie „Highspeed WLAN – schnell und sicher“. Neben bewährten 54- und 108 MBit/s Wireless-LAN-Produkten will Lancom Systems neue ADSL Firewall Router zeigen, die in einem einzigen Gerät die Kombination von Router, ADSL-Modem, VPN-Gateway mit Hardwareverschlüsselung, WLAN Access Point, Firewall, ISDN-Backup und einem 4-Port Switch mit zahlreichen Funktionen vereinen. Dabei wird Datensicherheit durch Sicherheitsfunktionen wie WEP152, IEEE 802.1x und IPsec-over-WLAN gewährleistet, was den Einsatz in besonders sicherheitskritischen Bereichen ermöglicht. Ein weiteres Highlight auf dem Stand von Lancom Systems wird die Vorstellung des neuen Spitzenmodells unter den Lancom VPN-Gateways sein. Das mit einer VPN Hardwarebeschleunigung ausgerüstete Gerät unterstützt bis zu 1.000 gleichzeitige dynamische und abhörsichere VPN-Verbindungen und ermöglicht die sichere, schnelle und kostengünstige Verbindung von Arbeitsplätzen und Standorten bei gleichzeitiger Daten- und Sprachkommunikation. Auf dem Lancom-Stand haben interessierte Besucher die Gelegenheit, sich von der hervorragenden Sprachqualität beim Telefonieren über Datenleitungen und über Wireless LAN Funkstrecken zu überzeugen (Voice-over-IP, VoIP). Fachhändler und Systemhäuser können sich über die Leistungen des LANvantage Partnerprogramms sowie über aktuelle technische Neuerungen des Lancom Betriebssystemsystems LCOS informieren.

Lancom 1811 Wireless DSL VPN-Router

Der High End 108 Mbit/s Wireless-LAN VPN Router Lancom 1811 Wireless DSL bietet durch seine äußerst vielfältigen Einsatzmöglichkeiten ein Maximum an Perfor-

mance und Investitionssicherheit. Mit seinem integrierten Funkmodul nach WLAN Standard IEEE802.11a/b/g und zwei Dual-Band Diversity-Antennen stellt der Lancom 1811 Wireless DSL im 2,4 oder 5 GHz Frequenzbereich Höchstleistungen bereit. Mit eingeschaltetem Turbo-Modus erreicht er bei der Datenübertragung im 5 GHz Frequenzbereich sogar 108 MBit/s. Neben seinen WLAN-Funktionen bietet der Lancom 1811 Wireless DSL alle für den Einsatz als zentrales Gateway notwendigen Schnittstellen: Mit 4 Port Ethernet Switch, WLAN- und QoS-Funktion, einem DSL-WAN-Anschluß, der ISDN S0-Schnittstelle und einer seriellen Outband-Schnittstelle steht die gesamte Bandbreite der Anschlüsse zur Verfügung. Die Palette der Möglichkeiten ist vielfältig: DSL-Router, ISDN Gateway, WLAN-Outdoor Bridge, LAN-LAN-Kopplung etc. Alle Verbindungen über LAN, WAN und WLAN können mit optional erhältlicher VPN-Verschlüsselung gesichert werden. Dadurch ergeben sich weitere Einsatzbereiche, wie z. B. VPN-Kopplung über das Internet oder IPsec over WLAN. Der Lancom 1811 Wireless DSL bietet umfangreiche und flexible



Lancom 1811 Wireless DSL: High End 108 Mbit/s Wireless-LAN VPN Router mit vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und einem Maximum an Investitionssicherheit.

Wireless DSL bei der Sicherheit: Authentifizierung nach IEEE802.1x, optionales IPsec VPN sowie WEP128/152 und eine Stateful-Inspection-Firewall sichern Netze zuverlässig gegen Angriffe von außen. Außerdem bietet Lancom Systems passende 54 Mbit/s AirLancer Funk-Netzwerkadapter als PC-Card und PCI Versionen an sowie AirLancer Extender-Antennen für den Indoor- und Outdoor-Einsatz im 5 GHz Frequenzbereich.

China will sich bei WLAN abschotten

Bedeutende amerikanische Wirtschaftsverbände haben China aufgefordert, für die Verschlüsselung von WLAN-Daten die internationalen Standards WEP (Wired Equivalent Privacy) und WPA (Wi-Fi Protected Access) als Standard einzuführen statt wie geplant ein eigenes Verfahren zur Verschlüsselung von WLAN-Daten durchzusetzen. Denn ab dem 1. Juni 2004 müssen alle in China verkauften WLAN-Geräte das dort entwickelte Verschlüsselungsverfahren Wireless LAN Authentication and Privacy Infrastructure (WAPI) unterstützen, von dem bisher so gut wie keine technischen Details bekannt sind. WAPI ist weder zu WEP noch zu WPA kompatibel. Selbst internationale WLAN-Hersteller bekommen keine technische Dokumentation zu der chinesischen WAPI-Lösung, sondern müssen bei Entwicklungsarbeiten mit einer von 24 ausgewählten chinesischen Firmen zusammenarbeiten.

Industriegruppen wie die Semiconductor Industry Association (SIA), das Information Technology Industry Council (ITI) und das US-China Business Council (USCBC) sehen darin eine Handelsbarriere, die sie vom schnell wachsenden Markt China ausschließen soll. Außerdem könnte die erzwungene Zusammenarbeit mit chinesischen Konkurrenten zur Industriespionage ausgenutzt werden. *evo*



Schneller Lancom 54 Mbit/s AirLancer Funk-Netzwerkadapter als PC-Card

Managementmöglichkeiten, wie sie im professionellen Einsatz gefordert werden. RADIUS, SNMP, Syslog und TFTP sowie die Tools LANconfig und WEBconfig machen die standardisierte Konfiguration und Überwachung des Routers in großen Installationen einfach. Per ISDN und DynDNS kann das Gerät ferngewartet werden. Neue Maßstäbe setzt der Lancom 1811

CeBIT 2004: WLAN in allen Hallen

In allen Hallen der diesjährigen CeBIT und im Convention Center wird den Messebesuchern Wireless LAN zur Verfügung stehen. 200 auf dem Messegelände installierte Access Points sorgen für eine nahezu lückenlose Abdeckung und ermöglichen im 2,4-GHz-Band mit 11 MBit/s eine schnelle unproblematische Anbindung an das Internet. Für ein erfolgreiches Einloggen muß die WEP-Verschlüsselung auf dem Clientgerät deaktiviert sein und der Netzwerkname („SSID“ oder „ESSID“) Wert „mobileandmail“ angezeigt werden. Die Nutzung ist allerdings nicht kostenlos: Das Einloggen ins System ist nur mit einer Value-Card-Akkreditierung möglich. Diese Prepaid-Karten werden wahlweise mit Zeitguthaben von einer, vier oder zehn Stunden zum Preis von 10, 35 oder 85 Euro zu erwerben sein. Wer allerdings schon Kunde bei T-Mobile, T-Online oder Vodafone ist, kann die Kosten für seine WLAN-Nutzung über seine Kundennummer direkt mit diesen Roaming-Partnern abrechnen. Das WLAN auf der CeBIT wird von der Telekom-Tochter T-Systems installiert und betrieben.

www.fotolabor.de • 0228-623177

Product Manager/in Displays



Ihre Aufgaben:
Sie sind verantwortlich für die Planung und Umsetzung von Marketingaktivitäten sowie die Implementierung und Optimierung unserer grundsätzlichen Aktivitäts- und Vertriebsstrategie für ein breites Portfolio von Markenherstellern.
Darüber hinaus übernehmen Sie eigenverantwortlich den Einkauf und Aufbau eines neuen großen Wachstumsmarktes - LCD-TVs. Die Pflege der Artikel sowie Preiskalkulationen runden Ihr Aufgabengebiet ab.

Ihr Profil:
Auf der Basis einer kaufmännischen Ausbildung haben Sie einige Jahre einschlägige Erfahrung im Einkauf / Marketing und/oder Vertrieb gesammelt. Besonders willkommen wären für uns Bewerber, die darüberhinaus bereits mit Kenntnissen im Bereich IT- und/oder CE-/UE-Hardware bzw. deren Vertriebskanälen aufwarten können.
Ausgezeichnetes Verhandlungsgeschick, gute kommunikative Fähigkeiten, hohe Belastbarkeit, eine flexible sowie innovative Arbeitsweise und gute Englischkenntnisse machen Sie zu unserem idealen Kandidaten.

Wir bieten:
Wir bieten Ihnen eine interessante Aufgabe mit viel Gestaltungsspielraum in einem netten Team bei ausgezeichneten Entwicklungsmöglichkeiten und attraktiven Sozialleistungen.
Reizt Sie diese Herausforderung in einem internationalen Umfeld?
Dann schicken Sie uns Ihre Unterlagen inkl. Lebenslauf.
Gerne stehen wir Ihnen vorab auch telefonisch zur Verfügung.

Kontakt:
Ingram Micro Distribution GmbH
Ute Martin, Human Resources, Manager
Heisenbergbogen 3, 85609 Dornach b. München
Termin 01.04.2004 Ref.-Nr.:303
Tel. +49-(0)89-4208-2823
Fax +49-(0)89-4208-1582
E-Mail: ute.martin@ingrammicro.de




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 Ost- und 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 Marktkundenanforderungen, 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, organisatorische Fähigkeiten
- Sehr hohe Reisebereitschaft wird vorausgesetzt

Für weitere Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Schepcke unter der Telefonnummer 0211 - 37 06 01 gerne zur Verfügung.
Kennziffer 222

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-Abschlussarbeiten

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

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



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



Natürliche Dummheit durch Computer?

Ein großer IT-Guru und Informatiker hat die in Mode gekommene Suche nach „der künstlichen Intelligenz“ mal mit ein paar Worten kommentiert, die ich bei passender Gelegenheit genüßlich zitiere: „Die Suche nach der künstlichen Intelligenz endet in natürlicher Dummheit.“ Ich gebe zu, daß mir der Ausspruch so gut gefiel, daß ich mir nicht die Mühe machte, den Sinn der Worte zu ergründen. Es erschien mir nur generell unsinnig, auf teure Art und Weise künstliche Intelligenz zu erzeugen, wenn man Millionen Menschen mit brauchbarer natürlicher Intelligenz keine sinnvolle Arbeit und Aufgabe bieten kann. Doch inzwischen weiß ich mehr: Seit ich vor einem Jahr einen Internetbrowser mit Password-Manager installiert habe, brauche ich mich nicht mehr an die unzähligen Benutzernamen und Passwörter zu erinnern oder in meiner Kladde nachzuschauen, ohne die man vom Online-Banking bis zum Bücherkauf bei Amazon nicht mehr durchs Leben kommt. Das macht jetzt alles der Password-Manager für mich. – Gestern wurde meine Festplatte irreparabel von einem „Worm“ befallen und mußte zusammen mit meinem Password-Manager gelöscht werden. Die Kladde mit den Passwörtern finde ich nicht, und erinnern kann ich mich auch nicht mehr. Ich habe den Zustand „der natürlichen Dummheit“ erreicht.

VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER!
FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM

Unsere Konica Minolta Highlights!



KONICA MINOLTA DIMAGE Z 1
- 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536 Pixel
- 10-fach opt. Zoom 38-380 mm
- SD-/MM-Card
Bestellnr. 558920



KONICA MINOLTA DIMAGE A 2
- Brennweite 28-200 mm
- Super Bildqualität mit 8,0 Megapixel
- Anti-Shake (AS) mit CCD-Shift-Mechanismus
- erster VGA-Sucher der Welt mit 922 000 Pixeln und 100% Sehfeld
- USB 2.0 Schnittstelle
Bestellnr. 614675



KONICA MINOLTA DIMAGE G 500
- 5,0 Mio. Pixel, Auflösung 2592 x 1944
- 3-fach opt. Zoom 39-117 mm
- 1,3 Sek. Einschaltzeit
- SD-Card, Memory Stick
Bestellnr. 609089



KONICA MINOLTA DIMAGE XG
- 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536 Pixel
- 3-fach opt. Zoom 37-111 mm
- 0,8 Sek. Einschaltzeit
- SD-/MM-Card
Bestellnr. 614654 **silber**
Bestellnr. 625420 **blau**
Bestellnr. 625427 **rot**



KONICA MINOLTA DIMAGE SCAN DUAL IV
- opt. Auflösung 3.200 dpi
- maximal Dichte 4,8
- autom. Bildkorrektur
- USB 2.0 Schnittstelle
Bestellnr. 609096

www.dgh.de

ALLE PREISE NETTO ZUGL. GESETZL. NWST • PREISE, PRODUKTDATEN STAND 05.03.04 • ALLE PREISE VERSTEHEN SICH PRO STÜCK • MENGENPREISE ERFRAGEN SE BITTE TELEFONISCH

DAS PANASONIC PLUS: BEDINGUNGSLOS SCHARF – KEIN VERWACKELN DANK OIS.

OIS – Optischer Bildstabilisator.

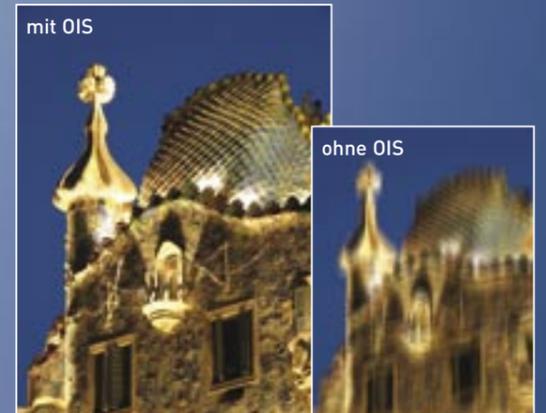
Mit OIS sind klare, scharfe Innenaufnahmen ohne Blitz auch bei wenig Licht möglich (z.B. in Museen oder Kirchen). Selbst in der Dämmerung oder bei Nachtaufnahmen gibt es kein Verwackeln mehr. Und mit dem 12fach Zoom holen Sie alles scharf vor das Leica-Objektiv – ganz natürlich und ohne Stativ.

Mehr Informationen unter:
www.panasonic.de

LUMIX **LEICA DC LENS**

FZ10: 4 Megapixel, 12x Optischer Zoom
FX5: 4 Megapixel
FX1: 3 Megapixel

OIS
Optischer
Bildstabilisator



Schematische Darstellung des OIS-Effektes
Abhängig von der Fotobedingung kann der Unterschied geringer ausfallen.

**COLORFOTO
KAUFTIPP***
Ausgabe 1/2004
*Megazoom-Kamera
getestet FZ10

**foto
MAGAZIN**
★★★★★
sehr gut
getestet FZ10

CeBIT
HANNOVER
18.-24. 3. 2004

Besuchen Sie uns
auf der CeBIT in
Halle 1 / Stand 6c2.

Panasonic
ideas for life