INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

4. Jahrgang • G 51612

ISSN 1615 - 0635 • 5,-€

http://www.pos-mail.de

INHALT

Siemens mobile bietet "Qualität in jeder Dimension"	S.	. 8
Neue Fotohandys zur CeBIT	S.	Ç
Beeindruckender CeBIT- Auftritt von Sagem	S. ⁻	10
Serviceprovider und Distribu- toren bauen ihre Angebote für Handelspartner aus	S. ⁻	12
Fotos aus Handys werden zu Prints	S. ⁻	14
E-Plus i-mode: Neue Handys und neues Tarifmodell	S. ⁻	16
Netzbetreiber Stände auf der CeBIT gut besucht	S. ⁻	17
eBay verwandelt Restposten zu Schnelldrehern	S. 2	20
LG Electronics ist für den Home Cinema Boom in Deutschland gut gerüstet	S. \$	32
Rückpro-TV Samsung SP50L2HX	S. (
25 Jahre Alpine	S. (
IFA 2003: Industrie setzt auf Konjunkturimpuls	S. 3	
Loewe mit neuer TV-Familie	S. 3	
CeBIT 2003: Zuück zur Normalität	S. \$	38
Dem NEC WT600 genügen 5,5 cm Projektionsabstand	S. 4	40
Devil Computer GmbH und "Planet Reseller" auf der CeBIT 2003	S. 4	10
Pioneer: Neue Dimensionen durch Car Entertainment	0.	70
und DVD-Navigation	S. 4	41
Interview mit Bodo Badnowitz Direktor Marketing und Vertrieb bei Pioneer	, S. 4	41
WLan News	S. 4	42
JVC unterstützt den Abver- kauf mit neuen Aktionen	S. 4	43
Games	S. 4	45
Tk-NeuheitenS	. 18, ⁻	19
NeuheitenS	. 30, 4	44
AktuellesS. 6	, 29, 3	37
Kleinanzeigen	S. 4	47
No(?)sense	S. 4	47
Impressum	S. 4	47



Die Zeiten, als Fotografie und Videofilm ein getrenntes Dasein voneinander führten, sind spätestens seit dem Einzug digitaler Aufnahmetechniken vorbei. Mit fast allen auf dem Markt erhältlichen Digitalkameras können inzwischen auch Videosequenzen aufgezeichnet werden, umgekehrt verfügen

Nachdem wir bereits in der letzten Ausgabe von PoS-MAIL ausführlich die neu zur CeBIT vorgestellten Digitalkameras präsentiert haben, zeigen wir hier weitere Modelle, die in Hannover ihre Premiere feierten.



Kodak EasyShare DX6340 Zoom

Zusätzlich zu der in der vorigen Ausgabe vorgestellten ersten Digitalkamera mit OLED-Display bringt Kodak mit der 3-Megapixel-Kompaktkamera EasyShare DX6340 Zoom ein Modell auf den Markt, das mit einem hochwertigen Schneider-Kreuznach-Variogon-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 36 bis 144 mm (äquivalent zum Kleinbild) ausgestattet ist. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen verschiedene Motivprogramme, eine Lichtstärke von f2,2 bis f4,8 und ein hochauflösendes LC-Display mit variabler Beleuchtungsstärke.

Pünktlich zur diesjährigen CeBIT präsentierte Kyocera zwei neue Digitalkameras der Finecam-Modellreihe: die Finecam L4v und die Finecam L3v. Mit diesen Digitalkameras im exklusiven silbernen Metallgehäuse

viele Camcorder am Markt über eine spezielle Fotofunktion. Inzwischen gibt es sogar einige Produkte wie das SD-Multigerät SV-AV20 von Panasonic, die sich weder eindeutig den Camcordern noch den Fotoapparaten zuordnen lassen. PoS-MAIL hat die Neuigkeiten aus beiden Welten zusammengefaßt.



Kyocera Finecam L4v

stellt der japanische Hersteller zwei Geräte mit integriertem 2,5 Zoll LCD-TFD-Monitor vor. Für hohe Bildqualität sorgen eine 4-Megapixel-Auflösung bei der L4v und eine 3,2-Megapixel-Auflösung bei der L3v.

Das Kyocera-Objektiv der Finecam L4v mit 3-fach optischem und 4-fach digitalem Zoom verfügt über eine Brennweite von 35 bis 105 mm entsprechend dem 35-Millimeter-Format. Die kleine Schwester Finecam L3v ist bis auf den 3,2-Megapixel-Bildsensor und 2-fachem digitalen Zoom identisch. Die Finecam L4v hat einen UVP von 599,- Euro und die Finecam L3v von 499,- Euro.

Minolta hat mit den Modellen DiMAGE E223, DiMAGE Xt und DiMAGE F200 drei neue Digital-



Minolta DiMAGE Xt

Sagem beeindruckt auf seinem CeBIT Stand

Für Sagem ist die CeBIT sehr erfolgreich verlaufen. So wurde unter anderem das Sagem myX-6 Handy von den beiden D-Netzbetreibern geordert ... S. 10



LG ist für den Home Cinema Markt gerüstet

Mit einem ausgezeichneten Preis-/Qualitätsverhältnis hat sich LG Electronics gut auf den boomenden deutschen Home Cinema Markt eingestellt ... S. 32



Neues Rückpro-TV von Samsung

Statt eines gebräuchlichen Ein-Panel-Systems wartet das neue 50 Zoll Rückprojektions-TV von Samsung mit drei separaten LCD-Panels auf ... S. 34





Grundig ganz am Ende?

Am 14. April 2003 hat die Grundig AG bei den zuständigen Nürnberger Justizbehörden



Insolvenzantrag gestellt. Der jahrelange Kampf um das Überleben des deutschen Traditionsunternehmens hat damit ein trauriges vorläufiges Ende gefunden.

Besonders das letzte halbe Jahr läßt sich dabei unter der Überschrift "Pleiten, Pech und Pannen" zusammenfassen. Unvergessen ist die Blamage aller Beteiligten, als Anfang März bekanntgegeben wurde, daß der erfolgreiche Abschluß der monatelangen Verhandlungen über eine Übernahme durch den taiwanesischen Hersteller Sampo nur eine Seifenblase war. Den anschließenden Gesprächen mit dem türkischen Beko Konzern war kein besseres Schicksal beschieden: Am 7. April platzte auch diese Hoffnung. Tags darauf warf der Vorstandsvorsitzende Hans-Peter Kohlhammer das Handtuch. Unter der Überschrift "Grundig Aufsichtsrat stellt Weichen" gab das Unternehmen gleichzeitig die Bestellung von Dr. Eberhard Braun zum Vorstandssprecher bekannt. Damit schienen die Weichen wirklich gestellt, denn Braun, Partner der Unternehmensberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Schulze & Braun, ist einer der führenden deutschen Insolvenz- und Sanierungsexperten. Zuletzt stand er als Insolvenzverwalter von Fairchild Dornier im Licht der Öffentlichkeit. Mit Amtsantritt erklärte der neue Mann zwar, das Ziel, den technischen Kern des Unternehmens und seiner wichtigen Tochtergesellschaften zu erhalten, weiter verfolgen zu wollen, schloß aber auch ein "Ordnungsverfahren" nicht aus.

Der Insolvenzantrag ist der vorläufige Schlußakt im Trauerspiel um das deutsche Traditionsunternehmen, das in den 80er Jahren noch rund 38.000 Mitarbeiter beschäftigte. Zur Zeit sollen es noch 2.800 sein, davon 1.300 in Deutschland und 1.000 im Fernsehgeräte-Werk Wien, das an den österreichischen Industriellen Mirko Kovats verkauft werden sollte.

Im Jahre 2001 setzte die Grundig AG 1,281 Milliarden Euro um (damals ein Plus von 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und war mit einem Marktanteil von 10,2 Prozent am UE-Markt in Deutschland und sogar 18,6 Prozent bei Farbfernseh-Geräten ein wichtiger Partner für den Einzelhandel. Ein Verlust von 150 Millionen Euro hatte die Kapitaldecke allerdings auf 31 Millionen Euro schrumpfen lassen. Nach geschätzten 1,2 Milliarden Euro Umsatz in 2002 mit einem erneuten Verlust von 75 Millionen Euro war das Unternehmen ohne einen Investor sicher nicht zu retten.

Es bleibt zu hoffen, daß eine Entschuldung im Rahmen des "Ordnungsverfahrens" (früher hätte man einfach Konkurs gesagt, aber Schöndeutsch klingt ja besser) es leichter machen wird, einen kompetenten Investor zu finden, denn für den Fachhandel ist Grundig gerade in Deutschland nach wie vor ein wichtiger Partner. Es wäre darum nicht nur aus emotional-nostalgischen Gründen mehr als bedauerlich, wenn das Traditionsunternehmen filetiert und womöglich ohne Fortführung seiner Kerngeschäfte verwertet würde.

Herzlichst

Thomas Blömer Verleger Franz Wagner
Objektmanagement

Einführung der 3. Exilim-Generation mit großem Werbeaufwand

Casio hat auf der CeBIT mit der Exilim EX-Z3 und der EX-S3 zwei Digitalkameras präsentiert, die in ihrem ultraflachen Gehäuse eine Auflösung von 3,2 Megapixeln zu bieten haben. Während die EX-Z3 mit einem Dreifach-Zoomobjektiv von Pentax ausgestattet ist, das eine Brennweite von 35–105 mm, umgerechnet aufs Kleinbildformat, liefert, ist die lediglich 11,7 mm tiefe EX-S3 mit Fixfokusobjektiv mit einer Festbrennweite von 35 mm ausgestattet. Beide Kameras verfügen über die von Casio gewohnte Ausstattungsvielfalt, zu der beispielsweise eine Videofunktion, Bestshotprogramme oder die neue



Couplingshot-Funktion zählen, mit der ganz einfach Pärchenaufnahmen realisiert werden können. Sie

werden zusammen mit einer Dockingstation ausgeliefert. Mit dieser kann die Kamera auch als "digitaler Fotorahmen" verwendet werden. Dazu werden im Favorite-Ordner persönliche Lieblingsfotos gesammelt, die Kamera in die Dockingstation gesteckt und die Bilder in Intervallen über die "Digital Photo Stand Function" am Monitor wiedergegeben. Mit einer Reihe von Werbemaßnahmen und umfangreichen PoS-Materialien unterstützt Casio den Handel beim Abverkauf der Exilim-Modelle. Mittelpunkt eines TV-Spots und auch der Exilim-Werbemittel wird erstmals ein virtuelles Fotomodell sein, das die Exilim EX-Z3 präsentiert. Mit Thekenmatte, Logosticker, DIN A5-Fensterkleber, DIN-A1-Poster und einem 200 x 50 cm großen Banner können die Exilim-Digitalkameras wirkungsvoll am PoS

beworben werden. Für eine aufmerksamkeitsstarke Plazierung der Kameras stehen ein 1,70 m großes Promotion-Display, ein witziges Scheibendisplay, mit dem die Kamera direkt auf Augenhöhe angebracht werden kann, sowie ein Dreier-Displayset zur Verfügung. Zusätzlich wird die EX-Z3 mit Anzeigen sowohl in der Publikums- als auch in der Fachhandelspresse beworben.

werden kann, sowie ein Dreier-Displayset zur Verfügung. Zusätzlich v EX-Z3 mit Anzeigen sowohl in der Publikums- als auch Fachhandelspresse beworben.

ameras vorgestellt. Das neue Ultra Zoom eine 10fach instiegsmodell, die DiMAGE Zoompower mit einem 4-Mega 223 bietet eine 2-Megapixel-Auf- pixel-CCD. Die Opto-Digital

kameras vorgestellt. Das neue Einstiegsmodell, die DiMAGE E223 bietet eine 2-Megapixel-Auflösung, ein Dreifach-Zoomobjektiv (dreifach digital) und eine Makrofunktion von nur 8 cm. Belichtungszeit, Fokus, Weißabgleich und Blitz werden automatisch reguliert, somit muß der Anwender nur das Motiv auswählen, den Rest erledigt die Kamera. Mit der DiMAGE Xt stellt Minolta laut eigener Aussage die zur Zeit (Stand: 1. Februar) kleinste und

flachste Digitalkamera mit optischem Dreifach-Zoom vor. Die 3,2 Megapixel-Digitalkamera mit den Maßen 85,5 x 67 x 20 mm ist bereits nach 1,2 Sekunden einsatzbereit. Die Kamera kann neben Fotos auch Videoclips mit

Ton aufzeichnen. Fotos können bis zu 15 Sekunden lange Sprachnotizen hinzugefügt werden.

Die neue DiMAGE F200 ist eine 4-Megapixel-Digitalkamera mit vielseitigen Aufnahmefunktionen und einem Minolta GT-Objektiv, das eine Brennweite, umgerechnet aufs Kleinbildformat, von 38 bis 114 mm bietet. Ihre automatische Digital-Motivprogrammwahl analysiert die Aufnahmebedingungen und wählt eine der fünf Motivprogramme, um die Belichtung, den Weißabgleich und die Bildverarbeitung motivgerecht zu optimieren.

Als weltweit erster Hersteller (Stand Februar 2003) vereint Olympus in der Camedia C-750 Ultra Zoom eine 10fache Zoompower mit einem 4-Megapixel-CCD. Die Opto-Digital-Technik ist durch ein Metallgehäuse perfekt geschützt. All jene, die eine 3-Megapixel-Auflösung bevorzugen, finden in der C-740 Ultra Zoom eine Digitalkamera, mit der ebenfalls 10fache optische Vergrößerungen erzielbar sind. Beide Modelle verfügen über eine Vielzahl automatischer Modi, können auf Wunsch aber auch manuell bedient wer-



Ricoh Caplio G3

den. Sie bieten eine Panorama-Funktion, einen Schwarzweißund Sepia-Modus sowie die Aufzeichnungsmöglichkeit von Videosequenzen (mit der C-750 Ultra Zoom kann gleichzeitig auch Sound aufgenommen werden). Serienaufnahmen sind mit bis zu 12 Bildern bei 2,6 Aufnahmen pro Sekunde im HQ-Modus möglich. Mit der Caplio G3 präsentiert Ricoh eine Zoom-Digitalkamera mit 3,24 Megapixeln Auflösung und der laut Unternehmensangaben schnellsten Auslöse-Reaktion der Welt (Stand: 1. Februar für alle Autofokus-Digitalkameras). Damit ist sie, wie Ricoh betont, nicht nur die Schnellste in ihrer Kameraklasse.

sondern übertrifft mit ihrem Tempo sogar herkömmliche Kleinbildkameras.

Ausgestattet ist die Kamera außerdem mit einem dreifachen optischen Zoomobjektiv, das, umgerechnet aufs Kleinbildformat, eine Brennweite von 35 bis 105 mm bietet. Beeindruckend kurze Verschlußzeiten 1/2.000 Sekunde, Makroaufnahmen mit einem Abstand von bis zu einem Zentimeter und eine Standard-Serienbildfunktion, die bei gedrücktem Auslöser Fotos in Intervallen von 0,3 Sekunden aufnimmt, gehören zu ihren Features. Videosequenzen werden im AVI-Format in einer Länge von bis zu 120 Sekunden aufgezeichnet. Die Kamera hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 349 Euro.

Camcorder

Eine bis zu 22fache-Zoomleistung (650i), Direct Print-Modus (630i, 650i) und eine DV Messenger-Funktion (alle Modelle) sind nur einige Funktionen, die die neue MV600-Camcorderserie von Canon zu bieten hat. Alle Modelle sind mit einem elektronischen Bildstabilisator ausgestattet. Ihre unverbindlichen Preisempfehlungen liegen zwischen 599,- und 999,- Euro.

Die DV-Camcorder MV630i und MV650i sind nicht nur als Videobzw. Webcam einsatzfähig, sondern auch als Digitalkamera. Der neue 1/6-Zoll-CCD bietet eine Auflösung von 800.000 Bildpunkten; der ebenfalls neue interne Signalprozessor MACS (Multi

Architecture Camera System) gewährleistet eine auf das Ausgabemedium abgestimmte und optimierte Bildqualität. Fotos können über die Direct Print Funktion auf Canon Direktdrucker ausgegeben werden. Alle Modelle besitzen ein herausklappbares und schwenkbares 2,5-Zoll-Farbdisplay mit 112.000 Pixeln und hochauflösenden Farbsucher.

Weiter im Programm bleibt der MVX2i, ein High-Tech-Camcorder mit Webfunktionalität. Mit ihm bietet Canon einen Camcorder an, der über einen speziellen Signalprozessor die getrennte Verarbeitung von Fotos und Videos erlaubt. Weitere Funktionen des Camcorders sind ein Super-Nachtmodus, Digital Animation Mix, Digitaleffekte, die bisher nur mit dem PC möglich waren, und ein Analog/Digital-Konverter. Ein 1,33 Megapixel-CCD, ein 10fach-Zoom mit optischem Bildstabilisator und ein kompaktes Gehäuse mit einer Magnesium-/Aluminium-Außenbeschichtung runden die Ausstattung des für 1.799 Euro (UVP) erhältlichen MVX2i ab.

Umfangreiche Funktionen für digitale Videos, Digitalfotos, Multimedia und Internet bieten auch die Canon-Camcorder MVX100i und MVX150i. Sie verfügen über einen 1,33 Megapixel-CCD, ein Zoomobjektiv mit einem hochwertigen 16fach optischen Brennweitenbereich und für eine schnelle Bilddatenübertragung über eine FireWire-Schnittstelle. Die Camcorder unterscheiden sich in ihrer Displaygröße: Während der MVX150i über ein Farbdisplay in einer



Größe von 3,5 Zoll verfügt, ist das des MV1002 noch 2,5 Zoll groß. Der MVX100i hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 1.099 Euro, der MVX150i von 1.199 Euro.

DVD-Camcorder

Hitachi war der erste Camcorder-Hersteller, der die DVD als Aufnahmemedium eingesetzt hat. Die Vorteile dieses Mediums liegen in seiner einfachen Bedienbarkeit, der simplen Nachbearbeitung von aufgenommenem Material und der direkten Zugriffsmöglichkeit auf Szenen. Panasonic und auch Sony werden noch in diesem Jahr ebenfalls DVD-Camcorder auf den Markt bringen.

Hitachi hat auf der CeBIT die dritte Generation seiner DVD-Camcorder - den DZ-MV350E und den DZ-MV380E - vorgestellt. Beide sind nur etwa halb so groß wie die Vorgängermodelle, was sie laut Aussage von Hitachi zu den kompaktesten Modellen auf dem Markt macht. Zu ihren Ausstattungsmerkmalen gehören für die schnelle Übertragung von Bilddaten eine USB 2.0 Schnittstelle, eine Flash Memory Karte für bequemes Fotografieren und umfassende PC-Software.

PoS-MAIL sprach mit Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Products, Canon Deutschland GmbH, über das neue Camcorder-Sortiment

PoS-MAIL: Wie haben sich Canon-Camcorder im letzten Jahr verkauft?

Jürgen Schmitz: Wir können auch für den Bereich der Camcorder eine positive Bilanz für das Jahr 2002 ziehen. Obwohl sich dieser spezielle Bereich des Imaging Marktes in Deutschland rückläufig entwickelt hat, haben wir einen Zuwachs von immerhin 3,7 Prozent verzeichnen können. Dieses Ergebnis sichert uns den dritten Platz im Deutschland-Ranking unter den Camcorderanbietern – nur zwei Prozentpunkte vom Zweitplazierten entfernt.

PoS-MAIL: Welche Neuheiten gibt es im Sortiment?



Jürgen Schmitz: Nicht zuletzt führen wir die gute Positionierung auf den neuerlichen Ausbau unseres Portfolios in 2002 zurück. Mit unserer neuen MV600er Serie und den Modellen MV X100i bzw. MV X150i haben wir weitere Modelle in unsere Camcorder-Range aufnehmen können, die sich durch ein starkes Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen. Speziell die Signalverarbeitung ist einmal mehr verbessert worden und führt zu ganz besonders guten Fotoergebnissen – dies liegt uns als Imaging Spezialist natürlich besonders am Herzen. Neben der Signalverarbeitung ist es auch der Canon-eigene optische Bildstabilisator, der unsere Produkte bei Tests immer wieder auf die vorderen Plätze bringt – dies gilt auch für das optische Zoom und nicht zuletzt für das bedienerfreundliche Handling und zeitgemäße Design.

PoS-MAIL: Mit welcher Unterstützung kann der Fotohandel beim Abverkauf rechnen?

Jürgen Schmitz: Abverkaufsunterstützung leisten wir dem Handel in Form von klassischem PoS Material. Besonders bewährt haben sich im letzten Jahr DVDs mit animierten Informationen und Featurebeschreibungen für einzelne Modelle – dieses Tool werden wir auch in 2003 wieder einsetzen. Darüber hinaus haben sich die Einsätze unserer eigens geschulten Promotion-Teams als äußerst nützliche Verkaufsunterstützung erwiesen. Auch dieses Konzept werden wir weiter fahren. Hinzu kommen noch die Schulungsmöglichkeiten über die Canon Academy, Unterstützung bei lokalen Tagungen und Messen sowie last but not least die klassische Print- und TV-Werbung.

PoS-MAIL: Welche Verkaufsargumente sprechen für Ihre Camcorder?

Jürgen Schmitz: Eines kommt uns und damit dem Handel sicher darüber hinaus noch besonders zugute: der gute Ruf Canons als Traditionsmarke und Innovationsunternehmen für das Imaging-Geschäft.

PoS-MAIL: Herr Schmitz, wir danken Ihnen für dieses Gespräch!

Mit diesen Features will Hitachi das Filmen und die Nachbearbeitung noch einfacher als zuvor gestalten.

Der VDR-M30 von Panasonic zeichnet das Videomaterial auf eine nur acht Zentimeter große DVD-RAM oder DVD-R auf. Zur



Ausstattung des Camcorders zählen ein Farbsucher, ein digitaler Bildstabilisator sowie ein 10fach optischer und 240fach digitaler Videosequenzen optischem und 120fach digitalem Zoom. Während die DCR-DVD100 mit einem 800.000 Pixel-CCD ausgestattet ist, verfügt die DCR-DVD200 über einen Ein-Megapixel-Bildwandler mit

einer Fotoauflösung von 1.152 x 864 Pixeln. Für Anwender, die nicht über einen Computer mit DVD-Laufwerk verfügen, bieten beide Modelle auch eine USB 2.0-Schnittstelle für die Bildübertragung.

JVC hat drei neue digitale High-Band-Camcorder vorgestellt, die eine 540 Linien Horizontalauflösung mit Highband-Prozessor bieten. Der GR-DV4000E ist darüber hinaus mit einem lichtstarken, asphärischen F 1.2-Zehnfach-Zoomobjektiv ausgestattet, verfügt über einen HS-CCD mit 1,33 Megapixeln und hat einen ausklappbaren Blitz. Neben der Aufzeichnung von Videomaterial können mit dem Camcorder, der auch als Webcam einsetzbar ist, auch Fotos aufgenommen werden. Ein USB-Anschluß, ein DV-Ein- und Ausgang sowie ein Analog-Eingang runden die Ausstattung des GR-DV4000E ab, der eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.499 Euro hat.



JVC GR-DX300E

PoS-MAIL sprach mit Philipp Heintzenberg, Produkt Manager, Camcorder/Digitalkameras der Panasonic Deutschland GmbH, über geplante Aktivitäten, die die Einführung der neuen Panasonic-Camcorder begleiten werden.

"Zu unseren Zielen im Bereich Camcorder zählt es, die Nr.1-Position, die wir im Bereich der MiniDV-Camcorder innehaben (29.7% Marktanteil) zu erhalten und weiter auszubauen. Darüber hinaus werden unsere Aktivitäten darauf abgezielt sein, Panasonic als Technologie-Führer im Camcorder-Markt zu etablieren," erklärte Heintzenberg. Zu den Kerntechnologien, auf die sich Panasonic dabei stützen wird, zählen seiner

Ansicht nach das 3CCD Kamerasystem mit Megapixel-Fotoauflösung, die Leica Dicomar Objektive, die SD Memory Card als universelles Speichermedium, die neuen DVD-Camcorder und das SD Camcorderkonzept.

Zum Thema Handelsunterstützung betont Heintzenberg, daß die geplanten Aktivitäten für Camcorder und Digitalkameras des Unternehmens so weit wie möglich parallel stattfinden werden. Neben der Präsentation einer komplett neuen Produktpalette zählen zu den unterstützenden Maßnahmen beispielsweise Händlerschulungen. "Zwischen Mai und Juni werden wir zirka 750 Fachhändler zu Workshops einladen. Dort werden ihnen die neuen Produkte und Produktkonzepte nähergebracht. Neben den Produktneuheiten und Technologien liegt der zweite Schwerpunkt auf unseren Networking-Konzepten, womit beispielsweise die Anbindung unserer Produkte an DVD-Rekorder oder an einen PC gemeint ist", faßte Heintzenberg zusammen. Darüber hinaus hat Panasonic spezielle Shop Promotions für die Monate Mai und Juni vorgesehen. Die Promotion Teams werden jeweils von donnerstags bis samstags die verschiedenen Händler besuchen und dabei die Panasonic-Neuheiten und -Konzepte vorstellen. Zu den weiteren Aktivitäten, die Panasonic geplant hat, zählt der Aufbau eines Creative Network Shop-Konzeptes. Dabei soll ein Shop-in-Shop-System für SD-Produkte (Camcorder, Digitalkameras, Notebooks etc.) aufgebaut werden. Zusätzlich wird es neben dem Panasonic Gesamtkatalog für die Bereiche Digitalkameras und Camcorder entsprechende Einzelkataloge mit deutlich erweitertem Inhalt geben.

PoS-MAIL sprach mit Andrea Bonn, Senior Product Manager Camcorder, Consumer Audio/Video bei Sony Deutschland, über Vermarktungsstrategien für Camcorder.

PoS-MAIL: Frau Bonn, wie sah die Marktentwicklung für Sony-Camcorder im letzten Jahr aus?

Andrea Bonn: Der Camcordermarkt gehört zu den Bereichen, die von der allgemein schlechten Marktentwicklung beeinflußt wurden. Davon blieb auch Sony nicht unberührt. Dennoch konnten wir unsere Marktführerschaft auch im letzten Verkaufsjahr behaupten. Erfolge können wir beispielsweise mit unserem Digital8-Camcorder-Sortiment



verzeichnen. Mittlerweile zählt jeder fünfte Camcorder zu diesem Format und ist damit ein Sony-Camcorder.

PoS-MAIL: Welche Maßnahmen sind geplant, um wieder mehr Verbraucher für Camcorder zu begeistern?

Andrea Bonn: Die Haushaltspenetration für Camcorder liegt zur Zeit bei lediglich 20 Prozent. Das heißt, es gibt eine riesige Kundengruppe, die wir bisher noch nicht erreicht haben. Um mehr Erstkäufer dazuzugewinnen, haben wir uns eine Reihe von Werbemaßnahmen einfallen lassen. Zu den Gelegenheiten, bei denen am häufigsten gefilmt wird, zählen Geburten, Hochzeiten und Urlaubsreisen. So werden wir beispielsweise die Baby-Erstausstattungspakete, die 50 Prozent aller Haushalte mit Neugeborenen erhalten, mit einem Give Away von Sony und natürlich Informationsmaterial zu unseren Camcordern ausstatten. In diversen Brautmagazinen werden wir als Beilage Reiskörner in eine Tüte einschweißen und ebenfalls Infos zu unseren Produkten beilegen.

PoS-MAIL: Was erwarten die Anwender heutzutage von einem Camcorder?

Andrea Bonn: Immer wichtiger wird beispielsweise die Weiterentwicklung des Megapixel-Marktes. Wir haben jetzt die Zwei-Megapixel-Camcorder DCR-TRV-60 und DCR-TRV80 vorgestellt. Damit erhalten die Anwender die Möglichkeit, das Produkt nicht nur als Camcorder, sondern auch für die Aufnahme von hochwertigen Fotos in einer Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln einzusetzen. Der Trend geht generell dahin, daß Verbraucher eine erhöhte Funktionalität erwarten. Darum sind unsere MiniDV-Camcorder, wie beispielsweise der DCR-TRV-80, mit einer Bluetooth-Schnittstelle ausgestattet.

Mit Hilfe eines bluetoothfähigen Handys kann man zu jeder Zeit und an jedem Ort über den Camcorder Infos aus dem Internet abrufen und sogar auf dem Memory Stick speichern. Über die in den digitalen Camcordern integrierte USB-Schnittstelle können sie auch als Webcam eingesetzt werden. Die aktuell vorgestellten Camcorder-Modelle sind darüber hinaus mit der weiterentwickelten ImageMixer Software ausgestattet. Damit ist es möglich, Videofilme über die USB-Schnittstelle ganz einfach als Video-CD auf CD-R/CD-RW zu brennen. Neben einer hohen Funktionalität wird vor allem eine einfache Bedienbarkeit von den Verbrauchern gewünscht. Im Herbst liefern wir die ersten DVD Handycams von Sony aus. Mit der DVD als Speichermedium wird der Umgang mit Videomaterial so einfach wie nie. Zu den Vorteilen des Formats zählt, daß kein Kabel für die Übertragung des Videomaterials gebraucht wird, Daten einfach kopiert werden können und daß die Bildwiedergabe über fast jeden handelsüblichen DVD-Player erfolgen kann.

PoS-MAIL: Frau Bonn, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Der GR-DV700E verfügt über eine ähnliche Ausstattung wie der GR-DV4000E, ist aber mit einem nur 6,4 cm großen LC-Display und ohne zusätzlich ausklappbaren Blitz ausgestattet. Der GR-DV700E hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.299 Euro. Einen neuen Camcorder im kompakten Hochkantformat stellt JVC mit dem GR-DX300E vor. Auch dieses Produkt ist mit einem 1,33 Megapixel CCD und einer Horizontalauflösung von 540 Linien ausgestattet. Der Camcorder besitzt einen 8,9 cm großen LC-Monitor, hat eine Digital Colour Night Scope-Funktion für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen und bietet sowohl eine Foto- als auch eine Webkamera-Funktion. GR-DX300E hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.399 Euro. Über den USB-PC-Link besteht bei allen drei JVC-Camcordern die Möglichkeit, Video-CDs zu erstellen.

Zu den neuen Camcordern von Panasonic zählen die Einsteigermodelle der DS-Reihe, der NV- DS60 und NV-DS65. Ausgestattet sind sie mit einem 800.000 Pixel CCD, 10fach optischem Zoom, 2,5 Zoll LCD und einem Super Bildstabilisator. Für weiteren Videospaß sorgen Features wie ein eingebautes Zoom-Mikrofon, die Videoleuchte und der Nightview in Farbe. Der NV-DS65 unterscheidet sich durch zusätzliche Multimedia-Eigenschaften gegenüber dem NV-DS60. Er hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 699,- Euro, der NV-DS65 von 849,- Euro.



Panasonic NV-GS70

Noch kleiner als die Vorgängermodelle wurden der NV-GS10EG, NV-GS30EG und der NV-GS50EG von Panasonic gestaltet. Sie verfügen über einen 800.000 Pixel-CCD, 10fach optischen Zoom und ein 2,5 Zoll LCD. Der NV-GS30 ist zusätzlich mit einem DV-Eingang (i.Link) ausgestattet. Der NV-GS50 bietet mit DV- und Analog-Eingang, SD Memory Card für Fotos und MPEG4-Videos, Webcamfunktion sowie USB-Anschluß zahlreiche Features, mit denen das Produkt multifunktional einsetzbar ist. Die Modelle haben unverbindliche Preisempfehlungen zwischen 799,-Euro und 999,- Euro.

Mit dem NV-GS70 stellt Panasonic einen neuen Drei-CCD-Camcorder vor. Der "vermutlich kleinste 3-Chip-Camcorder der Welt", wie er in der Pressemitteilung genannt wird, bietet darüber hinaus ein präzises Leica Dicomar-Objektiv mit 10fach optischem Zoom und ein 2,5 Zoll-LC-Display. Auf jedem seiner drei 1/6-Zoll-Chips stellt der Camcorder 540.000 Bildpunkte zur Verfügung. Zusätzlich verfügt der NV-GS70, der auch als Webcam eingesetzt werden kann, über digitale und analoge Ein- und Ausgänge, einen USB-, einen Mini-5polEditsowie über einen digitalen Standbildausgang. Der Camcorder ist ab Mai lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.499,- Euro.

Sharp hat die beiden neuen Viewcam-Modelle VL-Z 7S und VL-Z 5S vorgestellt. Zu den Features, die diese zu bieten haben, zählt die Free-Angle-Einhandbedienung und Monitore mit Continuous Grain Silicon-Technologie, die für eine zweieinhalbfach höhere Monitor-Auflösung mit 215.000 Bildpunkten sorgen soll. Die beiden Camcorder verfügen über eine Objektiv-/Suchereinheit und über eine Aufnahme-Einheit, die sich beide unabhängig voneinander drehen lassen. Das integrierte Bildstabilisierungssystem, ein Farbsucher mit einer Auflösung von 113.000 Pixeln, ein optisches Zehnfach-Zoomobjektiv und die Quick Start-Taste gehören zu beiden Sharp-Modellen. Der VL-Z 7S ist mit einem CCD ausgestattet, der eine Auflösung von 1.3 Megapixeln bietet, der VL-Z 5S verfügt über 800.000 Pixel. Mit beiden Modellen können auch Fotos aufgezeichnet werden, die auf einer SD-Card speicherbar sind. Die VL-Z 7S hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.149,- Euro; die VL-Z 5S von 999,- Euro.

Die neuen Camcorder von Sony, sechs neue MiniDV-Camcorder



sowie vier neue Modelle des erfolgreichen Digital8-Formates, haben wir bereits in der März-Ausgabe von PoS-MAIL ausführlich vorgestellt. Hinzu gekommen sind die beiden Hochkant-Handycams DCR-PC105 und die kleine Schwester DCR-PC103 mit einem Megapixel HAD CCD mit 1.070.000 Pixeln und einem Vario Sonnar Objektiv von Carl Zeiss. Sie bieten Features wie ein berührungssensitives LC-Display, echtes Heimkino-Feeling durch den 16:9-Modus und verschiedene Fotofunktionen. Mit allen Modellen kann über die neue Videosoftware ImageMixer über eine USB-Verbindung direkt eine Video CD gebrannt werden.

Video-Kameras

Philips kündigt mit der MaxCam DMVC1000 und der MaxCam DMVC2000 zwei neue Produkte an, die die Funktionen von Webcam, Digitalkamera und Videorekorder vereinen. Die DMVC2000

bietet eine Auflösung von zwei Megapixeln und kostet 199,-Euro, die DMVC1000 ist mit einem 1,3 Megapixel-CCD ausgestattet und hat einen UVP von 149,- Euro. Gespeichert werden die Daten in einem internern 16 MB fassenden Speicher.



Samsung hat zur CeBIT eine digitale Camcorder-/Kamera-Kombination vorgestellt. Der Mini DV Camcorder VP-D5000 zeichnet Videos mit 800.000 Pixeln auf, hat einen optischen Zehnfach-Zoom (800fach digital) und ist neben einem Farbsucher mit einem 2 Zoll-Farbdisplay ausgestattet. Für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen steht eine Power Night Capture-Funktion zur Verfügung. Ein DV-Ausgang, eine USB-Schnittstelle und Videosoftware für PC und Mac runden die Videoausstattung ab. Zu den Fotofeatures zählen Verschlußzeiten zwischen 1/50 und 1/10.000 Sekunde, ein Blitz, ein Autofokus und manueller Fokus sowie ein separater Fotochip, mit dem eine Fotoauflösung von 4,13 MB (JPEG) realisiert werden kann.

Von Panasonic und Samsung kommen darüber hinaus zwei weitere Geräte, bei denen nicht ganz klar ist, ob sie zu der Gattung der Camcorder oder der Fotoapparate gehören. Die ITCAM -7 von Samsung speichert Fotos,



Samsung ITCAM -7

Filme, Musik, Bild- und Audiodateien auf einer 1,5 Gigabyte-Festplatte. Darauf können mehr als eine Stunde Video aufgezeichnet werden, die anschließend über den USB 2.0-Anschluß innerhalb von fünf Minuten übertragen werden. Das SD-Multigerät SV-AV20 von Panasonic ermöglicht Fotografieren, Filmen, Musikhören und die Aufnahme von Memos. Die Daten werden auf der SD Memory Card abgelegt.

Sie werden Ihren

Ohren nicht trauen...



...und Ihren Augen erst recht nicht!

Bei Home Cinema Lösungen von LG Electronics können Sie Ihren Augen trauen und Ihre Ohren wieder aufhorchen lassen. Denn wir wissen, wie der Hase läuft.

Hervorragender Surround Sound, grandiose DVD-Wiedergabe und komfortable Features sichern Ihnen ein optimales Heimkino-Erlebnis.

Home Cinema Lösungen von LG – Kino zu Hause

Mehr Information erhalten Sie unter: www.lge.de



**Aktuell

Hans Klopstra neuer CEO bei Schneider Electronics

Das Comeback der Traditionsmarke Schneider steht nun auch personell auf festen Füßen. Hans Klopstra ist seit Anfang März Geschäftsführer der neu gegründeten Schneider Electronics GmbH in Türkheim. Der gebürtige Niederländer begann seine Karriere Anfang der siebziger Jahre beim Elektronikkonzern Philips im Bereich Professional Electronics. Später



ging Klopstra in die USA, wo er vier Jahre lang für Sales, Marketing und Produktmanagement im Bereich Consumer Electronics bei der Philips-Tochter Magnavox verantwortlich war. Darauf folgend war der Diplom-Ingenieur weitere vier Jahre bei Philips in Hong Kong als Geschäftsführer des Bereiches Professional Electronics tätig und wechselte dann nach Deutschland in die Geschäftsbereiche Telekommunikationssysteme, Consumer Electronics, Professional Video und Broadcast Systems.

Neuer Leiter Marketing & Sales bei Samsung

Seit März 2003 verantwortet Hartmut Woerrlein als Senior Sales & Marketing Manager den Erfolg der Samsung Notebooks in Deutschland. Woerrlein hat zuvor



bei Compaq und bei Hewlett-Packard in verschiedenen Positionen unterschiedliche Commercialund Consumer-Produktbereiche sowie den Consumer-Vertrieb verantwortet. Zuletzt war er bei Compaq Business Manager Corporate Deskbound and Consumer Products.

Bernd Almstedt wechselt zu Activision

Mit Wirkung zum 1. April wechselte Bernd Almstedt, bisher Marketing- und Vertriebsleiter bei der Ascaron Entertainment GmbH, zur Activision Deutschland GmbH. Dort besetzt der Diplom-Kaufmann die neu geschaffene Stelle des Channel Managers. Almstedt verstärkt in seiner neuen Position



auch das Sales-Team des Distributors NBG EDV Handels- und Verlags GmbH & Co. KG. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Erweiterung der Betreuung von Key Account Kunden in In- und Ausland. Zu seinen Aufgaben gehören außerdem die Abwicklung von Lizenz- und OEM-Geschäften. Activision, Inc. mit Hauptsitz in Santa Monica, Kalifornien zählt zu einem der weltweit führenden Entwickler, Publisher und Distributoren von Anwenderund Unterhaltungssoftware. Das 1979 gegründete Unternehmen unterhält Niederlassungen bzw. Distributionen in den USA, Kanada, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Japan, Australien, Skandinavien und den Niederlanden.

Neuer Leiter Consumer Channel bei Ingram Micro

Peter Silberhorn (46) wird pünktlich zum Start des zweiten Quartals 2003 die Position Director Consumer Channel bei der Ingram



Micro Distribution GmbH übernehmen. Er verantwortet damit den gesamten Retail- und Mailorderbereich sowie die Betreuung der Online-Auktionshäuser in

Eberhard Schauer verläßt LG Electronics

Nach elf Jahren erfolgreicher Arbeit, zuletzt als Leiter Marketing & Sales, hat Eberhard Schauer (57) Ende März die LG Electronics GmbH verlassen. Nach Stationen bei Pioneer und Mitsubishi Electric war Schauer seit 1992 entscheidend für die erfolgreiche Entwicklung des damals noch unter dem Namen Lucky Goldstar geführten Unternehmens im Bereich der Unterhaltungselektronik verantwortlich. Eberhard Schauer hat LG Electronics auf eigenen



Wunsch verlassen, um in den Ruhestand zu gehen. PoS-MAIL bedankt sich für die gute Zusammenarbeit.

Deutschland. Silberhorn wechselt von AOL, Hamburg, wo er seit vergangenem Jahr die Position Director Retail innehatte. Zuvor war er zehn Jahre lang bei dem Distributor Computer 2000, heute Tech Data, beschäftigt gewesen; zuletzt in der Funktion Director Retail. Weitere Stationen waren Führungspositionen bei den Unternehmen Batavia und der Karstadt AG.

Verstärkung im Wireless Division Team bei Samsung

René Wimmers unterstützt seit dem 1. März 2003 als Senior Sales



Dealer Channel die Wireless Division bei Samsung Electronics in Schwalbach. In seiner neuen Position wird er die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel weiter intensivieren. Der gelernte Großund Außenhandelskaufmann startete seine Karriere 1993 bei Mannesmann Mobilfunk. Zuletzt leitete Wimmers bei der Group 3G UMTS GmbH (Quam) die Vertriebsniederlassung West.

Neuer Geschäftsführer der Jamo Deutschland GmbH

Carsten Nederup (38) ist neuer Geschäftsführer der Jamo Deutschland GmbH. Er löst in dieser Funktion Ronald A. Herrmann ab, der die Jamo Gruppe verlassen hat, um sich anderen Aufgaben zu widmen. Im Rahmen seiner Verantwortung für Jamo in der Region Nordeuropa, zu der neben Deutschland auch die skandinavischen Länder sowie UK und die Niederlande gehören, wird Carsten Nederup die Leitung aller Aktivitäten der Jamo Deutschland GmbH übernehmen und somit auch für den Vertrieb der Marke Onkyo verantwortlich zeichnen. Gemeinsam mit dem Team der Jamo Deutschland Gruppe will Nederup seinen

Fokus vor allem auf den weiteren Ausbau und die kontinuierliche Stärkung der Kundenbeziehung sowie der Markenpräsenz der Marken Jamo und Onkyo legen.



Nederup arbeitet seit April 2002 für die Jamo Gruppe und ist in seiner Funktion als Direktor der Region Nordeuropa in den letzten 12 Monaten vor allem für den Aufbau der neuen Regionalstruktur innerhalb der Jamo Gruppe zuständig gewesen. Zu Nederups beruflichem Werdegang gehören außerdem Stationen bei der holländischen Firma Brabantia B.V., wo er die Vertriebsverantwortung für skandinavischen Märkte innehatte, sowie seine Tätigkeit als Geschäftsführer der Philips DAP Dänemark.

Panasonic setzt auf breite Handelsunterstützung

Auch für das Jahr 2003/2004 können die Panasonic-Fachhandelspartner mit einer starken Präsenz der Marke in den Medien sowie am PoS und im Internet rechnen. Nachdem das Unternehmen die neue, europaweite Anzeigenkampagne mit einem Motiv für den DVD-Recorder DMR-E50 startete, ist das Gerät auch Hauptdarsteller eines TV-Commercials, der zum Auftakt der Formel-1 Saison auf RTL geschaltet wird. "Unser Engagement als Sponsor des Panasonic Toyota Racing-Teams ist zweifelsohne eine wichtige Komponente unserer Unternehmenswerbung – aber nicht alles", verrät Michael Langbehn, Manager Marketing Support/Press der Panasonic Deutschland GmbH. "Vor allem das Panasonic Plus Konzept, das für die Extras und speziellen Vorteile unserer innovativen Produkte gegenüber Wettbewerbsgeräten steht, werden wir in der Anzeigen-Kampagne herausstellen." Beide Elemente kombiniert Panasonic mit seinem Car Media Anzeigenmotiv, das bis in den Frühsommer hinein in auflagenstarken Titeln geschaltet wird. Weitere Motive befinden sich noch in der

Entwicklung. Zudem sind zehn Trucks mit Megatrailern als rollende Werbefläche für die Panasonic Plasma-Displays auf Achse. Darüber hinaus sind Aktionen am Point of Sale wie eine Ausweitung des im Jahr 2002 erfolgreich ge-



starteten Shop-in-Shop-Systems angekündigt. Auch online tut sich einiges. Hierzu Thomas Dobberstein, Manager IT Innovations der Panasonic Deutschland GmbH: "Wir werden unseren Rund-ums-Produkt-Infoservice ausbauen und so das Käufervertrauen in Panasonic weiter stärken. Die Konsumenten wollen umfassend und verständlich informiert werden. 'Welche Geräte kommen in Kürze auf den Markt? Was bietet mein Favorit und wie schneidet er im Test ab?' Die Antworten gibt es unter www.panasonic.de. Außerdem werden wir unter der Rubrik 'Neue Technologien' mit leicht verständlichen Beiträgen unser Info-Angebot abrunden."



><acti

starts faster, shoots faster

SANYO

SANYO FISHER Sales (Europe) GmbH Stahlgruberring 4, 81829 München Tel. +49 (0) 89 45116-0 Fax +49 (0) 89 45116-249

Siemens mobile bietet "Qualität in jeder Dimension"

..Viele reden über Qualität, wir haben sie." Das ist das Motto eines achtseitigen Folders, in dem Siemens mobile seinen Handelspartnern die zehn besten Verkaufsargumente für Siemens Produkte liefert. Thematisiert und näher beleuchtet werden die Punkte Design. Fun & Entertainment. Robustheit und Solidität, Zubehör, Preis-/Leistungsverhältnis, Ergonomie, Individualisierung, Zuverlässigkeit, Service und Support sowie Auszeichnungen und Reaktionen im Markt. Vorgestellt wurde die Broschüre auf der **CeBIT als Teil der Weiterent**wicklung der "Fit for mobile"-Initiative, mit der seit Ende 2002 der Informationsaustausch mit den Vertriebspartnern optimiert wird.

"Die aktuellen Weiterentwicklungen dieses Konzeptes sollen, wie bereits die ersten Schritte, auch zukünftig die Grundlage für den erfolgreichen Vertrieb von Siemens mobile-Produkten darstellen", erläuterte Helga Vater, als Leiterin Vertriebsmarketing verantwortlich für Fit for mobile, vor Fachjournalisten. Weitere Bestandteile der



Helga Vater, Leiterin Vertriebsmarketing bei Siemens

von Siemens "Qualitätsoffensive" genannten Aktivität sind das Trainingsprogramm "Advanced Partner" und ein neues Dialogkonzept. Vom erweiterten Fit for mobile-Programm sollen nicht nur die Kunden von Siemens mobile profitieren, sondern speziell die quali-



fizierten Vertriebspartner, die fundierte Verkaufsargumente, detailliertes Technologie-Know-how und eine permanente, individuelle Informationsquelle erhalten.

Trainingsprogramm für **Advanced Partner**

Siemens-Produkte aktiv noch besser verkaufen - dafür steht das Konzept "Advanced Partner". Das Programm besteht aus produktund praxisbezogenen Trainingseinheiten. Ab Mai finden Seminare an den Siemens-Standorten in Kamp Lintfort, Pandrup und München statt. Themen werden die "Qualitätsoffensive", neue Produkte und Anwendungen sowie das Servicekonzept von Siemens sein. Außerdem soll den Seminarteilnehmern in speziell für die Zielgruppe konzipierten Workshops detailliertes Hintergrundwissen zu den Technologien MMS, Bluetooth sowie UMTS sowohl in der Theorie als auch in der Praxis vermittelt werden. Abgerundet wird das Advanced-Programm durch den persönlichen Zugang zum Kommunikationsportal www.siemensmobile-partnerinfo.de.

Teilnahme an Siemens Events und Fachmessen

Zusätzlich wird den Tk-Handelspartnern die Möglichkeit geboten, an Siemens-Events und Fachmessen teilzunehmen sowie die Shop-Leistungspakete zu nutzen. Nach Abschluß erhalten die Absolventen In einer Broschüre (hier beispielhaft Vorder-

und Rückseite, oben, sowie die Seiten zwei und drei, unten) hat Siemens die zehn besten Verkaufsargumente zusammengefaßt.



des Advanced-Programms eine persönliche Urkunde über ihre Qualifizierung.

Partner-Extranet mit ergänzenden Inhalten

Um noch stärker als bisher auf Dialog zu setzen, hat Siemens mobile die Inhalte des Partner-Extranets durch Newsletter, Online Branchen-News und ein Experten-Forum ergänzt. Des weiteren stehen den Handelspartnern eine neue Bild- und Textdatenbank mit Produktabbildungen in hochauflösenden Druckformaten, Textbausteine und Featurelisten zur Verfügung. Damit können sie bei Bedarf Anzeigen, Leaflets, Plakate und Handzettel selbst gestalten. Branchen-Informationen werden über den regionalen Expertenstammviduelle Unterstützung und begleitet die Tk-Insider zu jeder Zeit, um eine optimale Ausgangsbasis für Geschäftserfolge in der Branche zu haben und zum "Best in class on market' zu werden."

Vier Bausteine bilden das Fundament

Das Fundament des virtuellen Gebäudes bilden vier Bausteine: mobile.academy (Online-Training für Produkte und Technik, Produktsimulationen), mobile.communication (Produktinfos, Verkaufsargumente, Download Service, Presse News), mobile.service (Software, Bedienungsanleitungen etc.) und mobile.marketing (aktuelle Kampagnen, Bestellung von PoS-Materialien, Fotos etc.).

Herbert Päge

Marktanteile von Siemens mobile in

tisch ausgetauscht. "Auf diese

Weise können wir noch besser auf die Bedürfnisse des Handels rea-

"Fitneß-Programm der

mobilen Kommunikation"

Um in einem immer härter um-

kämpften Markt erfolgreich zu

sein, ist ein stets aktuelles Wissen

über Technologien und Innovatio-

nen von entscheidender Bedeu-

tung. Zu diesem Zweck hatte

Siemens im August 2002 die In-

itiative "Fit for mobile" für eine

konstruktive Zusammenarbeit mit

dem Fachhandel ins Leben geru-

fen. "Damit bieten wir ein 'Fitneß-

Programm der mobilen Kommu-

nikation', das den Händlern die

Möglichkeit gibt, sich als ,Best in

Class Partner' der Tk-Branche zu

Maßgeschneiderte

Unterstützung

Kern des Partnerprogramms ist

das "House of mobile compe-

tence", in dem der Fortschritt der

mobilen Kommunikation zu Hause

ist. Vater: "Das virtuelle Gebäude

steht für maßgeschneiderte, indi-

qualifizieren", führte Vater aus.

gieren", meinte Vater.

den USA verdoppelt Siemens mobile hat auf der US-amerikanischen Mobilfunkmesse CTIA Wireless 2003, die kurz nach der CeBIT in New Orleans stattfand, die drei neuen Mobiltelefone SL56, M56 und SX1 mit Farbdisplay und Kamera für den US-Markt vorgestellt. Mit der Einführung von insgesamt acht Modellen seit Oktober 2002 speziell für die USA hat Siemens mobile nach eigenen Angaben innerhalb rund eines Jahres seinen Marktanteil für GSM-Mobiltelefone in den USA verdoppelt. Alle US-GSM-Netzbetreiber sind inzwischen Kunden von Siemens mobile. Mit der erweiterten Produktpalette will Siemens mobile zusätzlich Anteile am schnell wachsenden nordamerikanischen GSM-Mobilfunkmarkt gewinnen, dessen Anteil sich gegenüber den konkurrierenden Standards CDMA und TDMA überproportional schnell vergrößert. Derzeit telefonieren gut 16 Millionen Menschen in den US-Mobilfunknetzen mit GSM. Das entspricht einem Anteil von rund 13 Prozent des Gesamtmarktes (digitale Mobilfunksysteme). Dieser Anteil soll sich bis 2007 auf bis zu 40 Prozent des Mobilfunkmarktes in den USA erhöhen. GSM macht nach Schätzungen der GSM Association mit gut 824 Millionen Mobilfunkanwendern über 70 Prozent des Weltmarktes aus. Die Handy-Modelle, die auf der CTIA vorgestellt wurden, unterstützen alle den GSM-/GPRS-Mobilfunkstandard und sind ab dem dritten Quartal 2003 im Markt erhältlich. Das kompakte SL56, ein extravagantes Slider-Phone mit einer Tastatur, die man bei Bedarf herausgleiten lassen kann, setzt als Dualbandgerät (GSM 850/1900) ganz auf Design und Individualität. Mit dem auffällig gestalteten M56, ebenfalls ein Dualband-Gerät für GSM 850/1900, kann der Käufer wie beim SL56 eine ansteckbare Kamera verwenden, mit der Fotos via MMS (Multimedia Messaging Service) versendet werden können. Beide Modelle verfügen über ein brillantes Farbdisplay mit 4.096 Farben und unterstützen Java-Technologie. Das M56 bietet außerdem die DJ-Software "Cubasis" von Steinberg, die das Erstellen von noch individuelleren polyphonen Klingeltönen erlaubt. Zudem kündigt es durch dynamische Lichteffekte an der Seite des Telefons eingehende Anrufe an.

"Fit for mobile"-Konzept ausgebaut

Neue (Foto-)Handys von der CeBIT 2003

Rund 40 neue Modelle waren auf der CeBIT auf den Ständen der Handyhersteller zu sehen. Im Mittelpunkt standen dabei zum einen die Fotohandys, die vor allem für das Weihnachtsgeschäft gute Umsätze erwarten lassen, und UMTS-Geräte. Aus der Fülle aller Handyneuheiten haben wir uns einige der interessantesten herausgesucht.

Fotohandy Panasonic X70

Das neue Panasonic X70 besitzt eine integrierte Kamera mit CMOS-Aufnahmechip und Spotlight sowie ein hochauflösendes. 132 x

176 Pixel großes TFT-Hauptdisplay mit bis zu 65.000 Farben (ein 96 x 28 Pixel großes Zweitdisplay befindet sich an der Außenseite). Das Spotlight sorgt dafür, daß auch bei schlechteren Lichtverhältnissen fotografiert werden kann. Die Fotos können per MMS oder E-Mail versandt

oder per Bluetooth oder Infrarot an andere, kompatible Geräte übermittelt werden. Darüber hinaus können Fotos im Handy gespeichert oder im Bilder-Tele-

T610 von Sony Ericsson mit externem Blitzgerät

Für das neue Triband-Handy T610 von Sony Ericsson ist als Zubehör ein aufsteckbares Blitzgerät MPF-10 erhältlich, das das Fotografieren mit der in das Gerät integrierten Kamera auch bei schlechten Lichtverhältnissen vereinfacht. Dargestellt werden die Fotos auf einem großen Display, das bis zu 65.000 Farben bietet. Das edel gestylte Mobiltelefon mit Aluminium-Oberfläche kommt im zweiten Quartal in den Farbvarianten Blau, Rot

und Silber auf den Markt. Eine neu gestaltete Bedienerführung verfügt über zwölf animierte farbige Icons, die per "QuickShare" den direkten Zugriff auf Gerätefunktionen, mobile Services oder den Spieledownload eröffnen. Für Fans



selbstkomponierter Klingeltöne hält das T610 einige "Loops" mit diversen Drums, Bass-Lines und Melodien bereit, die der Nutzer schnell zu eigenen Songs verbinden kann. Das T610 ist das erste Handy von Sony Ericsson, das mit dieser Technologie ausgestattet ist. Das Gerät hat die Abmessungen 102 x 44 x 19 mm. Es wiegt 95 Gramm. Die Sprechzeit beträgt bis zu 14 Stunden, die Standby-Zeit bis zu 13 Tagen.

fonbuch den Nummern zugeordnet werden. Als Speicher stehen vier MB dynamisch zur Verfügung. Das farbenfrohe Handy ist weiterhin mit einem 2.0-Farb-Browser ausgestattet und ermöglicht durch GPRS Klasse 8 den schnellen Datenversand bzw. -download. Das X70 gibt 16-Klang-Ruftöne in hoher Qualität wieder. Das aufklappbare X70 mißt 8,73 x 4,71 x 32,3 Zentimeter und wiegt 85 Gramm. Die Gesprächszeit beträgt bis zu fünf Stunden, die Standbyzeit wird mit bis zu 290 Stunden angegeben.

Motorola A760 mit Linux

Mit dem A760 hat Motorola das weltweit erste Java-fähige Mobiltelefon mit Linux-Betriebssystem vorgestellt. Die offene Plattform bietet Software-Entwicklern vielfältige Möglichkeiten, mobile Applikationen wie Spiele oder Office-Anwendungen zu entwickeln. Für Konsumenten eröffnen sich damit zahlreiche neue, mobile Erlebniswelten. Das Klapphandy besitzt zwei Displays: neben dem 240 x 320 Pixel großen TFT-Touchscreen mit bis zu 65.000 Farben im Inneren noch ein Außendisplay, auf dem verschiedene Funktionen und Statusanzeigen abzulesen sind. Das



hin eine Bluetooth-, eine Infrarot-, eine serielle sowie eine USBintegrierte Schnittstelle, eine Kamera und einen integrierten Video- und MP3-Spieler. Das Handy unterstützt SMS, EMS und MMS und bietet eine Reihe von Organizerfunktionen. Klingeltöne werden 16stimmig polyphon wiedergegeben. Die Standby-Zeit wird mit 180 Stunden, die Gesprächszeit mit bis zu 300 Minuten angegeben. Das A760 mißt 100 x 53 x 21 mm. Es wiegt 120 Gramm und wird zunächst im asiatischen Markt eingeführt.

Fotohandy Nokia 6220

Das Modell 6220 erweitert Nokias Sortiment an klassischen Mobiltelefonen. Mit einem erweiterten Organizer zur Verwaltung persönlicher Informationen richtet sich das Gerät vor allem an berufstätige Menschen, die viel unterwegs sind. Neben der integrierten Kamera (128 x 128 Pixel, 4.096 Farben) bietet das Nokia 6220 ein klassisch-elegantes Design und eine Reihe von Funktionen, wie beispielsweise Edge- (Enhanced Data for GSM Evolution; für Datenübertragungen mit einer Geschwindigkeit bis zu 118,4 KBit/s) und Java-Technik. Darüber hinaus verfügt das Gerät über ein großes Farbdisplay, eine erweiterte Kontaktdatenverwaltung mit aktuellen, persönlichen Status-Informationen, und es ist MMS-fähig. Auf-

grund der Unterstützung für persönliche Statusinformationen kann der Besitzer des Triband-Handys beispielsweise allen in den Kontaktdaten gespeicherten potentiellen Ge-

NOKIA

sprächsteilnehmern mitteilen, ob er verfügbar ist und wo er sich befindet. Außerdem kann er die Chat-Funktion durch die persönlichen Status-Informationen erweitern und so eigene Chaträume einrichten. Das Telefon wird standardmäßig in Dunkelgrau auf den Markt kommen. Zusätzlich wird Gehäuseschalen in Hellgrün, Rosa und Silber geben. Nokia gibt die Standby-Zeit mit bis zu acht Tagen und die Sprechzeit mit bis zu vier Stunden an.

Sony Ericsson T310

Mit dem Nachfolger des erfolgreichen T300, dem neuen T310, bringt Sony Ericsson ein Mobiltelefon auf den Markt, das nicht nur Fans von Fotohandys begeistern soll, sondern auch Spiele-Liebhaber. Mit "Tony Hawk Pro Skater 4" ist erstmalig im europäischen Markt die mobile Version eines der erfolgreichsten Playstation-Spiele vorinstalliert. Das T310 bietet dem Spieler mit seinem Farbdisplay, einem Joystick, 32stimmigem Sound und Vibration ein Erlebnis, das mit dem einer "richtigen" Spielkonsole zu vergleichen ist. Neue Herausforderungen in Form zusätzlicher Spiel-Levels für "Tony Hawk"

können heruntergeladen werden. Weitere 60 Spiele für das neue T310 stehen derzeit zum Download bereit. Außerdem werden eine Reihe anderer Sporttitel wie "Kelly Slater Pro-Surfer" sowie ein komplettes Paket an MMS-Vorlagen,

Bildschirm-schonern und die Titelmusik der jeweiligen Spiele als mehrstimmige Klingeltöne angeboten. Zum Fotohandy wird das MMS- und E-Mail-fähige Mobiltelefon durch die ausgeboten auch die ausgeboten der die ausgeboten die ausgeboten die ausgeboten der die ausgeboten der die ausgeboten der die ausgeboten die ausgeboten die ausgeboten der die ausgeboten der die ausgeboten der die ausgeboten der die ausgeboten die ausgeboten der die ausgeboten der



durch die aufsteckbare Digitalkamera MCA-25. Das Sony Ericsson T310 steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Als T316 kommt eine Triband-Variante des Mobiltelefons auf den Markt, die speziell USA-Reisende ansprechen soll.

Siemens M55

Siemens mobile richtet sich mit dem neuen, im Metal Mood Design gestalteten M55 vor allem an Mobiltelefonierer, die Spaß an Sounds und Games haben. Das Triband-Handy mit hochauflösendem Farbdisplay verwendet für Tastatur und Geräterückseite markante Designelemente in X-Form. Das Gerät bietet MMS, GPRS (Klasse 8), polyphone Töne, Sprachsteuerung, Java-Technik und einen E-Mail-Client. Neben verschiedenen Klingeltönen und Vibrationsalarm machen dyna-



mische Lichteffekte an der Seite den Benutzer auf eingehende Anrufe aufmerksam. Mit Hilfe der aufsteckbaren Quickpix-Kamera mit integriertem Blitzgerät wird das Siemens M55 zum Fotohandy. Das Gerät hat die Abmessungen 101 x 46 x 21 mm. Es wiegt 83 Gramm. Die Standby-Zeit beträgt bis zu 250 Stunden, die Gesprächszeit bis zu 300 Minuten.

Siemens SL55 mit extravaganter Formgebung

Siemens mobile will mit dem neuen Fotohandy SL55 neue Akzente im Handydesign setzen. Neben der exklusiven Farbgebung in Rubin und Titan soll dabei vor allem die extravagante Formgebung richtungweisend sein: Beim neuartigen "Slider" kommt die Tastatur erst durch einen Schiebemechanismus zum Vorschein. Dadurch wird das SL55 extrem klein



(81,6 x 44,5 x 21,9 mm) und handlich. Auch geschlossen lassen sich viele der umfangreichen Funktionen des Handys mittels der Navigationsund Gesprächstasten unterhalb des Displays nutzen. Freisprecheinrichtung und Sprachsteuerung machen die mobile Kommunikation besonders komfortabel. Das Triband-Gerät unterstützt MMS. Fotos können mit der als Zubehör liefer- und ansteckbaren QuickPic-Kamera aufgenommen und auf dem 101 x 180 Pixel großen, siebenzeiligen Display mit bis zu 4.096 Farben dargestellt werden. Das Gerät ist außerdem mit einem Soundchip ausgestattet, der Klingeltöne und den "Slider"-Sound beim Öffnen und Schließen des Sliders 16stimmig wiedergibt. Das Siemens SL55 unterstützt Java und GPRS Klasse 8. Es lassen sich ver-

schiedene Benutzerprofile anlegen. Dabei sind der Bildschirmschoner und die Notizfunktion PIN-geschützt. Das Handy bietet darüber hinaus einen Organizer (Termine, Notizen, Erinnerungsfunktion), eine große Auswahl an vorinstallierten, zielgruppenspezifischen Animationen und EMS-/MMS-Inhalten. Die maximale Gesprächszeit beträgt bis zu drei, die Standby-Zeit bis zu 200 Stunden.

Zahlreiche neue Produkte erweitern Sagem Sortiment

Zur CeBIT hat Sagem außer Innovationen für GSM-/GPRS-Mobilfunk, DECT und Telefax auch zahlreiche weitere neue Produkte vorgestellt, die das Sortiment des Unternehmens bis zum Ende des Jahres deutlich erweitern werden. So betritt der französische Hersteller beispielsweise mit den Modellen



CP 110-X, HT 210-S und MP-215-X den vielversprechenden Markt der DLP-Projektoren. Die gesamte Range der Projektoren soll dem Handel ab Herbst zur Verfügung stehen.

Neu ist auch der Fotoprinter FPP-150. Er arbeitet nach dem Thermotransferverfahren und bietet eine Auflösung von 2.16



Megapixeln mit bis zu 16,7 Mio. Farben. Die Printgröße beträgt maximal 100 x 152 mm. Dieses Gerät läßt sich in Verbindung mit einem Notebook oder einem festinstallierten PC unter anderem dazu nutzen, schnell und ohne großen Aufwand Bilder aus Fotohandys zu printen.

Weiterhin bringt Sagem in den kommenden Monaten eine Reihe von Modems, Routern und Kombigeräten für das stark wachsende ADSL-Geschäft auf



den Markt. Diese sollen entweder als Einzelprodukte oder im Paket mit DSL-Angeboten auf den Markt kom-

men. Hier befindet sich Sagem derzeit in Gesprächen mit verschiedenen Internet Service Providern.

Großes Potential bieten Sagem auch die Settopboxen, die benötigt werden, um Digitales Fernsehen über Antenne (Digital Video Broadcasting - Terrestrial oder kurz: DVB-T) empfangen zu können. Nach Einführung dieses Standards in Berlin/Brandenburg wurden in der entsprechenden Region in kurzer Zeit Geräte (aller Hersteller) in sechsstelliger Höhe verkauft. Sagem, seit vielen Jahren mit Settopboxen im europäischen Ausland erfolgreich, erwartet bis Ende 2003 auch in Deutschland eine positive Entwicklung der Verkaufszahlen.

Netzbetreiber ordern das myX-6 Handy Beeindruckender Auftritt von Sagem

Die Verantwortlichen im Hause Sagem waren spätestens mit der Vorstellung ihrer CeBIT-Neuheiten davon überzeugt, in allen Bereichen der Telekommunikation wieder zu einem ernstzunehmenden Anbieter geworden zu sein. Stand dies bei Fax und DECT nie wirklich außer Frage, so blieben beim Mobilfunk Zweifel, ob das in den vergangenen Jahren verlorengegangene Image-Terrain wieder zurückgewonnen werden könnte (siehe dazu "Image der Marke Sagem soll wieder positiv werden" in PoS-MAIL April 2003). Seit der CeBIT steht fest: Sagem ist wieder da. Verbraucher und Partner zeigten sich vom Messeauftritt des französischen Herstellers gleichermaßen beeindruckt.

Zeichen des erfolgreichen Auftritts und eine der Überraschungen der Messe: Vodafone D2 kündigte auf seiner Pressekonferenz an, das neue Sagem Handy myX-6 in die Palette seiner Vodafone live! Geräte aufzunehmen. Und auch D-Netz-Wettbewerber T-Mobile hat sich nach der CeBIT entschieden, sein Mobiltelefon-Portfolio mit dem myX-6 auszubauen. "Wir wußten zwar, daß das myX-6 zu den attraktivsten Neuvorstellungen der CeBIT gehören würde, aber dennoch ist dieser "Aufstieg" für uns so etwas wie eine kleine Sensation", freute sich Sagem Marketing Manager Oliver Jungklaus im Gespräch mit PoS-MAIL. "Denn zum einen wurden in früheren Jahren Sagem Geräte in der Regel nur im Prepaid-Bereich eingesetzt, zum anderen muß ein Gerät, das etwa zum Vodafone live! Handy wird, natürlich die strengen Prüfkriterien von Vodafone D2 bestehen." Den Erfolg führte Jungklaus nicht allein auf technische Merkmale wie den CCD-Chip mit VGA-Auflösung,



Einige der Stärken des myX-6 von Sagem liegen im Detail: So besitzt die integrierte Kamera einen Objektivschutzschieber, der die Optik vor Berührungen, Staub und Spritzwasser schützt.



mit dem die integrierte Kamera ausgestattet ist, den brillanten TFT-Farbmonitor, GPRS Klasse 10 und den flexiblen, 2,3 MB großen Speicher zurück, sondern auch auf die Fähigkeit des Unternehmens, sehr schnell auf Kundenwünsche reagieren zu können. Jungklaus: "Sagem hat viele Jahre lang Erfahrungen als OEM-Hersteller gesammelt und dabei stets Flexibilität bewiesen. Dieses schnelle Reaktionsvermögen kommt uns jetzt bei der Zusammenarbeit mit den Netzbetreibern zugute." So können zum Beispiel individuell gewünschte Änderungen der Software sehr kurzfristig realisiert werden.

Daß Produktveränderungen nicht nur im Kundenauftrag vorgenommen werden, zeigen die aktuellen



Oliver Jungklaus

myX-6 Modelle. Sie sind deutlich besser ausgestattet als die Prototypen, die noch auf der CeBIT zu sehen waren. Neu sind zum Beispiel erweiterte Fotomöglichkeiten: Neben einem vierstufigen Zoom stehen jetzt auch Gegenlichtaufhellung, Panoramamodus und Langzeitbelichtung zur Verfügung. Ein Organizer wurde inzwischen ebenfalls in das Handy integriert. Abgerundet werden die Modifikationen durch die verbesserte Ergonomie des Bedienknopfes an der Vorderseite und den Schriftzug "CCD – VGA" um das Kameraobjektiv, der diesen Qualitätsvorteil gegenüber Wettbewerbsprodukten jetzt deutlich herausstellt.

Seine technischen Fähigkeiten demonstrierte Sagem mit einem

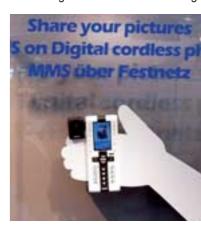


nologien.

kreisrunden CeBIT-Stand. Neben den Neuheiten, die in den kommenden Wochen und Monaten auf den Markt kommen werden, gab es auch verschiedene Designstudien zu sehen. "Die Form des Standes als Kreis symbolisierte, daß Sagem ein forschungsaktives Unternehmen ist, bei dem eine neuentwickelte Technologie gleich wieder eine andere beeinflußt", meinte Jungklaus.

Die positive Resonanz von Messegästen und Kunden unterstrich nach Jungklaus' Meinung, daß sich Sagem mit seiner derzeitigen Produktpalette auf einem Weg befinde, der vom Verbraucher honoriert werde. Mit der Markteinführung der verschiedenen Produkte werde der Handel deshalb Unterstützungsmaßnahmen erhalten, die ihm das Verkaufen der Marke Sagem erleichtern. "Und dabei muß er sicherlich nicht über

den Preis gehen", betonte der Marketing Manager. Allerdings könne das Engagement für den Handel zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht mit Vollgas erfolgen. "Sagem hat zwar großes Interesse daran, seine Marktanteile in Deutschland auszubauen", so Jungklaus, "aber dennoch steht uns derzeit nur ein relativ kleines Vertriebsteam für eine Fülle neuer Produkte zur Verfügung." So könne man zunächst nur langsam gehen und kleine Schritte auf dem Weg zu einem geschätzten Partner des Handels zurücklegen.



Die Integration neuer Technologien in Produkte zeigte Sagem auf dem CeBIT Stand durch verschiedene Designstudien, unter anderem für MMS über Festnetz oder für zukünftige Multimedia-Telefone.









Service-Provider und Distributoren bauen ihre Angebote für Handelspartner aus

Neben den Netzbetreibern (siehe an anderer Stelle dieser Ausgabe) haben auch die Service-Provider und Distributoren der Tk-Branche ihr Angebotsportfolio zur CeBIT deutlich ausgebaut. Im Mittelpunkt standen dabei neue Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten ebenso wie Unterstützungsmaßnahmen, die das Alltagsgeschäft erleichtern sollen. PoS-MAIL hat sich auf einigen Ständen umgesehen.

debitel präsentierte auf der Messe unter anderem eine neue Form der Kundenansprache am Point of Sale: Auf die Innenseite eines Schaufensters wird der virtuelle Berater Alex projiziert, der Passanten auf sich aufmerksam macht und gegebenenfalls einen Dialog mit ihnen beginnt. Alex ermöglicht eine direkte, interaktive Kommunikation. Durch diese neue Art der Verkaufsunterstützung soll eine emotionale Bindung zu debitel bzw. den debitel Handelspart-



Der virtuelle Berater Alex von debitel hat sich in der Praxis bewährt.

nern erzeugt werden. Als Highlight der interaktiven virtuellen Beziehung ist es möglich, den computergenerierten Berater Handyspiele verschenken zu lassen, die über eine Infrarotschnittstelle auf das Handy des Passanten überspielt werden. Auf der CeBIT hatten die Besucher die Gelegenheit, auf diese Weise das Handyspiel "Super-Hase" zu bekommen.

Das innovative Werbemittel funktioniert, indem auf der Innenseite des Schaufensters eine zirka ein Quadratmeter große Spezialfolie angebracht wird. Über ein Projektionssystem werden auf dieser Fläche die Animationen abgebildet. Mit Hilfe des sogenannten Finger-Maussystems können Passanten per Touchscreen den Dialog mit Alex beginnen.

Die Gestaltung der Animationen hält sich an den allgemeinen debitel Auftritt: Der obere Teil bleibt dem Dialog mit dem Konsumenten vorbehalten, während der untere das jeweilige debitel Angebot präsentiert.

Durch die Kombination aus Licht, direkter Kundenansprache und Bewegung wird ein Eyecatcher-Effekt erzielt, der die Wirkung herkömmlicher Schaufensterinhalte und -dekorationen übertreffen soll. So wird die Aufmerksamkeit des Passanten erregt und die Kundenfrequenz im Shop erhöht. Darüber hinaus kommt Alex dem Wunsch vieler Kunden entgegen, die sich unabhängig vom Verkaufspersonal und den Ladenöffnungszeiten informieren wollen.

Neben umfangreichen Tools für ihre Handelspartner hat die **Cellway** Kommunikationsdienste GmbH ihren Endkunden auf der CeBIT ein neues Kunden-Service-Portal vorgestellt. Unter "Private Service" können diese ab sofort ihre Rechnung online einsehen, ihre Daten online verwalten und mit dem neuen "Send In-Service" ihr defektes Mobilfunkgerät online zur Reparatur anmelden.

Kunden, die das neue Angebot nutzen wollen, klicken auf der Webseite www.cellway.de den Link "Private Service" und gelangen so direkt zur Anmeldung. Dort ist auch die Registrierung für die Online-Rechnung möglich. Statt der Papierrechnung informiert Cellway per E-Mail über den Eingang einer neuen Mobilfunkrechnung im persönlichen Kundenaccount. Zusätzlich werden dort alle Rechnungen archiviert und können jederzeit eingesehen werden. Kunden, die sich für die Onlinerechnung entscheiden, schreibt das Unternehmen automatisch auf der nächsten Abrechnung einmalig 2,97 Euro gut. Neben der Einsicht der Mobilfunkrechnung kann der Kunde seine Daten online pflegen, so zum Beispiel beim Wechsel der Bankverbindung oder seiner Adreßdaten bei einem Umzug. Nach Kundeneingabe werden diese automatisch vom System übernommen. Über die neue Funktion "Send In-Service" meldet der Kunde sein defektes Mobilfunkgerät schnell und unkompliziert zur Reparatur. Auf der Cellway-Webseite im Bereich "Telefone" findet der Kunde den Link "Reparatur-Service von Cellway". Dort füllt er den notwendigen Reparaturbegleitschein aus und sendet sein defektes Handy mit diesem an die angegebene Adresse. Je nach Wunsch wird der Kunde per SMS oder E-Mail über den Fortgang und die noch verbleibende Dauer der Handy-Reparatur informiert.

Einer der Höhepunkte auf dem my-eXtra Stand auf der CeBIT war ein neues Blister-Verfahren. Dieses macht es ab sofort möglich, bei einer my-eXtra Nichtoriginalzubehörbestellung die Grafik



debitel überreicht 1.000 Schulungs-Zertifikat

Zur CeBIT 2002 hatte debitel mit seiner Schulungsakademie Online ein in das Extranet Händlerforum eingebettetes Weiterbildungsangebot gestartet, das den Vertriebspartnern ermöglicht, ihr Wissen rund um die Telekommunikation online zu vertiefen. Ein Abschlußtest ermöglicht dem Händler, seine erlangten Kenntnisse zu überprüfen. Die erfolgreiche Teilnahme bestätigt schließlich ein Zertifikat. Bereits das tausendste Exemplar eines solchen Zertifikats konnte auf der CeBIT 2003 an einen debitel Vertriebspartner überreicht werden. Vertriebsvorstand Reinhard Krause (Bildmitte) ließ es sich nicht nehmen, auf dem Messestand Marc Hirschfeld aus Lüneburg das Zertifikat persönlich auszuhändigen.



Der debitel-Stand fand nicht nur wegen der dort regelmäßig stattfindenden Verlosungen reger Zulauf, sondern auch wegen der zahlreichen Informationsangebote.

festzulegen. Ein Vodafone-Vertragshändler kann zum Beispiel die georderte Ware auch bereits im Vodafone Backcard-Design bestellen, so daß der Vodafone-Brand gewahrt bleibt. Dies ermöglicht dem Händler einen einheitlichen Auftritt am PoS. my-eXtra hat seinen kompletten Ablauf in der Verpackungskette umgestellt. So wurde bei jeder einzelnen Bestellung die individuelle Zuordnung der vom Händler gewünschten Backcard möglich. Erhältlich sind bisher die Standards "Vodafone", "mega-X" und "my-eXtra". Für my-eXtra Händler mit einem Mindestjahresumsatz von 6.000 Euro ist auch ein individuelles Design möglich. So können die Blister-Backcards dem jeweiligen

Als zweites Highlight stellte myeXtra auf der CeBIT neben der neuen my-eXtra CashUp PC Software (Version 3.0) auch Trintech-Terminals als neues Medium für die Abwicklung von Prepaidaufladungen für den PoS vor. Diese Version ermöglicht erstmalig neben den bisherigen Möglichkeiten über die CashUp Software auch die Abwicklung von Aufladungen über die platzsparenden Trintech-Terminals, die per ISDN, Analoganschluß oder GPRS eine Verbindung zur CashUp-Plattform aufbauen. Diese Lösung zum Verkauf von Prepaidkarten eignet sich ebenso für den Händlershop wie für andere Vertriebsstellen, etwa Tankstellen, Kioske oder auch Drogerien und andere Geschäfte, die eVoucher verkaufen wollen.

Weitere Features der hochperformanten und ausfallsicheren Cash Up 3.0 Plattform sind die verbesserten und schnelleren Online-Tools, die neue PC-Software zur Abwicklung von Transaktionen und die optimierten Reportings.

In neuem Auftritt und schon von weitem unübersehbar präsentierte sich **Dangaard** Telecom auf der CeBIT. Neue Leitfigur im Erscheinungsbild des Trierer Unternehmens ist der "Value Adder". Ebenso wie die berühmte Comicfigur Superman, diese Assoziation ist gewollt, soll der Value Adder Stärke und Entschlossenheit verkörpern. "Im Stile des Value Adders wird zukünftig unser gesamter Auftritt gestaltet sein", erklärte Dangaard Geschäftsführer Michael Møller im Gespräch mit PoS-MAIL. "Unverändert bleiben wird dagegen unser Bemühen, für den Handel der optimale Partner zu sein. Wir bleiben auch weiterhin der Value Added Distributor, der

echten Mehrwert schafft und den Handel nach Kräften unterstützt." Eine der Unterstützungsmaßnahmen, die diesem Ziel dienen sollen und auf der CeBIT erstmals vorgestellt wurden, ist das Original Accessoires Partners (OAP) Konzept, mit dem Dangaard seine Partner in die Lage versetzen will, an der steigenden Bedeutung des Mobilfunkzubehörmarktes zu partizipieren. Um Zubehör profitabel vermarkten zu können, berücksichtigt das OAP-Konzept gleichermaßen die drei Faktoren attraktive Preise, aktuelles Sortiment und ansprechende Warenpräsentation. Außerdem flossen bei der Entwicklung auch Aspekte wie die große Produktvielfalt, Disposition, Lagerhaltung und Kapitalbindung ein. Im Rahmen des OAP-Konzepts wird Dangaard von namhaften Herstellern wie Nokia. Siemens.

Motorola oder Sony Ericsson mit Zubehörprodukten beliefert und autorisiert, diese neu und einheitlich zu verpacken. Dadurch bietet sich dem Handel die Möglichkeit, die Produkte attraktiv am PoS zu präsentieren. Gleichzeitig wird durch die optimierte Packungsgröße Platz gespart. Dadurch steigt der Gewinn pro Regalfläche. Da zudem das Preis-/Leistungsverhältnis ein wesentlicher Faktor



Der "Value Adder" ist die neue Leitfigur von Dangaard Telecom

für die erfolgreiche Vermarktung von Originalzubehör ist, beinhaltet das OAP-Konzept auch ein Preismanagement durch Dangaard, das den Absatz von Originalzubehör fördern soll.

Durch den kontinuierlichen Austausch von Abverkaufsdaten mit den Handelspartnern wird vermieden, daß Produkte ausverkauft sind, ohne daß der Händler große Mengen bevorraten muß. Dies

ermöglicht eine ständige Warenverfügbarkeit bei geringer Kapitalbindung. Dangaard stellt für die Partner zudem das optimale Sortiment zusammen und gewährt ein Rückgaberecht für Produkte, die vom Kunden nicht nachgefragt werden. Abgerundet wird das OAP-Konzept durch eine Vielzahl von Dienstleistungen am PoS. Dangaard übernimmt beispielsweise auf Wunsch die Regalpflege, ent-



Das neue OAP-Konzept von Dangaard Telecom soll nicht nur für attraktive Warenpräsentation am PoS sorgen, sondern auch für eine Steigerung des Umsatzes mit Markenzubehör.

wickelt Zubehörkampagnen, erstellt Produktinformationen und bietet Schulungen an.

Das Konzept wurde für Handelspartner ab einem bestimmten Zubehörumsatz entwickelt. Außerdem wird bei der Umsetzung zwischen Großfläche und umsatzstarken Fachhändlern unterschieden. Für Händler mit geringem Zubehörumsatz steht darüber hinaus eine eigene Lösung bereit. hepä

Samsung stellt neues Fachhandelsprogramm vor

Der koreanische Handyhersteller Samsung gehört zu den Unternehmen, die ihre Handelspartner mit breitgefächerten Angeboten beim Abverkauf der Ware unterstützen. Für die Leser der Telekom-Fachzeitschrift "Funkschau Handel" ist Samsung sogar "der Handyhersteller mit der besten Verkaufsunterstützung im Jahr 2002". Um diesem Renommee auch in diesem Jahr gerecht zu werden, haben Oliver Doleschal, Senior Product Marketing Manager, und Hans-Günther Leschniewski, Senior Sales Manager, das neue und exklusive Starlights Fachhandelsprogramm entwickelt.

Es bietet loyalen Einzelhandelspartnern eine Reihe hilfreicher Instrumente und Maßnahmen, durch die sich Samsung Mobiltelefone "noch einfacher und profitabler als bisher vermarkten lassen sollen". Wer sich im Rahmen des Programms qualifiziert hat, nimmt an lukrativen Verkaufswettbewerben und interessanten Schulungsveranstaltungen teil, kann sich attraktives PoS-Material sichern, hat vorrangigen Zugriff auf personalisierbare Werbemittel und wird in zentrale Marketing-Aktivitäten eingebunden.

Samsung will mit dem modular aufgebauten Starlights-Konzept seine partnerschaftliche Beziehung zum Fachhandel weiter vertiefen. Mitmachen können alle deutschen Fachhändler, die das Portfolio von Samsung Wireless Communications bereits aktiv vermarkten oder sich hierzu noch bereiterklären. Als Voraussetzungen zur Teilnahme nennt das Unternehmen folgende Faktoren:

- Physische Präsenz von aktuellen Samsung-Produkten im Shop
- Individuelle Zielvereinbarung im Rahmen der Qualifikation
- Regelmäßige Berichterstattung über Endkundenumsätze mit Samsung-Hardware unter Angabe der IMEI-Nummern

Wünschenswert seien zudem de-

taillierte Produktkenntnisse, um die Features der Samsung Mobiltelefone im Verkaufsgespräch angemessen darstellen zu können. Die ebenfalls neue Starlights Business Academy bietet entsprechende Schulungsveranstaltungen an.

Samsung Partner Lounge

Das Starlights-Programm läuft internetgestützt. Als zentrale Abwicklungsplattform dient die Samsung Partner Lounge, die unter www.wirelesspartner.samsung.de zu erreichen ist. Dort finden Interessenten eine Verzweigung zum "Stargate", wo sie sich als Teilnehmer registrieren lassen können. In die Anmelde- und Qualifizierungszone führen auch Links auf den Händler-Websites der beteiligten Vertriebspartner.

Wer sich qualifiziert hat, nimmt automatisch an den Starlights Verkaufswettbewerben teil. Hieran gekoppelt sind verkaufsunterstützende Spezialmaßnahmen der Bereiche:

- Shop-Ausstattung
- Schulungen
- Event & Promotion
- Werbemittel

Verkaufswettbewerbe

Das Starlights Fachhandelsprogramm hat auf der CeBIT begonnen. Seitdem können sich Tk-Fachhändler anmelden; der spätere Einstieg ist möglich. Mit lukrativen Verkaufswettbewerben, die das ganze Jahr hindurch laufen, will Samsung nicht nur Spanne, sondern auch Spannung in den Handel bringen. Die Wettbewerbe sollen einen starken Sonderanreiz zur Leistungssteigerung des Verkaufspersonals darstellen, zweimal Bonus für ein verkauftes Samsung-Gerät bringen und durch verschiedenste Verkaufsförderungsleistungen optimale Wirkung erzielen.

Den Bereich Verkaufswettbewerbe bilden verschiedene Handelsincentives mit attraktiven Prämien und fairen Gewinnchancen. Die Leistungen der Teilnehmer werden doppelt honoriert,



Das neue Starlights-Händlerprogramm wird in einer Broschüre ausführlich dargestellt.

zum einen mit Euro-Credits für den Zugriff auf den Starlights Sachpreis-Pool, zum anderen mit Status-Punkten für den Zugriff auf den Starlights VKF-Pool. Euro-Gutschriften gibt es für jedes registrierte Samsung-Mobiltelefon, das in der Laufzeit an den Endkunden verkauft wurde.

Die organisatorische Abwicklung erfolgt über die Samsung Partner Lounge. Dort können die Teilnehmer ihr aktuelles Guthaben jederzeit einsehen und ihre Prämien bestellen. In die Wertung kommen alle qualifizierten Händler, die

- erstens eine Zielvereinbarung abgeschlossen haben und
- zweitens ihre Umsätze mit Samsung-Hardware unter Angabe der IMEI-Nummern berichten.

Die Wettbewerbe sind in diesem Monat mit der Starlights-Regio-Challenge zur Ermittlung der "local heroes" unter den Mobilfunk-Fachverkäufern gestartet. Weitere Incentives, über die das Unternehmen seine Handelspartner rechtzeitig informieren wird, schließen sich an.

Schulungsprogramm

Die neu gegründete Starlights Business Academy bietet dem Fachhandel professionelle Schulungen, die auf mehr Beratungsqualität am PoS zielen. Die Schulungen sollen für einen generellen Wissensvorsprung dank gezieltem Know-how-Transfer und mehr Fachkompetenz und Überzeugungskraft im Verkaufsgespräch sorgen und damit größere Kundenzufriedenheit und stärkere Kundenbindung erzeugen.

Samsung plant 100 Schulungstermine pro Jahr an wechselnden Orten im gesamten Bundesgebiet. Erfahrene Trainer machen die Teilnehmer dort nicht nur mit dem aktuellen Samsung Produktportfolio und den Markenwerten vertraut, sondern bilden auch im verkaufspsychologischen Verhalten aus. Zudem wird hintergründig über das Marktgeschehen und die Zukunftstechnologien informiert. Die Teilnehmer werden zu zertifizierten Samsung Value-Partnern, nachdem sie das Basisseminar und das Spezialseminar durchlaufen haben. Die ersten Trainings werden laut Samsung spätestens im Mai stattfinden.

Promotion Tour 2003

Mit der bundesweiten Starlights Promotion Tour 2003 bringt Samsung den Endkunden seine Produkte näher und führt eingebundenen Handelspartnern potentielle Käufer zu. Als vorverkaufende Maßnahme mit exakter Zielgenauigkeit, Aktivierungskraft und hohem Erlebniswert soll die Roadshow die Händlerbekanntheit steigern und einen Imagegewinn für ihn bringen sowie die Kundenfrequenz im Shop erhöhen.

Engagierten Starlights-Teilnehmern bietet sich die Möglichkeit, bei endkundengerichteten Events und Promotions präsent zu sein. Das Roadshow-Fahrzeug kann darüber hinaus auch für händlerspezifische Einsätze gebucht werden, sofern Status-Punkte in ausreichender Zahl angesammelt sind, ein guter Anlaß gegeben ist und die örtlichen Gegebenheiten nicht dagegen sprechen.

Werbemittel

Mit den Starlights Werbemitteln will Samsung dem Handel schließlich wirksame Instrumente für befristete Produktdarstellungen am PoS und in den Medien an die Hand geben. Zum Werbemittel-Bereich zählen unter anderem produktbzw. aktionsbezogene PoS-Materialien, mit denen verdiente Starlights-Händler im Vorfeld von Markteinführungen bevorzugt beliefert werden. Das Spektrum reicht von verschiedensten Endkundenbroschüren über Prospektboxen bis hin zum Themendisplay mit elektronischen Funktionsmodulen. Hinzu kommen diverse Tools für die regionale Printwerbung der Handelspartner, viele davon personalisierbar. Starlights-Teilnehmer, die in die Events und Promotions eingebunden sind, können zudem mit gezielten Werbeaktivitäten zur Bekanntmachung der gemeinsamen Auftritte rechnen.

Fotos aus Handys werden zu Prints

Auf der CeBIT (und wenige Tage zuvor auf der Ringfoto-Messe in Erlangen) ist ein weiterer Schritt in Richtung Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation vollzogen worden: Sowohl Foto- als auch Tk-Unternehmen präsentierten Lösungen zum Printen von Digitalbildern aus Mobiltelefonen. Einige der Lösungen sind über einen ganz normalen PC und einen passenden Digitaldrucker einzurichten, andere erweitern bereits vorhandene Printlösungen um neue Module. Allen gemeinsam ist die Erkenntnis, daß sie ohne großen Aufwand und mit geringen Investitionen die Tür in eine vielversprechende Welt der Zusatzumsätze öffnen können.

Die Bilder aus Fotohandys haben (noch) nicht die Qualität, um sich mit den Aufnahmen aus hochauflösenden Digital- oder gar konventionellen Kameras messen zu können. Daran ändern auch die vielen neuen Mobiltelefone nichts, die im Umfeld oder auf der CeBIT zu sehen waren (einige davon finden sich auch in dieser PoS-MAIL-Ausgabe). Aber eine Diskussion über die Qualität führt zum jetzigen Zeitpunkt eindeutig am Thema vorbei, denn es geht allein um den Spaß am Bild, das Verschicken von Fotos und das Teilhabenlassen anderer an Augenblicken des eigenen

Schon die kurzen Textnachrichten haben bewiesen: Mit SMS können den Lesern keine Werke der Weltliteratur nähergebracht werden. Dennoch nutzen Tag für Tag Millionen von Handybesitzern die Möglichkeit des SMS-Versandes – manchmal, weil es notwendig und wichtig ist, meistens aber schlicht und einfach aus Spaß. Ebenso hat der Erfolg der Polaroid i-zone, die lediglich Sofortbilder im Miniformat 24 x 36 mm produzierte, vor wenigen Jahren gezeigt, daß für diese Art der "Spaßfotografie" ein großer Markt vorhanden ist.

Außerdem sind die Zeiten noch nicht allzu lange her, als auch die Digitalfotografie noch in den Kinderschuhen steckte und deren Ergebnisse bei ambitionierten Fotografen ein mitleidiges Lächeln erzeugten. In wenigen Jahren hat sich diese Situation dramatisch



Kodak integriert eine Handy-Lösung in das bestehende PictureMaker-Konzept.

geändert, und bei Fotohandys ist zu erwarten, daß der qualitative Fortschritt noch rasanter vonstatten geht. Der Fachhandel ist also gut beraten, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen und zu prüfen, ob und inwieweit Bilddienstleistungen für Fotohandys sein Angebotsportfolio erweitern können. Chancen, frühzeitig neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und sich beim Verbraucher als kompetenter Ansprechpartner zu etablieren, gibt es bereits heute. Kodak setzte beispielsweise auf der Capit einen Schwerpunkt auf

der CeBIT einen Schwerpunkt auf das Thema Mobile Imaging und demonstrierte damit sein Engagement, Dienstleistungen für neue fotografische Anwendungen zu entwickeln. Neben dem Kodak Picture Center online Service stand allen voran die neue Kodak Order Station mit Wireless-Anbindung im Blickpunkt des Interesses. Mit ihr können Anwender von Foto-Handys ihre Bilder sofort ausdrucken lassen.

Auch Eurocolor zeigte, wie das im Handel hinreichend bekannte Fujicolor order-it Terminal in die Lage versetzt werden kann, Fotos direkt aus dem Handy anzunehmen und zu drucken. Dazu sind eine Bluetooth-Empfangseinheit und ein Software-Upgrade erforderlich. Ist beides installiert, funktioniert die Bildannahme wie gewohnt: Das order-it Terminal erkennt und akzeptiert ein Bluetooth-Handy als Speichermedium. Nach der Übertragung der Bilder auf das Terminal erscheinen diese im Monitor und können dort in gewohnter Art und Weise bestellt werden. In welcher Größe die Fotos geprintet werden können, hängt, wie immer, von der Größe der vorliegenden Bilddatei

ab; für ein akzeptables Viererprint auf 10 x 15 cm-Papier reichen die derzeit üblichen MMS-Fotos aus. Bei Eurocolor geht man davon aus, daß das Bluetooth-Modul Ende Mai/Anfang Juni lieferbar ist.

Eine andere Lösung hat debitel in Zusammenarbeit mit Silverlab Solutions erarbeitet: Hier wird das MMS-Bild (derzeit noch) über Mobilfunk an einen PC übertragen, dort mit einer speziellen, einfach

GEN

Unter anderem bei Sagem (oben) und Eurocolor (rechts) fanden sich auf der CeBIT Lösungen für das Printen von Bildern aus Handys.

Bluetooth

zu bedienenden Software aufbereitet und über einen Mitsubishi-Drucker geprintet. Eine Lösung für die kabellose Übertragung der Bilddaten über Bluetooth oder Infrarot,

bei der dann keine Mobilfunkkosten mehr anfallen, ist nach Angaben von Silverlab Solutions Geschäftsführer Ali Özer in Arbeit und soll in den nächsten Monaten marktreif sein.

Konventionell per Datenkabel wurden die mit einem Sagem myX-6 aufgenommenen Fotos am Sagem Stand auf der CeBIT auf ein Note-

Handyfotos als "echte Postkarten" verschicken

Auch auf seiten der Netzbetreiber und Service Provider wird an einer Verknüpfung von Fotografie und Telekommunikation gearbeitet. So hat beispielsweise Vodafone D2 auf der CeBIT eine neue Dienstleistung vorgestellt, bei der Fotos aus Handys in Zusammenarbeit mit der Deutschen Post als "echte" Postkarten an den Empfänger zugestellt werden können. Das Angebot "Vodafone-MMS-Postkarte" ermöglicht es, mit dem Handy aufgenommene Bilder mit einem Text zu ergänzen und als "echte" Postkarte zu verschicken. So funktioniert es: Der Absender der "Vodafone-MMS-Postkarte" schickt seine Nachricht an die E-Mail-Adresse postkarte@ vodafone.de. Namens- und Adreßzeile sowie Postleitzahl und Ort gibt der Kunde ins Handy ein, jeweils durch Kommata getrennt. Dann folgt die Eingabe eines Rautezeichens ("#") und des maximal zirka 350 Zeichen umfassenden Kartentextes. Aus den Bild-Text-Informationen der MMS-Nachricht erstellt die Deutsche Post eine echte Postkarte mit dem jeweiligen MMS-Fotomotiv auf der Vorderseite. Nach Druck und Frankierung wird die "Vodafone-MMS-Postkarte" umgehend dem Empfänger auf dem klassischen Postweg zugestellt. In der Einführungsphase kostet der innovative Service zwischen 0,39 und 1,29 Euro, danach können Kosten bis zu 2,49 Euro entstehen.

book übertragen. Von dort aus wurden sie nach der Bildbearbeitung auf den neuen Sagem Fotodrucker geschickt, wo sie wenige Augenblicke später als Print

zur Verfügung standen. Bei Sagem gab es darüber hinaus auch erste Studien für die Integration der MMS-Funktion in DECTFestnetzgeräte zu sehen. Diese

Studien unterstrichen die Meinung vieler Experten, daß das Thema MMS spätestens im Weihnachtsgeschäft eine besondere Bedeutung für den Handel erlangen wird – und mit dem steigenden Verkauf MMS-fähiger Geräte wird auch der Bedarf steigen, entsprechende Digitalbilder in die Hand nehmen zu wollen. Herbert Päge



Bildpostkarten mit Arcor Print on Demand

"Print-on-Demand" heißt ein neuer Service des Arcor Onlinedienstes, mit dem es möglich ist, Bilddateien aus dem Internet als konventionelle Postkarte auf den Weg zu einem beliebigen Empfänger zu bringen. Gedruckt und frankiert wird die Postkarte in einem Lettershop. Die Motive für persönlich gestaltete Grußkarten können aus dem kostenfreien Online-Fotoalbum von Arcor oder vom eigenen PC direkt in den Versandservice geladen werden. Eine Karte kostet zwischen 1,52 Euro (beim Kauf von neun Postkarten) und 1,99 Euro (Einzelverkaufspreis). Der Preis beinhaltet den Kartendruck, das Porto und den Letterservice. Abgerechnet wird über die Arcor Kleingeldbörse, ein Micropayment-System auf der Basis des Lastschrifteinzugs.





Digitalkamera G3

Sie bricht alle Geschwindigkeits-Rekorde.





Movie-Funktion mit Sound

Die kürzeste Auslösereaktionszeit der Welt Sek. schlägt sogar herkömmliche Kleinbildkameras!*

E-Plus i-mode: Neue Handys und neues Tarifmodell

Ein Jahr nach der Markteinführung des mobilen Portals i-mode in Deutschland hat E-Plus eine positive Bilanz gezogen. Den Grund dafür lieferten auf der einen Seite rund 130 Partner, die zirka 170 Content-Angebote für i-mode bereithalten, und etwa 123.000 Kunden, die i-mode allein bis Dezember 2002 nutzten. "Mit i-mode haben wir im vergangenen Jahr einen vollkommen neuen Markt eröffnet", betonte Uwe Bergheim, Chief Executive Officer von E-Plus, auf der CeBIT.

"Die aktuellen Kundenzahlen und die neuen Entwicklungen im Bereich Handy- und Content-Angebot zeigen, daß wir auf dem richtigen Weg sind, das mobile Internet auf dem

deutschen Markt zu etablieren."

Zu einer weiteren Stärkung von i-mode sollen unter anderem vier neue Handys, darunter drei mit Kamera und MMS-Funktion, beitragen, die E-Plus in den kommenden Wochen in das bestehende Angebot aufnehmen wird. Von besonderem Interesse für den Handel dürfte dabei sein, daß mit Modellen von Nokia und Siemens erstmals auch zwei i-mode-kompatible Geräte der Topplayer des deutschen Marktes vertreten sind: Von Nokia steht das neue 3650 zur Verfügung, das bereits in diesen Tagen in Deutschland eingeführt wird, und von Siemens soll das S55 die Vermarktungsaktivitäten für i-mode noch vor dem Sommer ankurbeln. Darüber hinaus werden mit dem NEC n31i und dem m21i von Mitsubishi zwei weitere End-

200 Content-Angebote bis Ende des Jahres

Die Anzahl der Content-Partner steigt stetig. Derzeit (Stand: CeBIT 2003) bietet i-mode mit mehr als 170 Contents ein breites Angebot renommierter Marken. Content-Partner wie BMW, CNN, L'tur, Sportbild und Thomas Cook bringen Informationen und Entertainment auf das Portal. Dieses umfangreiche und breit gefächerte Content-Angebot trägt nach E-Plus Angaben zur Zufriedenheit der Kunden bei. Eine Befragung unter i-mode Kunden ergab, daß 92 Prozent der User das Portal weiterempfehlen würden. Bis Ende des Jahres soll die Anzahl der Content-Angebote auf 200 steigen.

steiger und Gelegenheitsnutzer: Mit i-mode by Call erhalten Interessenten die Chance, i-mode ohne monatliche Fixkosten kennenzulernen. Beim E-Plus Händler entscheidet sich der Kunde entweder für i-mode by Call oder für das Datenpaket S. Aus beiden kann er dann bei Bedarf kostenfrei in die Datenpakete M, L und XL wechseln. Die Mindestvertragslaufzeit in den Datenpaketen M, L und XL richtet sich nach der Mindest-

vertragslaufzeit des gewählten Ausgangstarifs. Neukunden, die sich für das i-mode Datenpaket S entscheiden, erhalten monatlich ein i-mode GPRS-Guthaben in Höhe von 500 KB für fünf Euro bei einer 24-monatigen Mindestlaufzeit. Eines der neuen i-mode Endgeräte gibt es zu einem attraktiven Auf dem CeBIT-Stand von E-Plus gehörten die verschiedenen Informationsangebote zum Thema

Auf dem CeBIT-Stand von E-Plus gehörten die verschiedenen Informationsangebote zum Thema i-mode zu den Publikumsmagneten.

Preis dazu. Der i-mode Nutzer schließt dabei einen Mobilfunkvertrag mit einem i-mode Zusatzvertrag jeweils mit 24 Monaten Laufzeit ab. Damit kann er zum Beispiel monatlich rund 40 E-Mails versenden, 70 i-mode Seiten abrufen, fünf Bilder und fünf Klingeltöne herunterladen. Wer mehr i-mode will, kann kostenlos in eines der größeren i-mode Datenpakete M, L und XL wechseln – und bei Bedarf auch zurück.

Mit dem i-mode Datenpaket M erhält der Kunde ein Megabyte pro Monat für einen Paketpreis von 7,50 Euro. Mit i-mode L gibt es für zehn Euro zwei MB im Monat. Der mobile Profisurfer entscheidet sich am besten für das i-mode Datenpaket XL mit fünf MB für 20 Euro pro Monat. Je größer das Datenpaket, desto günstiger werden die Kilobyte-Preise: Während der Kunde im kleinsten Paket einen Cent pro Kbyte bezahlt, sind es im größten nur 0,4 Cent pro Kbyte. i-mode by Call ist für Kunden geeignet, die das Angebot erst testen möchten. Der Neukunde erwirbt dabei ein i-mode Handy zum regulären Preis und schließt einen Mobilfunklaufzeitvertrag mit der Zusatzdienstleistung i-mode ab. Abgerechnet wird nach übertragener Datenmenge. Der Kunde zahlt pro Kilobyte 0,02 Euro.

Herbert Päge

Rund 1.000 Händler kamen zur E-Plus Roadshow

Rund 1.000 E-Plus-Händler haben an acht Terminen im März und April die Chance genutzt, sich auf der Roadshow des Düsseldorfer Netzbetreibers zu informieren. Auf der Abschlußveranstaltung in Münster, an der auch die PoS-MAIL-Redaktion teilnahm, ließ Sebastian Kattner aus der E-Plus-Trainingsabteilung nach der Begrüßung durch Thomas Burmeister (Bild

links), Regional Sales Manager

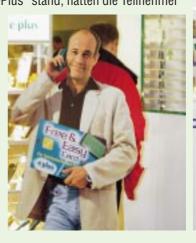


Dealers, zunächst die wichtigsten Ereignisse der Unternehmensgeschichte Revue passieren, bevor Holger Witzig, Director Sales, aktuelle Kennzahlen zur Branche, zum Markt und zu E-Plus bekanntgab. Bernd Knisch, Team Manager Sales Private, kündigte anschließend an,

was der Handel mit der jetzt beginnenden i-mode Phase II zu erwarten hat, und wiederum Sebastian Kattner stellte denjenigen, die nicht in Hannover waren, die E-Plus

CeBIT-Neuheiten vor. Im Rahmen der Roadshow, die unter dem Motto "Zehn Jahre E-Plus" stand, hatten die Teilnehmer

auch Gelegenheit, sich anhand eines Zusammenschnitts von TV-Beiträgen sowie verschiedener Dekostücke über die E-Plus Werbemaßnahmen aus Vergangenheit und Gegenwart zu informieren. Außerdem wurden in Münster vier Händler geehrt, die E-Plus von Beginn an treu sind.





rige Grenze lag bei 1.000 Zeichen.
rige Grenze lag bei 1.000 Zeichen.

Neues Tarifmodell macht
i-mode by call möglich

Anfang April hat E-Plus ein neues Tarifmodell für i-mode gestartet. Dieses ist nach Angaben des Unternehmens einfach, überschaubar und läßt dem Kunden die Wahlfreiheit, sich für den Tarif zu entscheiden, der am besten zu seinen persönlichen Wünschen und seinem individuellen Telefonier- bzw. i-mode-Nutzungsverhalten paßt. Zur Auswahl stehen die Datenpakete S für Wenig- und Normalnutzer sowie M, L und XL für "Heavy-User". Darüber hinaus gibt es einen speziellen Tarif für Ein-

geräte in das E-Plus Portfolio inte-

griert. Zusammen mit den bereits

erhältlichen Handys NEC n21i,

NEC n22i und Toshiba TS21i kann

der Handel seinen Kunden dann

Zu den wichtigsten Neuerungen

der kommenden i-mode Geräte

gehört die Möglichkeit, i-mode

Mails mit mehr als tausend Zei-

chen zu verschicken - die bishe-

sieben i-mode Handys anbieten.

Netzbetreiber-Stände gut besucht

Wenig vom Besucherrückgang zu spüren war auf der diesjährigen CeBIT in den Telekommunikationshallen. Insbesondere die Stände der Mobilfunkbetreiber wurden Tag für Tag zu Publikumsmagneten. Während vor allem die UMTS-Demos auf großes Interesse der Endverbraucher stießen, informierten sich Fachbesucher vor allem über die verschiedenen neuen Angebote für Privat- und Geschäftskunden. Hier nur ein kleiner Ausschnitt aus allen Neuheiten und Neuigkeiten.

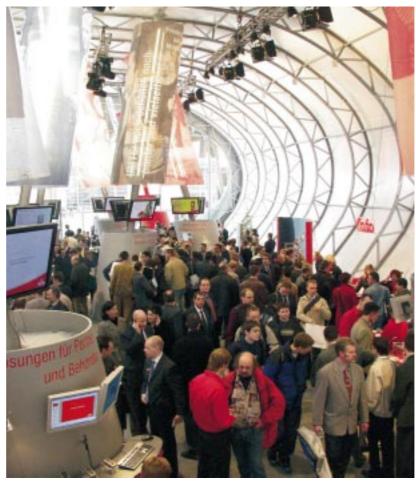
Vodafone D2 teilte beispielsweise mit, daß Nutzer von CallYa-Karten ab sofort an 600 deutschen Citibank-Geldautomaten Beträge in Höhe von 15, 25 oder 50 Euro aufladen können. Einzige Voraussetzung, um diesen kostenlosen Dienst nutzen zu können, ist der Besitz einer gültigen EC-Karte. Das Aufladeverfahren funktioniert, weil die Geldautomaten der Citibank um die Option "Prepaid-Karte aufladen" erweitert wurden. Nach der Bestätigung dieser Option muß der Kunde die Vodafone-Telefonnummer der CallYa-Karte eingeben, die aufgeladen werden soll. Dies kann seine eigene, aber auch die einer anderen Person sein, etwa von Freunden oder Kindern. Vodafone D2 plant, daß bald auch die Geldautomaten anderer Banken diesen komfortablen Weg der Aufladung für CallYa-Kunden anbieten.

Mit Vodafone Mobile Office hat das Unternehmen außerdem eine neue Palette von Lösungen für den mobilen Geschäftskunden vorgestellt. Die Nutzung wurde so einfach gestaltet, daß sich der Reisende bei diesem Produkt nicht mit der Technik auseinandersetzen muß, sondern lediglich die Bedienoberfläche auf seinem Notebook zu starten braucht. Dort klickt er auf das entsprechende Symbol, und die Verbindung wird von der Vodafone Mobile Connect Card hergestellt. Hat er GPRS- oder künftig auch UMTS-Abdeckung muß er sich nur noch für das Firmennetz authentifizieren, wie er das auch aus dem Büro gewohnt ist. Die sichere Anbindung an das Firmennetz wird zum Beispiel über einen VPN-Zugang (Virtual Private Network) gewährleistet.

Befindet sich der Reisende an einem Hotspot mit WLan-Angebot von Vodafone, kann er auch diese schnelle Verbindung nutzen. Dafür gibt er seine Handynummer ein und bekommt eine SMS mit temporärem Kennwort zugeschickt. Nach Eingabe dieses Kennwortes

wird die Verbindung zu Firmennetz oder Internet aufgebaut. Die Abrechnung erfolgt über die Handyrechnung, bei WLan alternativ auch über die Kreditkarte.

Mobile Anwendungen aus dem Unterhaltungsbereich standen auf der CeBIT im Mittelpunkt des Angebots von **O**₂ **Germany**. Der Netzbetreiber stellte neuartige Pakete zu den Themen Music und Games vor. Gemeinsam mit Partnern zeigt O₂ unter anderem, wie Kunden mit ihrem Handy Songs



So reges Besucherinteresse wie am Stand von Vodafone D2 (oben) und O_2 hätten sich in diesem Jahr alle CeBIT-Aussteller gewünscht.

O₂ can do

herunterladen oder Musikvideos anschauen können. Beispielsweise wird O2 das "Music-Pack" auf den Markt bringen. Darin sind neben Klingeltönen, Screensavern mit Starporträts und weiteren Services rund um das Thema Musik auch Downloads von Musiktiteln enthalten. Kunden können sich dabei unterwegs Songs über ihr Handy herunterladen. Dazu wird ein Digital Music Player an das GPRS-Handy angeschlossen. Über ein Menü auf dem Player klickt der Kunde dann die gewünschten Songs an. Neben der Möglichkeit, Songs herunterzuladen, zeigt O₂ auch das Streaming von Musik-Videos. Nach der CeBIT startete O₂ einen mehrmonatigen Testlauf. Anschließend werden Preise für das "Music-Pack" bekanntgege-

ben. Weiterhin wird O_2 das sogenannte "Games-Pack" auf den Markt bringen. Dieses enthält verschiedene Handyspiele mit vielen dazugehörigen Infos und Tips. Für einen monatlichen Grundpreis kann sich der Kunde beliebig viele Spiele herunterladen.

Neben den Angeboten aus den Bereichen Music und Games zeigte O_2 auf der CeBIT neue Datendienste zum Thema Multimedia Messaging wie "MMS to Postcard". Dabei kann der Kunde eine MMS, als Postkarte gedruckt, an einen Empfänger schicken.

Um den Kunden einen leichten Zugang zu den neuen Services zu ermöglichen, hat O_2 das neue Portal " O_2 Active" eingerichtet. Dieses führt über Icons schnell zu den mobilen Datendiensten. Das

Online-Portal paßt sich der individuellen Nutzung des Kunden an. Häufig genutzte Anwendungen wandern auf die erste Ebene und sind dadurch schneller erreichbar. "O₂ Active" ist für folgende Geräte optimiert: Nokia 3650, Siemens S55, M55 und SL55, Samsung V200 und Sony Ericsson P800.

Auch für **T-Mobile** Kunden öffnet sich das mobile Büro bald per Mausklick: Das neue T-Mobile Communication Center, eine Software für Notebooks, erleichtert den Zugriff auf viele Funktionalitäten der mobilen Bürokommunikation. Das eigene E-Mail Postfach, Intranet-Inhalte und Firmenportale sind mit Hilfe der Lösung ebenso unkompliziert erreichbar wie Internet-Seiten. Selbst das Verfassen und Versenden von Kurzmitteilungen (SMS) ist über die grafische Nutzeroberfläche problemlos möglich. Voraussetzung für die Nutzung der Software ist lediglich die einmalige Konfiguration des genutzten Notebooks. Geeignet ist die Software für alle Laptops mit Windows-Betriebssystemen (NT, 2000, XP, XP Pro). Weiterhin hat T-Mobile Deutschland sein mobiles Informations-, Entertainment- und Serviceangebot t-zones ausgebaut: So können T-Mobile Kunden ab sofort mit t-zones Handys komfortabel durch iconbasierte Menüsteuerung auf verschiedenste Angebote von t-zones zugreifen. Unterstützt wird diese Funktionalität durch die bereits vorkonfigurierte t-zones Taste auf dem jeweiligen Handy.

Der Kunde erhält so direkten Zugriff auf die Angebote von t-zones. Gemeinsam mit Kooperationspartnern wurden das Portfolio an Inhalten deutlich erweitert und die Oberfläche benutzerfreundlicher gestaltet. Darüber hinaus profitieren Nutzer von umfangreichen Messaging-Diensten, die im Laufe des Jahres überdies einen direkten Zugriff auf MSN-Dienste (Microsoft Network) ermöglichen werden. Ergänzt wurde das Service-Angebot auf t-zones durch die Einführung neuer GPRS-Tarife.

**Aktuell

Stahlgruber und T-Mobile starten Racing-Cup 2003

"Win the Race!" ist das Motto eines Verkaufswettbewerbs für rennsportbegeisterte Mitarbeiter des Tk-Fachhandels, den der GSM-Distributor Stahlgruber gemeinsam mit T-Mobile veranstaltet. Das Incentive hat bereits im April begonnen und dauert bis zum Jahresende; ein späterer Einstieg ist möglich. Es findet im Rahmen des PoS-Partnerprogramms 2003 statt und ist in drei Leistungsklassen und fünf Renntage unterteilt. Teilnahmeberechtigt sind alle deutschen Fachhändler, die über Stahlgruber beziehen und eine VO-Nummer für T-D1 Freischaltungen besitzen. Gewertet werden alle T-D1 Aktivierungen im Aktionszeitraum, die je nach Vertragsart unterschiedliche Bonuspunkte bringen.

Wer am höchsten über seiner individuellen Zielvorgabe liegt, gewinnt die Etappe und kann zwischen verschiedenen Gewinnen wählen. Mitveranstalter T-Mobile stellt zum Beispiel hochwertige Präsentationssysteme für den PoS zur Verfügung. Neben diesen Shop-Sonderausstattungen sind auch individualisierbare Werbemittel und Werbekostenzuschüsse im Prämientopf.

Als Alternativen warten Sachpreise, die etappenweise wechseln. Das aktuelle Ranking ist wochenaktuell auf der Stahlgruber-Homepage abrufbar. Der Sieger der Gesamtwertung, bei dessen Ermittlung die jeweils besten drei Etappenergebnisse zugrunde gelegt werden, bekommt neben einer repräsentativen Trophäe ein Erlebniswochenende in der realen Rennsportwelt. Den Höhepunkt bildet dabei ein Fahrertraining auf dem Nürburgring unter professioneller Leitung.

Anmeldungen für "Win the Race!" nimmt Stahlgruber unter Telefon 0661/480066-100 entgegen.

Angebote für Privat- und Geschäftskunden

Neuheiten

Plantronics stellt erstes vollkommen schnurloses **DECT-Headset vor**



Mit dem CS60 hat Plantronics das erste vollkommen schnurlose Headset inklusive einer Basisstation für bewegliches Telefonieren im

Büro vorgestellt. Das DECT-Gerät soll dem Handel ab Sommer zur Verfügung stehen. Das CS60 ist eine Kombination aus einer Basisstation mit einem diskreten Headset, das auf der Station hängt. Zum Telefonieren wird das 28 Gramm schwere Headset abgenommen und aufs Ohr gesetzt. Beide Hände



bleiben frei, um beispielsweise neben dem Telefonat das Gesprochene mitschreiben, Informationen in Unterlagen suchen oder gleichzeitig ein Fax verschicken zu können. Bei Beendigung wird das Headset wieder an die Station gehängt. Die Handhabung ähnelt damit der beim Telefonieren mit einem herkömmlichen Telefonhörer. Möglich wird das durch die Plantronics Technik Intellistandard. Das CS60 arbeitet im Umkreis von bis zu 100 Metern mit exzellenter Übertragungsqualität einwandfrei. Die Sprechzeit von bis zu neun Stunden reicht für einen vollen Arbeitstag. Das CS60 gibt es in verschiedenen Tragevarianten: als herkömmliche Version fürs Ohr (Ohrbügelversion), als über dem Kopf Variante (Kopfbügelversion) und als Hinterkopfbügelversion. Am Headset befindet sich eine Betriebsanzeige, die Dritte durch darauf aufmerksam macht, daß gesprochen wird.

"Im-Ohr-Headset" mit Mikrofonarm



Plantronics hat dem MX150 das erste "Im-Ohr-Headset" mit Mikrofonarm präsentiert. Das

MX150 ist nach Angaben des Herstellers die Antwort auf die Nachfrage im Markt nach einer optimalen Kombination aus den Stärken des MX100 (sehr klein, kaum zu sehen und trotzdem extrem stabil) und einem flexiblen Mikrofonarm, der mit der Plantronics Noise Cancelling Technologie ausgerüstet ist und so für eine überragende Übertragungsqualität sorgt. Das laut Pressemitteilung einzigartige und attraktive FlexGrip Design sorgt für optimalen Halt und Komfort, der sehr bewegliche Mikrofonarm kann leicht in die individuell richtige Position gebracht werden. Das MX150 wird es in acht verschiedenen Versionen für die aktuellen Handy-Modelle von Sony Ericsson, Nokia, Motorola, Samsung and Siemens geben.

Version 3.04 für AVM Software Fritz! steht bald zur Verfügung



Auf der CeBIT hat AVM erstmals die neue Version 3.04 der ISDN-Software Fritz! gezeigt. Damit setzt das Berliner Unter-

nehmen weiter auf Mehrwert per Software-Upgrade. So gibt Fritz!web in der neuen Version mit der Funktion Netzwerkfreigabe den Internetzugang für alle Rechner frei und verbessert mit Traffic Shaping den Datenfluß. Mit der neu integrierten Rufumleitung bietet Fritz!fon einen bei Netzanbietern oft mit monatlichen Bereitstellungsgebühren verbundenen Dienst ohne Mehrkosten an. Dreimal schnelleres Faxen mit Fritz!fax und der Multimedia-Dienst MMS over ISDN runden die Neuheiten bei Fritz! 3.04 ab. Das Upgrade gibt es im Laufe des zweiten Quartals zum kostenfreien Download.

BlueFritz! AP-X DSL von AVM kombiniert DSL, ISDN und Bluetooth



Mit dem neuen BlueFritz! AP-X DSL kombiniert AVM erstmals die Technologien DSL, ISDN und Bluetooth in einem Gerät.

Durch die Integration einer DSLund einer ISDN-Karte kann der

Agfeo bietet Handel mit Sicherheitstechnik neue Umsatzmöglichkeiten

Reachreelder

Türkestaktmetter



Ein spezieller Agfeo Wireless-Alarm-Controler mit serieller Schnittstelle für die Agfeo AS 1x. AS 2x. AS 3x. AS 40P. AS 4000 und AS

100 IT ermöglicht die Kombination dieser Tk-Anlagen mit verschiedenen Siemens Funkmeldern der Novum Serie. Bis zu 48 Funkmelder können über den Wireless-Alarm-Controler schnurlos an eine Agfeo Tk-Anlage angebunden werden. Eine zusätzliche Verkabelung im Haus



- Glasbruchmelder, die zum Beispiel das Einschlagen einer Fensterscheibe melden
- Türkontaktmelder, die das Öffnen eines Fensters oder einer Tür melden
- Rauchmelder, die bei Rauchentwicklung Alarm auslösen
- Bewegungsmelder, die Bewegungen im Raum signalisieren
- Alarmsirenen mit einer Lautstärke von 80 dB
- Funkkontakte mit jeweils zwei Eingangsund zwei Ausgangskontakten

Über diese verschiedenen Melder werden die Signale in der AgfeoTk-Anlage empfangen und entsprechend verarbeitet. Mit Hilfe von Agfeos AIS-Modul kann auf



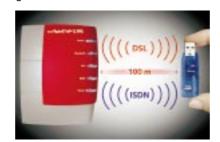
die

ein- bzw. ausgeschaltet werden. Aber auch andere Meldungen, etwa das unerwünschte Abtauen einer Kühltruhe, können per Funkkontakt an die ISDN Tk-Anlage gesendet und entsprechend verarbeitet werden.

Die Funk-Melde-Technik basiert auf einem patentierten System, das in Großsystemen bereits vielfach eingesetzt wird und nun auch für kleinere Anwendungen zur Verfügung steht.

Der Betrieb der einzelnen Melder ist mit drei handelsüblichen Mignon Batterien (Größe AA) für mindestens zwei Jahre möglich. Im Freien können Funkstrecken von bis zu 300 Metern realisiert werden. Die Geräte arbeiten in einem Temperaturbereich von minus 20° Celsius bis plus 55° Celsius.

Bluetooth-Access Point direkt mit dem DSL- und ISDN-Netz verbunden werden. Damit steht die gesamte Kommunikation kabellos



zur Verfügung. Zusätzlich bietet der neue BlueFritz!-Access Point Anschlußmöglichkeiten für einen PC über den USB-Anschluß und für zwei analoge Endgeräte wie Fax oder Telefon. Über das Netzwerk-Profil Pan vernetzt BlueFritz! bis zu sieben PC's drahtlos bis zu einer maximalen Entfernung von 100 Metern. Alle PC's haben Zugang zu DSL und ISDN. BlueFritz! AP-X DSL ist voraussichtlich ab dem dritten Quartal 2003 erhältlich.

Compact 4406 DSL von Auerswald bringt ISDN und ADSL zusammen



Eines der Highlights unter den Produktvorstellungen bei Auerswald ist die kombinierte ISDN/ ADSL-Anlage Compact

4406 DSL. Sie ermöglicht Komforttelefonie, CTI-Anwendungen, Datenübertragung und High-



speed-Internetzugang über DSL für mehrere Rechner im lokalen Netzwerk. Der Telefonanlagenteil ist mit sechs analogen und bis zu vier S₀-Ports ausgestattet. Er bietet den vollen Umfang der von Auerswald bekannten Leistungsmerkmale. Der integrierte ISDN-PC-Adapter wird über den USB-Port mit dem Rechner verbunden und gestattet, zusammen mit der im Lieferumfang enthaltenen Software Comsuite, PC-basierte Sprach- und Datenkommunikation. Der gemeinsame Highspeed-Internetzugang für alle im Netzwerk angeschlossenen Rechner wird durch eine eingebaute DSL-Router-Modem-Baugruppe realisiert.

Agfeos TK-Suite-Basic steigert die Effizienz bei ISDN-Tk-Anlagen



Agfeo ISDN-TK-Anlagen ausgeliefert.

TK-Suite unterstützt den Nutzer einer Agfeo Telefonanlage bei der Konfiguration der Telefonanlage und bietet viele Funktionen für den effizienten Alltagseinsatz. Dazu gehören Kontaktverwaltung, Kostenauswertung oder die "Wiedervorlage" von Anrufen.

Um in bestehende Netzwerke integriert werden zu können, baut TK-Suite auf einer Client-Server Architek-

Agfeo hat mit der Kommunikationssoftware tur auf. Dabei sorgt die Multiplattformfähigkeit dafür, TK-Suite Basic ein umfangreiches Programm- daß sich TK-Suite in den meisten heterogenen Netzpaket vorgestellt. Es wird in Verbindung mit werken zurechtfindet. TK-Suite Server und TK-Suite

Client sind derzeit für Windows 98 und höher verfügbar, Versionen für Mac OS X und Linux folgen. Alle Daten werden zentral auf einem TK-Suite Server verwaltet, auf den von jedem Rechner im Netzwerk über TK-Suite Client oder einem Webbrowser zugegriffen werden kann. TK-Suite Server enthält neben einer Datenbank auch

mehrere Anwendungen, die als Webkomponenten realisiert wurden.

Auerswald nimmt ISDN-DECT-System ins Programm



Auch im lokalen Telefonnetz einer Nebenstellenanlage geht der Trend zu mehr Mobilität. Aus diesem Grund hat Auers-

wald ein speziell auf die aktuellen Anlagen zugeschnittenes ISDN-



DECT-Schnurlossystem Comfort DECT ins Programm aufgenommen. Die über einen internen S₀-Port angeschlossene Basisstation



erhält über die ISDN-Leitung gleichzeitig die Stromversorgung; ein separates Netzteil ist deshalb nicht erforderlich. Die Reichweite läßt sich durch Einsatz von bis zu sechs Repeatern auch für große Grundstücke oder entfernte Gebäudeteile optimieren. Pro internem S_0 -Port der Telefonanlage kann ein Comfort DECT-System angeschlossen werden. Das leichte und robuste Mobilteil ist mit einem beleuchteten Display, Vibrationsruf und Headset-Anschluß ausgestattet und bietet nach Angaben des Herstellers hohe Sprech- und Standby-Zeiten. Im Telefonbuch des Mobilteils lassen sich bis zu 80 Einträge speichern. Die Markteinführung des neuen DECT-Systems ist für Ende Mai vorgesehen.

Neuheiten ergänzen das Produktportfolio für Pkw beim Funkwerk Dabendorf



Funkwerk Dabendorf hat verschiedene Neuheiten vorgestellt, die dessen Produktportfolio für Pkw-Zubehör ergänzen. Dazu gehört bei-

spielsweise Audio 3000 vision: Durch diese Steuerbox wird die Freisprechanlage Audio 3000 mit der Fahrzeugelektronik verbunden, so daß die Informationen vom Handy zum Fahrzeugdisplay übertragen werden. Damit wird die komfortable Darstellung der Informationen eines Fahrzeugdisplays durch zusätzliche Informationen des Mobiltelefons vervollständigt. Wie gewohnt bei Uhr und Radio kann der Nutzer dann zum Beispiel

im Display die Rufnummer ablesen oder im Telefonbuch blättern, ohne den Blick von der Straße nehmen zu müssen. Anrufer werden, sofern diese Funktionen unterstützt werden, durch Rufnummer oder Namen angezeigt. Der Status der Audio 3000 ist jederzeit auf dem Display sichtbar. Die audiovisuelle Lösung kombiniert alle Vorzüge der Audio 3000, etwa Sprachsteuerung, Datenübertragung und Notrufmanagement, mit der übersichtlichen Darstellung auf dem Fahrzeugdisplay.

Ebenfalls neu beim Funkwerk Dabendorf ist die Lenkradbedienung Audio 3000 control für den Universal Car Communicator. Durch bereits am Lenkrad vorhandene Bedienelemente

THB Bury hat das

neue Navigations-

system Chauffeur Talk



ist es möglich, die Funktionen der Audio 3000 vom Lenkrad aus zu nutzen. Neben dem direkten Annehmen und Beenden des Telefongesprächs an der Audio 3000 können auch die Lautstärke vom Lenkrad aus eingestellt und die Sprachsteuerung aktiviert werden. Durch die Steuerbox Audio 3000 control werden die Freisprechanlage mit der Fahrzeugelektronik verbunden und der Zugriff auf die Lenkradtasten ermöglicht. Auf diese Weise wird es möglich, vom Werk aus installierte Mehrfunktionslenkräder, die nicht bereits beim Kauf schon mit einer Freisprecheinrichtung ausgestattet sind, auch nachträglich noch mit umfangreichen Komfort- und Ausstattungsmerkmalen aufzuwerten.

Bluetooth-Kfz-Adapter jetzt auch im Hama Sortiment für Freisprechanlagen



Zubehörspezialist Hama bietet mit dem Bluetooth-Kfz-Adapter von LinTech eine Lösung zur Umrüstung der gängigsten Festeinbau-Vari-

anten für Bluetooth-Handys. Nachdem der Adapter mit den vier Bedientasten



mit der Freisprecheinrichtung verbunden und gut erreichbar im Fahrzeug plaziert wurde, kann die Kommunikation zwischen Handy und Freisprecheinrichtung sofort starten sofern sich das Handy im Bluetoothbereich befindet. Am Adapter selbst werden Anrufe angenommen, abgewiesen oder beendet. Darüber hinaus wird dort die Lautstärke geregelt, und es kann zwischen Handy und Freisprechanlage umgeschaltet werden. Dieses Ausstattungsmerkmal erweist sich beispielsweise dann als nützlich, wenn der Telefonierer während des Telefonats das Auto verlassen will, ohne das Gespräch zu unterbrechen.

THB Bury stellt neues Navigationssystem vor



Anna Bury nahm sich auf der CeBIT die Zeit, der PoS-MAIL-Redaktion die aktuellen Neuheiten zu zeigen.

8000 vorgestellt. Es schließt die Lücke zwischen kompletter Navigation und PDA-Lösungen. Das Gerät kann als Ergänzung eines bereits vorhandenen Radios und/oder einer Freisprechanlage installiert werden, es läßt sich jedoch auch vollkommen unabhängig von Radio oder Telefon einbauen. Die Installation kann ohne große Probleme erfolgen. Einer der Vorteile dieses Navigationssystems gegenüber Wettbewerbsprodukten liegt nach Angaben des Herstellers darin, daß es auch bei

Fahrzeugneigungswinkeln bis

zu 14 Grad horizontal und 45 Grad vertikal einwandfrei arbeitet. Das ist beispielsweise für die Besitzer von Offroad-Fahrzeugen wichtig. Das Kartenmaterial für das Gerät wird auf CompactFlash-Speicherkarten geliefert. Diese arbeiten laut THB Bury in Fahrzeugen auch bei starken Erschütterungen wesentlich stabiler als CDs oder

DVDs. Die CF-Karten sind wiederbeschreibbar. Im Lieferumfang des Systems enthalten ist Kartenmaterial für Deutschland; Karten für Benelux, Frankreich, Großbritannien und Irland sollen kurzfristig folgen. Aktualisierungen werden im Internet bereitgestellt und können dort kostenpflichtig heruntergeladen werden. Updates sollen zwischen 30 bis 50 Euro kosten (und sind damit sehr kostengünstig). Das Gerät verfügt über eine sogenannte Saftycard, die zum einen die persönlichen Navigationsdaten des Fahrzeuginhabers speichert und zum anderen



gegen Diebstahl schützen soll. Für das Chauffeur Talk 8000 lieferbar ist derzeit ein Monochrom-Monitor mit Pfeilanzeige, ein Farbmonitor im 16:9-Format sowie ein Farbmonitor im 4:3-Format sollen folgen. Die Anlage ist verpolungssicher.













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

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



eBay verwandelt Restposten in Schnelldreher

Hardcore-Fans des Internet-Handelsplatzes wissen: Nur bei eBay hat man die Chance, auch noch Geräte der vorletzten Generation über dem empfohlenen Verkaufspreis an den Mann (oder die Frau) zu bringen. Ist diese Aussage vom Prinzip her scherzhaft gemeint, so verbirgt sich trotzdem ein Kern Wahrheit darin. **Denn die Kombination aus dem (sportlichen)**

Doch auch wenn es sich bei einem solchen Kaufabschluß eher um die Ausnahme als um die Regel handelt, bietet der Online-Marktplatz eBay High-Tech-Händlern gerade in Krisenzeiten eine clevere Möglichkeit zur schnellen und dauerhaften Umsatzsteigerung. Und dies ohne großen finanziellen und zeitlichen Aufwand, aber mit erheblichen Erfolgschancen: Allein zwölf Millionen unterschiedliche Besucher wurden beispielsweise laut Nielsen/Netratings im November 2002 bei eBay gezählt.

Aufgrund der intensiven Nutzung ist eBay ein hervorragender Platz für den Verkauf von Restposten. Dabei spielt es keine Rolle, ob sie aus dem Bereich Computer, Unterhaltungselektronik, Büroartikel, Foto, Autozubehör oder Haushaltsgeräte stammen – es gibt so gut wie nichts, das bei eBay nicht gehandelt wird. Allein in Deutschland sind in den populären Kategorien aktuell jeweils mehr als 50.000 Artikel gelistet. Ein großer Anteil davon werde in weniger als zehn Tagen verkauft, hieß es.

Zusätzliche Verkaufschance

Immer mehr Handelsprofis erkennen die Chance, den ursprünglich als Börse für private Nutzer gegründeten Marktplatz für den Online-Verkauf von Neuheiten, Restposten, Retouren, gebrauchten und neue Waren einzusetzen. Alles, was im stationären Handel Regal- und Lagerfläche beansprucht und Kosten verursacht, erhält bei eBay eine zusätzliche Chance, von einem Interessenten entdeckt und gekauft zu werden. eBay ist den bisherigen Erkenntnissen der Verantwortlichen nach als Vertriebskanal besonders attraktiv zu Beginn (begehrte Neuheiten oder Trendprodukte) und

am Ende (Restposten und Rückläufer) eines Produktlebenszyklus. Während der Einführungs- und Wachstumsphase eines Produkts kann eBay als paralleler Vertriebskanal zu gängigen Vertriebskanälen genutzt werden. Während

eBay ist ein schneller und dynamischer Marktplatz. Das nützt Verkäufern und Käufern gleichermaßen. Innerhalb von weniger

der Sättigungs- und Nachzügler-

phase ist die Online-Plattform als

bevorzugter Vertriebskanal gegen-

über alternativen Liquidations-

kanälen nutzbar.

Streben nach Erfolg und dem vielen Menschen eigenen Trieb zum Sammeln und Jagen, das prickelnde Gefühl, im entscheidenden Moment den Button zu drücken und als Sieger einer Versteigerung hervorzugehen, hat bei eBay schon so manchen Nutzer veranlaßt, Artikel zu einem Preis zu erwerben, von dem der Handel kaum zu träumen wagt.

> Im Gegensatz zu den klassischen Verkaufskampagnen, mit denen neue Kunden gewonnen werden sollen, ist der Einstieg bei eBay weder zeitaufwendig noch teuer. Denn die gesamte E-Commerce-Plattform ist bereits im Internet vorhanden und muß weder vom Anbieter eingerichtet noch gepflegt werden. Zu zahlen sind ausschließlich Einstellgebühr und Provision als verkaufsgebundene Transaktionskosten, Fixkosten fallen dagegen nicht an. Die vom Startpreis abhängige Einstellgebühr beträgt zwischen 25 Cent und

Sortiment erneuert sich in zehn Tagen komplett

als zehn Tagen erneuert sich das komplette eBay-Sortiment. Anders gesagt: Weltweit wechselt zum Beispiel alle 30 Sekunden ein Notebook, alle 20 Sekunden eine Kamera, alle acht Sekunden ein Videospiel und alle zwei Sekunden ein Kleidungsstück den Besitzer. Dabei haben die Umsätze inzwischen mehrstellige Dimensionen erreicht: In Deutschland wurden im vierten Quartal 2002 Waren im Wert von mehr als einer Milliarde Euro bei eBay gehandelt.

Wahl zwischen zwei **Angebotsformaten**

eBay bietet zwei Angebotsformate: Verkauf zum Festpreis oder per Online-Auktion an den Höchstbietenden. Immer wieder berichten laut eBav kleine und mittelständische Händler, sie hätten eBay "zum Spaß" getestet. Heute seien die meisten davon sogenannte Powerseller, also erfahrene Verkäufer mit regelmäßigen Umsätzen und durchweg positiven Kundenbewertungen.

2,40 Euro. Mit der Verkaufsprovision verhält es sich umgekehrt: Je höher der Verkaufspreis desto geringer die Provision. Diese variiert zwischen 1,5 und vier Prozent.

Wenige Schritte bis zum Verkauf

Voraussetzung zum Verkauf bei eBay sind die einmalige Registrierung und die Angabe eines Kontos. von dem die eBay-Gebühren abgebucht werden. Im zweiten Schritt füllt der Anbieter ein Verkaufsformular aus, in dem verschiedene Punkte wie das Angebotsformat und die Kategorie festgelegt werden. Hier wird die Ware auch beschrieben; gegebenenfalls können Produktfotos zu den Artikeln plaziert werden.

Der Anbieter kann wählen, ob er die Ware drei, fünf oder zehn Tage anbietet, und er kann wählen, ob die Auktion/der Verkauf sofort startet oder zu einem späteren Zeitpunkt beginnen soll. Nach Ablauf der gewählten Zeitspanne werden Verkäufer und Käufer durch eBay

über die Transaktion informiert. Innerhalb von drei Werktagen sollen die Handelspartner Kontakt miteinander aufnehmen. Der Versand der Ware erfolgt nach Absprache. gewöhnlich jedoch nach Eingang der Zahlung beim Verkäufer.

Ausführliche Unterstützung

Alle Schritte werden bei eBay ausführlich erklärt und sind über die "Hilfe"-Funktion immer wieder einsehbar. Auf diese Weise werden auch Neulinge mühelos durch die eBav-Seiten geführt.

Die Handhabung der einzelnen High-Tech-Kategorien ist durch eine übersichtliche Struktur und logische Unterteilung der Geräte nach Markennamen und Gerätetypen einfach. Durch das hohe Maß an Preistransparenz findet der Kaufinteressent eine große Auswahl an neuen und gebrauchten Geräten sowie Zubehör. Die zusätzliche Suchfunktion ("Merkmalfinder") ermöglicht eine gezielte Suche nach Produktattributen.

Wer beispielsweise aus Zeit- oder Personalmangel nicht direkt bei eBay als Verkäufer auftreten will oder kann, kann den Vertrieb durch einen externen Dienstleister durchführen lassen. Je nach Bedarf können der gesamte Vertriebsprozeß oder einzelne Teile an externe Anbieter ausgelagert werden, zum Beispiel Lagerung, Kleinkommissionierung, Auktionsmanagement, Inkasso, Logistik oder Customer Relation Management.



Startseite | Anmelden | Mein eBay | Übersicht | Einloggen Kaufen | Verkaufen | Service | Suchen | Hilfe | Gemeinschaft

mationen. Verknüpfungen leiten die Besucher der Online-Handelsplattform zu Themen, die sie

Maßnahmen zum **Schutz vor Betrug**

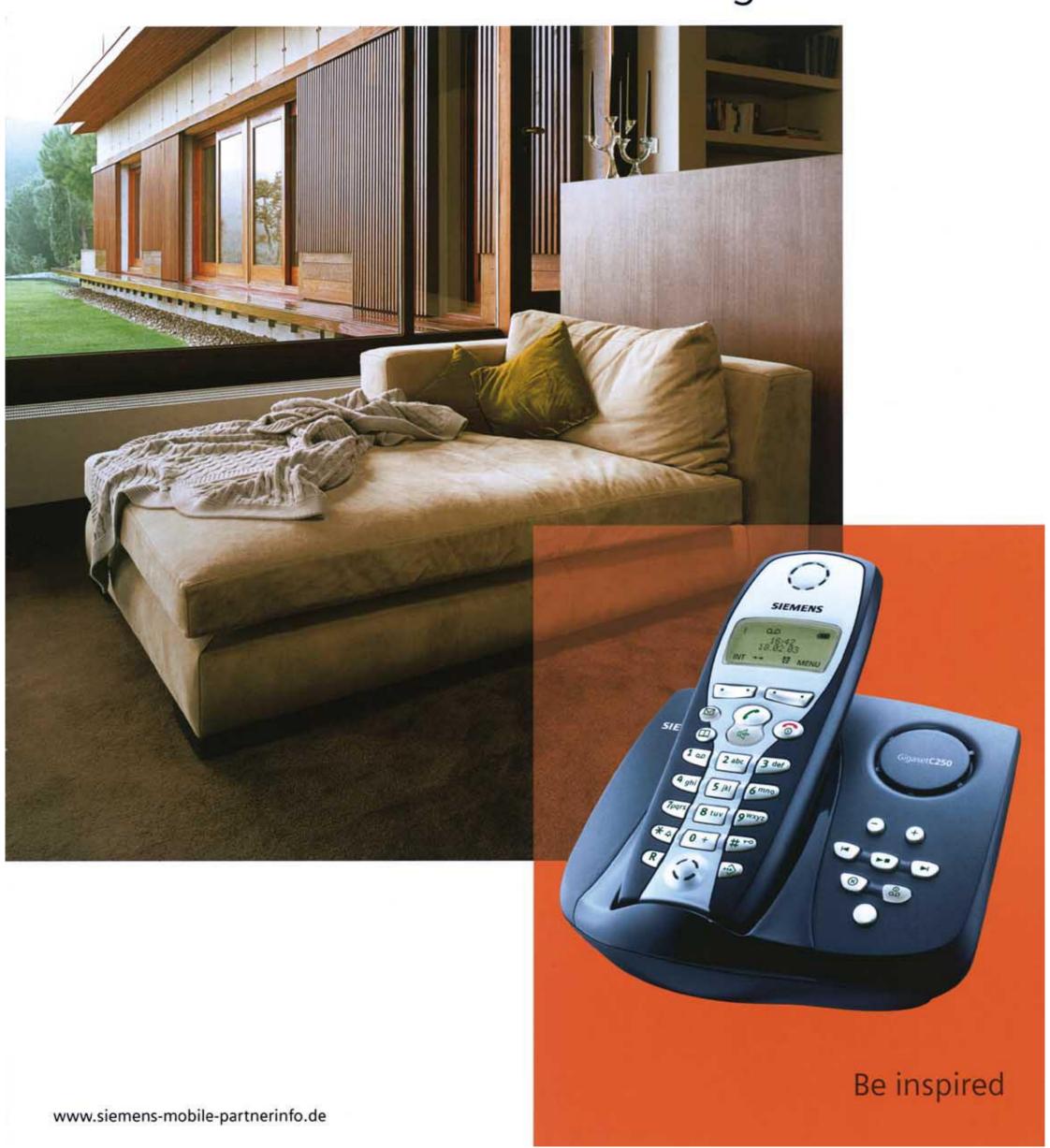
Der überwiegende Teil aller Transaktionen bei eBay ist den Angaben des Unternehmens und verschiedenen neutralen Untersuchungen zufolge sicher und verläuft ohne Zwischenfälle. Dennoch sollten Anbieter versuchen, sich durch einfache und alltägliche Verhaltensweisen vor Betrugsfällen zu schützen. Wie diese aussehen können, ist detailliert auf den eBay-Seiten im Internet nachzulesen.

Herbert Päge





Außerordentlich anziehend: die neuen Gigaset



Passt ins Leben und zu Ihren Absatzzielen: Gigaset

Gemacht für die Lebenswelt Ihrer Kunden

Beste digitale Klangqualität, maximaler Bedienkomfort und überzeugendes Design: Auf diese kurze Formel lässt sich der Erfolg von Gigaset als unangefochtener Bestseller bringen. Aber neben der technologischen Führerschaft ist es zuerst das Wissen um die Individualität der Lebenswelten, das Ihre Kunden in der Marke Gigaset, wie in jedem unserer Produkte, wieder finden.

Vor diesem Hintergrund haben wir, gemeinsam mit führenden internationalen Designern, eine technisch innovative Modellreihe entwickelt. Die insgesamt breitere Angebotspalette garantiert dabei genau das: Telefone, die zum Leben Ihrer Kunden passen.

Gemacht für Ihren Geschäftserfolg

Die neue Gigaset-Modellreihe passt aber auch perfekt in Ihre Geschäftsbücher, denn mit jedem Gigaset, das über Ihren Ladentisch geht, erzielen Sie über die Kundenzufriedenheit hinaus einen Mehrerlös. Und damit das so häufig wie möglich geschieht, steht Ihnen die fein abgestimmte Produktpalette der neuen Gigaset zur Verfügung. Damit decken Sie nicht nur die ganze Bandbreite der Wünsche Ihrer Kunden ab, sondern zugleich einen erheblich größeren Teil des Marktes.

So ergibt sich mit den neuen Gigaset-Modellen eine echte Win-Win-Situation: Ihre Kunden haben mehr Spaß am Kauf und Sie erhöhen Ihren Umsatz und Gewinn.





Für Umsatz auf höchstem Niveau

Gigaset S100/S150

Kompromisslos gut für höchste Ansprüche

Das Gigaset S100/150 besticht durch luxuriöse Funktionsvielfalt: Per Sprachkommando "hört" es die Wünsche Ihrer Kunden von den Lippen ab, kann neue Klingeltöne und Logos aus dem Festnetz laden, extralange SMS versenden und 3 PIN-geschützte Mailboxen für alle Text- und Sprachmitteilungen einrichten. Und mit Babyphone- und Walkie-Talkie-Funktion birgt dieses überaus elegante Telefon auch noch echten Zusatznutzen.

Wer also ausgereifte Technik und höchsten Komfort zu schätzen weiß, wird sich für das Gigaset S100/150 entscheiden.



Gigaset S150

- mit Komfort-Anrufbeantworter
- mit 3 personalisierbaren Mailboxen (PIN-geschützt)
- Bedienung über Sprachkommandos,
 Mobilteil oder Basisstation





Gigaset S1

 Elegantes Zusatz-Mobilteil für die Erweiterung zur schnurlosen Telefonanlage mit bis zu 6 Mobilteilen

Gigaset S100

- Freisprechen in Voll-Duplex-Qualität
- Telefonbuch für 200 Einträge und Sprachwahl von bis zu 29 gespeicherten Einträgen mit VIP-Ruf-Erkennung
- Komfort-SMS im Festnetz: vereinfachte Texteingabe, 640 Zeichen, downloadbare personalisierte Klingeltöne und Hintergrundgrafiken
- Beleuchtetes Grafikdisplay



Espresso

Eisblau-Metallic



Mehr Vielfalt, mehr Umsatz

Gigaset C200/C250

Vielfalt und Funktion für Komfortorientierte

Ob Komfort-SMS mit vereinfachter Texteingabe, personalisierbare Mailboxen, Babyphone-Funktion oder, oder, oder: Das Gigaset C200/250 bietet eine Menge Möglichkeiten, die der moderne Vieltelefonierer mit Sinn für technische Details und gutes Design begeistert begrüßen wird. Dank innovativer Technik, variantenreichem Design und breit gefächertem Preisniveau werden diese Modelle zu den umsatzstarken in Ihrem Sortiment zählen.



Gigaset C250

- Mit Anrufbeantworter für perfekten Komfort
- 3 personalisierbare Mailboxen
- Bedienbar über Handset und Basisstation
- Sprachsteuerung
- Bis zu 15 min Aufnahmezeit





Gigaset C2

 Komfortables Zusatz-Mobilteil für die Erweiterung zur schnurlosen Telefonanlage mit bis zu 6 Mobilteilen

Gigaset C200

- Freisprechen am Mobilteil
- Komfort-SMS mit 640 Zeichen, vereinfachter Texteingabe und 3 separaten Inboxen
- Telefonbuch für 100 Einträge mit VIP-Ruf-Erkennung
- Kalenderfunktion

Gigaset C200 Duo

- Schnurloses DECT-Telefon im Duo Pack mit 2 Mobilteilen
- Babyphone / Raumüberwachung

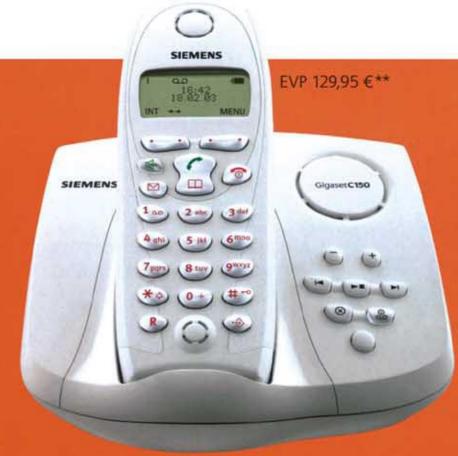
EVP 219,95 €*

Der neue Klassiker

Gigaset C100/C150

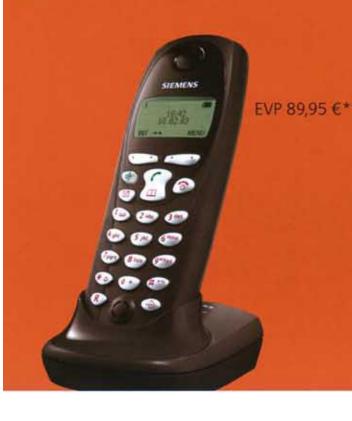
Flexibel und vielseitig telefonieren

Der in dieser Preiskategorie überdurchschnittliche Funktionsumfang von Festnetz-SMS über Freisprechen, Anruferanzeige (CLIP) und Weckfunktion bis hin zur vorbildlichen Menüführung, verpackt in ansprechendem Design, überzeugt auch kühle Rechner.



Gigaset C150

- Mit Anrufbeantworter für 15 Minuten Aufzeichnung
- Mit Aufzeichnungs- und Hinweisfunktion
- Bedienbar über Handset und Basisstation





Gigaset C1

 Handliches Zusatz-Mobilteil für die Erweiterung zur schnurlosen Telefonanlage mit bis zu 6 Mobilteilen

Gigaset C100

- Freisprechen am Mobilteil
- Grafikdisplay mit komfortabler
 Menüführung und einstellbarer
 Landessprache
- Datum, Uhrzeit und Weckfunktion
- SMS mit bis zu 160 Zeichen
- Telefonbuch für 50 Namen



Altweiß

Espresso



Für den Einstieg ins Umsatzplus

Gigaset A200

Gut gestaltete Technik für Einsteiger

Anruferanzeige (CLIP), Telefonbuch für die 20 wichtigsten Namen und erweiterbar auf 6 Mobilteile – das Gigaset A200 bietet viel für preisbewusste Kunden. Dabei sind digitale Sprachqualität und grafisches Display ebenso selbstverständlich wie die Schnell-wahl-Funktion, oder die automatische Speicherung der letzten 10 Anrufe. Kurz, das Gigaset A200 ist die gut gestaltete Einladung in die neue Gigaset-Welt.



Gigaset A200

- Auf bis zu 6 Mobilteile erweiterbar
- Telefonbuch für 20 Namen
- Menüführung in verschiedenen Sprachen
- Anruferanzeige (CLIP) mit Liste der letzten
 10 entgangenen Anrufe
- Stand-by bis zu 200 Stunden

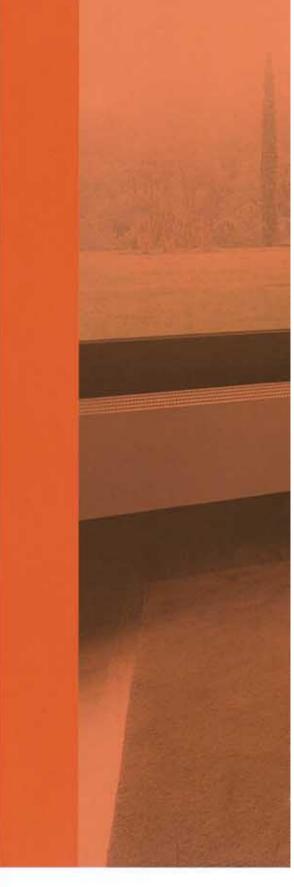


Gigaset A200 Duo

- Schnurloses DECT-Telefon im Duo-Pack mit 2 Mobilteilen
- Erweiterbar bis auf 6 Mobilteile
- Gebührenfrei intern telefonieren, Dreier-Konferenz

Für schwarze Zahlen: Farbenvielfalt







T-Mobile will im dritten Quartal mit UMTS starten

Ab dem dritten Quartal werden die ersten Kunden von T-Mobile Deutschland das Mobilfunknetz der dritten Generation in rund 200 Städten nutzen können: Bereits zur CeBIT zeigte T-Mobile eine breite Vielfalt von Anwendungen auf Basis von UMTS, darunter auch Dienste, die schon zum Netzstart verfügbar sein werden. Einen ersten Eindruck von der Leistungsfähigkeit der dritten Mobilfunkgeneration können sich einige Privat- und Geschäftskunden ab Mai verschaffen: T-Mobile startet dann seine "Friendly User Phase" für UMTS. Unter www.t-mobile.de können sich Interessenten als potentielle User registrieren lassen.

Humax Deutschland hat eine neue Adresse

Die Humax Digital GmbH hat einen neuen Standort. Die neue Adresse lautet: Humax Digital GmbH, Karl-Hermann-Flach-Straße 19, 61440 Oberursel. Die bekannten Telefonund Faxnummerm bleiben gültig.

02 bietet ab sofort eine Versicherung für Handys an

Kunden von ${\rm O_2}$ Germany können ab sofort ihr Handy gegen Diebstahl und Beschädigungen versichern. Mit dem sogenannten "Handy Protect" bietet der Netzbetreiber seinen Kunden umfassende Sicherheit weltweit schon ab 1,99 Euro im Monat. Das Angebot gilt sowohl für Privat- und Geschäftskunden. Innerhalb von drei Monaten nach Abschluß eines Neuvertrages oder einer Verlängerung kann der Kunde in allen ${\rm O_2}$ Shops und Partnershops das Handy-Schutzpaket kaufen. Für Geschäftskunden sind die bekannten Vertriebskanäle zuständig. Die Schutzpakete gibt es in drei verschiedenen Varianten: Bei Handy Protect 300 zahlt der Kunde 1,99 Euro monatlich. Der Versicherungsschutz geht bis 300 Euro, bei einer Selbstbeteiligung von 25 Euro. Handy

Protect 600 kostet 3,49 Euro monatlich und bietet Versicherungsschutz bis zu 600 Euro. Die Selbstbeteiligung liegt bei 50 Euro. Für hochwertige Handys ist Handy Protect 900 geeignet. Bei 75 Euro Selbstbeteiligung und 4,99 Euro monatlich übernimmt die Versicherung Schäden bis 900 Euro. Alle drei Varianten haben eine Laufzeit von 36 Monaten, können jedoch nach Ablauf von 24 Monaten erstmals gekündigt werden. Sollte ein Schadensfall eintreten, muß der Kunde die Service-Hotline 0180-5006298 anrufen, die exklusiv für $\rm O_2$ Kunden eingerichtet ist. Im Falle einer Beschädigung wird das Handy repariert. Bei Totalschaden oder Diebstahl erhält der Kunde innerhalb von sieben Tagen von der Servicestelle ein neues Handy.

Der neue Standort bietet mehr Räumlichkeiten für den gewachsenen Mitarbeiterstamm. Zudem wurden Lager- und Logistikkapazitäten erweitert.

Mit i-mode die eigene i-Homepage gestalten

E-Plus ermöglicht ab sofort allen i-mode-Kunden, ihre persönliche i-Homepage für das mobile Internet zu gestalten. Mit iHTML, der Programmiersprache von i-mode, können auch vollkommene Neueinsteiger komplette kleine i-Homepages programmieren. Auf der i-mode-Seite "www.eplusimode.de" steht für Interessenten

ein Homepage-Tutorial frei zum Download bereit. Mit diesem kann der Homepage-Gestalter ein paar grundsätzliche Regeln und die Basis-Befehlelernen. Die bestehen aus einer i-mode fähigen Version der Internet-Sprache HTML.

Mit dem Grundwissen ausgestattet, kann der Nutzer Farben auswählen, seine Homepage sinnvoll gliedern und Texte einfügen. Und damit die i-Homepage keine "Bleiwüste" wird, können optische Elemente hinzugefügt werden. Dies können beispielsweise Fotos sein, die aus dem umfangreichen i-mode Archiv stammen oder vom heimischen Computer aus hoch-

geladen werden. Weiterhin besteht die Möglichkeit, Verknüpfungen einzurichten oder sich bewegende Gestaltungselemente einzubauen – etwa einen Newsticker.

O₂ erweitert Angebot des Internetportals

O₂ Germany hat seinen Internetauftritt unter www.o2online.de neu gestaltet und das Angebot erweitert. Das Online-Portal ist jetzt nach Angaben des Unternehmens noch einfacher und übersichtlicher für die Kunden. Der Netzbetreiber bietet einige neue Features, wie beispielsweise eine verbesserte Navigation, an. Dadurch kann der Kunde selbst alle Services über das Internet nutzen und dabei unter Umständen Geld sparen. So ist es zum Beispiel möglich, im Internet unter "Mein Vertrag" die Adresse oder Bankverbindung zu ändern und den Vertrag zu verlängern. Zudem kann der Kunde die Homezone oder die Tarif-Option ändern. Ein Wechsel der Homezone kostet online 7,50 Euro statt 12,50 Euro über die Hotline. Ein Optionswechsel beispielsweise kostet 2,50 Euro anstatt 12,50 Euro.

Ein weiteres Feature ist die Online-Rechnung. Kunden, die bis zum 30. Juni von Papier- auf Online-Rechnung umstellen, erhalten bis zu 100 Freiminuten gratis dazu. Wer keinen Computer zu Hause hat, kann auch in einen O₂ Shop gehen. Insgesamt über 70 Shops stellen derzeit spezielle Internet-Terminals bereit, die die Kunden nutzen können. Die Mitarbeiter der Shops stehen den Kunden für Fragen zur Verfügung. Außerdem ist es möglich, eine Tarifänderung oder einen Optionswechsel per Handy über die kostenlose Rufnummer 1414 vorzunehmen. Ein Optionswechsel kostet hier ebenfalls 2,50 Euro.



Berlin, 29. August - 3. September 2003





™Neuheiten

Panasonic erweitert T[tau]-TV Familie



Mit den Modellen TX-32PS10, TX-29PS10 und TX-28PS10 bringt Pana-

sonic drei weitere Fernsehgeräte der Serie T[tau] in den Markt. Die neuen T[tau]-Fernseher sind in



modernem Design und einer klaren Linienführung gehalten. Die Bildqualität wird durch die flache Quintrix-F-Bildröhre entscheidend verbessert. Damit ist auch ein besonders weiter Sehwinkel gewährleistet. Neben der 100 Hz-Technik, die das Großflächenflimmern verhindert, wirkt die 100 Hz Super Digital Scan-Technologie dem Zeilenflimmern entgegen. Bewegungsintensive Szenen werden somit auf natürliche Weise dargestellt. Störendes Bildrauschen minimiert die digitale Rauschunterdrückung. Der digitale Kammfilter trennt die Helligkeitsund Farbsignale ohne Auflösungsverluste. So werden beispielsweise sogar karierte Muster ohne lästige Farbverläufe dargestellt. Der TX-32PS10 hat eine Bildschirmdiagonale von 76 Zentimetern im Breitbildformat. Die Modelle TX-29PS10 (4:3) und TX-28PS10 (16:9) verfügen über eine Bildschirmdiagonale von 66 Zentimetern. Die neuen T[tau]-Fernseher sind ab sofort für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.399 Euro für den TX-32PS10 (silber) bzw. den TX-32PS10D/B (schwarz), 1.199 Euro für den TX-28PS10D (silber) und 949 Euro für den TX-29PS10D (silber) bzw. den TX-29PS10D/B (schwarz).

Dynamo 640 Photo löst Speicherprobleme von Digitalkameras



Die Fujitsu Deutschland GmbH stellt mit Dynamo 640 Photo eine Kombination aus magneto-optischem (MO) Speicherlaufwerk und integrier-

tem PCMCIA Card Reader/Writer vor. Per Adapter können Digitalfotos aller gängigen Speichermedien wie Memory Stick, Compactflash, SD Memory Card, Smart Media Card, xD Picture und Multimedia Card bidirektional zwischen PCMCIA Memory Card und Memo-Diskette übertragen werden, ohne daß das Gerät dabei an einen Computer angeschlossen werden muß. Auf diese Weise sind die Spei-

chermedien sofort wieder frei für neue Fotos. Mit einer Kapazität von 640 MB faßt ein MO-Medium (Preis zirka fünf Euro) den Inhalt von zehn Speichermedien mit 64 MB oder etwa dreihundert hochauflösende Viermegapixel-Bilder. Das Dynamo 640 Photo ist klein und handlich und somit der ideale Reisebegleiter. Es bietet eine USB 2.0-Schnittstelle, eine externe Datentransferrate von bis zu 480 Mbit/s, eine interne Daten-



transferrate von bis zu 2,55 MB/s, 2 MM R/W Puffer und 45 s mittlere Zugriffszeit. Ein Bedienfeld mit wenigen Funktionstasten, ein integriertes LC-Display und eine Menüsteuerung erlauben einfachste und schnellste Handhabung.

NEC bietet schnellsten formatunabhängigen Brenner für DVDs



Unter der Bezeichnung NEC ND-1300A ist bei NEC der zur Zeit weltweit

schnellste formatunabhängige DVD-Brenner erhältlich. Er beschreibt DVDs mit vierfacher Geschwindigkeit. Eine Stunde DVD-

Zwei neue Plasma-Fernsehgeräte von Sony

Mit den Modellen Wega KE-32TS2 und Wega KE-42TS2 präsentiert Sony zwei neue Plasma-Fernsehgeräte. Das Panel der beiden Plasmas bietet ein Kontrastverhältnis von 700:1 und ermöglicht eine satte Darstellung von schwarzen Bildbereichen. Das gute Kontrastverhältnis steigert deutlich den Schärfeeindruck. Details werden differenzierter dargestellt und kommen somit besser zur Geltung. Farbnuancen zeigen sich auf dem neuen Panel feiner abgestuft und erzeugen dadurch ein lebendiges Bild. Die Antireflexionsbeschichtung minimiert Lichtreflexe. Das Problem des

"Einbrennens" von Standbildern lösen die Sony-Plasmas durch einen eingebauten, animierten Bildschirmschoner. Der KE-32TS2 hat eine Bildschirmdiagonale von 81 cm und verfügt



über eine Auflösung von 852 x 1.024 Pixeln. Mit einer Bildschirmdiagonale von 106 cm liegt die Auflösung beim KE-42TS2 bei 1.024 x 1.024 Bildpunkten. Beide Modelle sind seit April lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis für den KE-42TS2 beträgt 7.000,- Euro und für den KE-32TS2 5.400 Euro.

Video kann der ND-1300A in 15 Minuten aufzeichnen. Ein ganzes Paket von Speichertechniken sorgt beim Beschreiben der Medien für einen sicheren Datentransfer. Das Laufwerk arbeitet mit der von NEC entwickelten hochauflösenden Schreibmethode (High Resolution Writing Strategy). Die verbesserte ACTOPC (Active Optimized Power Control) liefert gleichbleibende Schreibqualität. Die ACTOPC-Elektronik untersucht laufend das Medium und regelt die Laserleitung für bestmögliche Schreibergebnisse. Auch Speicherfehler werden verhindert, falls der Datenstrom von der Quelle ins Stocken kommt.

One for All präsentiert Schnurlos-Lösung für die Analogtelefonie



Eine Lösung für analoge Telefon-Anschlüsse hat One For All mit seinem

neuen "Wireless Phone Line Extender" vorgestellt. Die Technologie funktioniert als schnurlose Telefonleitungs-Verlängerung und



befreit den Anwender von der Notwendigkeit, Telefonkabel in seinen Räumen zu verlegen und dem Risiko, über Telefonkabel zu stolpern. Die Basisstation des "Wireless Phone Line Extender" wird einfach mit der TAE-Dose des analogen Telefonanschlusses verbunden und in die nächste Steckdose gesteckt. An einer anderen Stelle oder in anderen Räumen können bis zu acht Verteilerstationen in die Stromnetz-Steckdosen gesteckt werden. Überall dort steht dann das Telefonsignal für Telefon oder

Faxgeräte zur Verfügung. Der Wireless Phone Line Extender funktioniert nur im analogen Netz und nicht mit ISDN- oder DSL-Anschlüssen.

Fujitsu präsentiert 2,5" HandyDrive Festplatten für den mobilen Einsatz

eine Serie leistungsfähiger, exter-



Unter der Bezeichnung "HandyDrive" präsentiert Fujitsu neuartige 2,5" Festplatten für den mobilen Einsatz. Die Produktfamilie umfaßt

ner 2,5" Festplatten-Laufwerke in zigarettenschachtelgroßen Gehäusen im eleganten Metalldesign. Sie sind für viele Einsatzzwecke geeignet, so zum Beispiel für den Transport großer Datenmengen, als vorübergehende BackUp-Lösung oder Speichererweiterung. Verfügbar sind HandyDrives mit Speicherkapazitäten von 30, 40 oder 60 Gigabyte, weitere Versionen mit bis zu 80 Gigabyte sollen folgen. Die Geräte werden über den USB-Port des Rechners mit Strom versorgt. Die HandyDrives haben die Abmessungen 115 x 100 x 25 mm und wiegen 200 Gramm. Die HandyDrives der "Data Edition" werden zusammen mit einer Tasche in hochwertiger Lederoptik ausgeliefert. Im Lieferumfang sind Treiber, USB-Kabel und Handbuch enthalten. Unterstützte Betriebssysteme: Windows 98SE/ME/ 2000/XP, Mac OS 8.6 und höher, Linux (Kernel 2.5) im Modus USB 2.0, mandrake 8.1 und SuSE 7.1 im Modus USB 1.0.

Die HandyDrives der "Video Edition" sind mit einer Firewire-Schnittstelle (IEEE 1394 B) und mit einer Datentransferrate von bis zu 50 MB/s ausgestattet und garantieren dadurch höchste Performance.

Belkin mit neuen Geräten für Uberspannungsschutz – Datenrettung inklusive



Das im Jahre 1982 gegründete Unternehmen Belkin Components zählt zu einem weltweit führenden Hersteller von Computerkabeln, USV- und Überspannungsschutzprodukten

sowie Firewire- und USB-Verbindungen. Zum Sortiment von Belkin gehören außerdem Standardkabel und Spezialanfertigungen, KVM Switches, manuelle und automatische Verteilersysteme für Peripheriegeräte, LAN-Kabel, Netzwerk-Hardware und Zubehör für Mobiltelefone, PCs und PDAs sowie hochwertige Komponenten für Desktops und Notebooks. Die Europazentrale von Belkin befindet sich in Northhampton, Großbritannien. Das Unternehmen verfügt über Vertriebs- und Marketingbüros in Schiphol-Rijk, Niederlande, und in München. Die Produkte von Belkin sind über ein Netzwerk von Distributoren, im Fachhandel und per Katalog in ganz Europa erhältlich. Neben zahlreichen Innovationen präsentierte Belkin auf der diesjährigen CeBIT ein neues Produkt, das Überspannungsschutz mit einer Batterie kombiniert. Mit dem Universal-USV können Geräte bei Stromausfall bis zu 45 Minuten weiterbetrieben werden. Dies läßt dem Anwender Zeit, alle geöffneten Dokumente zu speichern und den Rechner herunterzufahren. Die Akkukapazität des Geräts beträgt 800 VA beziehungsweise 450 Watt. Zudem verfügt der USV über vier Schutzkontakt-Steckdosen mit Überspannungsschutz, von denen drei über den Akku versorgt werden, einen USB- und einen seriellen RS-232-Port sowie eine RJII/RJ45-Buchse mit Überspannungsschutz. Alle benötigten Kabel sind im Lieferumfang enthalten. Verschiedene LED-Anzeigen informieren über den Energiezustand des Akkus und den Spannungsbereich. Belkin bietet für den Universal-USV eine Garantie von drei Jahren und eine Versicherung für den Anschluß an Gerä-



"Wenn man für die IT-Ausstattung Tausende von Euros ausgibt, sollte nicht daran gespart werden, Daten und Hardware auch zu schützen und durch unsere Produkte zu versichern, so Achim Liersch, Marketing/Marcom Manager, Belkin Components.

ten in Höhe von 150.000 Euro. "Zu der Hauptursache von Datenverlusten gehören mit 45 Prozent Stromausfälle, die dazu führen, daß Daten aus dem Arbeitsspeicher entweder beschädigt oder sogar verloren sind", so Achim Liersch, Marketing/Marcom Manager, Belkin Components. "Wenn man für die IT-Ausstattung Tausende von Euros ausgibt, sollte nicht daran gespart werden, die Daten und Hardware auch zu schützen und durch unsere Produkte zu versichern." Sollte ein Stromausfall trotz Universal-USV zu Datenverlusten beim angeschlossenen Rechner führen, kann der Nutzer einen professionellen Service in Anspruch nehmen, der die Daten kostenlos wiederherstellt. "Wir sind derzeit der einzige Anbieter, der diesen Service zur Verfügung stellt", so Liersch weiter. Der Universal-USV ist seit der CeBIT lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 299 Euro.

MOBILE HOME ENTERTAINMENT



2 x AV, 2 x S-Video Eingang

Audio AusgangKopfhöreranschluss

Besuchen Sie uns auf der IFA 2003 in Berlin, Halle 7.2.c

www.toshiba.de/consumer



"Für Home Cinema Boom in Deutschland gut gerüstet"

Die Deutschen sind EG Spitzenreiter beim Kauf von DVD-Playern und Home Cinema Equipment. Neueste Zahlen belegen eindrucksvoll den nachhaltigen Siegeszug der DVD: Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) hatte für das Jahr 2002 die Stückzahl von 4,8 Millionen in Deutschland verkaufter DVD-Player genannt. Nach neuesten Untersuchungen der DVD-AG gingen jedoch 2002 sogar 5,2 Millionen DVD-Player über deutsche Ladentische. Demnach ist es dem deutschen Einzelhandel gelungen, 1,5 Millionen DVD-Geräte mehr zu verkaufen, als in Großbritannien, dem zweitgrößten DVD-Hardware-Markt der EG, abgesetzt werden konnten.

Mehr als 34 Prozent aller im Jahr 2002 in EG-Ländern verkauften DVD-Player fanden ihren neuen Besitzer in Deutschland. Mit einem gut gestaffelten Line up von DVD-Playern, 5.1 Boxen-Sets, Home Cinema- und AV-Receivern mit ausgezeichnetem Preis-/ Qualitäts-Verhältnis hat sich LG Electronics gut auf den boomenden Home Cinema Markt eingestellt. Laut neuester Prognose der DVD-AG, in der DVD-Hersteller und -Dienstleister zusammengeschlossen sind, wird Ende 2003 in mehr als einem Drittel der deutschen Haushalte ein DVD-Gerät stehen.

FA-D5000: Digitaler AV-Receiver

Für das perfekte Home Cinema Vergnügen genügt es nicht, nur über einen geeigneten Bildschirm zu verfügen. Perfekte und eindrucksvolle Kino-Illusion entsteht nämlich erst durch das Zusammenwirken von möglichst großformatiger Bildwiedergabe und der realistischen Reproduktion räumlicher Klangereignisse. Diese Aufgabe übernimmt ein Gerät wie der digitale Audio/Video-Receiver FA-D5000 von LG Electronics. Der FA-D5000 verfügt über je einen integrierten Dolby Digital-, ProLogic 1 und 2- und dts-Decoder sowie einen integrierten Tuner mit RDS und 30 Stations-Speicherplätzen für UKW- und MW-Frequenzen. Die digitale Ansteuerung des AV-Verstärkers erfolgt über optische und koaxiale Digital-Audio-Eingänge. Außerdem stehen dem Benutzer weitere Ein- und Ausgänge für Audio und Video zur Verfügung: je ein S-Video Ein- und Ausgang sowie vier Video-Eingänge und zwei Video-Ausgänge (Cinch). Der FA-D5000 ist mit allen erforderlichen Leistungsmerkmalen ausgestattet, um einen Heimkino-Abend garantiert zum eindrucksvollen Erlebnis werden zu lassen. Dazu gehören Dolby Digitalund DTS-Decodierung, Dolby Pro

Logic I+II und eine Reihe verschiedener DSP Sound Modi. Mit der reichlich verfügbaren Ausgangsleistung von 5 x 40 W + 80 W sowie einem Vorverstärkerausgang (Cinch) für den Anschluß eines Sub-Woofers werden über sechs Lautsprecher-Ausgänge Verbindungen zu einem geeigneten Dolby 5.1 Lautsprecher-Set hergestellt. Neben seinen technischen Leistungsdaten beeindruckt der FA-D5000 durch die halb-verspiegelte Frontblende und die elegante, blaue Beleuchtung der Bedienelemente. Die technischen Daten zusammengefaßt: Radio-Empfangsteil mit RDS-Tuner (UKW/MW), 30 Stationsspeicherplätzen, Decoder/Verstärker für Dolby Pro Logic I und II, Dolby Digital, DTS, DSP Modi, digitale Endstufe (5 x 40 Watt + 1 x 80 Watt). Eingänge: 1 x optischer Digital-Audio, 1 x koaxialer Digital-Audio, 4 x analog Audio, 1 x S-Video, 4 x Video. Ausgänge: 1 x analog Audio, 1 x S-Video, 2 x Video, 1 x Vorverstärker (Subwoofer), 6 x Lautsprecher. Zum Lieferumfang gehört eine drahtlose Fernbedienung. Der UVP beträgt 399,- Euro.

DVD-5194: DVD-Spieler im Spiegeldesign

Passend zu dem vorstehend beschriebenen Audio/Video-Receiver FA-D 5000 ist der auch einzeln lieferbare DVD-Spieler DVD-5194 erhältlich. Der DVD-Spieler im Spiegeldesign unterstützt PAL- und NTSC-Wiedergabe mit Regional-Code 2, CD-R(W)-Wiedergabe, MP3- und Audio-CD-Wiedergabe, Video-CD-Wiedergabe, S-Video-CD-Wiedergabe, AC-3 (Dolby Digital), ist kompatibel zu dts (Digital Theatre Sound), kann Markierungen setzen und suchen und verfügt über 4x und



16x Zoomfunktion sowie digitale Audio-Ausgänge (koaxial und optisch) und einen Scart-Anschluß. Das Gerät besitzt einen Audio Digital-Analog-Konverter mit 96 KHz/24 bit und unterstützt 3D Surround Sound (SPA-TIALIZER) und MP3-Audio-Wiedergabe. Die Bedienung erfolgt über eine grafische Benutzeroberfläche. Zur Ausstattung gehören Bildschirmschoner, Statusspeicher und weicher Suchlauf, sehr schneller Suchlauf (max. x100) sowie erweiterte Bedienfunktionen, wie z. B. weiche Zeitlupe. Die Ein- und Ausgänge: Scart 1 (FBAS/ RGB), Video-Ausgang Composite, optisch digitale Audio-Ausgänge, Koaxial Anschlüsse (Rückseite), analoger Audio-Ausgang (Dolby P-logic). Im Lieferumfang eingeschlossen: Fernbedienung, Batterien für Fernbedienung, AV-Kabel und Bedienungsanleitung. Die Abmessungen betragen (B x T x H) 430 x 242 x 67 mm, das Gewicht 2,7 kg, der UVP 349,- Euro.

FE-S5000: 5.1 Lautsprecher-Set im Top Look

Mit dem 5.1-Lautsprecher-Set FE-S 5000 bietet LG Electronics eine Mehrkanal-Lautsprecher-Anlage an, die nicht nur optimal digitalen, dreidimensionalen Sound abstrahlen kann, sondern mit ihrem ästhetischen Design ideal zum optischen Eindruck des FA-D5000 paßt. Die hohen und schlanken Säulen der vier Surround-Lautsprecher lassen sich unkompliziert in jede Wohnumgebung integrieren und strahlen ihre räumliche Soundinformation in mittlerer Raumhöhe ab. Diese Abstrahlposition führt zu einer geringen Bedämpfung der wichtigen mittleren und hohen Frequenzen und intensiviert den drei-Klangeindruck der dimensionalen Mehrkanal-Kombination. Beachtliche Leistungswerte garantieren dem Gesamtsystem eine hervorragende Performance. Die vier Satelliten-Lautsprecher und der Mittel-Lautsprecher sind mit je 50 Watt belastbar, der Subwoofer sogar mit satten 100 Watt. Die technischen Daten des 5.1 Systems: 4 x Satelliten-Lautsprecher mit Aluminium-Lautsprechergehäuse, 2-Wege-System/4 x 50 Watt, Impedanz 8 Ohm, Frequenzbereich 110 ~ 40.000 Hz. Die Abmessungen der Lautsprechersäulen betragen (B x H x T) 271 x 1150 x 271 mm und ihr Gewicht 4,78 kg pro Stück, die Kabellängen: 2x 15 m und 2x 5 m. Die Abmessungen des Mittel-Lautsprechers mit (2-Wege-System / 1 x 50 Watt) sind 329 x 117 x 91 mm,



FE-S5000 – 5.1 Kanal-Lautsprecher-Set mit 4x Lautsprechersäulen à 50 W, 1 Center-Lautsprecher 50 W, 1 Sub-Woofer 100 W. UVP 449,- Euro.

sein Gewicht beträgt 0,92 kg und die Kabellänge 5 m. Der Subwoofer: ein Holz-Lautsprechergehäuse mit fixierter Lautsprecherabdeckung und magnetischer Abschirmung, 1-Weg-Baßreflex / 1 x 100 Watt, Impedanz 4 Ohm, Frequenzbereich 45 ~ 200 Hz, Abmessungen 350 x 326 x 350 mm, Gewicht 7,2 kg, Kabellänge 5 m. Das LG Surround-Lautsprecherset FE-S5000 gibt es zum UVP von 449,-Euro

DVD-6194 / DVD-6054: DVD-Spieler mit AC-3 und dts

Beide DVD-Spieler mit Regional-Code 2 unterstützen PAL- & NTSC-Wiedergabe und die Formate CD-R(W), MP3, WMA, Audio-CD, (S-)Video-CD, Kodak Picture CD (JPEG) mit AC-3 (Dolby Digital) und dts-Unterstützung. Ausstattungsmerkmale: Markierungen setzen & suchen, Zoomfunktion, digitaler Audio-Ausgang (koaxial), Scart-Anschluß, AV-Ausgang (Cinch). Sie arbeiten mit einem Audio Digital-Analog-Konverter 96 KHz/24 bit und unterstützen 3D Surround Sound (SPATIALIZER). Zur Bedienung steht eine grafische Benutzeroberfläche zur



Unterstützung aller CD-Formate und MP3/WMA Soundfiles.

Verfügung. Der DVD-6194 und der DVD-6054 unterscheiden sich im Design und geringfügig in einigen



DVD-6054 DVD-Player, Regionalcode 2, Unterstützung aller CD-Formate und MP3 / WMA Soundfiles. UVP: 199.00 Euro.

Ausstattungsmerkmalen. Die Abmessungen betragen – DVD-6194: (B x H x T) 430 x 44 x 240 mm, Gewicht 2 kg. DVD-6054: (B x H x T) 430 x 55 x 240 mm, Gewicht 2,3 kg, UVP: 199,00 Euro.

DTS-5855: DVD/VCR-Kombi mit 5.1 Surround-Set

Mit der DTS-5855 erwirbt der Kunde eine komplette DVD-Home-Cinema-Anlage, kombiniert mit einem Videorecorder. Das Surround-Paket enthält außerdem ein komplettes 5.1 Mehrkanal-Lautsprecher-Set. Die Daten: DVD-Spieler-/Videorecorder-Kombination mit 5.1 Lautsprechersystem, DVD auf VHS-Überspielfunktion (keine Umgehung des Macrovision-Kopierschutzes), Ausgangsleistung (RMS): 5x 30 W + 1x 50 W, Musikausgangsleistung: 5x 60 W + 1x 100 W. Unterstützte Surroundsound-Formate: Dolby Digital, dts, Dolby ProLogic 1&2. DVD-Player Wiedergabe: Regional-Code 2, DVD, Audio-CD, (S-)Video-CD, MP3, CD-R(W). Videorecorder: 4+2 Kopf-HiFi-Videorecorder, ShowView & VPS. Anschlüsse: Scart-Anschlüsse, Front-A/V-Eingang, digitaler Audio-Eingang (optisch). Der UVP beträgt 599,00 Euro.



DTS-5855: DVD/VCR-Kombi mit 5.1 Surround-Set. Komplettes Home Cinema System mit kombiniertem Videorecorder. UVP komplett: 599.00 Euro

Diverse Bilder zur Auswahl vorab an Frau Blum mitgeliefert. 1 Bild LG Lifestyle.jpg bei Herrn Wagner auf dem Server.

Vorschläge Bildunterschriften:

1.)
FA-D5000 – Digitaler AV-Receiver (UVP 399,-EUR) mit dazu passendem DVD-Player DVD-5194 (UVP 349,-). Beide Geräte sind im Spiegeldesign gehalten und auch einzeln erhältlich.

6.) (LG Electronics Lifestyle Picture) FA-D5000 - Digitaler AV-Receiver (UVP 399,-EUR) mit dazu passendem DVD-Player DVD-5194 (UVP 349,-). Beide Geräte sind im Spiegeldesign gehalten und auch einzeln erhältlich.



DAS PANASONIC PLUS: DIE-PLAY-STOP-VOR-ZURÜCK-UND-GLEICHZEITIG-AUFNEHMEN-TECHNIK.



Der DVD Videorecorder: die ultimative Zeitmaschine.

Der **DMR-E50** macht Aufnahmen im weltweit gültigen Aufnahmestandard DVD-R, die auf jedem DVD Player abspielbar sind. Und die Time-Slip-Funktion ermöglicht Ihnen dank DVD-RAM die zeitversetzte Wiedergabe während der Aufnahme.

Ein weiteres Panasonic Plus: die Festplatten-DVD-Recorder-Kombination im **DMR-HS2**. Mit integrierter 40 GB Festplatte, PC-Karteneinschub und DV-Eingang. Weitere Informationen erhalten Sie im gut sortierten Fachhandel.

Gehen Sie auf Zeitreise: www.panasonic.de







REC MODE

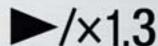




















Panasonic

Rückpro-TV Samsung SP 50 L2HX:

"Nimm drei", sagten sich Samsungs Entwicklungsingenieure und spendierten dem neuen 50 Zoll Rückprojektions-TV Samsung SP 50 L2HX statt einem gebräuchlichen Ein-Panel-System gleich drei separate LCD-Panels, je eines für die Farben Rot, Blau und Grün. Mit Samsungs erstem 3 Panel LCD Rückprojektions-TV, das sich durch besonders brillante Farben und äußerst kontrastreiche Bilder auszeichnet, erschließt der weltweit operierende koreanische Konzern neue Dimensionen für Home Cinema Bildgeräte. Das großformatige 16:9 Fernsehgerät mit 127 cm Bilddiagonale ist nur 44 cm tief und wiegt lediglich 33 kg. Die unverbindliche Preisempfehlung für den SP 50 L2HX liegt bei nur 3.999,- Euro.

Strahlend hell und hochauflösend

Mit der außerordentlich hohen Helligkeit von 500 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 750:1, dem horizontal wie vertikal komfortablen Betrachtungswinkel von 170 Grad und mit 1.024 x 768 Pixeln verfügt das Samsung SP 50 L2HX über hervorragende und für ein Rückpro-TV eher untypische Leistungsdaten. Das macht es zum idealen Home Cinema Bildschirm. Denn Rückprojektions-TV-Geräte bieten sowohl von der Bildgröße wie vom günstigen Beschaffungspreis her eine interessante Alternative zu anderen großformatigen Bildausgabegeräten. Im direkten Vergleich zu Projektoren benötigen Rückprojektions-TVs keine separate Bildwand und geben sich mit wesentlich geringeren Betriebskosten zufrieden. Gegenüber Plasma-Displays zeichnen sich Rückpro-TVs durch den günstigeren Anschaffungspreis und längere Lebensdauer aus.

Drei LCD-Bildsysteme

Mit dem SP 50 L2HX stellt Samsung Electronics, eines der weltweit führenden Unternehmen der Unterhaltungselektronik, der Öffentlichkeit seinen ersten 3 Panel LCD Rückprojektions-Fernseher vor. Zu diesem Anlaß äußert sich Unternehmenssprecher Olaf Lietzau: "Mit diesem Fernsehgerät, das sich durch brillante Farbtreue und kontrastreiche Bilder auszeichnet,

Aller guten Dinge sind drei



Samsung SP 50 L2HX - 3 Panel LCD Rückprojektions-TV mit 127 cm Bilddiagonale, 16:9, und 100 Hz Digital

stoßen wir die Tür zu einer neuen Dimension des Home Cinema auf." Statt mit einem herkömmlichen 1-Panel LCD-System arbeitet die neue Generation von Rückpro-Fernsehgeräten mit drei hochauflösenden LCD-Bildwandlern, einem für jede der drei Grundfarben Rot, Grün und Blau. Schon dadurch reduzieren sich Gewicht und Tiefe. Den Weg zum perfekten Fernsehbild haben Samsungs Ingenieure durch eine ganze Reihe weiterer technischer Raffinessen geebnet. Wichtige Aufgaben übernimmt die "Digital Natural Image Engine" (DNIe): DNIe sorgt unter anderem für 3D Noise Reduction (Reduktion von Rauschanteilen unter Berücksichtigung des Bildinhalts), Detail Enhancement (Optimierung der Kantenschärfe), Contrast Enhancement (Optimierung der Kontrastund Helligkeitswerte) und durch White Tone Enhancement für eine noch natürlichere Farbreproduktion. Die Farbtreue des SP 50 L2HX liegt bei 90 Prozent.

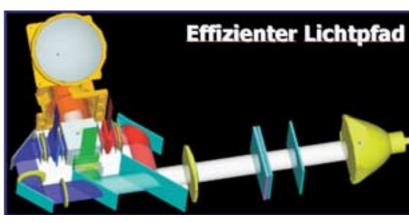
Geringe Bautiefe durch spezielle Bildschirmkonstruktion

Wie bei Rückprojektionsgeräten üblich, ist die Frontscheibe ähnlich wie bei einem Sandwich aus mehreren Lagen mit unterschiedlichen Funktionen aufgebaut. Eine dieser

besteht Ebenen einer gigantischen Fresnel-Linse, mit deren Hilfe die Schärfe auf den idealen Betrachtungs-Standpunkt gebündelt wird. Der optimale Abstand zum Bildschirm liegt auf einer breiten Ebene, etwa zwischen drei bis fünf Metern. Dort erwartet den oder die Be-

trachter der Bildeindruck mit der höchsten Helligkeit und Abbildungsschärfe, während bei von der Idealentfernung abweichenden Betrachterabständen ein Abzug von der maximal erreichbaren Bildqualität hingenommen werden muß. Das ist jedoch typisch für Rückprojektionsgeräte und kann bereits bei der Aufstellung des TV-Geräts und der Position der Sitzmöbel zum Bildschirm berücksichtigt werden. Die Bildschirmfront ist entspiegelt und bietet bei einem Blickwinkel von 170 Grad genügend Raum, um mehreren nebeneinander sitzenden Zuschauern bei höchster Wiedergabequalität den optimalen Bildgenuß zu bieten. Die Bauart des 3-Chip-LCD-Projektors





Mit je einem LCD-Panel für Rot/Grün/Blau und einem besonders effizienten Lichtpfad erreicht das Bildsystem des SP 50 L2HX ungewöhnlich hohe Kontrast- und Helligkeitswerte.

mit XGA-Auflösung ermöglicht im Zusammenwirken mit einer weitwinkligen Spiegelkonstruktion die besonders geringe Bautiefe von

44 cm. Ungewöhnlich für ein Rückprojektionsgerät ist auch die Gerätehöhe von nur 84 cm, die es erlaubt, das Gerät auf beliebigen geeigneten Möbeln oder Unterkonstruktionen zu plazieren.

Der 3-Chip-LCD-Projektor mit XGA-Auflösung ermöglicht zusammen mit einer weitwinkligen Spiegelkonstruktion die extrem geringe Bautiefe von 44 cm.

Der SP 50 L2HX ist ein **Multimedia-Talent**

Neben seiner Sonderstellung durch ein 3-LCD-Chip-System zeichnet sich der SP 50 L2HX durch umfassende Multimedia-Talente aus. Der großformatige 16:9 Rückprojektions-TV verfügt über zahlreiche Schnittstellen zum Anschluss von Videorekorder, DVD-Spieler, Notebook, Camcorder und Spielkonsolen. Drei Scartbuchsen ermöglichen die Ansteuerung mit den Signalen Standard-Video, S-Video und RGB. Darüber hinaus stehen ein VGA-Eingang und ein DVI-Eingang für den Anschluß von Multimedia-Computern und ein Komponenten-Eingang im YUV-Format zur Verfügung.

3D-Raumton inklusive

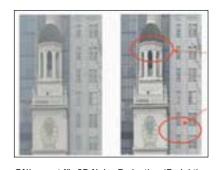
3D-Raumton kann der SP 50 L2HX wahlweise mit oder ohne Zusatzlautsprecher anbieten: Mit zwei integrierten Lautsprechern wird ein virtueller Surround-Ton generiert, dem man mittels eines an den vorhandenen Ausgang angeschlossenen Subwoofers das nötige Bassfundament unterlegen kann. Wer mehr will, dem wird über weitere Ausgänge und Anschlußklemmen die Ansteuerung von zwei passiven Rear-Lautsprechern über den eingebauten Prologic-Dekoder geboten. Für den perfekten Cinema Sound läßt sich auch ein komplettes, externes Dolby-Digital-System anschließen.

Komfort, 2 Tuner, PiP und mehr

Zu der reichhaltigen Ausstattung gehören zwei Tuner für je 99 Sender mit automatischer Sendersortierung, die nicht nur die Picture in Picture-Funktion unterstützen, sondern das Zappen im zweiten Fenster während einer Programm-Werbepause im ersten Fenster ermöglichen, ohne dort den Zeitpunkt der Programmfortsetzung zu verpassen. Beim Fernsehempfang über die eingebauten Tuner machen sich integrierte elektronische Bildverbesserungs-Schal-

> tungen, wie zum Beispiel Schärfeanhebung und Rauschminderung besonders wirkungsvoll bemerkbar. Die "Digital Natural Image Engine" (DNIe) optimiert nicht nur beim Fernsehempfang, sondern auch beim

Abspielen von DVD-Filmen durch Flächenglättung und höhere Konturenschärfe die Bildqualität, ohne daß die hohe Auflösung davon beeinträchtigt wird. Hier zusammengefaßt die wichtigsten technischen Daten und Ausstattungsmerkmale: Bildschirmgröße 127 cm, Bildformat 16:9, flimmerfreie 100 Hz Digital Natural Scan Technik, digitaler Kammfilter, Rauschunterdrückung, Dolby Pro-Logic Technik, automatische Konvergenzeinstellung, RealFlect TM Pro-Bildoptimierungssystem für ein brillanteres und helleres Bild, 2 Tuner Double Screen (Bild + Bild-Darstellung), automatische



DNIe sorgt für 3D Noise Reduction (Reduktion von Rauschanteilen unter Berücksichtigung des Bildinhalts), Detail Enhancement (Optimierung der Kantenschärfe) und Contrast Enhancement (Optimierung der Kontrast- und Helligkeitswerte).

Programmabstimmung, matische Lautstärkenanpassung, Videotext mit 2.000 Seiten-Speicher, 3 Scart-Anschlüsse. Die Abmessungen betragen ($B \times H \times T$): 129 x 100 x 56 cm, das Gewicht 35 kg. UVP: 3.999,00 Euro. evo

25 Jahre Alpine

Mit einem Feuerwerk neuer Produkte und innovativer Technologien feiert Alpine Electronics in diesem Jahr das 25jährige Jubiläum seines Markennamens. Der weltbekannte Spezialist für weit **Autohifi- und Navigationssysteme** präsentiert in diesem Jahr eine breite Palette neuer Geräte für die **Navigation und das In-Car-Enter**tainment.

Mit seinen mehr als fünfzig Niederlassungen ist Alpine heute auf allen Kontinenten vertreten und verfügt über ein weltweites Netz von Produktionsstätten, Forschungs- und Vertriebsfirmen. Neben den unter dem eigenen Namen vertriebenen Automobil-Medien erstellt Alpine maßgeschneiderte Produkte für namhafte OEM-Partner wie beispielsweise BMW, Daimler-Chrysler, Jaguar und Volvo.

Die deutsche Tochtergesellschaft Alpine Electronics hat ihren Sitz in Ratingen. Ihr Präsident, Takumi Sato, leitet zugleich Alpine Electronics of Europe (AOEU). Geschäftsführer der Alpine Deutschland ist Hubertus Morcinek. In Deutschland hat das Unternehmen außerdem Depandancen in Stuttgart und München, die für das OEM-Geschäft (Fahrzeugausstattung) und für besondere technische Entwicklungen zuständig sind. Das Ver-



Hubertus Morcinek, Geschäftsführer der Alpine Deutschland GmbH, und Ulrik Blasek, Leiter Vertrieb, auf der Alpine Roadshow 2003. "Wir werden auch in Zukunft auf den mittelständischen Facheinzelhandel setzen, denn vor allem dort zeichnet man sich durch eine hohe Beratungskompetenz aus, die für den Verkauf technisch anspruchsvoller Produkte unerläßlich ist", so Hubertus Morcinek.

triebsunternehmen Alpine Electronics versteht sich als Service Partner für den Handel. Auf der Basis seiner Dienstleistungsphilosophie verfolgt es seit jeher das Ziel, den Geschäftspartnern den größten und zuverlässigsten Support zu bieten. "Wir werden auch in Zukunft auf den mittelständischen Facheinzelhandel setzen, denn vor allem dort zeichnet man sich durch eine hohe Beratungskompetenz aus, die für den Verkauf technisch anspruchsvoller Produkte unerläßlich ist", so Hubertus Morcinek.

Die Voraussetzungen für den Erfolg von Alpine bildet ein Unternehmenskonzept, das die Entwicklung neuer Technologien und modernes Know-how mit langjähriger Erfahrung vereint. Dabei ist die Konvergenz der Technologien auch bei Alpine ein wichtiges Thema. Eine neue

multimediale Welt der Information und Unterhaltung erobert das Auto. Diesen Trend unterstützt das Unternehmen, indem es bei der Entwicklung neuer Geräte auf die Integration in ein multimediales Netz achtet. Alpine bietet eine breite Auswahl an Navigationsgeräten und Produkten für das In-Car-Entertainment, die individuell auf die Bedürfnisse des Endanwenders zugeschnitten sind.





BUBBLE JET STEMS WWW.canon.de

IFA 2003 – Die Industrie setzt auf Konjunkturimpulse Die Zeichen stehen auf Wachstum

Nach Aussagen der Veranstalter ist die Internationale Funkausstellung (IFA), die in diesem Jahr vom 29. August bis 3. September in Berlin stattfinden wird, auf Erfolg programmiert. Die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und die Messe Berlin rechnen wieder mit mehr als 900 Ausstellern aus rund 40 Ländern.

Im Mittelpunkt des Geschehens werden (digitale) Produkte und Anwendungen stehen, die für den Endanwender "attraktiver und spannender als je zuvor sind" – so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, im Rahmen einer Pre-IFA-Pressekonferenz. Optimistisch zeigte sich auch Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Messeausschusses und des Fachverbandes Consumer Electronics im ZVEI. "Das abgelaufene Jahr war für die Konsumelektronik in Deutschland mit einem Gesamtumsatz von 19,1 Mrd.

Euro besser als erwartet", so Kamp. Als Synonym für Erfolg bezeichnet Kamp das "Home-Cinema", das zu einer deutlichen Nachfrage nach großen Bildschirmen, DVD-Spielern und Surround-Sound-Anlagen geführt habe. Der Rückgang bei klassischen Bildröhren wurde durch die Zuwächse bei Plasma-, LCD- und Rückprojektionsgeräten mehr als kompensiert. Das gesamte Thema Home-Cinema werde auf der IFA eine sehr große Rolle spielen. Da

IFA-Europa-Tour in Wien gestartet

Nach Präsentationsreisen durch die USA und Asien startete im März die europaweite Präsentation der IFA 2003 mit einer Pressekonferenz in Wien. Ansprechpartner zum Auftakt des europäischen Countdowns für die weltweit führende Messe der Consumer Electronics waren (v. l. n. r) Jens Heithecker, stellvertretender

Direktor der Messe Berlin und Projektleiter der IFA, Philips CE-Geschäftsführer Hans-Joachim Kamp, der gleichzeitig Vorsitzender des Fachverbandes CE im ZVEI und Vorsitzender des IFA-Messeausschusses ist, sowie Jens Oberheider,



Unternehmenssprecher Thomson multimedia, Sprecher der IFA-Aussteller und Leiter der AG Presse IFA. Gastgeber der Veranstaltung in Wien war der Auslandsvertreter der Messe Berlin, Hans-Dieter Tacke.

Millians Berlin

im HiFi-Bereich, aber auch bei Portable-Audio und Autoradios, Rückgänge zu verzeichnen waren, geht Kamp davon aus, daß im vergangenen Jahr etwa 9,4 Mrd. Euro für Unterhaltungselektronik, 3,1 Mrd. Euro für privat genutzte Telekommunikation und etwa 6,6 Mrd. Euro für Informationselektronik ausgegeben wurden. Für das IFA-Jahr 2003 rechnet Kamp mit einem Gesamtumsatz von 19,4 Mrd. Euro, wobei Geräte der Unterhaltungselektronik – vor allem Fernsehgeräte mit Flachbild-

schirmen, DVD-Spieler und -Recorder sowie Handys und Notebooks besonders gefragt sein werden. Dies sei ein Trend, der sich sowohl europa- als auch weltweit abzeichne. Die IFA spielt nicht nur als Publikumsmagnet, sondern auch als Ordermesse eine herausragende Rolle. Die zunehmende Konvergenz sorgt für verstärkte Nachfrage nach zukunftssicheren Produkten. Gerade auf diesem Gebiet, so der Vorsitzende des Fachverbandes, sei die IFA weltweit führend.

Loewe mit neuer TV-Familie Mimo — unkonventionell und jung

Jung, frech und designorientiert präsentiert sich die neue Fernsehgerätefamilie Mimo von Loewe. Mit Mimo wendet sich Loewe insbesondere an eine junge, anspruchsvolle und premiumorientierte Zielgruppe.

Produkt Design ist es Loewe gelungen, eine unkonventionelle Produktlinie zu kreieren, die modernste Technik mit einem außergewöhnlichen Design verbindet. Loewe Mimo kommt in verschiedenen Ausführungen und optionalen Ausstattungs-Varianten in den Markt. Der Mimo 32 verfügt über eine sichtbare Diagonale von 76 cm und der Mimo 28 über eine Diagonale von 66 cm im Breitbildformat. Mimo 29 im 4:3 Format hat eine Bilddiagonale von 68 cm. Alle drei Modelle sind in den Frontfarben Cream, Platin und Anthrazit lieferbar. Das optional erhältliche



Mimo Rack 1 bietet zusätzlichen Stauraum für einen Videorecorder oder DVD-Player. Beim Mimo Rack 2 handelt es sich um einen schlanken Metallfuß, der noch mehr Gestaltungsfreiheit bietet. Ebenfalls zu der neuen Mimo-Familie gehören das Modell 21 (51 cm) sowie der LCD-Flatscreen Mimo 15

Wechselblenden in den Farben Cream, Platin, Anthrazit, Cayenne Red und Ocean Blue lieferbar. Neben dem trendigen Design haben die neuen Geräte aber auch technisch was zu bieten. So erlaubt es beispielsweise die multimediafähige Elektronik Loewe Media Plus, Mimo individuell aufzurüsten. Zudem kann das Leistungsspektrum von Mimo mit Dolby Digital und mit neuen Digitalaufsätzen entsprechend erweitert werden. Ein neues Subwoofer-Satelliten-System rundet die neue Mimo-Familie ab. Das Gehäuse aus Keramik aus dem Hause Villeroy & Boch ist besonders resonanzarm und sorgt für einen ausdrucksvollen und reinen Klang.

Der Mimo 32 ist seit April, der Mimo 28 ab Ende Mai und der Mimo 29 ab Ende Juni für den Fachhandel lieferbar. Im Juni werden dann mit dem Mimo 21 und im Oktober mit dem Mimo 15 und dem Subwoofer-Satellitensystem zwei weitere Bildeshirmformete und Er

weiterungsmöglichkeiten der Produktfamilie folgen

Mimo am Point of Sale

Zu einer ganzheitlichen Kommunikation gehört auch ein einheitlicher Auftritt im Fachhandel. Mit einer attraktiven und informativen Aktionsfläche bringt Loewe die Printkampagne Fachhandel und sorgt somit für Aufmerksamkeit und hohe Wiedererkennung. Kernstück des Mimo Präsentationssystems ist das eigenständige Aktionsdisplay mit integriertem Leuchtkasten, das modular in den aktuellen Loewe Shopsystemen Studio, Futura und Vision eingesetzt werden kann.

Das Aktionsdisplay kann individuell mit produktspezifischen Motiven und Kommunikationsinhalten bestückt werden und verfügt über einen ausziehbaren Halter für Pro-

dukttafeln mit wechselnden Themenschwerpunkten. Ein Teppich, der unter dem Produkt liegt und in le Präsentation. Darüber hinaus kann das Leuchtkastenmotiv – je nen Mimo Geräte – ausgetauscht werden. Mit der sogenannten Future Card gibt der Fachhändler Anreiz, wiederzukommen. Die Future Card ist ein persönlicher Gutschein, der beim Kauf eines Mimo Kunden ausgegeben wird. Entweiteres Produkt, wie beispielsstehend aus einer weichen Kapuzendecke und einem roten Kissen im markanten MimoDesign.

Loewe stellt seinen Fachhandelspartnern das PoS-Material kostenlos zur Verfügung.



Sanyo Fisher firmiert unter neuem Namen

Seit dem 1. April 2003 firmiert die Sanyo Fisher Vertriebs GmbH unter dem neuen Firmennamen Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH. Seit 1977 koordiniert die Sanvo Fisher Vertriebs GmbH mit Sitz in München alle Vertriebsaktivitäten innerhalb Kontinental-Europas, ausgenommen Spanien und Portugal. Sanyo Fisher verkauft seine Produkte in die deutschsprachigen Länder Europas (Deutschland, Österreich und Schweiz). Der gesamte europäische Vertrieb für die Produktbereiche LCD-Projektoren, Unterhaltungselektronik, professionelle Videoüberwachung und Digitale Fotokameras wird seit diesem Zeitpunkt von München aus gesteuert. Der neue Name Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH betont die verstärkten paneuropäischen Aktivitäten der Vertriebszentrale und spiegelt die zunehmende Bedeutung des europäischen Marktes für die Sanyo Group Japan wider. Darüber hinaus wird die Marke Sanyo in Europa neu positioniert und mit innovativen Produkten und wegweisenden Technologien aus den oben genannten Produktbereichen Akzente setzen.

Premiere mit neuem Verschlüsselungssystem

Premiere hat sich für Nagravision als neues Verschlüsselungssystem entschieden. Nagravision ist ein CA (Conditional Access)-System des Schweizer Softwarehauses Kudelski. "Das neue Verschlüsselungssystem ist ein wichtiger Baustein für das neue Premiereprogramm. Mit unserer Entscheidung für Nagravision haben wir im wahrsten Sinne des Wortes eine Schlüsselfrage gelöst", so Premiere-Geschäftsführer Dr. Georg Kofler. Das bisherige Verschlüsselungssystem von Premiere gilt als geknackt und nicht mehr sicher. Premiere geht nach eigenen Schätzungen von 500.000 bis einer Million Schwarzsehern aus. Für Premiere Kunden erfolgt der Wechsel des Verschlüsselungssystems unkompliziert. Sie erhalten per Post eine neue SmartCard.

Adobe mit Aktionspreis für Illustrator 10

Vom 1. März bis 31. Mai 2003 kann Adobe Illustrator 10 für Windows zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 199,- Euro angeboten werden. "Aufgrund der positiven Resonanz im Vorjahr haben wir uns entschieden, die Sonderaktion für Adobe Illustrator zu wiederholen. Die vielen Möglichkeiten und Extras in Adobe Illustrator, wie Skripte, Stilvorlagen, professionelle Clip-Arts und Stock Fotos, werden die Umsteiger von anderen Grafikprogrammen sicherlich begeistern",

so Uwe Kemm, Geschäftsführer der Adobe Systems GmbH.

Loewe gründet Tochtergesellschaft in Italien

Loewe hat zum 1. April 2003 eine eigene Marketing- und Vertriebs-Tochtergesellschaft in Italien gegründet. Die Loewe Italiana SRL hat ab diesem Zeitpunkt die Loewe Geschäfte vom bisherigen Distributionspartner General Trading Spa, Calenzano, übernommen. Loewe will damit die Voraussetzung schaffen, die künftigen Vertriebs- und Marketingziele in Italien direkt umzusetzen und eine einheitliche internationale Markenführung zu gewährleisten. Die neue Tochtergesellschaft ist ein wesentlicher Bestandteil der Loewe Internationalisierungsstrategie.

Sony senkt Preise für die neue Memory Stick Generation

Kurz vor der Einführung in Deutschland hat Sony die Preise für den neuen Memory Stick PRO nochmals gesenkt. Das Topmodell mit 1 GB Speicherkapazität soll nun 750,- Euro (UVP) kosten. Das sind knapp 25 Prozent weniger als der zunächst angekündigte Preis von 950,- Euro. Auch bei dem Modell mit 512 MB wird der Preis um 25 Prozent gesenkt. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Speichermedium beträgt nun 360,- Euro. Der Memory Stick PRO mit 265 MB kann zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 180,- Euro angeboten werden. Sony hat zudem den Preis des kürzlich vorgestellten Memory Stick mit Select-Funktion reduziert. Die neue Variante verfügt über zwei Partitionen à 128 MB. Zwischen diesen kann der Anwender per Schalter manuell wechseln und erzielt eine Gesamtkapazität von 256 MB. Der Memory Stick Select soll 170,- Euro kosten.



CeBIT 2003 – Gute Geschäftsabschlüsse trotz Besucherrückgang

Zurück zur Normalität

Mit zehn Prozent weniger Ausstellern und einem deutlichen Rückgang bei den Besucherzahlen um 17 Prozent auf 560.000 (Vorjahr 674.000) landete die CeBIT 2003 nach dem Boom der letzten Jahre auf dem Boden der wirtschaftlichen Realität. Dennoch fanden die Besucher anstelle des Trubels der letzten Jahre eine von Sachlichkeit geprägte Business-Atmosphäre vor, die einige Branchenvertreter als "Normalisierung" beschrieben. Nach Angaben der Deutschen Messe AG konnten die CeBIT-Aussteller in diesem Jahr rund 10 Prozent mehr Aufträge verzeichnen als 2002 – bei einer durchweg hohen Qualität der Besucher sei der Impuls für die IT- und Telekombranche nicht ausgeblieben.

"Nicht die Zahl der Besucher, sondern die Qualität der Kontakte ist entscheidend", so der BITKOM (Bundesverband Infomaterialwirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V. Berlin) in seinem Messe-Abschluß-Statement. Der Verband spricht von hohen Erwartungen der Unternehmen an das Nachmessegeschäft. "Auf der CeBIT war eine steigende Bereitschaft zur Investition in innovative Technologien zu spüren. Ausstellerumfragen an einzelnen Ständen haben ergeben, daß ein Großteil der Besucher bereits innerhalb der nächsten drei Monate investieren möchte", heißt es in dem BITKOM Abschlußbericht weiter.

Konvergenz in allen Themenbereichen

Das Stichwort "Konvergenz" fand sich in allen Themengebieten der Messe wieder – von der Netzwerktechnik über Softwarelösungen bis hin zu der Vielzahl an Endgeräten. Digitale Kommunikation wird durch UMTS und Wireless LAN jederzeit an jedem Ort möglich. Sie bietet

dem Anwender breitbandigen Zugang zu Informationen für Unterhaltung und berufliche Zwecke. Ein Meilenstein auf diesem Weg ist der Beginn des UMTS-Zeitalters in Deutschland im Herbst. In Ballungszentren werden dem Anwender dann Datenraten von bis zu 384 KB/S für mobile Dienste zur Verfügung stehen. Der Trend des letzten Jahres zur verstärkten Nutzung von mobilen Datendiensten hat sich



Auf der CeBIT 2003 präsentierte LG Electronics unter anderem neue Produkte aus dem Bereich LCD-TV. Flaggschiff der neuen Serie ist der 30-Zoll AV/PC-Monitor MW-30LZ10. In Verbindung mit einem DVD-Receiver wird der Monitor zum 16:9 Breitbildfernseher.

Obwohl sich das Geschäft mit PC-Monitoren auch im Jahre 2003 als schwierig erweist, zeigten sich Alfred Hörgestätter, General Manager Sales Central Europe & Export, und Frank Kroyer, General Manager Marketing Europe, NEC-Mitsubishi Electronic Display, in einem Gespräch mit PoS-MAIL sehr zuversichtlich. Das Unternehmen präsentierte auf der CeBIT eine breite Palette an Display-Neuheiten.

bestätigt, nicht zuletzt durch die Einführung von MMS (Multimedia Messaging Service). Parallel zur UMTS-Einführung haben mehrere große Telekommunikationsanbieter angekündigt, deutschlandweit an Hotspots von Hotels, Flughäfen oder Bahnhöfen WLAN-Zugänge für den Zugriff auf Internet und Firmennetz zu installieren. Um kostenintensive Mehrfachinstallationen zu vermeiden, denken die Anbieter über ein übergreifendes Roaming nach. Die Gebühren für die WLAN Nutzung würden dann automatisch in der Mobilfunkrechnung ausgewiesen. WLAN wird als Ergänzung zu UMTS gesehen.

Erfolgreich gestartet ist der Ausbau des digitalen terrestrischen Fernsehens. DVB-T wird in idealer Ergänzung zu den mobilen Übertragungsstandards GSM und UMTS dem Benutzer unterwegs breitbandigen Content kostengünstig zur Verfügung stellen und interaktive Unterhaltung auf künftigen mobilen Endgeräten ermöglichen.

Im Sinne der Konvergenz werden immer mehr mobile Endgeräte entwickelt, die Eigenschaften von verschiedenen Produktklassen in sich vereinen. Mobiltelefon, Notebook, Web-Pad, PDA, Digitalkamera, Camcorder, MP3- und Video-Player, Navigationssystem, elektronisches Buch oder auch Spielkonsole. Der Funktionsumfang bisheriger SmartPhones und SmartTerminals wird damit deutlich erweitert. Die Geräte können drahtlos über GPRS, Bluetooth und WLAN miteinander kommunizieren. Schon jetzt haben alle neuen SmartPhones eine Digitalkamera für Schnappschüsse integriert. Ausgerüstet mit neuester Flash-Speicher-Technologie bieten sie reichlich Platz für Applikationen,



Panasonic präsentierte auf der CeBIT seine Neuheiten unter dem Motto "Digital Networking for Life". Mit der SD Memory Card, die mittlerweile über eine Speicherkapazität bis 1 GB verfügt, setzt Panasonic mit zahlreichen Partnerunternehmen ebenfalls neue Maßstäbe im Bereich der Konvergenz der Technologien.



Philips präsentierte auf der CeBIT Anwendungen für das vernetzte Haus. Die Basis dafür bilden Schlüsseltechnologien wie Breitband-Internet und die Kommunikation zwischen drahtlos vernetzten Endgeräten. Gezeigt wurden unter anderem Arbeits- und Forschungsergebnisse, die bereits in reale Produkte umgesetzt wurden und lieferbar sind. Dazu gehört beispielsweise eine Micro-HiFi-Anlage mit drahtlosem Zugang zu Online Musik sowie ein mobiler Monitor, der kabellos die Verbindung zum PC hält.

Bilder, Musik oder ganze Spielfilme. Bei der Hardware-Entwicklung im klassischen PC-Seament geht der Trend nicht mehr nur zu immer höheren CPU-Taktraten, sondern

zur Optimierung der gesamten

Systemleistung. Die Speicheran-

bindung wird deutlich verbessert

und mehrkanalig ausgelegt. Auch in preiswerten Geräten sind immer

mehr Komponenten direkt an

den Chipsatz angeschlossen und

müssen sich keinen System-Bus

Für den mobilen Einsatz wird der

Stromverbrauch aller Komponen-

ten gemeinsam optimiert, was zu

deutlich längeren Akkulaufzeiten

Ende des Jahres wird im Privat-

kundenmarkt erstmals die 64-Bit-

Prozessor-Technologie eingeführt - ein weiterer Meilenstein in der

mit anderen Geräten teilen.

als bisher führt.

"Genauso wie beim Wein hängt auch beim Fernsehen der Genuß vom richtigen Glas ab. Wir haben uns vorgenommen, im neuen Zeitalter der LC-Displays Weltmarktführer im Absatz von Fernsehaeräten zu werden. Bereits in diesem Jahr wird Sharp 1,5 Mio. Einheiten verkaufen". so Helmut Engel, Präsident und Geschäftsführer der Sharp Electronics GmbH.

konferenz im Rahmen der CeBIT sehr zuversichtlich. Fließende Grenzen

Sharp hat im Bereich LCD-TVs eine wichtige Position in einem stark wachsenden

Markt eingenommen. Im Jahr 2002 konnte das Unternehmen in diesem Segment

einen Marktanteil von 50 Prozent verzeichnen. Helmut Engel, Präsident und

Geschäftsführer der Sharp Electronics GmbH, zeigte sich auf der Sharp-Presse-

zwischen UE und IT Die Grenzen zwischen Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie lösen sich auf. TFT-LC-Displays gehören mittlerweile zur Standard-Ausstattung bei PCs. Auch großformatige LCD-TVs mit einer Bildschirmdiagonale ab 21 Zoll werden zunehmend preiswerter. Die Flachbildschirmtechnologie wird durch bessere Hintergrundbeleuchtung noch attraktiver. Neue Herstellungsverfahren ermöglichen noch größere Displays. Die neuen DVD-Player bieten integrierte Speicherkartenleser für meist firmengebundene Speicher-

Mit dem HDD-Camcorder ITCAM 7 präsentierte Samsung auf der CeBIT ebenfalls eine Weltneuheit. Das Gerät vereint die Fähigkeiten eines MPEG-4 Camcorders, einer Digitalkamera, eines MP3-Players und eines digitalen Stereo Audiorecorders. Das Unternehmen unterstrich mit dieser und vielen anderen Produktinnovationen seine Intention, die digitale Konvergenz voranzutreiben.

kartentypen. Bilder aus der Digitalkamera können somit bequem betrachtet und bei einigen Geräten sogar bearbeitet werden. DVD-RAM-Recorder erlauben die gleichzeitige Aufnahme und Wiedergabe - dank höherer Speicherkapazität sogar bis zu zwei Stunden in bester Qualität. Auf der CeBIT 2003 wurden erste Geräte mit dem neuen Standard "Blue-ray Disc" vorgestellt, der deutlich längere Aufzeichnungszeiten von mehreren Stunden ermöglicht. Die Zusammenführung von Geschäftsprozessen in einer integrierten Lösung war bei vielen Anbietern ein wichtiges Thema. Dies betrifft das Zusammenwachsen von Applikationen im Office-Bereich ebenso wie komplexe



"Unsere Strategie der 'vernetzten Welten' haben wir konsequent fortgesetzt. Dabei freut uns insbesondere, daß die Resonanz des Fachhandels auf unser Home-Server-Concept äußerst positiv ausfällt", so Frank Bolten, Director Sales Consumer Audio/Video, Sony Deutschland GmbH.

auch die Erwartungen bezüglich des Nachmessegeschäftes stimmen die Branche positiv, heißt es im Abschlußbericht der Messe Hannover. Noch zum Messebeginn sollen nur 37 Prozent der ausstellenden Unternehmen die konjunkturelle Situation der Branche als günstig beurteilt haben, zum Abschluß der Messe sei dieser Wert auf 40 Prozent gestiegen. Mit dem Besuch am eigenen Messestand zeigten sich die Aussteller zufrieden. Die im Messeverlauf verbesserte Einschätzung der Branchensituation spiegele sich insbesondere auch in der Bewertung der Unternehmen wider. Dies bezieht sich allerdings, so die Deutsche Messe AG, ganz wesentlich auf den deutschen und den europäischen Markt. Die Absatzsituation in den außereuropäischen Staaten wurde zum Messeschluß durchgängig etwas ungünstiger eingeschätzt. Der auf Grund der politischen Weltlage verminderte Besuch aus diesen Regionen habe offensichtlich dazu beigetragen.

Die Deutsche Messe AG zeigt sich zuversichtlich im Hinblick auf die CeBIT 2004. Rund 82 Prozent der Aussteller hätten bereits jetzt schon die Absicht bekundet im nächsten Jahrwieder dabei zu sein. Die CeBIT 2004 findet vom 18. bis 24. März statt.



Samsung präsentierte auf der CeBIT ein LC-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 54 Zoll. Nach Aussagen des Unternehmens handelt es sich hierbei um das weltweit größte LC-Display.

Unternehmensanwendungen, bei denen CRM (Customer Relationship Management), SCM (Supply Chain Management) und ERP (Enterprise Resource Planning) als vernetzte und einfach erweiterbare Systeme angeboten werden.

Zahlreiche Softwareunternehmen wenden sich zunehmend mit speziellen Angeboten an den Mittelstand und liefern zielgruppengerechte Produkte, Support und Finanzierungsmöglichkeiten.

Die Branche bleibt optimistisch

Sowohl die auf der Messe vollzogenen Geschäftsabschlüsse als



Sampo wird noch in diesem Jahr seine Deutschland-Niederlassung eröffnen. "Wir stärken damit das ohnehin sehr erfolgreiche Deutschland-Geschäft. Hier auf der CeBIT konnten wir neue Strategiepartner gewinnen und sind mit dem Messeverlauf sehr zufrieden", so Alf Bruchhaus, Vertriebsdirektor Monitore bei Sampo.



Anwendungsmöglichkeiten für Projektoren, so z. B. in kleinen Besprechungsräumen, in Schaufenstern, am POI/POS oder in Wohnräumen, und gestaltet darüber hinaus den konventionellen Projektoreinsatz einfacher, wirkungsvoller und damit professioneller. Neben der für diese Zwecke erstmalig eingesetzten asphärischen Spiegeltechnik verfügt der WT600 auch über neueste und besonders leistungsfähige Ausstattungsmerkmale und Technologien.

Mit einer ebenso einfach wie genial anmutenden Technologie haben NEC-Ingenieure einen revolutionären Projektor entwickelt, der bei nur 5,5 cm Abstand zur Projektionsfläche bereits Bilder mit einer

Bilddiagonale von mehr als einem Meter projiziert. Der NEC WT600 schafft eine Vielzahl neuer

Sensationeller Bildwerfer

fernung von nur 5,5 bis 65,0 Zentimetern perfekte Bilder mit Bilddiagonalen von 1,02 bis 2,54 Metern erzeugt.

Das "Ei des Columbus": asphärischer Spiegel

Die größten Bilder bei kleinstem Abstand zur Wand des WT600 von NEC werden durch den Einsatz eines asphärischen Spiegels ermöglicht. Auf diesen gewölbten Spiegel wird das von einem DLP-Chip erzeugte Bild geworfen. Der asphärische Spiegel projiziert das Bild vergrößert an die Wand. Die Krümmung des Spiegels wurde von NEC-Entwicklern so berechnet, daß die üblicherweise auftretenden Verzerrungen vollständig optisch korrigiert und damit vermieden werden. Das Resultat: Schon bei einer Projektionsentfernung von nur 5,5 bis 65,0 Zentimetern erzeugt der Projektor perfekte Bilder mit Bilddiagonalen von 1,02 bis 2,54 Metern. Mit der neuen Technologie können nun auch in kleinen Räumen große und perfekte Bilder erzeugt werden. Angenehmer Nebeneffekt: Kurze Kabelwege zwischen High-End-Surround-Anlage und Bildausgabegerät oder zwischen Steuergerät

und Projektor bei Rückprojektionen am Point-of-Sale/Point-of-Informa-

DLP-System mit Double Data Rate

Bei einer Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten (XGA) und der Helligkeit von 1.200 ANSI Lumen erreicht der WT600 das hohe Kontrastverhältnis von 2.500:1. Ermöglicht werden die hervorragenden Leistungsdaten durch den Einsatz der neuesten DLP-Chip-Generation mit Double Data Rate Technologie (DDR). Bei der Double Data Rate Technologie kippen die Miniaturspiegel auf dem Chip mit doppelt so hoher Geschwindigkeit als bei konventionellen DLP-Chips. Dadurch wird ein qualitativ wesentlich besseres Bild erzeugt.

Beispielhafte **Ausstattung und Anschlußvielfalt**

Der WT600 arbeitet mit dem von NEC entwickelten digitalen Bildkorrekturverfahren "3D-Reform" welches die horizontale, vertikale und diagonale Trapezkorrektur übernimmt.

Beispielhaft ist der WT600 auch durch seine große Anschlussvielfalt bei den Ein- und Ausgängen: RGB, Video, S-Video, Audio RGB, Audio, Video/S-Video, PC Kontrolle (RS-232), USB, PC Karte Typ 2, Eingänge: Mini D-Sub, 15pin und 1 Digital-Input: DVI-IKomponentensignal (YPbPr) und Scart-RGB via RGB-Analog, Anschluß-Terminal: Mini D-Sub, 15pin, Cinch, DIN 4pin (Hoseidenbuchse), 3,5 mm Stereo Klinkenstecker. 2 x Cinch (L/R), 3,5 mm Stereo Klinkenstecker, DIN 8pin/USB Typ B, A- und B-Typ. Sehr komfortabel: Nach der Wahl der Programmquelle stellt eine Plug und Play Funktion den Projektor automatisch optimal auf die ausgewählte Signalquelle

Eigene IP-Adresse und WLAN

Wie bereits alle NEC-Projektoren ist auch der WT600 für den Anschluß an ein lokales Computernetzwerk per Ethernet-Schnittstelle oder auch über Wireless LAN gerüstet. Die uneingeschränkte Netzwerkfähigkeit erlaubt den schnellen Wechsel zwischen mehreren Bildquellen. Zentral gesteuert kann das gleiche



 $\textit{Die F\"{a}higkeit}, schon\,ab\,5.5\,cm\,Projektions distanz\,große\,und\,perfekte\,Bilder\,zu\,projizieren, erschließtanz\,große und perfekte\,Bilder\,zu\,projizieren, erschließtanz\,große und perfekte Bilder\,zu\,projizieren, erschließtanz\,große und perfekte Bilder große und per$ dem NEC WT600 völlig neue Einsatzmöglichkeiten, unter anderem bei High-End Home-Cinema und beim Point of Sale.

Bild auch auf mehreren Projektoren ausgegeben werden. Der netzwerkfähige Projektor kann mit der NEC-Management-Software von NEC auch vollständig über das Netzwerk ferngesteuert und verwaltet werden. Das Gerät kommuniziert über Internet-Protokoll (IP) und läßt sich über eine fest zugeordnete IP-Nummer eindeutig im Netzwerk ansprechen.

Der Projektor unterstützt den Wireless-LAN-Standard nach IEEE 802.11b mit Transferraten bis zu 11 Mbps. Hierbei werden Daten drahtlos empfangen und als Bilder ausgegeben. Dabei müssen weder Wände durchbohrt noch Kabel verlegt werden.

Abmessungen und Verfügbarkeit

Projektor verfügt über den Energiesparmodus "ECO-Mode", bei dessen Betrieb sich die Lebensdauer der Lampe bei reduziertem Energieverbrauch auf 2.500 Stunden erhöht und das Betriebsgeräusch auf nur 32 Dezibel abgesenkt wird. Die Abmessungen betragen im aktiven Zustand (B x H x T) von 39,0 x 31,3 x 31,3 cm. Im Lieferumfang enthalten sind: Fernbedienung mit Laserpointer und Maus-Steuerung. Das Gewicht beträgt 5,9 kg. Verfügbarkeit: ab August 2003. Angaben über den UVP lagen bei Redaktionsschluß noch nicht vor.

Interview mit Karsten Hartmann,

Geschäftsführer Devil **Computer Vertriebs GmbH**



PoS-MAIL: Herr Hartmann, Sie haben auf der diesjährigen CeBIT die Devil Computer GmbH und ihr spezifisches Konzept zum ersten Mal mit einem eigenen Messeauftritt dem Fachpublikum vorgestellt. Mit welchen Erwartungen sind Sie nach Hannover gegangen?

Karsten Hartmann: Es waren nicht spezifizierte Erwartungen, die uns zu diesem Schritt veranlaßt haben, sondern vielmehr der Wunsch, uns mit denjenigen unserer mehr als 3.000 Kunden, mit denen wir bisher nur per Telefon Kon-

takt hatten, einmal persönlich zu unter-

halten, um deren Kritik, Anerkennung und Anregungen zur Kenntnis zu nehmen und auf diese Weise gemeinsam daran zu arbeiten, daß unser bisher sehr erfolgreiches Konzept auch in Zukunft eine tragfähige Basis für beiderseitig gute Geschäfte bleiben wird.

PoS-MAIL: Der Messestand der Devil Computer GmbH befand sich in dem auf der diesjährigen CeBIT neu geschaffenen Fachhandelszentrum "Planet Reseller". Wie waren Ihre Erfahrungen mit diesem "Reseller-Bereich"?

Karsten Hartmann: Aus unserer Sicht ist die Einrichtung eines speziell für den Reseller gestalteten Bereichs auf der CeBIT eine begrüßenswerte Maßnahme, denn es ist zugleich ein Schritt der Rückbesinnung auf die ursprünglichen Aufgaben einer "Messe", die traditionell immer eine Veranstaltung des Handels und ein Ort des Handelns gewesen ist. In den letzten Jahrzehnten ist jedoch zunehmend die Präsentation der Hersteller und ihrer Produkte in den Vordergrund des Geschehens getreten, wodurch die CeBIT mehr und mehr den Charakter einer zugegebenermaßen eindrucksvollen, multimedialen Werbeveranstaltung angenommen hat. Tatsache ist aber, daß die Öffentlichkeit meist schon lange vor der Eröffnung der CeBIT durch Medienberichte und Online-Präsentationen eingehend über alle Messe-"Neuheiten" informiert ist. Für ein Unternehmen wie die Devil Computer GmbH jedoch, die konsequent auf den persönlichen Kontakt zu ihren Handelspartnern setzt und vollständig "auf E-Commerce pfeifft", wie wir das plakativ bezeichnen, ist ein Handels- und Begegnungsplatz wie der "Planet Reseller" auf der CeBIT eine zusätzliche, wertvolle Gelegenheit, den Kontakt zu unseren Kunden zu optimieren.

Devil Computer GmbH und "Planet Reseller" auf der CeBIT 2003

PoS-MAIL: "Devil Computer pfeifft konsequent auf E-Commerce". Was setzen Sie an dessen Stelle?

Karsten Hartmann: Den strategischen Verzicht auf E-Commerce flankieren wir wirkungsvoll durch tagesaktuelle Sortimentspflege, stündlich aktualisierte Preise, kontinuierliche Verfügbarkeit und pünktliche Auslieferung am Folgetag jeder bis 18:30 Uhr erteilten Order. Im durchgängigen Tele-Sales-Service bieten unsere kompetenten Teams gut nachgefragte EDV-Warengruppen internationaler Marken zu verhandelbaren Preisen an. Unser Portfolio um-

faßt ca. 2.500 Artikel von über 70 renommierten Herstellern. Mit 130 Mitarbeitern und ca. 3.000 Kunden, von denen 60 Prozent dem Fachhandel angehören, setzte Devil im vergangenen Jahr mehr als 217 Millionen Euro um. Die rasche Kommunikation am Markt und die zuverlässige, pünktliche Auslieferung verschafft nicht nur der Devil GmbH, sondern auch unseren Handelspartnern entscheidende Wettbewerbsvorteile.

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

(Unternehmenskontakt: Devil Computer Vertriebs GmbH, Geschäftsführer Karsten Hartmann, Kocherstraße 2, 38120 Braunschweig, Tel: 0531-21540 660, info@devil.de, www.devil.de)

evo

Pioneer: Neue Dimensionen durch Car Entertainment und DVD-Navigation

Mit neuen Konzepten und Technologien erweitert Pioneer seine Car Entertainment Produktlinie um zusätzliche Innovationen. Die Produktneuheiten des DVD Spezialisten verschmelzen harmonisch Car Entertainment, Navigation und Car Audio miteinander und wurden auf der Car & Sound erstmals vorgestellt.

7 CD Tuner aus dem aktuellen Pioneer Sortiment spielen auch CDs mit komprimierten und selbstgebrannten MP3 Audio-Titeln ab und verfügen damit über Funktionen, die besonders bei der im Umgang mit dem Computer und dem Internet vertrauten Käufer-Generation sehr gefragt sind. Mit den neuen Modellen der "Moniceiver"-Klasse vereint Pioneer in einem DIN-Schacht Gerät Monitor, CD/DVD-Tuner mit D4Q Radio, Audio Verstärker und alle Schnittstellen für optionale Zusatzgeräte an.

Den Ansprüchen der Zielgruppe der Fahrer von Sportwagen und Fahrzeugen der gehobenen Mittelklasse kommt Pioneer mit dem CD-Tuner DEH-P77MP entgegen, der bei einem ökonomischen Preis optisch wie technisch State of the Art bietet.

Moniceiver: Car Entertainment und Navigation in einem Gerät

Mit den neuen Pioneer-Moniceivern gehören langwierige Verkabelungen von In-Car-Entertainment Komponenten der Vergangenheit an. Die kompakten, in einen DIN Schacht passenden Moniceiver bestehen aus einem ausfahrbaren Touchscreen-Monitor für die Bedienung von Navigation und Multimedia, einem DVD-Laufwerk sowie D4Q-Radio-Tuner und einem Verstärker. Im Gegensatz zu anderen Monitor/Laufwerk-Kombinationen verfügen Moniceiver über alle Schnittstellen für weitere Bausteine wie Navigationssystem, DAB oder TV-Tuner. Das neuartige Konzept minimiert und vereinfacht den Installationsaufwand und steigert



AVH-P7500DVD: Moniceiver mit ausgefahrenem Monitor, der in einen DIN-Schacht paßt.

den Bedienungskomfort. Bei angeschlossenem Navigationssystem lassen sich beide Moniceiver im Dual-Zone-Betrieb nutzen: Während dem Fahrer auf dem Hauptmonitor die Routenbeschreibung zur Verfügung steht, können Mitfahrer auf den hinteren Sitzen über Monitore in den Kopfstützen DVD-Filme genießen. Optimalen Radio-Empfang garantiert die digitale D4Q Empfangstechnik. Abspielbar sind die Formate DVD-Video, Video-CD, CD-Audio und MP3. Der AVH-P7500DVD beherrscht darüber hinaus auch DVD-Audio und verfügt über einen Digital Sound Prozessor (DSP) mit LaufzeitkorMehr Schalldruck als
ein Düsenjet: Der
TS-W5000SPL setzt
neueste technische
Erkenntnisse um, die den
mörderischen Anforderungen der SPL-Wettkämpfer
gerecht werden. Unglaubliche
Belastbarkeit von max. 5000 Watt,
Schalldruck bis 170 Dezibel(A). Der
27 Kilogramm schwere Subwoofer
benötigt nur 42,5 Liter Gehäusevolumen bei
einer Einbautiefe von 266 mm. UVP 999,- Euro.

rektur, der alle gängigen Surround-Formate wiedergeben kann und sich beim AVH-P6500DVD nachrüsten läßt. Beide Geräte stellen 5 x 50 Watt (Musikleistung) bereit. Der AVH-P6500DVD zum UVP von 1.999,- Euro ist mit einem 6,5 Zoll-Display und der AVH-P7500DVD zum UVP von 3.099,- Euro mit einem 7 Zoll-Display ausgestattet, beide im 16:9-Format.

"Schlicht, edel und funktionell": CD-Tuner DEH-P77MP

Der Entwicklungsauftrag für den CD-Tuner DEH-P77 lautete: "Schlicht, edel und funktionell". Dieser Zielsetzung wurden die Pioneer Ingenieure voll gerecht. Ausstattungsmerkmale und Designrichtlinien legte ein europäisches Projekt-Team fest und setzte bewußt Kontraste zum aktuell verbreiteten Styling mit buntem Display und animierten Grafiken. Das Resultat ist ein wertvoll wirkendes und Gediegenheit ausstrahlendes Gerät mit Drehreglern, die angenehm in der Hand liegen, als
Bedienelementen und einem technisch funktional gestalteten Display ohne die üblichen optischen Spielereien. Der DEH-P77MP spielt neben CD-Audio auch MP3 und Windows Media-Dateien ab, euert Digital Radio-Empfänger, TV-

steuert Digital Radio-Empfänger, TV-Tuner und CD-Wechsler und bietet mit seinem D4Q-Tuner überragenden UKW-Empfang. Eine MOSFET-Endstufe sorgt für die entsprechende Verstärkung. Über drei Vorverstärkerausgänge mit vorgeschalteten Hoch- und Tiefpaßfiltern lassen sich zusätzliche Leistungsendstufen ansteuern.

Der DEH-P77MP kommt ab Anfang Mai 2003 zu einem UVP unter 500,- Euro in den Handel. *evo*



Schlicht, edel und funktionell: CD-Tuner DEH-P77MP im klassischen Retro-Design mit State of the Art Leistung zum UVP von unter 500,-Furo





AVIC-800DVD-soft: DVD-Navigationsrechner mit FB und Kontrolleinheit zum UVP von 1.799,- Euro (AVIC-900DVD-soft mit DVD-Video Wiedergabe UVP 1.999,- Euro).

Interview mit Bodo Badnowitz,

Direktor Marketing und Vertrieb, Pioneer Deutschland

Pos-MAIL: Der Name "Pioneer" ist sowohl dem Handel wie dem Endkunden seit Jahrzehnten ein fester Begriff für hochwertige und äußerst zuverlässige Car Audio Produkte. Welchen Modellen und neuen Technologien im aktuellen Angebot Ihres Unternehmens sollte der Handel Ihrer Meinung nach seine besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen und warum?

Bodo Badnowitz: Der Nachrüstmarkt für CD-Tuner erfordert ganz klar Geräte, die bei einem attraktiven Preis auch MP3-Unterstützung bieten. Unsere aktuellen CD-Tuner erfüllen diese Kriterien und bieten dem Verbraucher darüber hinaus hochwertige Verarbeitungsqualität, ein umfangreiches Ausstattungspaket und durch die neue D4Q (Digital for Quality) Technik auch überragenden, nahezu störungsfreien Radioempfang. Erste Tests in der Fachpresse belegen die herausragenden Eigenschaften dieser Technologie, und die traditionell sehr guten Klangeigenschaften unserer neuen Produktlinie. Wir sehen allerdings auch eine Verschmelzung von reinem Car Audio und In Car Entertainment.

PoS-MAIL: Die Erweiterung des klassischen Produktbereichs Car Audio durch Entertainment und DVD-Navigation führt zu einer beträchtlichen Steigerung des durchschnittlich pro Fahrzeug investierten Wert-Volumens. Wie groß ist der Markt für diese Produkte? Stellt dieser Bereich Ihrer Meinung nach neue Umsatzchancen für den Handel dar?

Bodo Badnowitz: Bisher war der Markt für komplexe Navigationssysteme relativ klein. Da besonders Systeme mit Bildschirmnavigation der



Hilfe eines professionellen Einbauexperten bedurften, schreckten viele Verbraucher vor der Anschaffung zurück. Somit wird der Markt in erster Linie von kostengünstigen 1DIN-Lösungen, wie z. B der ANH-P9R von Pioneer, beherrscht. Da Bildschirmnavigation aber wesentlich komfortabler ist und nebenbei auch den Einstieg ins In Car Entertainment darstellt, werden einbaufreundliche DIN-Lösungen mit ausfahrbarem Bildschirm immer interessanter für Verbraucher und Handel. Wir bewegen uns aber immer noch in einem Markt, der sehr beratungsintensiv ist, dafür aber auch sehr gute Margen bringt. Durch die steigende Nachfrage sind hier in Zukunft sicherlich neue Umsatzchancen für den Fachhandel zu erzielen.

PoS-MAIL: Speziell der Bereich Navigation stellt Verbraucher vor enorme Installationsprobleme. Wie lösen Sie in diesem Segment die technischen Berührungsängste des Verbrauchers mit dieser

komplexen Technik, und auf welche Weise fördern und erreichen Sie eine optimale Beratung?

Bodo Badnowitz: Pioneer setzt im Segment Navigation auf enge Zusammenarbeit mit ausgesuchten Händlern, um dem Verbraucher eine kompetente Beratung und professionellen Einbau garantieren zu können. Händler, die an dem sogenannten PNPS Programm (Pioneer Navigation Partner Shop) teilnehmen, werden von uns regelmäßig geschult und mit POS-Material sowie Demo Boards zu Vorführzwecken ausgestattet. Wir vertreiben komplexe Navigationssysteme im Interesse der Verbraucher also ausschließlich über autorisierte Fachhändler. Aktuelle Produktentwicklungen passen sich dabei den Bedürfnissen des Marktes an und werden zunehmend einbaufreundlicher.

PoS-MAIL: Mit der übergreifenden Bezeichnung "Moniceiver" für die Modelle AVH-P6400CD, AVH-P6500DVD und AVH-P7500DVD führte Pioneer einen neuartigen Begriff ein, der gleichermaßen die Phantasie anregt, wie er erklärungsbedürftig ist. Das ist mit Sicherheit ein geschickter Schachzug. Doch was genau ist das Besondere und Charakteristische eines "Moniceivers"?

Bodo Badnowitz: Es läßt sich leicht erahnen, daß es sich hier um eine Monitor/Receiver-Kombination handelt. Der Grundgedanke bei dieser Entwicklung war es, ein 1 DIN-Gerät auf den Markt zu bringen, welches Monitor, CD/DVD-Tuner, D4Q Radio, Audio Verstärker sowie alle Schnittstellen für optionale Zusatzgeräte bereits an Bord hat. Eine komplexe Verkabelung von Navigationssystem, TV-Tuner, DAB-Tuner oder weiteren Monitoren erforderte bisher eine Blackbox und eine Schaltzentrale. All dies findet der Verbraucher hier in einem leicht zu installierenden 1 DIN-Gerät, das in jeden Radio-Schacht paßt. Das

Königsmodell AVH-P7500DVD geht sogar noch einen Schritt weiter und bietet als erstes Car Audio System feinste DVD-Audio Wiedergabe. Hier setzten wir neue Standards im Markt.

PoS-MAIL: Bei der Betrachtung des neuen CD Tuners DEH-P77MP fällt besonders das betont sachlich gehaltene Design ins Auge, welches den Eindruck technischer Funktionalität und Gediegenheit vermittelt. Soll mit diesem außerhalb des allgemeinen Trends liegenden Styling eine bestimmte Zielgruppe unter den Anwendern oder die Besitzer spezifischer Fahrzeuge angesprochen werden? Und entsprechen dem außergewöhnlichen Äußeren auch ebenso ungewöhnliche technische Eigenschaften und Features?

Bodo Badnowitz: Dieses Modell ist in einem hochwertigen, klassischen Retro-Look gehalten, welchem wir in letzter Zeit sehr häufig in der Automobilindustrie begegnen. Der Design-Anspruch vieler Autofahrer ist heute auch bei Autoradios sehr differenziert und reicht von technisch und bunt mit grafisch animierten Displays bis zu prestigeträchtiger, schlichter Eleganz. Um den Ansprüchen der zweiten Zielgruppe gerecht zu werden, ging Pioneer daher mit dem DEH-P77MP einen völlig neuen Weg und entwickelte einen CD-Tuner, der sowohl optisch als auch technisch, mit Komponenten wie Burr Brown Wandlern und Mosfet Amplifier, state of the art ist. Besonders im Fokus stehen hier Fahrer von Sportwagen und Fahrzeugen der gehobenen Mittelklasse. Pioneer erschließt mit diesem CD-Tuner eine ganz neue Käuferschicht. Daher gehört der DEH-P77MP mit seinem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis auch zu den absoluten Highlights 2003.

PoS-MAIL: Herr Badnowitz, wir danken Ihnen für das Gespräch.

O)(WWLANO)(WWLANO)(W

WLAN Infos und News

EU-Kommission unterstützt WLAN

Mit einer eigenen Empfehlung wollen die Kommissare der EU-Kommission die Einrichtung und Verbreitung öffentlicher WLAN-Zugänge innerhalb der EG fördern. Die Genehmigung allgemein zugänglicher WLANs, sogenannter "Public Spots", soll erleichtert und WLAN-Dienste in allen Mitgliedsstaaten durch eine "Allgemeingenehmigung" erlaubt werden. WLAN-Funknetze sind nach Ansicht der EU-Kommission eine wichtige Ergänzung zu bestehenden Breitbandanschlüssen: "Diese Empfehlung ist ein wichtiger Schritt zur Bereitstellung schneller Internet-Verbindungen über unterschiedliche Zugangsplattformen", erklärte der zuständige Kommissar Erkki Liikanen. "Ergänzend zu den anderen Breitband-Zugangswegen erhalten die europäischen Bürger mit Hilfe der Funk-LAN-Technik einen einsatzbereiten Zugang zur Wissensgesellschaft, wann immer sie sich fern von zu Hause in öffentlichen Bereichen aufhalten." Die EU-Kommission folgt mit ihrer Empfehlung einer Aufforderung des EG-Rates, den Ausbau mit einer Vielzahl von Breitband WLAN Zugangsmöglichkeiten zu unterstützen. Alle Mitgliedsstaaten werden aufgefordert, die Genehmigungsverfahren für die Nutzung vorhandener Frequenzbänder kostengünstig zu gestalten.

Lancom Systems und Telekom erweitern **Kooperation**

Die Lancom Systems GmbH und die Deutsche Telekom AG vereinbarten mit sofortiger Wirkung eine erweiterte Zusammenarbeit beim Vertrieb von WLAN Produkten der Lancom Systems. Als erstes Modell wird die Telekom den Access Point Lancom 3050 Wireless unter dem Namen "T-Octopus LAN W3050 "vertreiben. Ausschlaggebend für die Wahl des Lancom Access Points waren nach Angaben der beiden Partner die ideale Anpassung der Produkte an die Anforderungen der Deutschen Telekom. Der T-Octopus LAN W3050 zeichnet sich vor allem durch seine hohe Performance, hervorragende Sicherheitsfunktionen und einfache Erweiterbarkeit auf neue WLAN Standards aus. Das Gerät ist für den professionellen Einsatz in Netzwerkumgebungen jeder Größe einsetzbar, vom kleinen Büro bis hin zu sicherheitssensitiven großen Netzwerken. Der Access Point verfügt über einen kompletten Multiprotokoll-Router mit integrierter Stateful-Inspection Firewall, optionalem VPN-Gateway und Dual-Slot/DualBand WLAN-Accesspoint. Über optionale VPN-Funktionen können sowohl die WLAN-Funkstrecke verschlüsselt (IPSec-over-WLAN) wie auch sichere VPN-Verbindungen über das Internet hergestellt werden.

Lancom Systems zeigt sicheres 54 MBit/s WLAN und VPN

Lancom Systems zeigte auf der CeBIT 2003 als einer der ersten europäischen Hersteller neben allgemein verbreiteten 11Mbps WLAN-Produkten auch bereits Dual Band Accesspoints und PC-Cards nach dem neuen 54-MBit-Wireless-Standard (IEEE 802.11a) und mit den von der Regulierungsbehörde RegTP vorgegebenen Erweiterungen. Dabei wird durch WEPplus und IPsec-over-WLAN vor allem die Datensicherheit gewährleistet und damit auch der Einsatz in sicherheitskritischen Bereichen ermöglicht. Für die sichere und kostensparende Standortvernetzung von Unternehmen durch dynamische, abhörsichere VPN-Verbindungen zeigte Lancom unter anderem ADSL Firewall Router der neuesten Generation, die durch Zusammenfassung von Router, ADSL-Modem, Firewall, ISDN-Backup und 4-Port Switch alle erforderlichen Funktionen in einem Gerät vereinigen.

devolo AG mit WLAN-Neuheiten

Auf ihrem ersten CeBIT-Auftritt zeigte die devolo AG, die 2002 von ehemaligen Mitarbeitern der insolventen Elsa AG gegründet worden war, neben zahlreichen marktreifen Netzwerk-Produkten und einem Kleinstformat-Webserver mit WLAN-Anbindung für den Industriebereich bereits Wireless LAN-Produkte nach dem neuen 802.11g WLAN-Standard mit einer Datenrate von bis zu 54 Mbit/s. Durch eine verbesserte Modulation können mit dem neuen Standard im 2,4 GHz Bereich Datenraten von 54 Mbit/s erreicht werden. Mit der neuen MicroLink WLAN-Produktfamilie stellt devolo einen WLAN-Access-Point, einen USB-Adapter und einen PCMCIA-Adapter vor. Die Funk-Basis-Station "MicroLink WLAN AP" ermöglicht den Anschluß eines DSL- oder Kabel-TV-Modems. Stationäre PCs werden über USB-Adapter, Notebooks oder andere portable Kommunikationsgeräte über eine PMCIA-Funkkarte mit dem drahtlosen Netz verbunden. Verschlüsselung nach dem Wired-Equivalent-Privacy-Standard (WEP) mit bis zu 128 Bit sorgt für einen hohen Sicherheitslevel.

LG bringt WLAN-Produkte für 54 Mbps

Mit einem Dual Mode Access Point und einem PC-Card Adapter nach dem neuen 54 Mbps schnellen IEEE-802.11g-Standard baut LG Electronics seine Produktpalette im Bereich Wireless LAN aus. Die neueste Generation von WLAN-Produkten ermöglicht

Datenübertra-Dual Mode Access Point LG LW5400AP

gungsraten von bis zu 54 Mbit pro Sekunde. Da 802.11g-Produkte ebenso wie die bisher weit ver-

breiteten 802.11b-Komponenten das freie Spektrum um 2,4 GHz nutzen, ist der Standard 802.11g voll abwärtskompatibel zu bisherigen WLAN-Devices. So unterstützt auch der neue Dual Mode Access Point LG LW5400AP gleichermaßen beide Standards. Das Gerät ist für bis zu 32 parallel eingeloggte User ausgelegt. Der Übergang zu kabelgebundenen LANs wird über die integrierte 10/100-Mbit-Ethernet-Schnittstelle hergestellt. Der Access Point beherrscht den Verschlüsselungsstandard WEP (Wired Equivalent Privacy) mit 64 und 128 Bit und Wireless-MAC-Adreßfilterung. In naher Zukunft sollen Sicherheitsfeatures wie WEP Weak-Key Avoidance, TKIP, AES und SSN implementiert werden, die sich bei Verfügbarkeit mittels Firmware-Update auf bereits vorhandene Geräte des Typs LW5400AP übertragen lassen. Konfigurierbar ist der neue Dual Mode Access Point über ein Web-Interface. Des weiteren stellt LG auch eine Wireless-PC-Card für 54 Mbit schnelles WLAN vor. Die PCMCIA-Card LW5400N basiert auf einem 32-Bit-Cardbus-Interface und kann in jedem mit einem solchen Steckplatz ausgestattenen Notebook be-

> trieben werden. Die LW5400N ist als Dual-Mode-WLAN-Karte ebenfalls zum IEEE-802.11b-Standard abwärtskompatibel. Deshalb hat der

Benutzer zu nahezu jedem Wireless-LAN-Hotspot weltweit Zugang. Zum Lieferumfang der PC-Card gehören Installations- und Treiber-Software und ein Handbuch. Die PC-Card LW5400N ist ab April lieferbar.

Moteran ermöglicht flächendeckendes WLAN

In München, und unabhängig von der CeBIT, haben die Unternehmen Detecon und Mitsubishi erstmals ihre WLAN-Erweiterung "Moteran" (Mobile Telecommunication Area Network) einem interessierten Kreis von Technikern und Pressevertretern vorgeführt. "Moteran" besteht aus einer Softwarelösung, die auf dem WLAN Standard IEEE 802.11b aufsetzt und zur Übertragung mit allgemein gebräuchlichen WLAN-Karten in Computern oder PDAs arbeitet. Der Clou ist: Wenn Moteran auf WLAN-fähigen Rechnern installiert ist, kann auf der Basis dieser Geräte und der Nutzung eines Teils ihrer Ressourcen aufbauend, ein eng vermaschtes, selbstorganisierendes Netz eingerichtet werden, bei dem jedes eingeloggte Gerät einen WLAN-Punkt darstellt und als Relais für andere Stationen arbeitet. Mit Moteran entstehen großflächige WLAN-Netze, die ohne jeden Access Point auskommen können.

Die Funktion des Access Points übernimmt der räumlich nächstgelegene Rechner, der mit dem Moteran Netz in Verbindung steht. "Wir haben das Prinzip des Internets auf Funkebene realisiert", erläuterte Shiro Sonoda, Senior Vice President der Abteilung Business Development bei Mitsubishi. Das bei Moteran eingesetzte Prinzip der Vermaschung und des Routings basiert auf früheren Projekten der Ratinger Firma "DIRC". Einige Entwickler von DIRC arbeiten inzwischen bei Moteran mit. Im Unterschied zu den zur Zeit verbreiteten WLANs soll Moteran mit einer durchgängig realisierten Two-Level-Encryption sicherer sein. Gleichzeitig bietet die als Authentifizierungs-Funktion eingesetzte Verschlüsselung auch die Möglichkeit, die Nutzung eines Moteran-LANs gegenüber den verschiedenen Nutzern korrekt abzurechnen. Für die Vermarktung von Moteran gründete Mitsubishi mit den Consultants der Firma Detecon in Düsseldorf die Firma "Moteran Systems", die ab Mai die Pilotkunden mit Moteran Version 1 versorgen wird. Moteran soll verbreitete Betriebssysteme von PC und PDA unterstützen und auch für Embedded Systems geeignet sein. Die Version 1 soll ausschließlich die Datenübertragung kontrollieren. Version 2 soll 2004 folgen und dann schon die Weiterleitung von Telefongesprächen ermöglichen.

Nach Angaben von Moteran-Vertretern werden bereits Verhandlungen mit mehreren internationalen Netzbetreibern geführt, die Moteran Version 2 in Ergänzung zu ihren Mobilfunknetzen einsetzen wollen.

"easy.HotSpot" für eigenen WLAN-Hotspot

Ein Komplettpaket für die Errichtung eines eigenen WLAN-Hotspots bietet die "Inter.net Germany" mit "easy.HotSpot" an. Mit der kombinierten Soft- und Hardwarelösung erhält der Anwender alle erforderlichen Komponenten, um ein eigenes kostenpflichtiges WLAN aufzubauen, aus einer Hand. Inter.net Germany liefert neben der Hard- und Software auch den erforderlichen Service, wie das Billing, den Support und zukünftige Software-Updates. Das Angebot richtet sich an Hotels, Cafés, Gaststätten, Aiport-Lounges, Anwaltskanzleien, Agenturen, Computerläden, Bibliotheken oder Krankenhäuser und eine Vielzahl ähnlicher Unternehmen, Einrichtungen und Gewerbetreibende, die ihrer Klientel kostenpflichtig oder kostenlos die Nutzung eines WLAN-Hotspots bieten wollen. Das "easy.Hot-Spot"-Paket enthält einen AccessPoint "ORiNOCO AP-2500", den DSL-Router "Vigor 2200X", insgesamt 50 Prepaid-Karten: 20 Stück à 60 Minuten, 20 Stück à 120 Minuten und 10 Stück à 300 Minuten, Billing-Service und einen Supportvertrag mit Software-Updates für ein Jahr. Angeschlossen wird der Hotspot an die mehrbenutzerfähige Internet-Flatrate von Inter.net Germany. Der DSL-Antrag und die Abwicklung sowie ein Roamingservice sind optional erhältlich. Das komplette Paket "easy.HotSpot" soll 1738,84 Euro kosten. Prepaid-Karten können in frei wählbaren Mengen, bei Paketen von je 50 Karten, bezogen werden. Unabhängig vom aufgedruckten Zeitwert kostet ein Päckchen à 50 HotSpot Access Cards 81,20 € (UVP).

Die Preisgestaltung für den Zugang zu seinem WLAN-Hotspot kann der Betreiber selbst bestimmen. Eine von "Inter.net Germanv" zur Verfügung gestellte Preisübersicht von Hotspot-Anbietern in größeren Städten Deutschlands kann potentiellen Betreibern als Entscheidungshilfe und Kalkulationsgrundlage dienen.

Stadt	1 Stunde	2 Stunden	24 Stunden
München	1,49 - 3,00 €	6,00 - 9,50 €	25,00 - 30,00 €
Köln	5,50 - 7,95 €	7,50 - 9,50 €	12,00 - 30,00 €
Hannover	7,95 €	9,50 - 9,90 €	25,00 - 30,00 €
Frankfurt/M.	1,49 - 4,50 €	9,00 - 12,00 €	19,00 €
Bonn	7,95 €	24,95 - 29,00 €	

JVC unterstützt den Abverkauf mit neuen Aktionen

"Change your Changer", "Create your Design"

JVC ist mit zwei neuen Aktionen in den Frühling gestartet. Unter dem Motto "Change your Changer" bietet das Unternehnen den Endkunden vom 1.4. bis 31.5.2003 eine Tauschaktion. Bei dem Wettbewerb "Create your Design" dreht sich alles um die persönliche Note der neuen JVC-CD-Receiver aus der Vario-Style-Serie.

Die neuen CD-Receiver KD-SC900R und KD-SC800R werden bereits serienmäßig mit vier Front-









Die neuen CD-Receiver KD-SC900R und KD-SC800R werden bereits serienmäßig mit vier Frontpanel-Einsätzen geliefert. Im Sonderzubehör sind fünf weitere Designs erhältlich und über das Internet können viele weitere Varianten heruntergeladen werden. Diese lassen sich ausdrucken, ausschneiden und hinter dem transparenten Frontpanel-Einsatz des Receivers einsetzen. panel-Einsätzen geliefert, damit der Endkunde sich die, für den ieweiligen Geschmack interessanteste Design-Variante aussuchen kann. Der Gestaltungsphantasie sind dabei nahezu keine Grenzen gesetzt. Im Sonderzubehör sind fünf weitere Designs erhältlich, und über das Internet können viele weitere Varianten heruntergeladen werden. Diese lassen sich ausdrucken, ausschneiden und hinter dem transparenten Frontpanel-Einsatz des Receivers einsetzen. Darüber hinaus steht auch ein neutrales Design zur Verfügung, welches lediglich die Umrisse des Frontpanel-Einsatzes enthält. Das Aussehen läßt sich ganz nach den eigenen Wünschen gestalten. Hier setzt nun der VarioStyle Design-Wettbewerb an. Das selbstentworfende Design kann bis zum 30.6.2003 an JVC Deutschland gesendet werden, und jede Einsendung nimmt an dem Wettbewerb teil. Einsendeschluß ist der 30.6.2003. Die besten Design-Vorschläge werden daraufhin von einer fachkundigen Jury ausgewählt. Die Preisverleihung findet Anfang September im Rahmen der Internationalen Funkausstellung in Berlin statt. Neben attraktiven Sachpreisen erhalten die Gewinner eine besondere Auszeichnung. Die drei besten Design-Vorschläge werden als limitierte Sonderserie mit dem VarioStyle-Receiver KD-SC900R ausgeliefert. Die genaue Vorgehensweise des Design-



JVC unterstützt die Aktionen "Change your Changer" und "Create your Design" mit diesen Anzeigenkampagnen. Die Aktion "Change your Changer" läuft noch bis zum 31.5.2003. Einsendeschluß für den "Create your Design"-Wetthewerh ist 30.6.2003

Wettbewerbs sowie Anleitungen zum Design-Download sind auch unter www.jvc.de/create-your-design nachzulesen.

Die neuen VarioStyle-Geräte bieten neben ihrem besonderen Design auch eine ausgefeilte Technik. Der HS-II-Tuner sorgt für einen guten Empang und die insgesamt 180 Watt für einen satten Sound. Das Modell KD-SC900R kann neben normalen CDs auch MP3-Files abspielen. Zudem ermöglichen die Geräte eine leichte Bedienführung. Dank optionaler Adapter können die Receiver in vielen Automobilmodellen auch direkt vom Lenkrad aus gesteuert werden.

Alt gegen Neu plus finanzieller Vorteil

Die Fähigkeit, im Auto MP3-Musik wiedergeben zu können, ist heute fast selbstverständlich. Anwendern, die ihre Radio-Wechsler-Kombination vor einigen Jahren gekauft haben, steht diese neue MP3-Funktion höchstwahrscheinlich nicht zur Verfügung. Um die Auto-Anlage MP3-fähig zu machen, muß die Anlage ausgetauscht werden. Hier unterstützt JVC mit der Aktion "Change your Changer". Entscheidet sich der Anwender für den

Kauf des neuen JVC MP3 CD-Wechslers CH-X1500, so kann der alte Wechsler mit einer Rechnungskopie des neu erworbenen Gerätes an das JVC Service Com-



petence Center gesendet werden. Der Kunde erhält zudem umgehend 65,- Euro zurückerstattet. Neben dem finanziellen Vorteil spart der Anwender auch eine Menge Arbeit, denn die Anschlüsse des neuen Zwölfer-Wechslers sind identisch mit vielen Vorgängermodellen. Eine detaillierte Kompatibilitätsliste bezüglich der austauschfähigen Modelle stellt JVC dem Anwender auf seiner Homepage zur Verfügung, Größere Installationsarbeiten fallen ebenfalls nicht an, da der neue JVC MP3-Wechsler CH-X1500 identisch anzubringen ist, wie andere CD-Wechsler auch. Mit neuester Technik spielt das Gerät MP3 auf CD-Rs und CD-RWs ab und wandelt die Digitalsignale mit modernster 1-Bit-Technologie.





Der neue CD-Wechsler CH-X1500 spielt MP3 auf CD-Rs und CD-RWs ab und wandelt die Digitalsignale in modernster 1-Bit Technologie. Beim Kauf dieses Receivers kann der Kunde sein altes Gerät an JVC zurückgeben und erhält zusätzlich 65,- Euro zurückerstattet.



Mehr dazu unter www.loewe.de/homecinema

Stimulate your senses. LOEWE.

Ape Escape 2 • Space Channel 5 - Part 2 • Unreal II: The Awakening • Tenchu: Wrath of Heaven

PlayStation 2

Ape Escape 2: Die ganze Affenbande schreit...

Im umwerfenden zweiten Teil, für die PS 2, gilt es, eine Horde wild gewordener Affen einzufangen. Diese wurden von ihrem Anführer Specter mit der Eroberung des "Planeten der Affen" beauftragt. Durch ein Versehen des Assistenten Hikaru ist die Affenbande aus

dem Labor des Professors ausgerissen. Die wild gewordene Horde ist in den Besitz der Peak-Point Helme gekommen, die ihnen eine hohe Intelligenz verleihen. Das ist ungefähr so, als würde man einem notorischen Brandstifter einen Flammenwerfer in die Hand drücken. Der Spieler hat nun die Aufgabe, mit Hikaru den Affen Manieren beizubringen. Anfangs erscheint das noch recht einfach, denn die Tierchen lassen sich problemlos mit dem Käscher fangen. Im Laufe des Spiels muß Hikaru aber auf andere kleine Spielzeuge zurückgreifen, wie z.B. einen Knüppel, einen Sprintreifen, ein Fernlenkauto oder einen Bananenbumerang. Mit Hilfe der genannten Tools kann der Spieler auch wild um sich herumschießende oder superschnell laufende Affen fangen. Die in den Leveln aufgesammelten Coins dienen dazu, in der Gotcha-Box verschiedene kleine Überraschungen freizuschalten. In den 20 aufwendig gestalteten Levels muß man zwischen fünf bis 20 kleine Affenracker fangen und acht Endgegner zur Schnecke machen. Dieses im Comic Stil animierte PS 2 Spiel mit bizarrem Gameplay bringt alle Altersgruppen zum Lachen.



Space Channel 5 – Part 2: Das Musical für die PlayStation 2

Die Weltretterin und Space-Amazone Ulala ist auf die Konsolen zurückgekehrt. Es heißt wieder einmal: "Tanzen bis der Arzt kommt". Diesmal nähert sich eine Gruppe Außerirdischer der Erde, um unschuldige Zivilisten zum Tanzen zu zwingen, bis sie entkräftet zusammenbrechen. Doch leider haben die Aliens die Rechnung ohne die Starreporterin Ulala vom Space Channel 5 gemacht. Spieler, die ein Musikinstrument spielen, haben bei diesem PS 2 Game einen klaren Vorteil. Denn in den sogenannten "Lyrics & Rhythm Battles" muß man mit Ulala die Bewegungen des Gegners auf den Takt genau nachmachen. In späteren Leveln muß der Gamer auch Musikinstrumente spielen. Space Channel 5 – Part 2 ist ein geniales Musikspiel. Wer Lust auf die etwas durchgeknallte Storyline mit den verrückten Tanzkämpfen hat, sollte sich dieses Spiel zulegen. UVP: 39,95 Euro.

Unreal II: The Awakening - ein Ego-Shooter mit Edelgrafik

Unreal II für den PC stellt nichts geringeres als die Fortsetzung des mittlerweile fünf Jahre alten legendären ersten Unreal Spiels dar. Die Geschichte spielt 300 Jahre nach den Geschehnissen aus dem ersten Teil. Man schlüpft in die Rolle von Marshal Jake Dalton, der die Aufgabe hat, sieben quer im All verstreute Alien-Artefakte zu finden. Dabei stellen sich ihm allerhand Feinde in den Weg. Um diese zu besiegen, stehen dem Spieler zwölf kräftige Waffen zur Verfügung. Dazu gehören neben den Standard-Wummen, wie z.B. einer Pistole, einer Shotgun oder einem Sturmgewehr, auch abgedrehtere Kaliber, wie z.B eine Waffe, die Spinnen auf den Gegner losläßt. Jede Waffe verfügt über einen sekundären Feuermodus, der Granatwerfer sogar über sechs verschiedene Munitionstypen. Absoluter

Pluspunkt bei Unreal II ist aber mit Abstand die unglaubliche Grafik. Mit selten hohem Detailgrad werden wunderschöne Außenlevels sowie bombastische Innenarchitekturen herbeigezaubert. Auch die Gegner sind ein wahrer Augenschmaus, das Verhalten im Kampf ist noch cleverer als im schon schwierigen ersten Teil. So trifft man beispielsweise auf die auch schon aus dem ersten Teil bekannten Skaarj. Diese sind nun in der Lage, mit ihren Krallen Kugeln abzuwehren und hechten bei Bedarf quer über den Bildschirm, um den Schüssen des Spielers auszuweichen. Andere Kontrahenten, z.B. menschliche Marines, verstecken sich bei Bedarf und planen ihre Angriffe. Das Spiel ist in zwölf Missionen aufgeteilt, die auf unterschiedlichen Planeten stattfinden. Jede Mission ist dabei in drei bis vier Unterlevels aufgeteilt, in denen verschiedene Aufgaben zu meistern sind. Diese gestalten sich übrigens äußerst abwechslungsreich. So gilt es manchmal einfach nur, bestimmte Schalter zu betätigen, Wissenschaftler zu eskortieren oder bestimmte Ortschaften eine Zeitlang vor Feinden zu schützen. Dabei können sogar Geschütztürme positioniert werden. Am Ende einer Mission wartet ab und zu ein imposanter Endgegner. Die Story wird im Spiel durch Cutscenes in der Spielgrafik vorangetrieben. Alles in allem ist Unreal II ein würdiger Nachfolger des alten Spiels, der mit stimmungsvoller Atmosphäre und einer Bombastgrafik auftrumpfen kann. Das Spiel bietet viel schnelle und kompromißlose Action, die hin und wieder durch Schalterrätsel unterbrochen wird.



Tenchu: Wrath of Heaven – Stealth-Action

auf höchstem Niveau

Tenchu: Wrath of Heaven bildet die Fortsetzung zu den bereits erschienenen ersten beiden Tenchu-Spielen für die PS One, bei der die Handlung ein Jahr nach den Ereignissen aus dem ersten Teil angesiedelt ist. Der Spieler schlüpft wahlweise in die Rolle von Rikimaru oder Ayame. Zusätzlich gibt es noch einen dritten Bonus-Charakter freizuspielen. Rikimaru und Ayame sind Ninjas im Dienste Lord Gohdas im Japan des 16. Jahrhunderts. Im Spiel gilt es nun, gegen den bösen Tenrai und seine Handlanger vorzugehen. Pro Charakter dürfen zehn Missionen gespielt werden. Das Gameplay in den Missionen wird dem eines echten Stealth-Games mehr als gerecht. So sollte der Spieler unbedingt versuchen, unbemerkt zum Ziel der Mission zu gelangen. Dabei läßt sich natürlich nicht das ein oder andere Ausschalten eines Feindes vermeiden. Im Gegenteil, man wird sogar belohnt. Unten links im Bild befindet sich das sogenannte Kanji-Meter. Dieses besteht aus neun Symbolen, welche zum Anfang einer jeden Mission "leer" sind. Man kann sie aber



durch das Ausführen von Stealth-Kills, also dem unbemerkten Töten eines Feindes. füllen. Sind alle neun Zeichen gefüllt, erhält der Spieler dauerhaft eine neue Ninja-Fähigkeit. So kommen neue Techniken, wie z.B. das Hangeln an der Decke, hinzu. Eine Anzeige neben dem Kanji-Meter gibt Aufschluß über den Zustand der Gegner, z.B. ob sie die Gegenwart des Spielers bemerken oder ihn vielleicht sogar schon gesehen haben. Im offenen Zweikampf zieht man aber öfter den Kürzeren, und der Verlust von Lebenspunkten läßt sich kaum vermeiden. Am Ende einer ieden Mission aibt es eine Bewertung. Man erhält umso mehr Punkte, wenn die Spielfigur nicht gesehen wurde und viele Stealth-Kills geleistet hat. Wenn der Spieler eine Mission mit dem höchsten Rang "Großmeister" abschließt, bekommt er ein seltenes Item oder einen Zauber, den er dann in der nächsten Mission verwenden kann. Alles in allem bietet Tenchu: Wrath of Heaven gewohnt gute Stealth-Action, die sowohl grafisch als auch spielerisch vollends überzeugen kann. Auch die Steuerung ist ordentlich ausgefallen und geht leicht von der Hand. Preis: 59,95 Euro.

starre Architektur dieser Hardware wird die Möglichkeit,

sich den wachsenden Ansprüchen der Anwender anzu-

passen, stark eingeschränkt. Im Gegensatz dazu setzt

RTVP keine komplizierte Hardwareinstallation voraus

und ist flexibel; d. h. zusätzliche Funktionen können ein-

fach und jederzeit zugefügt werden. Die Lösung liefert

eine skalierbare Performance: Je schneller die CPU,

™Neuheiten

Roxio WinOnCD 6 kommt als Bundle mit Brenner von Ricoh in den Handel



Roxio kündigt ein pan-europäisches Abkommen mit Ricoh an. Ab sofort koppelt Ricoh sein neues Laufwerk MP5240A-DP, einen Hoch-

geschwindigkeits-Brenner für DVD+ R/+RW-Medien, mit Roxios Win-OnCD 6 Standard Edition und bietet damit dem Endkunden eine fortschrittliche Software zum Erstellen von Audio-, MP3-, Foto- und Video-CDs. Das Laufwerk wird neben WinOnCD 6 SE auch über die "Dragto-Disc"-Technologie von Roxio verfügen, mittels derer Daten so einfach auf CD-R/-RW- oder DVD+R/ +RW-Medien gespeichert werden können, wie man es von der Diskette oder der Festplatte kennt. Die Software unterstützt darüber hinaus bereits die neueste DVD-Technologie DVD+MRW und CD-MRW.

WinOnCD 6 SE beinhaltet unter anderem Funktionen zum einfachen und schnellen Erstellen von Fotoshows, die über DVD-Player auf dem Fernseher wiedergegeben werden können, sowie einen eingebauten Web-Browser, Musik-Projekte mit professionellem Sound-Editor und vieles mehr. Ricoh legt mit seinem Laufwerk MP5240A-DP höchsten Wert auf schnelles Lesen und Beschreiben, einfache Bedienbarkeit sowie weitreichende Kompatibilität mit DVD-Playern und DVD-ROM-Laufwerken. Seine hohe Geschwindigkeit erhält der Brenner durch die Unterstützung der neuesten Generation von DVD+R- und DVD-RW-Medien.

Map & Guide mit Routenplanung für den **Außendienst**



Ob Außendienst. Servicetechniker oder Lieferant: Wer regelmäßig bei den Kunden vor Ort sein muß, benötigt eine

professionelle und komfortable Reiseplanung. Die Map & Guide GmbH bringt mit "map&guide Außendienst" erstmals eine maßgeschneiderte Lösung für diesen Anwendungsbereich auf den Markt.

Das Produkt basiert auf dem professionellen Routenplaner map& guide, der sich als System am Transport- und Logistikmarkt etabliert hat. Mit nutzergerechten Funktionalitäten von der Besucherplanung über die sprachgesteuerte Navigation via Pocket PC bis hin zur Kostenabrechnung unterstützt map&guide Außendienst

Dazzle liefert Software-basierende Echtzeit-Videoschnittlösung





nen müssen.

Dazzle liefert seinen Real-Time Video Producer (RTVP) ab sofort aus. Real-Time Video Producer ist die ultimative Lösung für alle semi-professionellen Anwender, die großen Wert auf Echtzeit-Bearbeitung und Qualität legen. RTVP ist neben DV.now AV plus ein

weiteres Produkt der Dazzle Professional Serie. Diese revolutionäre Lösung zur DV- und Analog-Videobearbeitung bietet Echtzeit-Editing auf Basis einer innovativen Software-Architektur. Die einmalige Skalierbarkeit und die intuitive Anwendung überzeugen jeden privaten oder semiprofessionellen Anwender. Herkömmliche Hardware-basierende Produkte setzen eine Videokarte voraus, die in den PC eingebaut werden muß. Durch die

desto mehr Echtzeit-Effekte stehen zur Verfügung. Dazzle Real-Time Video Producer wird mit Adobe Premiere 6.5 Vollversion, mit der DVD-Autorensoftware Dazzle DVD Complete Deluxe sowie mit Boris FX LTD ausgeliefert. Boris FX ist ein Plug-In für Adobe Premiere und erweitert die Compositingpalette. RTVP hat einen empfohlenen Endkundenpreis von 629 Euro.

Camcordern, TV und Internet am PC restaurieren, von Werbung befreien und auf (S)Video-CD und DVD brennen.

> Bei der neuen Version 2.5 gibt es noch mehr Möglichkeiten zum Schneiden und Bearbeiten, zum Beispiel mit frischen Effekten und 3D-Übergängen, das erweiterte DVD-Authoring mit animierten Menü-Hintergründen und TV-optimierte, paßgenaue Bildqualität ohne abgeschnittene Kanten. Dank der automatischen Filmaufteilung (Disc-Splitting) brennt das Programm längere Filme in bester Qualität auf mehrere Rohlinge. Wer mit der Filmbearbeitung nicht ganz fertig geworden ist oder an einem

Modus. Magix Filme auf CD & DVD 2.5 ist seit Mitte April 2003 für 39,99 Euro (UVP) erhältlich.

Ebenfalls neu im Repertoire der Magix AG ist das Programm Magix Fotos auf CD & DVD 2.5. Das Prinzip: Digitale Bilder werden am PC zu Diashows zusammengestellt und auf (S)Video-CD oder DVD gebrannt. Neu sind eine verbesserte Diashow und eine effizientere Brennfunktion. Die neue Version 2.5 bietet erweitertes DVD-Authoring mit animierten Menü-Hintergründen und TV-optimierter Bildqualität. Die Originalbilder können zusammen mit der abspielbaren Fotoshow im neuen Mixed-Modus auf CD oder DVD gebrannt werden. Magix Fotos auf CD & DVD 2.5 ist

branchenübergreifend Unternehmen, die viele Außentermine planen, durchführen und abrech-

Kunden und Interessenten können ab sofort eine Testversion des neuen Produkts bei der Map & Guide GmbH bestellen.

Software Magix Filme auf CD & DVD liegt jetzt in der Version 2.5 vor



Die Magix AG stellt mit dem Programm Magix Filme auf CD & DVD 2.5 eine Nachfolgerversion der Brennersoftware Ma-

gix Filme auf CD & DVD 1.0/2.0 vor. Mit dem Programm lassen sich Filme von VHS-Cassetten, DV-Hi8-

anderen Rechner weiterarbeiten möchte, nutzt den neuen Re-Editfür 29,99 Euro erhältlich.

NEUE HELD IM LCD-TV-SEGMENT: DER GRÖSSTE AQUOS LCD-TV.



Sharp, der führende Hersteller und Pionier der LCD-Technologie, bietet für jeden Geschmack und jeden Anspruch genau den richtigen AQUOS LCD-TV. Wie unser neues Meisterstück, der LC-37HV4E, der mit Sicherheit überall für Furore sorgen wird. Die sensationelle Bildschirmdiagonale von 94 cm im Wide-Screen-Format, das Ultra-Flat-Design, kristallklare Farben und lebendige Kontraste sowie der geringe Energieverbrauch und die extrem lange Betriebsdauer setzen neue Maßstäbe im LCD-TV-Segment. Mit AQUOS LCD-TVs von Sharp kommt neuer Schwung in Ihren Abverkauf. Weitere Info: www.sharp.de

BRINGING LCD TO







Neuheiten! Neuheiten!

FUJI

GROSSHANDEL



CANON

DIGITAL IXUS 400

- 4,0 Mio. Pixel, Auflösung 2272 x 1704
- 36 108 mm opt. Zoom
- 3,6-fach Digitalzoom
- CompactFlash I
- USB/Videoausgang Maße (BxHxT): 8,7 x 5,7 x 2,8 cm

Bestellnr. 507113

€ 435.-



€ 349

MINOLTA

- **DIMAGE F300** 5,0 Mio. Pixel,
- Auflösung 2560 x 1920 - 38 - 114 mm opt. Zoom
- 4-fach Digitalzoom
- 32 MB intern, SD-/MM-Card - USB-Schnittstelle
- Maße (BxHxT): 11,1 x 5,2 x 3,2 cm

Bestellnr. 499896 silber Bestellnr. 502255 blau

€ 489,-

NIKON

- USB-Schnittstelle

Bestellnr. 512965

COOLPIX 3100 - 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536

- Maße (BxHxT): 8,5 x 6,9 x 2,7 cm

- 38 - 115 mm opt. Zoom

- 4-fach Digitalzoom

- CompactFlash I - USB-Schnittstelle

- Maße (BxHxT): 6,5 x 8,7 x 3,8 cm

Bestellnr. 510284



3.2 MEGAPIXEL!

Colorfoto

5.0 MEGAPIXEL!

PENTAX

- 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536
- 3-fach opt. Zoom <u>35 105 mm</u>
- 2-fach Digitalzoom
- 11 MB intern, SD-/MM-Card
- USB/Videoausgang Maße (BxHxT): 8,3 x 5,2 x 2,0 cm

Bestellnr. 499910



DIMAGE F 300

SONY **DSC-P 72**

- 3,2 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536

- 39 - 117 mm opt. Zoom

- 9,6-fach Digitalzoom

Memory StickUSB 2.0/Videoausgang

- Maße (BxHxT): 11,9 x 5,8 x 3,3 cm

Bestellnr. 507148



€ 279,-

CANON SMARTBASE MPC 730 PHOTO

All-In-One-Gerät

- Drucker, Kopierer, Scanner und Fax
- Druckauflösung 4800 x 1200 dpi
- Direktdruck von SpeicherkartenScanauflösung 1200 x 2400 dpi
- max. 22 Kopien in s/w pro Minute

Bestellnr. 518026



€ 372,-

CANON **LV S 2**

Video-/ Datenprojektor - SVGA-Auflösung 800 x 600 Pixel

- Helligkeit 1000 ANSI Lumen
- Kontrastverhältnis 350:1
- max. Bilddiagonale 5,10 Meter
- 1,4x manueller ZoomGewicht nur 2,95 kg

Bestellnr. 505174



€ 1457.-

Verboten schnell. Verboten gut.

www.dgh.de

Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt.



Anzeigenmarkt

Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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

www.dpv.org

T)-C

Beratung, Konzeption, Layout und Druckservice:

- Multimediale Training
- Technische Datenblätte
- Präsentatio

Fon: +49 (0) 178.47 28 585

Dynamischer Außendienstler, Baujahr 1949

Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung im Bereich CE, gestandene Kontakte, hochmotiviert, sucht kurzfristig eine Herausforderung in Großraum NRW. Chiffre: 4224155

52 Jahre bin ich alt und seit 1996 in der UE-Branche engagiert tätig.

Das Arbeitsamt würde 2 Jahre 50 Prozent meines Gehalts übernehmen.

- Beste gestandene Kontakte in NRW, Rheinland-Pfalz, Saarland.
- Verbindungen zum UE-Großhandel in ganz Deutschland.

Wer möchte mein Erfahrungspotential nutzen? Chiffre 4224185

Marketing-/Produktmanagement Profi Anfang 30) sucht neue Herausforderung

- langjährige Erfahrung in diversen Unter-
- haltungselektronik-Produktsegmenten
- · Analyse, Positionierung, Marketing-Mix, Marketingkommunikation
- · umfangreiche technische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- sehr gute Kenntnisse neuer Medien und deren
- Anwendungsmöglichkeiten
- ausgeprägte analytische, konzeptionelle und strategische Fähigkeiten
- kommunikationsstark
- präsentationssicher
- teamorientiert & eigenverantwortlich
- hochmotiviert & engagiert
- · sehr gute englische Sprachkenntnisse
- · umfassende Software-Anwendungserfahrung (MS Office, Grafik, Multimedia, Internet)

Chiffre: 4224195

Sony produziert Audio-, Video-, Kommunikations- und Informationstechnologie-Produkte für professionelle Anwendungen und Verbraucher. Unsere Sparten Musik, Film, Spiele und Internet machen uns zu einer führenden Broadband Network Company des 21. Jahrhunderts.

Zum weiteren Ausbau unserer vertrieblichen Aktivitäten suchen wir für unseren Standort in Köln baldmöglichst einen

Field Sales Manager (w/m) **Consumer Audio Video / IT Products**

Ihre Aufgaben

- verantwortliche Umsetzung der nationalen Vertriebsstrategien zur Erreichung der vorgegebenen Umsatzziele
- fachliche und disziplinarische Führung der vier regionalen Account Manager
- Planung und Erarbeitung neuer Vertriebskonzepte
- professionelles Kundenmanagement in der nationalen Großfläche
- Verantwortung für die Planung und Durchführung unterschiedlicher nationaler Salesprojekte

Wir erwarten ein abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Studium mit mehrjähriger Vertriebserfahrung und idealerweise Marketingkenntnissen. Da Sie ein erfolgreiches und professionelles Salesteam führen, ist neben der entsprechenden Persönlichkeit auch Führungserfahrung unerlässlich. Sie verfügen über umfassende Handelskenntnisse - möglichst aus dem Bereich Consumer Electronics, Information Technologie oder Telecommunication - und haben eine ausgeprägte Stärke in konzeptionellen Arbeiten. Für diese wichtigen Aufgaben stellen wir uns eine Vertriebspersönlichkeit vor, die über entsprechendes Durchsetzungsvermögen, Verhandlungssicherheit und ausgeprägte analytische Fähigkeiten verfügt. Sehr gute Englischkenntnisse runden Ihr Qualifikationsprofil ab

Wir bieten Ihnen die Mitarbeit in einem innovativen und dynamischen Umfeld, ein hohes Maß an Verantwortung und Gestaltungsspielraum sowie die Unterstützung durch ein erfolgreiches Team.

Interesse geweckt? Dann freuen wir uns auf Ihre schriftliche Bewerbung, die Sie bitte an die von uns beauftragte Personalberatung - unter Angabe der Kennziffer VSA 10 - senden. Diese steht Ihnen auch gern vorab für Fragen telefonisch zur Verfügung.

TIEBRA GmbH Person Sürther Hauptstraße 77 50999 Köln Tel. 02236 / 3316-0

Weitere Informationen zu unserem Unternehmen finden Sie im Internet unter www.sony.de



Wird Windows verboten?

Werden neue US-Gesetzentwürfe rechtlich wirksam, wird dies

zum Verbot der meisten Firewalls führen. Sogar die Ver-

wendung der in den letzten Jahren herausgekommenen

Windows Betriebssysteme wäre dann eine Straftat. Mehrere

US-Bundesstaaten beraten zur Zeit über eine Verschärfung

des Digital Millennium Copyright Act, der den gesetzlichen

Schutz des geistigen Eigentums und das Urheberrecht bei

Filmen und Musikwerken regelt. Mit den erweiterten gesetz-

lichen Bestimmungen sollen Technologien unter Strafe

gestellt werden, welche "die Existenz, den Herkunfts- oder Ziel-

ort jeglicher Kommunikation" gegenüber dem "communica-

tion service provider" verschleiern. Zu den "communication

service providern" gehören auch Internet Service Provider

(ISP). Die neuen Gesetze stellen alles, was die Herkunft und

das Ziel der Kommunikation vor dem ISP verbirgt, unter Strafe.

Edward W. Felten, Professor an der Universität Princeton

erläutert, daß dann der Besitz, Verkauf und die Benutzung der

verbreiteten Verschlüsselungsprogramme sowie Firewalls

und Router-Software unter Strafe stehen würden. Zur Straftat

wird bereits das Versenden oder Empfangen von E-Mails über

verschlüsselte Verbindungen, da die ISPs Empfänger- und

Absenderadressen nicht mehr lesen können. Strafbar würde

der Einsatz von Produkten, die Network Address Translation

(NAT) einsetzen. Mit dieser Technologie schützen Firewalls,

die Netzwerkrechner von Unternehmen und Privatleuten vor

unberechtigten Zugriffen aus dem Internet Unter das

strafbewehrte Verbot fallen dann nahezu alle gängigen DSL-Router sowie Software, mit deren Hilfe sich mehrere PCs einen

DSI -7ugang teilen können. Deshalb würden auch alle in den vergangenen fünf Jahren auf den Markt gebrachten Windows-Versionen gegen die neuen Gesetze verstoßen.

Leiter Marketing, Dipl. Kaufmann, 39 J.; Englisch verhandlungssicher. Kennt das UE-Geschäft von der Pike an, sucht per Juni eine interessante Aufgabe im Großraum Rhein-Main/ NRW. Chiffre: 4224165

Außendienstler mit Leidenschaft, sitzt zu Hause, hat Frust

46 Jahre, nicht nur willig zu arbeiten, auch nachweislich fähig. Nachweisliche Erfolge und gute Kontakte im Raum Thüringen, Sachsen, Sachen-Anhalt und Franken.

Seit meiner Ausbildung 1973 ununterbrochen im Bereich der UE tätig. Erfahrung in japanischen und koreanischen Unternehmen.

Beziehen Sie bei einer Einstellung von mir auch die Möglichkeit "Kapital für Arbeit" für mittelständische Unternehmen mit einem Jahresumsatz von höchstens 500 Mio. Euro mit in Ihre Überlegungen ein. Bei diesem Thema kann ich Ihnen auch weiterhelfen. Chiffre: 4224175

Marketing Manager • Dipl. Kfm...

- Analytisch und kreativ
- · kommunikationsstark und präsentationssicher
- führungserfahren und international versiert.
- Nachweisliche Erfolge in der strategischen Markenführung
- ausgezeichnete Kommunikationskonzepte und Kampagnen
- ausgeprägte Erfahrung im Produktmanagement und Handelsmarketing.
- Vertriebsorientierung mit Gespür für den Markt
- persönliche Außendiensterfahrung
- Langjährige, nachweislich erfolgreiche Tätigkeit in der Unterhaltungselektronik

... SUCHT NEUEN WIRKUNGSKREIS Chiffre 4222625

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Daniel Blömer, Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 4 v. 1. Januar 2003

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräßel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem Köln-Mülheim

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1615-0635





WS-32Z78R. So wird aus einem Hightech-TV-Gerät ein wahres Kunstobjekt. Sein außergewöhnlich elegantes Design harmoniert perfekt mit modernem Wohnraum, während die Bilder durch hohe Kontraststärke, Helligkeit und klare, natürliche Farben bestechen. Freuen Sie sich auf einen Fernseher von SAMSUNG, den Sie selbst dann gern anschauen, wenn er gar nicht an ist.

SAMSUNG DIGITall everyone's invited...

www.samsung.de