



Produktgestaltung: Phoenix Design.

Als die Bilder laufen, an  halten und dann weiterlaufen lernten.

Die weltweit ersten Fernseher für zeitversetztes Fernsehen sind da: Der neue großformatige LCD-Fernseher Spheros 37 sowie der Nemos 32 und der Aconda 9381 haben integrierte Festplattenrecorder, die mit einem Knopfdruck funktionieren.

Mehr unter 0180/122 25 63 93 (zum Ortstarif) oder www.loewe.de

LOEWE.

Wachstum bei Digital-Video und -Foto hält an

Bilder für Millionen



Jeder fünfte deutsche Haushalt besitzt schon einen Camcorder, und die Nachfrage steigt weiter an. Im laufenden Jahr sollen nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt, 690.000 Camcorder in Deutschland verkauft werden. Das entspräche einem Absatz-Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von etwa drei Prozent. Doch diesem Wachstum steht, wie in fast allen Bereichen der Unterhaltungselektronik, ein dramatischer

Preisverfall entgegen. Denn obwohl die Bundesbürger in diesem Jahr den Vorhersagen der gfu zufolge gut 400 Millionen Euro für Camcorder ausgeben werden, wird diese Summe trotz des steigenden Absatzes rund 39 Millionen Euro (rund neun Prozent) unter dem Wert der Camcorder-Verkäufe des Vorjahres liegen. Klarer Verlierer bei den Camcordern sind die klassischen Analogmodelle: Nur noch eines von zehn verkauften Geräten stammt aus dieser Kategorie.

Nach GfK wird der Markt mit 81% (April 04) von der Gruppe der DV-Camcorder dominiert. VHSS Geräte sind noch eine Randerscheinung, während Hi 8 noch 6% mit fallender Tendenz aufweist. Digital 8 dümpelt mit 8% auf kleinem Niveau vor sich hin, während für die relativ neuen Aufnahmemedien wie DVD und Flashspeicher sich langsam Zuwachsraten abzeichnen. Neue Modelle nehmen neben bewegten Bildern inzwischen auch Digitalfotos auf. Dabei sind mittlerweile Auflösungen von zwei und mehr Mega-Pixeln möglich, die

eine gute Qualität nicht nur bei der Aufnahme gewährleisten, sondern auch das Drucken der Bilder zu Hause, per Online-Fotodienst oder im Fachhandel. Einige der neuen Camcorder-Modelle besitzen sogar eingebaute Bluetooth-Module, mit denen der Nutzer seine digitalen Bilder drahtlos an entsprechend ausgestattete Empfangsgeräte schicken kann. Dies kann beispielsweise ein Mobiltelefon sein, von dem aus das Foto als MMS oder E-Mail-Anhang verschickt wird, es kann aber auch ein digitaler Homeprinter sein, der das

Drucken der Bilder ohne PC ermöglicht, oder es kann ein Fotokiosk im Fachhandel sein. Camcorder mit Fotofunktion bieten somit großes Potential für den Handel, auch vom lukrativen Geschäft mit Zubehör oder Bilddienstleistungen zu profitieren.

Als im Jahr 1980 die ersten separaten Videokameras in Kombination mit tragbaren Videorecordern auf dem Markt erschienen, waren die heutigen Einsatzmöglichkeiten Science Fiction. Videografieren war zu jener Zeit anstrengend und teuer: Tragbare Recorder und

die getrennte Farb-Videokamera brachten zusammen rund 15 Pfund auf die Waage und kosteten zwischen 4.500 und 6.000 DM. Die ersten „echten“ Camcorder wurden drei Jahre später (1983) eingeführt. Vor 20 Jahren wurden immerhin schon 35.000 dieser Modelle in Deutschland abgesetzt. Seitdem hat die technische Entwicklung mehrere Quantensprünge hinter sich. Die Camcorder des Jahrgangs 2004 sind wenige hundert Gramm wiegende Winzlinge mit Qualitätsmerkmalen, von denen selbst Profis in den 80er Jah-

LCD-Monitore von NEC-Mitsubishi

Die aktuelle LCD-Monitor-Range von NEC-Mitsubishi umfasst zwölf Grundmodelle in fünf nach Einsatzschwerpunkten differenzierten Modellreihen ... S. 9



Neue Network-Walkmen von Sony

Mit den neuen Modellen NW-E55 und NW-E75 präsentiert Sony zwei neue Network Walkmen, die halb so groß sind wie eine Visitenkarte ... S. 21



Sony Ericsson baut Werbedruck auf

Nach einem bislang erfolgreichen Jahr will Sony Ericsson jetzt für das neue Multimediahandy K700i massiven Werbedruck aufbauen ... S. 27



 **FISHER**
is back!

Die oberen Zehn-tausend

In einer Zeit, in der es gerade in den wenigen wachsenden Marktsegmenten wie Digitalfotografie und DVD einen rasanten Preisverfall gibt, ist es eine gute Nachricht, daß die High End ihren Umzug von Frankfurt nach München offensichtlich ohne Blessuren überstanden hat. Mit 9.400 Besuchern erwies sie sich sozusagen als Messe für die „oberen Zehntausend“. Dabei hätte man der Veranstaltung ein größeres Publikum gewünscht – übrigens auch und gerade aus dem High-Tech-Fachhandel.



Zwar geht es bei „High End“ nicht um große Marktvolumina für die Masse, aber dieses Segment ist doch alles andere als eine uninteressante Nische. Auf rund 500 Millionen Euro schätzt die High-End-Society das Marktvolumen des Handels mit besonders hochwertigen Musik-Wiedergabegeräten. Und bei diesem Sortiment von Superverstärkern, traumhaften Boxen und hochpräzisen Abspielgeräten – auch für die gute alte Analog-Schallplatte – sind die Margen noch nicht von Geizmärkten und Lebensmittel-discountern in den einstelligen Bereich heruntergeklopft worden.

Sicher: High-End-Produkte verkaufen, macht Mühe. Es erfordert Beratung, und es erfordert – da das hohe Qualitätsniveau ja nur im direkten Vergleich demonstriert werden kann – einigen Kapitaleinsatz. Aber der Aufwand kann sich lohnen: Denn die Klientel, die ein paar Tausend Euro für einen Verstärker ausgibt, ist mit Sicherheit nicht die, die hinter jeder Billigfahne kritiklos hinterherläuft. Sie erwartet von ihrem Händler vielmehr Kompetenz und kann sicher auch dem Wort „Erlebniskauf“ etwas Positives abgewinnen – und sie ist bereit, dafür zu zahlen.

Nicht vergessen werden darf, daß gut präsentierte High-End-Produkte die Fachkompetenz des gesamten Geschäftes unterstreichen – und Signale setzen, daß Qualität nicht umsonst zu haben ist. Und die Kunden, die sich dafür interessieren, sind hervorragende Multiplikatoren für dieses Image: Wer soviel Geld für seine Anlage ausgibt, der redet auch gerne mit Freunden und Bekannten darüber und wird als Meinungsführer anerkannt. Auf diese Weise findet sicher auch der eine oder andere „ganz normale“ Endabnehmer den Weg ins Fachgeschäft.

Apropos Image: Ein Blick über den Branchenzaun lohnt sich. Warum wohl wollte Volkswagen unbedingt einen Phaeton im Sortiment haben – ganz sicher auch, damit das Image der Nobelkarosse bis zum Golf und Lupo durchschlägt. Warum sollte das im High-Tech-Bereich anders sein? Und Kunden, die sich von allzu teuren High-End-Produkten abgeschreckt fühlen, gehen dem Fachhandel eigentlich gar nicht wirklich verloren: Denn für diese Zielgruppe sind die Fachmärkte oder gar die Discounter sowieso erste Wahl.

Herzlichst!

Thomas Blömer

Verleger

Franz Wagner

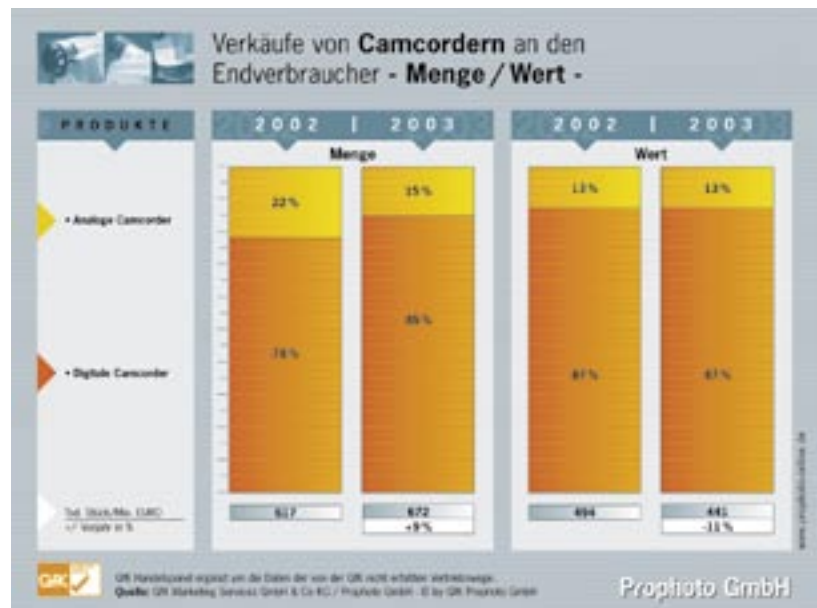
Objektmanagement

ren noch nicht zu träumen wagen.

Heute geschieht die Bearbeitung des digitalen Bildmaterials via Computer oder sogar direkt im Camcorder. Digitale Bildstabilisatoren verhindern ungewolltes Verwackeln bei langen Brennweiten, so daß selbst Anfängern qualitativ hervorragende Videoaufnahmen gelingen.

Preisverfall

Während jedoch die technischen Möglichkeiten hervorragende Verkaufsargumente darstellen, stellt sich die Preisentwicklung nur aus Sicht des Endkunden positiv dar. So hat sich der Durchschnittspreis für Camcorder seit seiner Einführung trotz der technischen Perfek-



Analoge Modelle spielen bei den Camcorder-Verkäufen kaum mehr eine Rolle.

immerhin 81% des Marktes ausmacht, 23% unter dem Preisniveau des April des Vorjahres.

Blick auf die Zufriedenheit des Kunden und die daraus erwachsende Möglichkeit der Kundenbin-

	April 2003 Ø Preis Euro	April 2004 Ø Preis Euro	Marktanteil (Menge) April 04	
S-VHS-C	523	405	< 1 %	
VHS-C-Basic	404	354	2 %	
8 mm Basic	547	651	< 1 %	
8 mm HI	413	346	6 %	
DVC	792	608	81 %	
D8	647	500	8 %	
Micro MV	1.670	1.416	< 1 %	
DVD	-	1.042	1 %	
CHIP	-	304	< 1 %	
Ø Preis	711	583		

Durchschnittspreise der einzelnen Formate verglichen zum April 2003 sowie die Marktanteile Stand April 2004 nach gfk.

tionierung auf weniger als ein Fünftel des damaligen Anschaffungspreises verringert – und selbst neueste HighTech-Geräte verlieren nach Untersuchungen der GfK schon wenige Wochen nach ihrer Markteinführung an Wert. So liegt die DVC-Klasse, die

Beratung und Kundenbindung

Vor dem Hintergrund des kontinuierlichen Preisverfalls wäre es fatal für den Händler, sich auf Preismarketing einzulassen. Sinnvoller ist es auch bei Camcordern, sich mit

den Wünschen, Bedürfnissen und Fähigkeiten des Käufers zu orientieren und ihm nicht das preiswerteste, sondern das für ihn am besten geeignete Modell zu empfehlen.

Dies kann bei Einsteigern durchaus noch ein analoges Modell sein. Denn wer noch nie videografiert hat, sollte zunächst einmal die Chance erhalten, das Medium kennenzulernen. Schließlich unterliegen auch Bildgestaltung und Zusammenschneiden von Filmen gewissen Regeln (schwierigeren als beim Fotografieren), und eine Zufriedenheit mit den Ergebnissen ist nicht garantiert. Gelingen die Versuche nicht, kann sich der Kunde glücklich schätzen, der nicht allzu viel Geld für Kamera und Zubehör ausgegeben hat.

Andererseits bietet gerade der Einstieg in einem unteren Segment sehr gute Chancen für den Handel, durch späteres Hochverkaufen auf besser ausgestattete Modelle oder durch den Verkauf von Zubehör weiteren Umsatz und Ertrag zu erwirtschaften. Möglichkeiten bieten sich reichlich, denn sowohl die Hersteller selbst als auch eine große Anzahl von Zubehörproduzen-

Samsung startet Aktion für Mini-DV Camcorder

Samsung hat eine Verkaufsaktion für Mini-DV Camcorder gestartet. Dem Handel werden im Rahmen dieser Promotion drei nach Kundengrößen gestaffelte Pakete angeboten. Für den Endkunden wird die Aktion dadurch reizvoll, daß jeder Käufer eines Aktions-Camcorders der Modelle VP-D 327i und VP-D 6050i einen 32 MB Memory Stick gratis erhält, wenn er seinen Kaufbeleg an die Firma Datapromo einsendet. Zur werblichen Unterstützung hält Samsung für die Handelspartner Salesfolder, Aktionsflyer im Dispenser, Registrierungskarten für den 32 MB Memory Stick, Packungssticker, Poster und Deckenhänger bereit. Die Aktion ist zunächst bis Ende Juli geplant, kann aber laut Samsung gegebenenfalls verlängert werden.



ten liefern vielfältige Produkte, um das Hobby Video erfolgreicher und angenehmer zu machen.

Kompetenz in Sachen Zubehör bringt neben dem Effekt, daß sich der Kunde gut beraten fühlt, für den Händler vor allem das positive Ergebnis, daß Zubehörprodukte in der Regel mit guten Margen ausgestattet sind. Ein (Einbein-) Stativ, eine Tasche, ein Ersatzakku, ein Akkuladegerät und ausreichend Bandmaterial sollten daher mindestens zu dem Paket gehören, das der Käufer eines Camcorders mit aus dem Laden nimmt.

Segmente

Prinzipiell lassen sich Camcorder für das Massengeschäft in zwei Segmente unterteilen, die Einsteiger- und die Aufsteigerklasse. Geräte der Einsteigerklasse beschränken sich auf das Wesentliche, das Filmen: Die Gehäuse besitzen nur wenige Knöpfe, mit denen Einstellungen vorgenommen werden können; manuelle Eingriffe lassen sich lediglich über das Menü ausführen. Diese Modelle bieten vor allem Automatikfunktionen, um Einsteigern das Filmen möglichst bequem zu machen, und wenige Bildeffekte. Fotofunktionen sind nicht vorhanden, Standbilder werden in geringer Auflösung auf dem Band gespeichert. Positive Eigenschaften besitzen Einsteigermodelle dagegen bei der Optik: Selbst in unteren Preisbereichen sind oft optische Zoomobjektive mit großen Brennweitenbereichen vorhanden. Camcorder des Aufsteigersegments zeichnen sich durch ein deutliches Plus an Funktionen und Ausstattung aus und rechtfertigen so den höheren Preis. Wesentliche Unterschiede sind beispielsweise Fotofunktion mit höherer Auflösung (mindestens 1,3 Megapixel), mehr analoge und digitale Schnittstellen (USB- und/oder Firewire) für die Datenübertragung zum PC oder Drucker sowie die höhere Lichtstärke der Objektive.

Eine Sonderklasse dieses Segments arbeitet darüber hinaus mit einer Drei-Chip-Technologie, die jede der drei Grundfarben mit einem separaten Aufnahmesensor verarbeitet und so höhere Bildqualität als vergleichbare Ein-Chip-Modelle hervorbringt.

Technik

Eine weitere Unterteilung der Camcorder läßt sich nach der verwendeten Technik vornehmen.

Seit Mitte der 90er-Jahre kommt das DV-Format (auch Mini-DV genannt) zum Einsatz, das um

1996 als erstes digitales Videoformat von Sony, Phillips, Hitachi und Matsushita (Panasonic) entwickelt wurde und sich inzwischen als das meistverkaufte Format positioniert hat. Dieses Format bietet eine gute Bildqualität und ein ausgezeichnetes PreisLeistungsverhältnis. Für die Nachbearbeitung am Rechner steht eine große Menge von Schnittprogrammen zur Verfügung. Da mit Einzelbildkomprimierung gearbeitet wird, reichen auch Mittelklasse-PCs für die Nachbearbeitung aus. Nachteil der Mini DV: Durch die Aufzeichnung auf Band müssen lange Umspulzeiten in Kauf genommen werden. Der Marktanteil von 81% spricht jedoch für die starke Akzeptanz des Formats.

- **Digital8:** Die Technik entspricht der DV-Technik, als Aufzeichnungsmedium nutzen Digital8 Camcorder jedoch die größeren Video-8-Kassetten – wodurch die Geräte nicht mit sehr kompakten Gehäusen aufwarten können. Die Kommunikation mit einem PC erfolgt über eine Firewire-Schnittstelle, die in älteren Rechnern nicht immer zu finden ist. Einige Digital8 Camcorder sind in der Lage, analoge Aufnahmen abzuspielen und sie digital zu einem Computer zu übertragen. Diese Eigenschaft macht sie zu idealen Geräten für Umsteiger, die analoge Video-8-Materialien besitzen und auf digitale Technik umsteigen wollen.

Doch gerade in jüngster Zeit sind eine Reihe neuer Formate hinzugekommen, die um die Gunst der Kunden buhlen. Ihre Stärken und Schwächen liefern die Argumente im Verkaufsgespräch, denn nicht jede Technik ist für jeden Anwender geeignet.

- **Micro-MV, von Sony:** Hier wird kompakte Bauweise ganz groß geschrieben: Micro-MV-Geräte arbeiten mit Kassetten, die in etwa Briefmarkengröße haben (4,6 x 3,0 x 0,8 cm). Sie bieten eine hohe Bildqualität, da die Bilddaten per MPEG-2 mit 12 MBit/s komprimiert werden. Die Datenübertragung erfolgt ebenfalls per Firewire-Schnittstelle an einen PC. Derzeit gibt es allerdings nur recht wenige Schnittprogramme, die MPEG-2 beherrschen.
- **DVD-Video:** Hitachi, Panasonic und Sony bieten derzeit Geräte, die Videoaufnahmen direkt auf eine (Mini-)DVD speichern. Der Anwender hat so die Chance, sehr schnell auf die verschiedenen Szenen zuzugreifen. Allerdings werden unterschiedliche DVD-Formate eingesetzt, und die Bildqualität ist erst dann

mit DV vergleichbar, wenn in der höchsten Qualitätsstufe gefilmt wird. Dann erreicht eine DVD auch schon nach rund 20 Minuten ihre Speicherkapazität. Möglich, aber umständlich, ist das Nachbearbeiten der Filme im Camcorder. Jedoch läßt sich die Mini-DVD in jedem herkömmlichen DVD-Player sofort abspielen.

- **SD-Speicherkarte:** Eine der jüngsten Camcorder Techniken ist die Verwendung von SD-Wechselspeicherkarten. Der Vorteil liegt darin, daß diese Geräte (aufgrund der fehlenden Laufwerksmechanik) sehr robust sind und ultrakompakt gebaut werden können. Die Aufnahmen werden entweder mit dem MPEG-4, oder qualitativ höherwertiger mit dem MPEG-2 Verfahren komprimiert und nehmen vergleichsweise sehr geringen Speicherplatz ein.

Dennoch schränkt die Kapazität der derzeit verwendbaren SD-Karten (z. Zt. max. 1 GB, 4 GB in Vorbereitung) die Aufnahmezeit ein. Die Bildqualität der MPEG-4 Geräte entspricht in etwa VHS bis Super-VHS, ist also deutlich schlechter als DV, während mit MPEG-2 eine DVD-Qualität erreichbar ist.

- **HDV:** Mit HDV (High Definition Video) haben große Hersteller einen neuen Standard für Videografie mit professioneller Bildqualität definiert. Diese entspricht in etwa der Qualität, die HDTV bei TV-Geräten bringt (Auflösung 1.920 x 1.080). Bei dieser Technik werden die Aufnahmen im MPEG-2-Format auf Mini-DV Bändern gespeichert. Sony zeigte bereits auf der letzten Cebit einen Prototypen, und man kann mit der Einführung dieser Geräte zur Photokina (28.9 bis 3.10 in Köln) rechnen.

Fazit

Der Camcorder-Markt bietet eine Vielzahl unterschiedlicher Formate und Produkte, mit denen man jeden Kundenwunsch befriedigen kann, sofern er vom Händler seinen Bedürfnissen entsprechend beraten wird.

In dieser kompetenten Beratung und der gemeinsamen Suche nach einer geeigneten Lösung für den Kunden liegt die große Chance des Handels, denn die Zufriedenheit des Kunden ist der beste Einstieg in Zusatz- und Folgegeschäfte, deren Dimensionen die Größe des Erstgeschäftes deutlich übersteigen können.

Digitalfotografie befindet sich auch weiter im Aufwind

Auch für Kunden, die sich nicht für Videos, sondern ausschließlich für Fotos interessieren, stehen die Zeichen in diesem Jahr weiterhin ganz klar auf digital. Hatte sich der Absatz von digitalen Fotokameras mit 4,9 Millionen Stück laut Photoindustrie-Verband bereits im Jahr 2003 gegenüber 2002 verdoppelt (ihr Anteil am deutschen Gesamtkameramarkt erreicht inzwischen etwas mehr als 70 Prozent), geben die Verkaufszahlen des ersten Quartals 2004 weiterhin Grund für Optimismus: Der Markt für Digitalkameras wuchs nach Angaben des Photoindustrie-Verbandes auch im Zeitraum Januar bis März, und zwar um über 50 Prozent, gegen-

über dem ersten Quartal 2003. Besonders beeindruckend war dabei die Entwicklung bei digitalen Spiegelreflexkameras, die sich nach Expertenmeinung auch im Laufe des Jahres weiterhin als Verkaufshits erweisen werden: Hier meldete der Photoindustrie-Verband nach Auswertung aktueller GfK-Zahlen sogar einen Quartalszuwachs von nahezu 500 Prozent (dieser Wert kommt natürlich vor allem dadurch zustande, daß die Zahl der digitalen SLR-Kameras im ersten Quartal 2003 deutlich geringer war).

Für den Handel wirkt sich das verstärkte Interesse an digitalen SLR-Modellen gleich in mehrerlei

PoS-MAIL INHALT

Neue Kameras und Camcorder auf dem Markt ... 6

Die (richtigen!) Pixel machen das Bild: Toshiba PIXEL PROcessing II ... 8



LCD-Monitore von NEC-Mitsubishi: Eine Klasse für sich ... 9

Flachdisplays: Modelle, Macher, Märkte ... 10

DVD/VHS-Video-Kombinationen von Samsung ... 12

Sony Vaio: Mit innovativer Konzeption zur globalen Präsenz ... 14

Micro Audio System Sanyo DC-MM5000 in Schwarz, Weiß, Silber ... 15



Nokia erweitert das Portfolio um sechs Handys ... 15

Interview mit Jörn Taubert, Divisional Director Consumer Marketing und

Leiter IT-Products der Sony Deutschland GmbH ... 16

Pflichtveranstaltung für den Handel: High End 2004 ... 18

Anga Cable etabliert sich als führende Kabel- und Satellitenmesse in Europa... 20

Sony Network Walkman NW-E55 und NW-E75 ... 21

photokina 2004 mit noch mehr Ausstellern: Grenzlose Welt der Bilder ... 22

Loewe Produktoffensive 2004: Schärfung des Markenprofils ... 23

Marktdurchdringung mit Super Audio CD gewinnt an Fahrt ... 24

Home-Server, ZigBee und Multimedia-Handys auf der e/home ... 25

Sony Ericsson stellt das K700i in den Mittelpunkt der Marketing-Aktivitäten ... 27

Topfotograf Rankin begeistert sich für das neue Nokia 7610 ... 29

T-Com vermarktet IT-Arbeitsplätze zum Pauschalpreis ... 30

Linux: Infos und New ... 32

Neuheiten ... 9, 33

Aktuell ... 16, 25, 31

Tk-Nachrichten ... 26

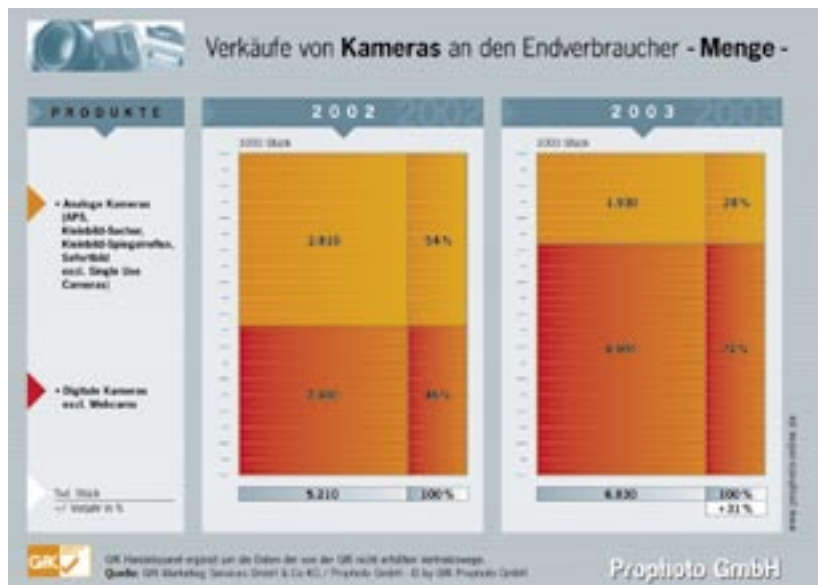
Tk-Neuheiten ... 28

Games ... 33

Kleinanzeigen ... 34

No(?)sense ... 34

Impressum ... 34



Im vorigen Jahr ist die Zahl der Kameraverkäufe an Endkunden gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. Und auch in den ersten Monaten dieses Jahres geht das Wachstum weiter.

Hinsicht positiv aus: So lassen sich in diesem Bereich höhere Durchschnittspreise erzielen als bei anderen Modellen. Doch während dieser Effekt vom unvermeidlichen Preisverfall innerhalb kurzer Zeit aufgezehrt werden könnte, eignen sich SLR-Kameras deutlich besser zum Verkauf von Zubehör als die bislang üblicherweise verkauften Kompaktmodelle.

Das liegt zum einen daran, daß für SLR-Kameras nach dem Systemgedanken ohnehin mehr Zubehör zur Verfügung steht, zum anderen

aber auch daran, daß Käufer und Nutzer von Spiegelreflexkameras in der Regel höhere Qualitätsansprüche an ihre fotografischen Endprodukte stellen. Diese engagierten Fotografen sind naturgemäß für Zubehörverkäufe in verschiedenen Bereichen empfänglich, wenn sich damit die Qualität der Fotos erhöhen läßt. Dies ist bei der Bildaufnahme wie gewohnt durch klassische Produkte wie Blitzgeräte, Objektive, Filter oder Stativ machbar, wird aber bei der digitalen Fotografie durch neue

Möglichkeiten der „Laborarbeit“ am Computer ergänzt, etwa durch Bildbearbeitungs- und Archivierungsprogramme oder Fachliteratur.

Auch bei der Bildausgabe steigen die Chancen des Handels auf attraktive Zusatzerlöse mit der Zahl der verkauften Spiegelreflexkameras. So können SLR-Fotografen höherwertige Drucker (zum Beispiel mit sechs statt vier Tinten) und höherwertige Papiere für das Homeprinting angeboten werden, und bei den Bilddienstleistungen aus Minilab oder Großlabor bieten sich Möglichkeiten, Digitalbilder und Services mit den dringend benötigten Margen zu verkaufen.

Erfreuliche Situation

Daß diese Thesen nicht nur Theorie sind, sondern bereits in der Praxis umgesetzt werden, belegt die Entwicklung der ersten drei Monate des Jahres. So bietet der Zubehörbereich derzeit für den Photoindustrie-Verband eine „insgesamt erfreuliche Situation“, die sich beispielsweise beim Verkauf von Memorycards (plus 80 Prozent im ersten Quartal 2004), dem Zuwachs bei Fotoprintern (plus 20 Prozent im ersten Quartal 2004) und der Mengenentwicklung bei Inkjetpapieren (plus zwölf Prozent im ersten Quartal) widerspiegelt. Ebenso erfreulich sei der Zuwachs bei digitalen Bildern, die von Großlaboren gefertigt werden, der bei mindestens 300 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum liegen dürfte.

Spaß an der Fotografie

Die erfreulichen Wachstumszahlen beweisen, daß der Spaß an der Fotografie ungebrochen ist. Natürlich stammen sie nicht ausschließlich aus dem Bereich Spiegelreflex. Bilder sind offensichtlich zu einem wichtigen Teil des Lebens geworden, sie stehen für Lifestyle, Urlaub, Familie, Kommunikation, Freude, Erlebnis, Information – diese Aufzählung ließe sich fast endlos fortsetzen.

Ein Großteil der Bilder des täglichen Lebens wird nach wie vor mit kompakten Sucherkameras geschossen. Um aus der Zahl von vielen Dutzend Modellen, die dem Handel derzeit in den unterschiedlichen Preisklassen zur Verfügung stehen, das für den Kunden richtige Modell zu finden, sollte auch hier die Bedarfsanalyse am Anfang des Verkaufsgesprächs stehen.

Grundsätzlich reichen Kompaktkameras in der Regel für Fotografen aus, denen der Druck auf den Auslöser ohne besondere Qualitätsansprüche an die Bilderergebnisse reicht, die sich nicht mit einer großen Ausrüstung belasten wollen oder die gerade in die

Hama Ratgeber für Handel und Endverbraucher

Digitalfoto und Digitalvideo sind zwei der Themen, die derzeit den Handel branchenübergreifend beherrschen. Mit den Kameras allein ist es jedoch meist nicht getan. Der Spaß daran und wirklich gute Ergebnisse kommen erst mit dem richtigen Zubehör. Hama publiziert deshalb die neue Ratgeberreihe „Zubehör-Faszination“, die mit leicht verständlichem Basis-

wissen und praktischen Tips rund um die aktuellen Themen gespickt ist und damit eine hervorragende Verkaufshilfe darstellt. Nur am Rande fließen Hama-Produkte beispielgebend in die einzelnen Kapitel ein, so daß die Broschüren den Charakter eines übergreifenden Mediums vermitteln.



Um in Sachen neueste Kameras und Techniken immer auf dem laufenden zu sein, werden die rund 30seitigen Publikationen ständig überarbeitet. Der Titel „Zubehör-Faszination DigitalFoto“ hat es so innerhalb weniger Wochen bereits auf die fünfte Auflage gebracht. Die Heftchen im A6-Pocketformat werden in Thekendisplays à 25 Stück ausgeliefert und können direkt bei Hama oder dem Hama-Außendienst geordert werden.

Fotografie einsteigen. Einsteiger profitieren von zahlreichen Automatikfunktionen, die es ihnen ermöglichen, sich ganz auf den Bildinhalt konzentrieren zu können, ohne sich mit Technik belasten zu müssen. Bei allen aktuellen Modellen renommierter Hersteller kann davon ausgegangen werden, daß das Innere so ausgereift ist, daß auch ungeübte Fotografen so gut wie keine Fehlbelichtungen erzielen. Der Vorteil der digitalen Fotografie liegt dabei darin, daß jedes Bild direkt nach dem Auslösen kontrolliert werden und, sofern möglich, bei Nichtgefallen wiederholt werden kann.

Unterschiede zeigen sich bei Kompaktkameras, das gilt für die digitale ebenso wie für die analoge Welt, in erster Linie bei den verwendeten Optiken. Deshalb sollte gerade hier nach der voraussichtlichen Motivation des Fotografen zum Fotografieren gefragt werden. Denn eine junge Familie, die hauptsächlich ihren Nachwuchs am Strand ablichten will, ist unter Umständen mit einer Zweifach-Zoomkamera 35–70 mm schon gut bedient, ein Safarireisender benötigt dagegen eher ein Objektiv mit großem Telebereich, um auch scheues Wild großformatig im Bild festhalten zu können. Stärken zeigen viele Digitalkameras in ihrer Makrofunktion, die oftmals Fotos aus wenigen Zentimetern Entfernung ermöglicht. Damit sind sie attraktiv für eine Zielgruppe, die ihrem Hobby Makrofotografie in der analogen Welt nur mit aufwendigem Zubehör nachgehen konnte.

Bei digitalen Kompaktkameras stellt sich außerdem die Frage nach der Auflösung des Aufnahmechips. Hier gilt: Nicht die größtmögliche Pixelzahl ist entscheidend, sondern die Pixelzahl, die den Ansprüchen des potentiellen Käufers am

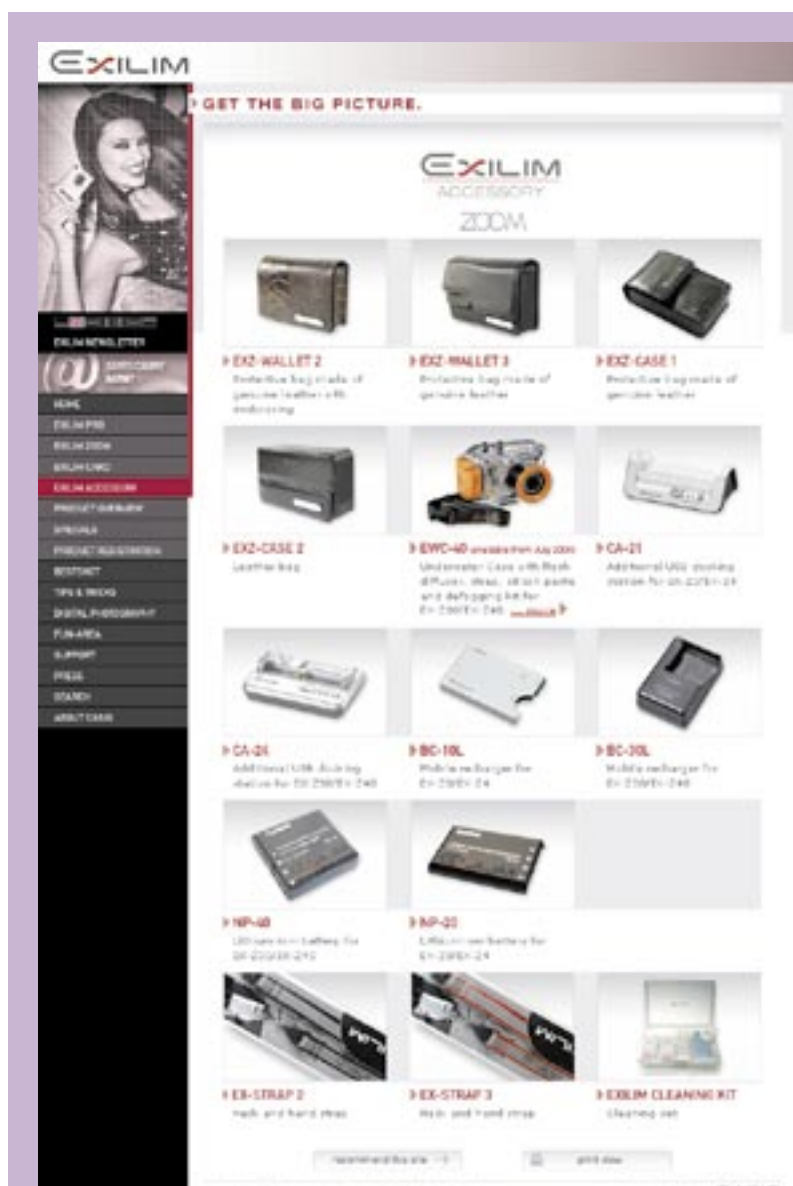
besten gerecht wird. Für Vergrößerungen auf Fotopapier im Standardformat oder für Drucke am heimischen Tintenstrahldrucker muß es keinesfalls die maximale Auflösung sein.

Für die Qualität der Bilder ist die Pixelzahl ohnehin nur ein eher unzuverlässiges Kriterium. Denn letztlich entscheidet das Zusammenspiel von Optik, Aufnahmechip, Belichtungsfunktionen, automatischen Bildverarbeitungsprozessen und Speicherverfahren in der Kamera. So kann das Zwei-Megapixel-Modell eines renommierten Kameraproduzenten durchaus bessere Bilderergebnisse erzeugen als die Vier-Megapixel-Kamera eines No-Name-Billigproduzenten.

Bei Kompaktkamerakäufern spielt darüber hinaus sicherlich der Convenience-Gedanke eine große Rolle, also der Wunsch, möglichst einfach zu Bilderergebnissen zu kommen. Diesen Kunden sollten Kameras empfohlen werden, die die Übertragung zum Rechner, das Drucken oder Versenden der Bilder vom Rechner oder sogar das Drucken von Bildern ohne Rechner besonders einfach machen.

Eine wesentliche Rolle bei der Wahl der richtigen Kamera dürften für eine bestimmte Zielgruppe auch Design und Qualität einzelner Bauteile, namentlich des Objektivs, sein. Viele digitale Modelle haben in den vergangenen Jahren den Kamerabau revolutioniert, indem sie Fototechnik in extrem kleinen und flachen Gehäusen untergebracht haben. Dies hat nicht nur den Vorteil, daß sie damit zu Immer-dabei-Kameras geworden sind, sondern bringt auch mit sich, daß sie bewundernde Blicke auf sich ziehen. Dieser Aspekt ist im Verkaufsgespräch nicht zu unterschätzen.

Herbert Päge



Casio gründet eigene Marke für Zubehör

Exilim Accessorys heißt eine der vier neuen Marken, in die Casio die Dachmarke Exilim aufgliedert hat (daneben gibt es noch Exilim Zoom, Exilim Pro und Exilim Card). Sie wurde nach den Worten von Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager Digital Imaging der Casio Europe GmbH, eigens gegründet, um ein klares Signal dafür zu setzen, daß beim Verkauf von Digitalkameras zusätzliche Wertschöpfung durch Zubehörverkauf nachweislich möglich ist, vor allem bei Lifestyle-Produkten wie den Casio Exilim Kameras. Auf einer eigenen Internetseite informiert Casio detailliert darüber, welche Zubehörprodukte zur Verfügung stehen.

SONY

Größer. Schärfer. Besser. Egal was Sie aufnehmen, auf dem **2,5" LCD-Bildschirm** (6,35 cm) sehen Sie alles größer und schärfer. Und durch das **Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv** und den **Real Imaging Prozessor** wirkt jedes der **5 Millionen Pixel** vielfach lebensechter und realistischer. Zum Glück ist die Kamera selbst angenehm klein.



Cyber-shot W1

'Sony' und 'Cyber-shot' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

www.sony.de/cyber-shot



You make it a Sony

Neue Kameras und Camcorder auf dem Markt

Im Frühjahr präsentierten die Hersteller von Digitalkameras ihre neuesten Produkte für die kommende Saison. Einige Unternehmen nahmen den Beginn des Sommers noch einmal zum Anlaß, ihr Produktportfolio um weitere digitale Neuheiten zu erweitern.

Neues von Canon

Ab Juli 2004 bringt Canon mit den Modellen MVX20i und MVX25i zwei neue Camcorder mit Foto-Funktionalität in den Handel. Der in den Camcordern integrierte 1/3,4 Zoll CCD-Chip kann Bilder mit einer effektiven 2-Megapixel-Auflösung auf SD- und MMC-Speicherkarte schreiben, für Videobilder kommen 1,77 Megapixel zum Einsatz, und die 16:9-Umschaltung macht Videoaufzeichnungen im Breitbildformat möglich. Ein RGB PrimärfarbfILTER vor dem CCD-Chip ermöglicht das gleiche Bildverarbeitungsprinzip wie bei Digitalkameras. Zusätzlich verringert ein neuer Audioschaltkreis mit „adaptiver Rauschunterdrückung“ die Aufzeichnung störender Laufwerks- oder Windgeräusche während der Aufnahme. Die Camcorder verfügen über drei frei wählbare Fokussierungszonen und einen manuellen Scharfstellring am Objektiv. Bei dem MVX25i wird der 280fache Digitalzoom durch eine 14fache Brennweitenverlängerung unterstützt (12fach/240fach bei dem MVX20i). Eine Serienbildfunktion ermöglicht Aufnahmen mit drei bis fünf Bildern pro Sekunde, und mittels PictBridge können die Fotos bis zu einem Format von 15 x 21



Die PowerShot S60 eignet sich sowohl für Profis als auch für Amateure.

einer unverbindlichen Preisempfehlung von 1.099 Euro für den MVX20i und 1.199 Euro für den MVX25i, erhältlich. Außer mit neuen Camcorder-Modellen wartet Canon noch mit einer weiteren Digitalkamera auf. Die Powershot S60 der Canon S-Serie erscheint im komplett neuen Design und verfügt erstmals über ein 3,6fach optisches Zoom. Als Zubehör ist nun auch ein 2fach Telekonverter erhältlich, der den Brennweitenbereich der Kamera auf 200 mm erweitert.

Mit ihrem großen Funktionsumfang eignet sich die 5 Megapixel PowerShot S60, laut Canon, besonders für ambitionierte Fotoamateure und empfiehlt sich als kompakte Zweitkamera auch für professionelle Anwender. Die Bedienung der Kamera wurde einfach gestaltet, so lassen sich die 13 Belichtungsfunktionen mit dem Modus-Wahlrad an der Oberseite des Gerätes einstellen bzw. wechseln. Im Movie-Modus können Videoclips mit einer Länge von bis zu 180 Sekunden pro Sequenz aufgenommen werden. Der Verschlusszeitenbereich reicht von 15 bis zu 1/2000 Sekunden, und der Canon Digidig Bildprozessor sorgt für schnelle Bildfolgen und die Verarbeitung der anfallenden Bilddaten. Mit der iSAPS-Motivanalyse wird ein Motiv noch vor der eigentlichen Aufnahme analysiert, und

patibel, und Fotoausdrucke in den Formaten Postkarte, Scheckkarte oder Sticker sind ebenso möglich wie im DIN A3-Format. Die Aufnahmen werden im RAW- und JPEG-Format abgespeichert, wobei eine simultane Aufzeichnung beider Dateiformate möglich ist. Im Lieferumfang der Kamera ist ein Software-Paket für Windows und Mac sowie Bild- und Videobearbeitungssoftware enthalten. Durch PTP-Unterstützung ist die Installation eines Kameratreibers unter Windows XP und Mac OS X nicht mehr erforderlich. Die Canon PowerShot S60 ist seit Mitte Juni 2004 mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 579 Euro erhältlich.

Sonys neue Cyber-shot Digitalkamera

Mit der Cyber-shot F88 ergänzt Sony seine Cyber-shot-Serie um eine 5-Megapixel-Kamera. Die F88 verfügt über ein um 300 Grad schwenkbares Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit einem dreifach optischen, sechsfach digital und zwölfmal Smart Zoom. Die Kamera verfügt über eine Brennweite von 38 bis 114 mm (entsprechend 35 mm KB-Format) und die Verschlusszeit liegt zwischen 30 und 1/1000 Sekunden.



Die Cyber-shot F88 erweitert die Cyber-shot-Serie im 5-Megapixel-Bereich.

Fotos und Videosequenzen werden auf einem 32 MB Memory Stick gespeichert und können über die USB 2.0 Schnittstelle auf den PC übertragen werden. Über die optional erhältliche Cyber-shot Station CSS-FBB lassen sich die Bilddaten auch auf einen Fernseher oder PC überspielen. Neue Features bei der F88 sind die manuelle Belichtungseinstellung, die neunfache Serienbildfunktion, der 4,6 cm Farb-LCD-Monitor sowie der Real Imaging Prozessor für schnelle Reaktionszeiten. Dem Anwender stehen zehn Programmautomatiken und die manuelle Einstellung von Farbsättigung, Kontrast und Schärfe zur Verfügung. Zudem ist die Kamera PictBridge-kompatibel. Im Lieferumfang der Cyber-shot F88 sind ein Lithium-Ionen Akku, ein Lade-

Sanyos Xacti VPC-S3

Mit der Xacti VPC-S3 stellt Sanyo im Bereich der digitalen Einstiegs-kameras das Nachfolgemodell der Xacti VPC-S1 vor. Die 3-Megapixel-Kamera verfügt über einen 3-fachen optischen und einen 4-fachen digitalen Zoom. Weiterhin ist dieses Modell mit einem 1,8 Zoll LCD-Monitor ausgestattet. Zum Speichern der Fotos steht wahlweise ein eingebaute 16 MB Flash Speicher oder optional ein SD-Karten Slot zur Verfügung. Videosequenzen werden in QVGA-Qualität aufgezeichnet. Aufnahmen in Schwarzweiß und Sepia sind ebenfalls möglich, und sollte ein Bild nicht gefallen, kann mit der One-Touch Preview & Löschen Funktion das Foto sofort gelöscht werden. Die Xacti ist PictBridge-kompatibel und verfügt über eine USB 2.0 Schnittstelle. Im Zubehör enthalten sind AA Alkali Batterien, ein USB Kabel, eine Handschlaufe und das Sanyo Software Paket. Die Xacti VPC-S3 ist seit Mitte Mai mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 199,- Euro erhältlich.

adapter, ein USB/AV-Kabel und ein umfangreiches Softwarepaket enthalten. Die Kamera ist ab Anfang Juli, mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 480 Euro, erhältlich.

Die Caplio GX von Ricoh

Ricoh hat seine neue Kompakt-Digitalkamera mit einer Objektivkonstruktion ausgestattet, die sich aus neun Glaslinsen in sieben Gruppen zusammensetzt. Vier asphärische Linsen und vier Elemente aus hochbrechendem Glas korrigieren Aberrationen im gesamten Zoombereich. Die Kamera ist mit einem dreifach optischen und einem vierfach digitalen Zoom ausgestattet. Das Zoomobjektiv mit Brennweiten von 28 bis 85 mm (entsprechend KB-Format) bietet zudem einen Bildwinkel von 75 Grad, was bei Landschafts- oder Gruppenaufnahmen vorteilhaft ist. Makroaufnahmen können schon ab einem Abstand von einem Zentimeter gemacht werden. Der eingebaute Blitz kann bis auf 15 cm für Nahaufnahmen eingesetzt werden oder über den Blitzschuh wird ein externer Blitz angeschlossen. Die Caplio GX ist nach 1,2 Sekunden einsatzbereit und ihre Auslöseverzögerung, einschließlich Scharfeinstellung, beträgt 0,12 Sekunden.

Ein Novum in der Caplio-Modellreihe ist das Elektronik-Einstellrad. Hiermit lassen sich bei Bedarf der Blendenwert für die Zeitautomatik, die Belichtungszeit, der Weißabgleich, die ISO-Werte und die Belichtungskorrektur manuell einstellen. Weiterhin verfügt die GX über sechs Motivprogramme, und mit der Hochempfindlichkeitsfunktion wird der 1,8 Zoll große LCD-Monitor stark aufgeleuchtet, was die Ausschnittwahl und Bildgestaltung in dunkler Umgebung erleichtert. Die Caplio GX verfügt über

einen 16 MB internen Speicher, der jedoch per SD-Speicherkarte oder MultiMedia-Card auf bis zu 512 MB erweiterbar ist. Die Kamera speichert Fotos im JPEG-Format, Text wird als TIFF-Datei gespeichert.



Nach 1,2 Sekunden ist die Caplio GX einsatzbereit.

chert, Videosequenzen werden im AVI-Format und Ton oder Sprachnotizen als WAV-Dateien festgehalten. Das Modell verfügt über DPOF-Unterstützung, und der 5-Megapixel-CCD schafft die Voraussetzungen für Fotoausdrucke bis zum DIN A3-Format. Der Anwender kann bei der Caplio GX zwischen drei verschiedenen Energiequellen wählen: einem optional erhältlichen Lithium-Ionen-Akku oder wahlweise zwei Alkali-Mangan-Batterien (mitgeliefert) oder zwei NiMH-Mignon-Akkus. Das als Zubehör erhältliche Netzteil eignet sich ebenfalls als Energieversorger. Die automatische Monitorzuschaltung, die den Monitor nur dann einschaltet, wenn der Auslöser oder eine Zoomtaste gedrückt werden, hilft ebenfalls, Batterien und Akkus zu schonen. Die Kamera ist mit einem Audio- und einem Videoausgang ausgestattet und verfügt über eine USB 1.1-Schnittstelle. Fotos und Filmsequenzen können unter Windows 98/98SE/2000 Professional/ME/XP Home Edition und XP Professional sowie MacOS 8.6-9.2.2 oder OS X 10.1.2-10.3 auf dem PC betrachtet werden. Die Ricoh Caplio GX ist seit Juni 2004 erhältlich, und die unverbindliche Preisempfehlung lautet 349 Euro.



Die neuen Camcorder von Canon, MVX20i/25i gibt es inklusive Fotofunktionalität.

cm, direkt und ohne PC, auf jedem PictBridge-kompatiblen Drucker ausgedruckt werden. Mit der Print/Share Taste am Gerät läßt sich der Ausdruck auf einem kompatiblen Drucker oder der Foto-Upload zu einem kompatiblen PC per Knopfdruck erledigen. Videoszenen können als M-JPEG Dateien via USB auf den PC oder auf die SD-/MMC-Speicherkarte überspielt werden. Die beiden Camcorder sind ab Juli 2004, mit

damit kann die Kamera die Belichtung, den automatischen Weißabgleich und die Autofokus-Einstellung optimieren. Das neue Objektiv bietet einen Brennweitenbereich von 28–100 mm (entsprechend KB-Format) und basiert auf ultrahochbrechenden asphärischen Linsenelementen, die die Konstruktion eines besonders kompakten Weitwinkel-Zoomobjektivs ermöglichen. Die PowerShot S60 ist PictBridge-kom-

PHILIPS

Let's make things better.



Der neue Philips Flat TV – und Ihre Kunden sind mitten im Geschehen.

Der neue Flat TV von Philips ist weltweit einzigartig durch die Kombination von PIXEL PLUS 2 und Ambi Light. Die PIXEL PLUS 2 Technologie sorgt für eine nie da gewesene Bildqualität mit mehr Klarheit, mehr Schärfe und mehr Details. Ambi Light – integriert in die Fernseherrückseite – lässt die Wand rund um den TV in einem angenehmen Licht erstrahlen. Es verstärkt die lebensechten Bilddetails und die Lebendigkeit der Farben – individuell abgestimmt auf das gewählte Fernsehprogramm erwartet Ihre Kunden immer eine perfekte Fernseh Atmosphäre.

Machen Sie sich Ihr eigenes Bild – unter www.philips.de/flattv



PIXEL PLUS 2



ALLES SEHEN. ALLES ERLEBEN.

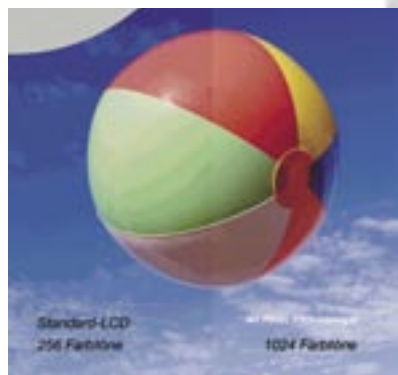
Die (richtigen!) Pixel machen das Bild

Toshiba PIXEL PROcessing II

Mit der Einführung der hocheffektiven Bild-Technologie „PIXEL PROcessing II“ bei LCD-TV-Geräten und der Integration von DVD-Playern in LCD-TV-Modelle unterstreicht Toshiba erneut seinen Anspruch auf Technologieführerschaft im Bereich der „New Technologies“, dem schnell wachsenden Markt der digitalen Bildausgabegeräte, wie Flachbildfernseher, Rück- und Frontprojektoren. Das neu entwickelte „PIXEL PROcessing II“ ist die speziell für den Einsatz in LCD-TVs adaptierte Variante von Toshiba's vielfach ausgezeichneten Bildoptimierungs-Technologie „Pixel Processing“ und vereint in sich eine Reihe von digitalen Verfahren und Schaltungen, mit denen das Videosignal für die Erzielung höchster Bildqualität konditioniert wird.

2 Modelle mit PIXEL PROcessing II verfügbar

Zwei neue Toshiba LCD-TV-Modelle mit PIXEL PROcessing II und dem Seitenverhältnis 16:9 sind bereits ab Juli lieferbar: Der 32WL46P mit 82 cm Bildbreite und der 26WL46P mit 66 cm Bildbreite. Die Ausstattung und die Key Features der beiden PIXEL PROcessing II Modelle sind gleich: Die Bildhelligkeit beträgt 500 cd/m² und das Kontrastverhältnis 800:1. Die Panelauflösung besteht aus 1.366 x 768 Bildpunkten. Der horizontale und vertikale Betrachtungswinkel liegt bei 170°. Die extrem kurze Gesamtreaktionszeit von 10 ms garantiert besonders im Zusammenwirken mit PIXEL PROcessing II gestochen scharfe Bilder bei schnell bewegten Bildinhalten. 1.024 darstellbare Graustufen, digitale Rauschunterdrückung und der Einsatz digitaler Kammfilter schaffen beste Voraussetzungen für höchste Bildwiedergabequalität. Für den entsprechenden Ton sorgen ein BBE Soundsystem mit 2 x 25 Watt Musikleistung. Die Komfortausstattung umfaßt Megatext mit 2.100 Seiten-Speicher, 6 Zoom Modi (inkl. 14:9), einen On/Off Timer und automatische Senderinstallation mit anschließender Sortierung in eine logische Reihenfolge der Senderliste. Durch das reichhaltige Angebot an Anschlüssen und Schnittstellen sind beide Modelle



„Magic Square Algorithm“ vervierfacht die darstellbaren Graustufen oder Farbtöne pro Grundfarbe von 256 auf 1.024.

optimal als zentrales Bildausgabegerät für angeschlossene Peripheriegeräte oder ein Heimkino-System geeignet. Zur Verfügung stehen: 3x Scart, 2x Komponenteneingang (YUV), 4x AV-Eingang, 2x S-Video Eingang, PC-Eingang, Audio-Ausgang, Monitor-Ausgang, Kopfhörerausgang und Subwooferausgang. Die UVPs der beiden ab Juli verfügbaren PIXEL PROcessing II TV-LCDs von Toshiba sind: 32WL46P, mit 82 cm Diagonale, 4.499,- Euro, 26WL46P, mit 66 cm Diagonale, 3.499,- Euro.



„Real Speed Progressive“ macht aus Halbbildern durch progressives Abtasten Vollbilder.

LCD-TVs mit integriertem DVD Player

Die gekonnte Integration eines DVD-Players in einen LCD-TV führt zu Fernsehgeräten mit hoher Mobilität und flexiblen Einsatzmöglichkeiten. Mit den LCD-DVD-Kombinationen 17WLD46G (43 cm Bildbreite) und 23WLD46G (58 cm Bildbreite) erweitert Toshiba sein LCD-Angebot um zwei derartige Modelle, die sich z. B. hervorragend als kompaktes mobiles Heimkino oder auch als All In One Lösung für das Schlafzimmer eignen. UVPs: 23WLD46G 2.099,- Euro, 17WLD46G 1.299,- Euro.

Mit PIXEL PROcessing II zum High End LCD-TV

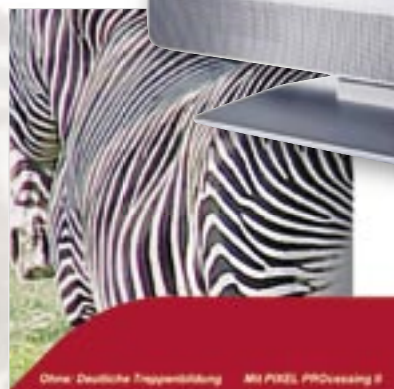
Die wichtigsten Technologien, die PIXEL PROcessing II neben zahlreichen anderen digitalen Techniken in sich vereint, sind „Real Speed Progressive“ für schar-

fe Bilder auch bei Kameraschwenks, „Pixelinterpolation“ für höheren Detailreichtum und schärfere Motive und „Magic Square Algorithm“ für weichere Farbdarstellung. Die Bestückung eines LCD-TVs mit einem hoch qualitativen LCD-Panel ist zwar eine der wichtigen Grundvoraussetzungen für beste Bildqualität, bietet aber für sich allein noch keine Garantie für ein optimales Bild. Erst der Einsatz modernster, elektronischer Bildprozess-Technologien ermöglicht den hohen Qualitätsgrad der

Bilddarstellung, der ein LCD-Panel zum High End TV macht. PIXEL PROcessing II beeinflusst und optimiert das Bildsignal besonders bei den vier entscheidenden Kriterien: Detail, Farbe, Bewegung und Kontrast.

Mehr Details durch Pixelinterpolation

Das von Real Speed Progressive erzeugte Vollbild besteht aus 720 x 576 Pixeln. In zwei Schritten wird dieses Bild nun auf eine Auflösung von 2.880 x 2.304 Pixeln interpoliert. Zu diesem Zweck werden im Ausgangsbild jeweils benachbarte Pixel erfaßt, analysiert und aus diesen Daten optimale Zwischenwerte für zusätzlich hinzuzufügende Pixel errechnet. Diese digitale Mehrfachabtastung („oversampling“) des Originalsignals erlaubt es, die Anzahl der Pixel des ursprünglichen Bildes zu verdreifachen. Ein neuer Skalierungs-



Zwei Toshiba 16:9 LCD-TVs mit PIXEL PROcessing II sind ab Juli lieferbar: 32WL46P mit 82 cm und 26WL46P mit 66 cm Bildbreite.

Pixelinterpolation verdreifacht die Pixelanzahl und paßt die Auflösung optimal an das LCD-Panel an.

prozess paßt das neue, hochauflösende Bild optimal an die natürliche Auflösung des LCD-Panels an. Durch dieses Verfahren werden Motivkanten geglättet und ein enormer Detailreichtum erzeugt. Die Zeilenzahl von 2.304 ist optimal, da sie dem dreifachen der Zeilenzahl der XGA-Auflösung des LCD-Panels entspricht (768 Zeilen).

Viermal mehr Farben: Magic Square Algorithm

Eine komplizierte Pixelbeleuchtungssequenz ermöglicht für jede Grundfarbe (RGB) eines Bildpunktes die Darstellung von 1.024 Graustufen oder Farbtönen. Das sind viermal mehr mögliche Tonabstufungen pro Farbe als die herkömmlichen 256. Deshalb können auf einem mit PIXEL PROcessing II ausgestatteten LCD-TV statt bisher 16,7 Millionen möglicher Farben (256 x 256 x 256) nun 1,073 Milliarden möglicher Farben sichtbar gemacht werden (1.024 x 1.024 x 1.024). Dadurch werden Farbverläufe sichtbar verbessert und eine farbgerechte, sehr natürlich wirkende Bilddarstellung garantiert.



„Dynamic Contrast Enhancer“ steigert die Tiefenwirkung.

Schärfere Bilder durch Real Speed Progressive

Bei der Darstellung von schnell bewegten Personen oder Objekten auf einem Bildschirm kann es zu sogenannten „Geisterbildern“ oder „Bewegungsschleiern“ kommen, die dadurch entstehen, daß das bewegte Objekt noch schwach an Bildpositionen abgebildet wird, an denen es aufgrund seiner hohen Geschwindigkeit in der Realität nicht mehr sichtbar sein würde. Dieses „Nachziehen“ beseitigt „Real Speed Progressive“, indem es aus den normalen, im Zeilensprungverfahren zusammengeführten Halbbildern durch ein progressives Abtastverfahren Vollbilder generiert und darstellt. Zusätzlich sorgt ein neuer Hochleistungs-Prozessor von Toshiba dafür, daß Detailverluste auch bei komplexen und schnell bewegten Bildinhalten nicht auftreten können.

Größere Bildtiefe mit Dynamic Contrast Enhancer

Zur Steigerung der Tiefenwirkung der Bilddarstellung paßt PIXEL PROcessing II Kontrastabstufungen automatisch an. Details in hellen oder dunklen Teilen des Bildes werden dadurch besser dargestellt oder überhaupt erst sichtbar gemacht. Durch den Einsatz von „Dynamic Contrast Enhancer“ läßt sich sogar das eigentliche Kontrastverhältnis des LCD-Panels überschreiten. Das Resultat besteht aus einer Erhöhung der vom Betrachter wahrnehmbaren Bildinformationen und einem angenehmeren Eindruck beim Betrachten bewegter Bilder.

Weitere digitale Schaltungen von PIXEL PROcessing II

Zusätzlich und flankierend harmonisieren „Digital Super Real Transient“ und „Small Signal Sharpness“ die Hell-/Dunkel-Übergänge und optimieren „Digital Color Transient Improver“ und „Digital Colour Detail Enhancer“ die Farbdarstellung. evo

LCD-Monitore von NEC-Mitsubishi: Eine Klasse für sich

Monitore von NEC und Mitsubishi, dem Gemeinschaftsunternehmen NEC-Mitsubishi Electronics Display, nehmen – vom bewegten Display-Markt abgekoppelt – eine gewisse Sonderstellung ein: Höchste Qualität setzen Handel wie Anwender bei diesen Displays voraus. Daß sie ihren Preis wert sind, wird kaum in Frage gestellt. Das Modelljahr ist, ähnlich wie bei einer bestimmten Automarke, beim Kaufentscheid ein sekundäres Argument, denn schon seit Jahren gibt es da kaum etwas zu verbessern. Meist fällt die Wahl unter dem Gesichtspunkt, welche Modellreihe man sich leisten möchte und welche Bildschirmgröße man sich leisten kann. Das umfangreiche Monitor Line Up macht die Auswahl nicht leicht. Die aktuelle Desktop LCD Range umfaßt, innerhalb fünf nach Einsatzschwerpunkt differenzierten Modellreihen, zwölf Grundmodelle, zuzüglich der Farb- und Ausstattungsvarianten.

NEC AccuSync LCD91VM: Neues 19“ Top-Produkt der AccuSync-Familie

Ein Display für uneingeschränktes Multimedia-Vergnügen preisbewußter Heimanwender präsentiert NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe mit dem NEC AccuSync LCD91VM, dem Top-Gerät der AccuSync Allround-Linie. Die 15-, 17- und 19-Zoll Modelle der Produktfamilie zeichnen sich wie gewohnt durch ihr hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis und durch Technik auf dem neuesten Stand der NEC-Mitsubishi LCD-Technologie aus.

Anspruchsvolle Heimanwender des neuen 19-Zoll AccuSync LCD91VM werden die für Multimedia-Anwendungen vorteilhaften Eigenschaften wie den großen Betrachtungswinkel von 170°, den Helligkeitswert von 250 Candela/m², das hohe Kontrastverhältnis von 700:1 und die Auflösung von 1.280 x 1.024 schätzen. Die schnelle Reaktionszeit von 25 ms sorgt für flimmer- und schlierenfreies Abspielen von Videos und DVD-Filmen. Zwei integrierte Lautsprecher für jeweils 2,5 Watt Ausgangsleistung liefern den guten Ton zum Bild. Das Design mit schmalem Rahmen, schwarzem Gehäuse und silberner Front wirkt modern und gefällig. Die

VESA-genormte Befestigungsvorrichtung ermöglicht die unkomplizierte Wand- oder Tischmontage und Cable Management das unsichtbare Verstecken der Kabel im Gerätefuß. Der NEC AccuSync LCD91VM erfüllt sämtliche geforderten Standards und Normen und ist zum UVP von 676,- Euro verfügbar. Auf alle Monitore und die Hintergrundbeleuchtung leistet NEC-Mitsubishi Electronics Display drei Jahre Garantie sowie wahlweise Austausch oder Reparaturabholung innerhalb der EU, Schweiz, Norwegen und Liechtenstein.

State of the Art: NEC MultiSync LCD2080UX+

Wie das berühmte Vorgängermodell, das bei seinem Erscheinen für eine Sensation im Highend-Bereich sorgte, verfügt auch der neue NEC MultiSync LCD2080UX+ über alle Eigenschaften, um in der oberen Monitorklasse zum State of the Art zu werden. Der 20.1 Zoll große LCD ist mit Ambix+ ausgestattet und verfügt über zwei digitale Schnittstellen (DVI-I und DVI-D) und einen analogen VGA-Eingang. Das integrierte „CableComp“ kompensiert den Einfluß langer Kabel auf die Beschaffenheit des Videosignals und verhindert aus der Kabellänge resultierende Fehler bei der Bildarstellung,

und das selbst bei Kabeln von mehr als 100 Metern Länge! Die Bildqualität des Displays ist beeindruckend. Mit UXGA Auflösung (1.600 x 1.200 @ 60 Hz), 176 Grad horizontalem und vertikalem Betrachtungskinkel, 250cd/m² Helligkeit, dem Kontrastverhältnis von 400:1 bei nur 16 ms Gesamt-Reak-



20 Zoll MultiSync LCD2080UX+ von Mitsubishi Electronics Display-Europe



19 Zoll NEC AccuSync LCD91VM von Mitsubishi Electronics Display-Europe

tionszeit positioniert sich das Gerät auf dem obersten Spitzenplatz. Zu den Highlights des MultiSync LCD2080UX+ zählen die effiziente Hintergrundbeleuchtung, OmniColor mit 6-Achsen-Farbkontrolle und sRGB, Auto-Bright-Funktion, zeitgesteuerte, automatische Abschaltfunktion, Schwarzpegelanpassung und Advanced NTAA (Advanced Non-Touch-Auto-Adjust). Mit seinem extrem schmalen Rahmen von 17 mm läßt sich der Monitor für professionelle Einzelplatzlösungen und für Multi-Display-Betrieb einsetzen. Beim Design kann zwischen Metallic-Silber und Schwarz-Silber gewählt werden. Der NEC MultiSync LCD2080UX+ ist zum UVP von 1.566,- Euro verfügbar. Informationen unter www.nec-mitsubishi.com. evo

NEC Neuheiten

LTV 26D von V7 Videoseven: TV- und PC-Multitalent

Mit dem neuen LCD-TV Modell LTV 26D von V7 Videoseven bekommt Home Entertainment völlig neue Dimensionen. Ganz gleich, ob man ihn als Fernseher, Display oder für Videospiele einsetzt: Der LTV 26D ist ein Multitalent und seine umfangreichen Einsatzmöglichkeiten machen ihn sowohl für den privaten Gebrauch wie für Unternehmen zu einer interessanten Alternative. Überzeugend ist auch die ausgezeichnete Bild-

qualität und das besonders elegante Design. Mit dem LCD-TV Modell LTV 26D erweitert V7 Videoseven seine Produktpalette im LTV-Bereich, die bisher aus dem V7 LTV 17D, V7 LTV 20D und V7 LTV 30 besteht. Der neue Monitor mit einer Bild diagonalen von 26“ (66 cm) erreicht einen Helligkeitswert von 600 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 600:1. Zusammen mit der schnellen Reaktionszeit von 16 ms sorgen diese Werte für flimmerfreie Bilder und kristallklare Auflösung. Der eingebaute Multiband TV Tuner



besitzt einen automatischen und manuellen Suchlauf für TV-Programme, Videotext und Virtual Surround Stereo. Ein integriertes 20-Watt Audio-System liefert dazu den passenden Sound. Das 16:9-Bildformat sorgt für eindrucksvolle Panorama-Bilder. Die PIP Funktion (Bild in Bild) macht es möglich, gleichzeitig am Computer zu arbeiten und dabei fernzusehen. Der V7 LTV 26D ist zum UVP von 1.599,- Euro verfügbar. V7 Videoseven gewährt auf den LTV 26D einen 24-monatigen Pick-up-Service.

imaging is more
photokina
world of imaging

28. September – 3. Oktober 2004

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

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

Die neue Tagesfolge
der photokina:

Dienstag bis Sonntag.

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln
Telefon +49 221 821-2306
Telefax +49 221 821-3541
photokina@koelnmesse.de

Flachdisplays: MODELLE • MACHER • MÄRKTE

Fujitsu/Samsung: Plasma-Patentstreit beigelegt

Fujitsu und Samsung haben ihre Differenzen über Patentverletzungen bei der Herstellung von Plasma-Displays außergerichtlich beigelegt. Im April hatte Fujitsu vor dem zuständigen Gericht gegen den koreanischen Konkurrenten Samsung eine Klage auf Schadenersatz erhoben und einen sofortigen Importstopp für Samsung-Geräte nach Japan und in die USA gefordert. Im Verlauf der nun gefundenen Einigung wurden alle bisher erhobenen Anschuldigungen und auch die Forderung nach Importstopps für Samsung PDPs zurückgezogen. Details der Einigung und Informationen über einen eventuell vereinbarten finanziellen Ausgleich wurden nicht bekanntgegeben. In der gemeinsamen Presseerklärung zeigten sich Fujitsu und Samsung erfreut darüber, daß die Kontroverse im beiderseitigen Einvernehmen so schnell beendet werden konnte.

USA erhebt Strafzölle für chinesische Fernseher

Die International Trade Commission der USA hat durch Beschluß die Feststellung getroffen, daß Billigimporte von in China gefertigten Farbfernsehern die US-Wirtschaft schädigen. Mit diesem Beschluß bestätigte die Kommission die Berechtigung der vom US-Wirtschaftsministerium schon ab November verhängten Strafzölle. Die Einfuhr-Abgaben für CRT-Fernsehergeräte liegen zwischen fünf und 26 Prozent. LCD-Fernseher sind von diesen Maßnahmen nicht betroffen. Laut Wall Street Journal werden die höchsten Strafzölle für Geräte von Chinas größtem Hersteller Sichuan Changhong Electric fällig werden.

Sharp steigert Nettogewinn

Im vergangenen Geschäftsjahr, das vom 1. April 2003 bis 31. März 2004 lief, konnte der japanische Elektronikkonzern Sharp einen Nettogewinn von 60,72 Milliarden Yen (465 Millionen Euro) erwirtschaften. Gegenüber dem vorangehenden Wirtschaftsjahr bedeutet dies eine Steigerung des Gewinns um 86,2 Prozent. Wie aus der entsprechenden Mitteilung hervorgeht, ist das hervorragende Ergebnis auf die rege Nachfrage nach LCD-Fernsehergeräten zurückzuführen. Den Ge-

samtumsatz hat Sharp im gleichen Zeitraum um 12,7 Prozent auf 2,26 Billionen Yen (17,3 Milliarden Euro) gesteigert. Für das laufende Jahr erwartet Sharp einen Gewinn von 75 Milliarden Yen und liegt mit dieser Erwartung unter den Analysten-Prognosen. Der Umsatz soll nach dieser Erwartung 2,53 Billionen Yen betragen. Die Sparte „Consumer/Information Products“ wird um 7 Prozent, die Sparte „Electronic Components“ um 21 Prozent wachsen.

LG Philips LCD: Gewinn verdreifacht

LG Philips LCD-Displays, das Gemeinschaftsunternehmen von Philips und LG Electronics, hat seinen Nettogewinn im vergangenen Wirtschaftsjahr mehr als verdreifacht. Das niederländisch-süd-koreanische Joint-venture gibt einen Gewinn von 866 Millionen US-Dollar bekannt. Im vorhergehenden Wirtschaftsjahr hatte die Rendite 233 Millionen Dollar betragen. Die Gewinnverdreifachung führt LG Philips LCD-Displays auf den weltweiten Umsatzzuwachs von 56 Prozent beim Verkauf von LG-Displays zurück. Von weltweit 37 Milliarden Dollar Umsätzen in diesem Segment im vergangenen Wirtschaftsjahr konnte sich der Marktführer LG Philips LCD-Displays fast 5,3 Milliarden Dollar sichern und seinen Marktanteil um 71 Prozent steigern. Bereits zu Beginn des laufenden Jahres hatte das Unternehmen angekündigt, seine Investitionen für die neue Panel-Fabrik in Gumi, Korea, auf 2,8 Milliarden Dollar zu erhöhen und die Produktionsanlage größer als ursprünglich geplant zu bauen.

LG Philips steigert Investitionen für LCD-Produktion

Die 2,8 Milliarden US Dollar, die LG Philips LCD-Displays bis Ende 2004 in die Ausweitung seiner Flachbildschirm-Produktion investieren wird, sind nur ein Teil des 25 Billionen Won (17,6 Milliarden Euro) umfassenden Investitionsplans, der in den kommenden zehn Jahren umgesetzt werden soll, berichtete das Wall Street Journal. Für 2004 prognostiziert Marktforscher DisplaySearch einen Anstieg der Investitionen für TFT-LCDs um 71 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 11,3 Milliarden US-Dollar.

13-Zoll Polymer-OLED von Philips

Anläßlich des SID-Symposiums in Seattle (US-Bundesstaat Washing-

ton) stellte Philips den Prototypen eines OLED-Displays auf Polymerbasis vor, das mit einer Auflösung von 576 x 324 Pixeln für TV-Geräte ausgerüstet ist. Wie bei Epson wird der 13 Zoll große Prototyp ähnlich wie bei der Tintenstrahl Drucktechnik mit vier Druckköpfen und jeweils 256 Düsen hergestellt. Nach Angaben von Philips können mit dieser Drucktechnik Displays bis zu einer Größe von 24 Zoll hergestellt werden. Mit größeren Druckern lassen sich aber auch größere Panels realisieren. Vorteile der OLED-Displays sind hohe Leuchtdichten, großer Kontrast und kurze Reaktionszeiten. Die neue Display-Technologie soll in fünf Jahren produktionsreif sein.

Samsung präsentiert 17-Zoll OLED Prototyp

Die Display-Division SDI des koreanischen Elektronik Konzerns Samsung präsentierte den Prototyp eines 17 Zoll großen OLED-Panels mit Aktivmatrix und einer Auflösung von 1.600 x 1.200 Bildpunkten. Das Display soll bereits im kommenden Jahr in Serie hergestellt werden. Die Leuchtstärke soll 400 Lumen erreichen. Der Energieverbrauch soll geringer ausfallen, als bei einem 15-zölligen OLED-Display. Nach Informationen von Samsung wird das neuartige OLED-Display nur 33 Prozent der Dicke eines vergleichbaren LC-Displays haben. Das Panel wurde zusammen mit der mit 3M entwickelten LITI-Technik (Laser Induced Thermal Imaging) hergestellt, bei der die LEDs wie bei einem Thermotransferdrucker durch Erwärmung mit einem Laser von einem dünnen Film auf das Glassubstrat übertragen werden. Der Über-



Prototyp eines Philips OLED-Displays auf Polymerbasis mit einer Auflösung von 576 x 324 Pixeln für TV-Geräte.

tragungsvorgang wird für alle drei Farben durchgeführt und erlaubt sehr feine und scharfe Strukturen. Auch Epson hatte kurz zuvor einen 40-Zoll-OLED-Monitor vorgestellt, der jedoch erst 2007 serienreif sein kann.

Prototyp eines 40-Zoll-OLED-Displays von Epson

Den Prototypen eines 40 Zoll großen OLED-Displays hat Epson vorgestellt. Das mit Hilfe einer Tintenstrahl Drucktechnik hergestellte RGB-Display hat eine WXGA-Auflösung von 1.280 x 768 und verfügt über eine Farbtiefe von 18 Bit. OLED-Displays werden von Fachleuten als Nachfolger der LCD-Technologie betrachtet. Aber besonders bei der Produktion von großen Panelgrößen sind vor der Aufnahme der Serienproduktion noch diverse Schwierigkeiten zu überwinden. OLED-Displays (Organic Light Emitting Device) sind selbstleuchtend, haben einen extrem weiten Betrachtungswinkel und überzeugen durch sattere Farben und hohe Kontraste. Epson beabsichtigt, ab 2007 mit der Serienfertigung solcher Displays zu beginnen.

Philips: Technischer Durchbruch bei OLED-Forschung

Nach eigener Aussage hat der niederländische Elektronikkonzern Philips bei der Forschung an organischen Displays zwei weitere, maßgebliche technische Erfolge errungen: Die leuchtende Schicht eines organischen Displays (Organic Light Emitting Device, OLED) strahlt bei der Ansteuerung mit elektronischen Signalen selbst Licht aus und macht damit Hintergrundbeleuchtungen und lichtschluckende Polarisatoren sowie Filter überflüssig. Organische Leuchtanzeigen lassen sich sehr kompakt herstellen und verbrauchen im Vergleich zu anderen Displays gleicher Leistung wenig Energie. Außerdem ist die Darstellungsqualität unabhängig vom Blickwinkel. Zur Zeit arbeitet man jedoch noch intensiv an der Erhöhung der Effizienz und der Verlängerung der Lebensdauer. Durch ein neues Beschichtungsmaterial für die Anoden gelang es den Wissenschaftlern, die Balance zwischen Elektronen und Löchern im Halbleitermaterial um den Faktor Zwei zu verbessern. Außerdem haben die Forscher ein neues Polymermaterial gefunden, bei dem sich ein spezieller phosphoreszierende Zusatzstoff einmischen läßt, der die Effizienz einer grünen OLED auf 47 cd/A steigert.

Bei Flachdisplays kommt das Bild später als der Ton

Ein bei herkömmlichen Fernsehgeräten schon vor Jahrzehnten gelöstes Problem feiert bei Flachbildfernsehern mit LCD- und Plasmatechnik wieder Auferstehung: Der Ton ist früher hörbar als das zugehörige Fernsehbild. Dadurch laufen z. B. Lippenbewegungen asynchron zur Sprache. Die Ursachen liegen bei den vielen, aufwendigen Schritten der verbessernden Signalbearbeitung moderner Displays: Bevor das am Eingang anstehende Videosignal tatsächlich auf dem Bildschirm zu betrachten ist, wird es in zahlreichen Bearbeitungsschritten optimiert. Als Beispiel ist das Deinterlacing der im Zeilensprungverfahren angelieferten Videobilder zu nennen, denn LCD- und Plasma-Panels werden nur mit Vollbildern angesteuert. Des weiteren ist die Skalierung der geringen Videoauflösung (PAL: 720 x 576) auf die physikalische Displayauflösung für flächenfüllende Darstellung auf großen Schirmen fast immer erforderlich. Ebenso erfolgen Optimierungsschritte wie Bewegungs-adaption oder Kontrast- und Leuchtdichteanpassung an den jeweiligen Bildinhalt. Bilddaten müssen bis zur Übergabe an Zeilen- und Spaltentransistoren in Treiberstufen zwischengespeichert werden. Die Summe der Verzögerungszeiten kann 50 Millisekunden und mehr betragen. Der Ton ertönt aus den Lautsprechern, bevor eine passende Aktion auf dem Schirm erscheinen kann. Eine Anzahl erster Lösungen dieses Problems ist bereits gefunden: Die Audiodaten werden elektronisch verzögert, bis die zugehörigen Videosignale abgebildet werden. Philips packt Audio- und Videobearbeitung in einen Chip, den Nexperia PNx8550, und benötigt dank des gemeinsam genutzten Speichers keine zusätzliche Leitung. Wenn ICs wie die genannten im Flachbildraster sitzen, sollte also alles synchron laufen. *evo*

SONY

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



HANDYCAM

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

www.sony.de/handycam

You make it a Sony



Quellen der Freude: Samsung DVD/VHS – Video Kombinationen

Über Jahrzehnte hinweg waren das Fernsehgerät und der VHS-Recorder der UE-Standard im deutschen Wohnzimmer. Aber auch im Zeitalter der Medienkonvergenz und der Home-Server besteht die „gewachsene“ Ordnung generationsbedingt in einem großen Prozentsatz der Haushalte weiter. Selbst der mit schneller Marktdurchdringung beispiellos erfolgreiche DVD-Player konnte noch nicht in alle traditionellen VHS-Biotopie Einzug halten. In vielen Fällen sind es Platzmangel und Widerstreben gegen zusätzliche Kabelverbindungen oder Vorbehalte gegen die Notwendigkeit der Bedienung eines weiteren Geräts, die den Kauf eines DVD-Abspielgeräts verhindern. Hier schlummern ungehobene Schätze an Umsatzreserven für den Handel, die sich mit DVD/VHS Combos heben lassen. Samsung verfügt über ein sehr breit differenziertes Line up an DVD/VHS Combos und bietet damit dem Handel die Möglichkeit, jedem potentiellen Käufer eine individuelle Lösung anzubieten.

Mehrfachnutzen durch Formatvielfalt

Die recht universellen Fähigkeiten eines DVD/VHS Combos liefern talentierten Verkäufern eine Fülle starker Argumente für das Verkaufsgespräch. So dürfte z. B. in vielen Fällen die anstehende Reparatur eines vorhandenen Videorecorders der richtige Zeitpunkt für eine Abwägung darüber sein, ob es vielleicht im Interesse des Kunden besser sein könnte, statt dessen auf einen modernen DVD/VHS Combo umzusteigen. Diese Art spezifischer Kombinationsgeräte verfügt zum moderaten Preis in einem Gehäuse über den wahrscheinlich umfassendsten Mehrfachnutzen aller Produkte der Unterhaltungselektronik: Ergänzend zu den Funktionen bisheriger Videorecorder erhält der Kunde einen DVD-Player, der gleichzeitig ein vollwertiges Abspielgerät für Audio-CDs ist. Darüber hinaus beherrschen die meisten DVD/VHS Combos eine Reihe weiterer auf Optical Disks genutzter Formate und bilden damit besonders für ältere Anwender die ideale und leicht zu bedienende Schnittstelle zu der am Computer orientierten Welt der Kinder, Enkel und jüngeren Verwandten. Das Abspielen von *.jpg Foto-Alben und Video-CDs bringt die inzwischen meist digital aufgezeichneten Erlebnisse ins Wohnzimmer. Werden komprimierte Audioformate wie MP3 und WMA oder Videoformate wie SVCD oder DivX unterstützt, dann steht im Familien- und Freundeskreis wahrscheinlich mehr Audio- und Video-Programmmaterial zur Verfügung, als die Tage an Stunden zählen. Empfehlenswert ist es auf jeden Fall, sich vor dem Kaufentscheid über die Anzahl und Art

der vom Video-Combo unterstützten Formate zu informieren. So kann in vielen Gebieten bereits das terrestrische digitale Fernsehsignal empfangen werden oder steht dessen Verfügbarkeit kurz bevor. Hier könnte die Anschaffung des Samsung SV-DVD54T die bessere Wahl sein, denn er bietet zusätzlich zum üblichen analogen Hyperband-Tuner auch schon einen DTT-Tuner zum Empfang des terrestrischen digitalen Fernsehens über eine winzige Antenne.

SV-DVD 940: DVD/ Video-Kombi mit DVI

Das DVD/VHS-Kombinationsgerät Samsung SV-DVD 940 mit 6-Kopf-HiFi-Videorecorder und DVD-Player verfügt als Besonderheit neben herkömmlichen Videoausgängen zusätzlich über einen digitalen



Samsung SV-DVD 940: UVP 399,- Euro.

Video-Ausgang mit DVI (Digital Visual Interface). Über diesen Signalausgang können Fernsehgeräte und Breitformat-Displays, die diese neue Norm für UE-Geräte unterstützen, verlustfrei und mit höchster Qualität angesteuert werden, ohne daß dazwischen noch wie bisher eine zweimalige Digital-/Analog-Umwandlung erforderlich ist. Der Combo SV-DVD 940 ist ein vielseitig begabter Artist bei der Unterstützung diverser Audio- und Videoformate: Abspielen lassen sich neben VHS und DVD auch SV-CD, Audio-CD und WMA/MP3-CD, JPEG, Picture-CD, DVD-R/-RW (Video-Mode) und DVD+RW. Besondere Merkmale: Dolby Digital und DTS-Output, Faroudja

DCDi-Technik und DVI (Digital Visual Interface). Die Ausstattung umfaßt: Universal-Fernbedienung, DVD mit PAL Progressive Scan, DCDi- und Scale Up-Technologie, 10 Bit Video D/A-Wandler, 24 Bit Audio D/A-Wandler, Virtual 3D-Sound, Dolby Digital und DTS-Output, Easy View, Show View, Super Scan Funktion (128-fach), 6-Kopf HiFi-Stereo, VPS/PDC, High-Speed Laufwerk, Aufnahme-Timer und Endlos-Wiedergabe. An Anschlüssen stehen zur Verfügung: 2 Scart-Anschlüsse (RGB), optisch / koaxialer Digitalausgang, S-Video Ausgang und DVI (Digital Visual Interface) mit den Ausgabeformaten: Digital Video PAL DVD mit 576p (50 Hz), 720p (60 Hz), 1080i (60 Hz), Digital Video NTSC DVD mit 480p (60 Hz), 720p (60 Hz), 1080i (60 Hz), Analog

Video PAL DVD mit 576i (50 Hz). Über die Scart, FBAS und S-Video-Ausgänge: Analog Video: NTSC DVD 480i (60 Hz), 480p über Komponentenausgang. Die Abmessungen des in seinen Eigenschaften universellen Samsung Combos SV-DVD 940 betragen (B x H x T) 430 x 82 x 282 mm bei einem Gewicht von 3,9 kg. Der UVP beträgt 399,- Euro.

Samsung SV-DVD54T: DVD-Video-Combo mit DVB-T

Die DVD/VHS Video Kombination SV-DVD54T ist eines der noch seltenen Geräte, daß neben einem normalen analogen Hyperband-

Tuner schon zusätzlich über einen DVB-T-kompatiblen Digitalreceiver zum Empfang des digital terrestrisch abgestrahlten Fernsehprogramms verfügt. Mit diesen Fähigkeiten ausgestattet ist der Kauf eines SV-DVD54T eine absolut zukunftsichere Investition. Neben VHS und DVD spielt der SV-DVD54T folgende Formate ab: MP3-CDs, DVD-R/-RW/+RW, SVCD, JPEG und Picture-CD, CD-R/-RW, MP3-CD. Der 6-Kopf-HiFi-Videorecorder unterstützt Dolby Digital und DTS-Output, Videotext über DVB-T und bietet einen elektronischen Programmführer (EPG) mit Favoritenliste. Die technische Ausstattung umfaßt IR-Fernbedie-



SV-DVD 54T: DVD/VHS Video Kombination mit analogem Tuner und DVB-T Empfangsteil.

nung, Analoger Hyperbandtuner, Digital terrestrischer DVB-(T)-Empfänger, DVD, 10 Bit Video D/A-Wandler, 24 Bit Audio D/A-Wandler, Virtual 3D-Sound, Dolby Digital und DTS-Output, Easy View, Bildschirmformatanpassung, Aus-

Anschlüsse (RGB), 1 Optischer + koaxialer Digitalausgang, Audioausgang L/R und S-Video bereit. Der DVD/VHS Video Combo mit analogem Hyperband- und DVB-T-Tuner. Das Modell Samsung SDD-VD 54T ist zum UVP von 399,- Euro verfügbar.

Aktuelles DVD/VHS Video Combo Line up

Das aktuelle Angebot von Samsung an DVD/VHS Video-Kombinationen umfaßt 6 Modelle mit Sechskopf-VHS-Recorder zu unverbindlichen Verkaufspreisen von 249,- Euro bis 399,- Euro. Neben den im vorangehenden Teil des Beitrags besprochenen Modellen sind das: Der SV-DVD 440 unterstützt neben DVD auch SVCD, CD-R, CD-RW, MP3 und WMA, kann JPEG Bilder wiedergeben und hat eine Bildformatanpassung. Der UVP beträgt 249,- Euro. Der SV-DVD 540 und der DVD 545 verfügen über die Ausstattung und die Eigenschaften des DVD 440, bieten aber zusätzlich die Möglichkeit zur Nachvertonung und neben dem



SV-DVD 440 Video Combo zum Schnäppchenpreis von 249,- Euro.



SV-DVD Video Combo mit optischem und koaxialem Digitalausgang.

schnitts-Zoom bei Pause und Lay sowie eine Super Scan Funktion (128-fach). Das 6-Kopf HiFi-Stereo VPS/PDC High-Speed Laufwerk bietet Aufnahme Timer, Endlos-Wiedergabe, Show View, Autom. Programmsortierung in alphabetischer Reihenfolge, STB, Elektronischer Programmführer (EPG), Videotext-Funktion und Favoritenliste für TV + Radio. Als Anschlüsse stehen 2 Scart-

optischen auch einen koaxialen Digitalausgang.

Die UVPs betragen 349,- Euro (DVD 540), 359,- Euro (DVD 545). Mit der, im Vergleich zu den vorangehenden Modellen zusätzlichen Unterstützung des Formats VCD und des sehr beliebten und begehrten, komprimierten Videoformats DivX kostet der SV-DVD 640 379,- Euro (UVP). *evo*

WIDE 3fach 28 ~ 85 mm ZOOM

Vergleichswerte zum Kleinbildformat



Ricoh Caplio GX. Mehr Format. Mehr Klasse.

Synchrone für
externes Blitzgerät

Elektronik-
Einstellrad

Handgriff mit
Gummiamierung



Top-Features für bessere Digitalfotos

- Hochauflösender CCD-Sensor mit 5.13 Megapixel
- Weltschnellste* Auslösereaktion – nur 0,12s
- Extrem schnelle Aufnahmebereitschaft schon nach 1,2s
- Faszinierende Makroaufnahmen bis 1 cm Entfernung
- Filtergewinde im Objektivring für Kreativ-Zubehör
- Elegantes Aluminiumgehäuse – nur 205 g leicht

* Stand 6. Mai 2004 für alle Autofokus-Digitalkameras

RICOH EUROPE B.V. (EPMMC Center)
Oberrather Straße 6
D-40472 Düsseldorf
Telefon (0211) 6546-0
Telefax (0211) 6546-308

How well do you share?

RICOH
Image Communication

www.ricohpmmc.com

Sony Vaio: Mit innovativer Konzeption zur globalen Präsenz



Sony Vaio X505:
9,7 mm flach,
840 Gramm leicht

Mit dem 7-achsigen Sony Vaio Hightech-Truck, einer begeisterten Road Show und dem neuen Unified Channel Programm rollt Sony sein neuestes Vaio-Programm vor potentiellen Anwendern und der mit umfassenden Marketingmaßnahmen umworbenen Händlerschaft aus.

Mit gut koordinierten Marketingmaßnahmen lenkt Sony die Aufmerksamkeit der Medien und das Interesse der Anwender auf vier zeitgleich im Markt erscheinende, optisch und technisch völlig neu gestaltete Vaio Produktserien. Die Anzahl der Vaio Competence Center in Deutschland soll von zur Zeit 60 auf 100 erweitert werden. Den früheren, beim Handel unbeliebten, zentralen Reparaturservice hat Sony in Deutschland durch 12 VCC Service-Partner ersetzt. Zusätzlich will das Unternehmen im Rahmen eines neu zu installierenden UCP-Volumenprogramms für den Fachhandel europaweit mit 5.000 Händlern direkt zusammenarbeiten. In Deutschland sollen sowohl bisherige und frühere Sony-Partner wie auch neu zu gewinnende Händler in dieses „Unified Channel Programm“ eingebunden werden, um die fachkundige Präsentation der zahlreichen Vaio-Modelle am POS flächendeckend sicherzustellen.

Sony Roadshow mit dem Vaio Hightech-Truck

Nach einer vorbereitenden Anzeigenkampagne beginnen die zwei durch acht europäische Staaten tourenden Vaio-Trucks ab der 28. Kalenderwoche in acht deutschen Städten mit informativen und unterhaltsamen Road Show Veranstaltungen: Hamburg, Berlin, Leipzig, Dresden, München, Frankfurt, Bochum und Essen. Auf der offiziellen Website www.experience-tour.com findet man aktualisierte Berichterstattungen über die Stationen der Vaio-Tour. Dort ist zu sehen, wann und wo in den kommenden 22 Wochen der mit modernster Sony Vaio-Technologie beladene siebenachsige 30-Tonner interessierten Besuchern am nächsten

sein wird. Neben absoluten Highlights für Mobile Computing aus dem neuen Vaio-Produktangebot bietet der von Sony und Intel initiierte Truck die Möglichkeit, in drei möglichen Szenarien (Arbeitszimmer, Wohnzimmer, Patio) aktuellste Sony-Technologie für das digitalisierte Zuhause kennenzulernen. Eine in den Truck integrierte Bühne, ein



Großbildschirm sowie verschiedene Erlebnisbereiche bilden den Rahmen für vorbereitete Events und Überraschungen. Auf die Besucher warten außerdem jeden Tag fantastische Preise und Geschenke.

Sony und Vaio „Next Generation“

Das vor sieben Jahren aus der Taufe gehobene „Vaio“-Konzept war damals revolutionär und zukunftsweisend und ist heute hochaktuell: „Vaio“ steht für „Video Audio Integrated Operation“ und für die Zielsetzung, PC-Technologien für die Nutzung von Audio- und Video-Informationen mit digitalen Möglichkeiten zur genüßvollen musikalischen und visuellen Unterhaltung zu verschmelzen, also Geräte mit Fähigkeiten zu entwickeln, die damalige PCs nicht bieten konnten. Die inzwischen vollzogene Konvergenz der Medien und die Verschmelzung von IT und UE haben das Konzept „Sony Vaio“ voll bestätigt und wurde maßgeblich durch das Vorbild der Vaio-Produkte mitbestimmt. Inzwischen kann nahezu jeder angebotene mobile Rechner „auch“ audiovisuelle Programminhalte zur Unterhaltung wiedergeben. Durch in Taiwan, Korea und China neu gewachsene Produktionskapazitäten hat sich der Wettbewerb verschärft. Die resultierenden Preisentwicklungen machen das Erwirtschaften von positiven Betriebsergebnissen zum wirtschaftlichen Balance-Akt. Von den erschwerten Marktbedingungen blieb auch Sony nicht unberührt. Mit der neuesten Generation seiner

exklusiven IT-Marke „Vaio“ nimmt Sony die Herausforderungen des Marktes aktiv an und setzt sich wiederum klar an die Spitze der technologischen Entwicklung portabler Geräte. Durch die neuen Vaio-Produkte werden Begriffe wie „UE“ und „IT“ aufgehoben. Die Fähigkeit zur problemlosen und effektiven Nutzung aller verbreiteten Business- und Office-Anwendungen darf vorausgesetzt werden



und stellt keine technische Herausforderung mehr dar. Die geht jedoch von der perfekten Wiedergabe und Bearbeitung von anspruchsvollen Video-programm- und Audio-Inhalten und den Fähigkeiten zur breitbandigen Vernetzung aus, verbunden mit höchster Portabilität, geringsten Abmessungen, langen Akku-Laufzeiten und zuverlässiger Funktionalität. Diese Aufgaben haben Sonys Entwickler perfekt gelöst: Das neue Vaio Line-up umfaßt vier Produkt-Serien und erstreckt sich vom portablen Hochleistungs-PC als Ersatz für den Desktop-Rechner bis hin zum X505, einem mit 9,7 mm extrem dünnen, nur 840 Gramm leichten Notebook mit Vollausstattung, das so flach ist, daß die Auflage für den Handballen am Gerät entfallen konnte und von der Fläche übernommen wird, auf der das X505 gerade steht. „Nach unserer Auffassung sollen Vaio-Produkte nicht nur perfekt funktionieren, sondern gleichzeitig auch durch ihre außergewöhnlich schöne und ausgewogene Linienführung das Gefallen des Betrachters auf sich ziehen“, erklärte Kaz Ichikawa vom Sony Design Centre Europe und fügte hinzu:

„Das ist sicher für die neuen Vaio-Notebooks zutreffend“.

Die neuen Sony Vaio-Notebooks der A-Serie

Zugleich mit der Markteinführung der neuen Sony Vaio Produkt-Range, die sich durch vornehmes Schwarz, abgerundete fließende Formen und die Betonung des Funktionalen vom Aussehen der bisherigen Vaio-Modelle absetzt, erhebt Sony das neue Design zur allgemeinen Vaio Corporate Identity und paßt sämtliche Marketingmaßnahmen, Flyer und Produktverpackungen der Vaios der neuen Linie an. Die Prämisse für die Sony-Entwickler der Vaio Notebooks A-Serie lautete: „Gelungene Einheit von Stil und Technik“ und wurde in jedem Detail perfekt umgesetzt. Mit leistungsfähiger Centrino-Technologie bestückt, zeichnen sich die Notebooks der A-Serie durch rationalen Energieverbrauch und lange,



vom Stromnetz unabhängige Betriebszeiten aus und schaffen damit die wichtige Grundvoraussetzung für eine ausgiebige Nutzung der integrierten WLAN-Funktionalität nach dem schnellen Standard 802.11g. Mit Ausstattungsmerkmalen wie ATI Mobility Radeon Grafikprozessor, 17 Zoll-Breitbild-Displays, automatische Helligkeitsregelung, Dual DVD±RW-Brenner, diversen Schnittstellen zur Vernetzung und Kommunikation und einer umfassenden Ausstattung mit leicht bedienbarer, modernster Software, setzen Vaio-Notebooks der A-Serie neue Maßstäbe. Die Serie umfaßt drei Modelle für den privaten (Vaio VGN-A117S, A115S und A115B) und vier Geräte für den professionellen Anwender (Vaio VGN-A197XP, A197VP, A195HP und A195EP). Alle Geräte verfügen über stabile und trotzdem leichte Gehäuse aus einer speziellen Magnesiumlegierung. Die Taktfrequenzen der Intel Centrino CPUs liegen je nach Modell zwischen 1,5 GHz bis 1,8 GHz, die UVPs zwischen 1.599,- und 2.499,- Euro. Alle Modelle sind lieferbar.

Fünf Bluetooth-Modelle

Die Consumer-Geräte A117S und A115S sowie die Business-Notebooks A197XP, A197VP und A195HP verfügen neben 10/100 Ethernet-Anschluß, 56k (V.92) Modem, 3 USB 2.0 Ports und i.LINK-Schnittstelle (IEEE1394) und Memory Stick Steckplatz zusätzlich über eine Bluetooth-Schnittstelle für die drahtlose Verbindung zu Mobiltelefonen oder Handhelds.

Sechs Geräte mit DVD±RW-Dualbrenner

Der hohe Gebrauchswert und die Anzahl der mit der Vaio A-Serie nutzbaren Anwendungen wird durch den integrierten DVD±RW-Dualbrenner erhöht (außer A195EP), mit dem sich DVDs in allen gängigen Formaten lesen und erstellen lassen.

Display-Technologie der Spitzenklasse

Die Top-Modelle der A-Serie (A117 und A197) besitzen ein 17 Zoll (43 cm) Breitbild-Display mit UXGA-Auflösung (1920 x 1200), das dreimal so viel Arbeitsfläche zur Verfügung stellt wie die bei Desktops übliche 1024 x 768 XGA-Auflösung. Eine Sony-spezifische Entspiegelungsbeschichtung, die automatische, ergonomische Helligkeitsregelung und eine „Plug & Display“-Funktion, mit der die Auflösung bei der Verwendung von Projektoren und anderen Geräten automatisch angepaßt wird, garantieren bei unterschiedlichsten Anwendungen höchste Bild-Qualität.

Umfassendes Softwarepaket

Alle Modelle der A-Serie sind für klassische Office-Arbeiten mit Microsoft Works 7 ausgestattet. Für kreative Video-Anwendungen stehen die Sony-Applikationen Picture Gear Studio und DV Gate Plus bereit, ergänzt durch das exklusive Adobe Companion Pack für Vaio-Produkte mit Adobe Photoshop Album Starter Edition, Adobe Photoshop Elements 2.0, Adobe Premiere Standard sowie Adobe Acrobat Elements, mit dem Word-, Excel- und PowerPoint-Dateien im PDF-Format ausgegeben werden können. Ein besonderes Bonbon ist die beigelegte „Click to DVD“ Software (bei Geräten mit integriertem DVD-Brenner), die auf der von Sony lizenzierten Sonic Author-ScriptEngine basiert, der weltweit meist verbreiteten Engine für DVD und CD Formatierung und Burning. *evo*

„Tricolore“

Micro Audio System Sanyo DC-MM 5000 in Schwarz, Weiß und Silber

Die kompakte und leistungsfähige Micro HiFi Anlage Typ DC-MM 5000 liefert Sanyo nicht nur im silbernen und schwarzen Design aus, sondern auch in weißem Lack-Finish. Mit der wahlweisen Lieferung in Weiß nimmt das HiFi Microsystem im Markt eine Sonderstellung ein, denn Geräte mit weißen Gehäuseoberflächen werden selten gesichtet. Dieser Umstand könnte die Nachfrage nach der DC-MM 5000 positiv beeinflussen. Denn in Arztpraxen unterschiedlichster Fachrichtungen, in Wartezimmern, Behandlungsräumen und im Krankenhaus fügt sich ein weißes Musikbeschallungssystem harmonisch in die meist in weiß oder hellen Tönen gehaltenen Umgebungen ein. Um dem gerade genannten Kundenkreis die Sanyo DC-MM 5000 näher zu bringen, sollte der Handel allerdings die Initiative ergreifen und sie potentiellen Kunden gezielt in der weißen Version anbieten.

Micro HiFi Anlage Typ DC-MM 5000

Die Ausstattung des kompakten Systems ist nahezu lückenlos und stellt dem Benutzer eine Vielzahl sinnvoller Funktionen und komfortabler Einrichtungen zur Verfügung und erweitert die Einsatzmöglichkeiten für die leistungsfähige Micro Audio Anlage beträchtlich.

Verstärker mit BassXpander

Die Musikleistung nach DIN beträgt 2 x 20 Watt und die Sinus-Leistung nach DIN 2 x 12,5 Watt.

Das Bassverstärker-System (der

BassXpander) kann mittels der vier vordefinierten Klangeinstellungen Rock, Pop, Jazz, Classic individuell abgestimmt werden. Die Bedienung erfolgt mit einer praktischen Jog-Dial-Bedienung.

2-Band RDS Digital-Tuner

Der digital abstimmende RDS-Tuner empfängt Sendungen über zwei Empfangsbereiche und kann vom Anwender favorisierte Stationen auf 40 Speicherplätzen zum Abruf vorspeichern. Die zeitgesteuerte An- und Abschaltung übernimmt eine Timer-Uhr. Der Anschluß der FM Antenne erfolgt über Koaxial-Kabel.

CD-Spieler mit 1-Bit D/A-Wandler

Der CD-Spieler verfügt über einen Front Lader-Einzug, in den sich auch kleinere 8 cm Single CDs einlegen und abspielen lassen und arbeitet mit einem hochwertigen 1-Bit D/A-Wandler. Der Titelspeicher faßt 24 Titel. Das Abspielen eines CD-Albums kann durch Zufallswiedergabe (Random Access) oder Wieder-

holungsfunktion gesteuert werden.

Kassettendeck

Neben dem RDS-Tuner und dem CD-Player als Musik-Programm-

quelle ist die Sanyo DC-MM 5000 noch zusätzlich mit einem Einzel-Kassettendeck als Full Logic-Deck ausgerüstet und unterstützt synchronisiertes Überspielen.

Lautsprecher

Die seitlich anzudockenden, aber auch getrennt aufzustellenden Lautsprecherboxen arbeiten mit einem 2-Wege-System. Das Bass Reflex System befindet sich in einem Holzgehäuse.

Sonstiges

Das Microsystem Sanyo DC-MM 5000 besitzt einen Video-Eingang und kann deshalb auch den begleitenden Sound zu einem DVD-Film, Videofilm oder Fernsehprogramm abstrahlen. Zur Verfügung steht neben den Lautsprechern ein Kopfhöreranschluß. Die Bedienung erfolgt direkt am Steuergerät oder über eine 32 Key Fernbedienung, unterstützt durch ein FL Display als Multifunktionsanzeige. Die Energieversorgung erfolgt wahlweise über Batteriebetrieb oder 230V Netzspannung. Die Abmessungen des Receivers betragen (B x H x T) 170 x 262 x 230 mm, die Abmessungen der Lautsprecherboxen (B x H x T) 154 x 260 x 174 mm. Das Gewicht des Receivers (Steuergerät) beträgt 4,8 kg, das der Lautsprecher-Boxen 2,0 kg. Der UVP beträgt 149,- Euro. *evo*



Nokia erweitert das Portfolio um sechs neue Mobiltelefon-Modelle

Aufklappbare Mobiltelefone im mittleren Preissegment und Produkte für neue Wachstumsmärkte haben im Mittelpunkt der jährlichen „Nokia Connection“-Konferenz gestanden. Die Konferenz, die zeitgleich in Singapur und Helsinki stattfand, war außerdem Schauplatz für die Präsentation des kleinsten 3G GSM/WCDMA-Mobiltelefons der Welt.

Vorgestellt wurden die Produkte – darunter drei aufklappbare Mobiltelefone und das neueste 3G-Mobiltelefon von Nokia. Letzgenanntes kombiniert die Vorteile von 3G, Edge und Series 60, der weltweit führenden Plattform für Smartphones. Das Nokia 6630 gibt

dem Management persönlicher Informationen in 3G (WCDMA)-Netzen mit sicherem Zugriff auf Firmen-Intranet und E-Mail in Breitbandgeschwindigkeit neue Impulse. Gepaart mit dem Mehrwert der individuellen Konfiguration dank Series 60, sind Netzbetreiber in der Lage, weltweit und netzübergreifend attraktive Dienste bereitzustellen.

Nokia stellte außerdem das Nokia 6260 Mobiltelefon vor, ein High-performance Gerät für den Business-Bereich. Es wurde vor allem für Berufstätige entwickelt, die auf

Mobilität angewiesen sind. Das Smartphone unterstützt die neuesten technischen Funktionen und Anwendungen im Mobilfunkbereich, darunter Push-to-talk, E-Mail, Bluetooth Funkverbindungen und VGA-Kamera – alles im Klapp-Design. Das Nokia 6260 Triband-Smartphone basiert auf dem Betriebssystem Symbian und Series 60.

Im mittleren Preissegment wurde mit dem Nokia 6170 ein attraktives Mobiltelefon mit integrierter Kamera vorgestellt. Das aufklappbare Mobiltelefon präsentiert sich im Edelstahl-Look und bietet zahlreiche Funktionen, die den mobilen Alltag noch attraktiver machen sollen. Die besondere Stärke dieses Mobiltelefons sind seine unterschiedlichen Mitteilungsoptionen: E-Mail, Instant Messaging, Multimedia-Mitteilungen (MMS, Multimedia Messaging Service) und Push-to-talk in einem Gerät.



Zwei weitere, an diesem Tag präsentierte Mobiltelefone erweitern das Nokia Produktangebot für Mobilfunkteilnehmer in Wachstumsmärkten: Das Nokia 2650 Mobiltelefon ist ein erschwingliches, kleines, modisches und aufklappbares Mobiltelefon. Es hat ein Farbdisplay und bietet eine ausgewogene Funktionalität. Das Nokia 2650 ist im Einstiegssegment von Nokia das erste Produkt mit Farbdisplay. Es ist ein bedienerfreundliches Mobiltelefon in klassischem Design und eignet sich ideal für Inhaber kleiner Unternehmen und Freiberufler. Besonders interessant

sind die Tabellenkalkulation für Buchhaltungszwecke und der Converter für Zahlen und Maße. Neben den Handys stellte Nokia auch eine aufklappbare Tastatur mit Bluetooth-Verbindung vor. Sie dient als Ergänzung für Series-60-Mobiltelefone, wie beispielsweise das Nokia 6260 oder das Nokia 6630, und vereinfacht die Texteingabe (für Textmitteilungen oder E-Mails). Die Funktastatur ist kompatibel mit Series-60-Mobiltelefonen, die Bluetooth Funktechnik unterstützen, und richtet sich vor allem an geschäftliche Nutzer.



Interview mit Jörn Taubert, Divisional Director Consumer Marketing und Leiter IT Products der Sony Deutschland GmbH

„Wir wollen den Anforderungen von morgen gerecht werden“

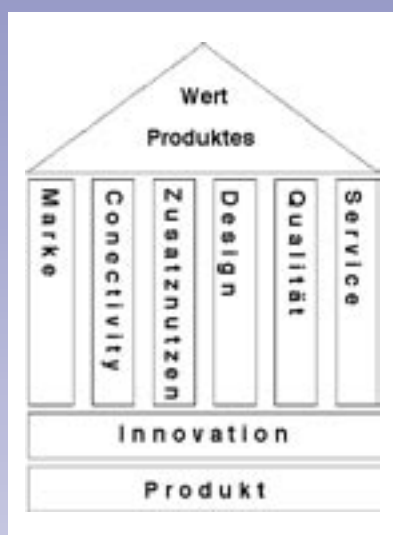
Jörn Taubert ist seit März dieses Jahres Divisional Leiter Consumer Marketing bei der Sony Deutschland GmbH. Zudem leitet er seit Oktober 2001 den Bereich Information Technology Products. PoS-MAIL sprach mit Jörn Taubert über die Bedeutung der Marke Sony in Zeiten der Verschmelzung der Technologien.

PoS-MAIL: Herr Taubert, sie waren in den letzten Jahren für den IT-Bereich bei Sony verantwortlich. Haben aber zuvor auch einschlägige Erfahrungen im Bereich der Consumer Electronics sammeln können? Was macht Ihrer Ansicht nach die Marke Sony aus?

Jörn Taubert: Nun, es gibt bestimmte Parameter, die ein Produkt ausmachen. Eine Innovation setzt sich aus Service, Qualität, Design, Zusatznutzen, Connectivity und Marke zusammen.

PoS-MAIL: Das heißt, alle Sony Innovationen erfüllen diese Kriterien?

Jörn Taubert: Natürlich kann selbst so eine starke Marke wie Sony nicht immer nur Innovationen produzieren, aber wir leisten in den Bereichen Service, Qualität und letztendlich auch bei der heute notwendigen Connectivity unseren hundertprozentigen Beitrag. Design ist natürlich Geschmackssache, aber auch hier zählt Sony, wenn man sich insbesondere die Vergabe der Preise, wie beispielsweise den iFDesign award anschaut, zu den Spitzenreitern.



„Es gibt bestimmte Parameter, die ein Produkt ausmachen. Eine Innovation setzt sich aus Service, Qualität, Design, Zusatznutzen, Connectivity und Marke zusammen.“



PoS-MAIL: Wie definieren Sie den Zusatznutzen der Produkte?

Jörn Taubert: In diesem Bereich bieten wir heute schon eine große Bandbreite. Man schaue sich doch nur Produkte wie das Allround-Talent PCV-V1 an oder die neue Vaio-Serie. Hier verschmelzen bereits die Bereiche IT und Unterhaltungselektronik. Unsere Produkte sind zukunftssicher und bringen dem Anwender somit den Zusatznutzen. Wir wollen mit unseren Produkten den Anforderungen von morgen gerecht werden.

PoS-MAIL: Stichwort Verschmelzen: Die Hersteller und Distributoren im IT Segment sind sehr ambitioniert, was die Vorherrschaft im Wohnzimmer anbetrifft. Sehen Sie

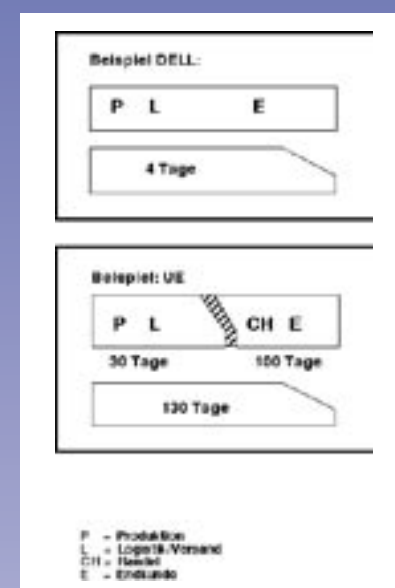
da eine Zurückdrängungsgefahr für die klassische Unterhaltungselektronik.

Jörn Taubert: Nein, eine Gefahr sehe ich nicht. Wie schon gesagt, bei Sony wird die Konvergenz der Technologien groß geschrieben. Dennoch: Die Bereiche IT und Unterhaltungselektronik sind immer noch zwei verschiedene. Und im Allgemeinen – das gilt für alle UE-Hersteller und nicht nur für Sony – kann, was die Produktionszyklen anbetrifft, vom IT-Segment noch viel gelernt werden.

PoS-MAIL: Wie würden Sie das konkretisieren?

Jörn Taubert: Nehmen wir den IT-Hersteller Dell. Das Unternehmen

braucht von der Produktion bis zum Endkunden vier Tage. Im Unterhaltungselektronikbereich sieht das leider ganz anders aus. Da braucht man 30 Tage für die Produktion, dann steht die Ware 100 Tage beim



Händler. Sprich, bis sie beim Kunden ist, ist ein halbes Jahr um. Ich brauche doch nicht zu erklären, was das für ein Kostenfaktor ist. Wir, die Industrie und der Handel, werden in der kommenden Zeit die Reserven erschließen müssen, um in dem harten Wettbewerb mit anderen Vertriebsformen und auch der IT-Branche bestehen zu können.

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

PoS Aktuell

Fußball EM-Aktion von Bose

Rechtzeitig zum großen TV-Ereignis bietet Bose eine Sonderaktion für seine Two Speaker Home Entertainment Systems 3.2.1 GS und 3.2.1. Für Endkunden, die sich für eins der beiden Systeme entscheiden gibt es drei Gratis-Geschenke im Wert von 180 Euro. Dazu gehört der historische Fußball von 1954 aus handvernähtem, naturgegerbtem Rindsleder, wie er bis 1966 bei den großen Turnieren gespielt wurde. Zusätzlich gibt es ein Replikat des Trikots der Weltmeister-Mannschaft von Sepp Herberger und die DVD „Das Wunder von Bern“.

Zudem bietet Bose im Rahmen der Fußball-Aktion eine GOFinancing-Teilzahlung an, mit einer Finanzierungsmöglichkeit von bis zu 36 Monatsraten bei 7,9 Prozent Zinsen. Natürlich sorgt Bose auch

dafür, daß seine Handelspartner mit passenden PoS-Materialien versorgt sind. Zudem läuft die Aktion auch noch im Anschluß an die Fußball Europameisterschaft.

Video-Capture-Box für Pinnacle Kunden

Beim Kauf einer Vollversion der Videoschnittsoftware Pinnacle Liquid Edition erhält der Käufer bis zum 31. August eine MovieBox DV als kostenlosen Bonus dazu. Der externe Analog-Digital-Videokonverter wird per Firewire-Schnittstelle an den PC angeschlossen und ermöglicht innerhalb von Liquid Edition die Aufnahme von analogen und digitalen Videoquellen. Zudem kann über die MovieBox DV ein analoger Monitor angeschlossen werden. Über die Wandlerbox kann sowohl analoges wie digitales Material ein- als auch ausgespielt werden, dabei wird das analoge Material in das DV-Format konvertiert. Durch die Formatierung ist es möglich, Videos aus digitalen Quellen und

Daten aus analogen Quellen gemeinsam zu verarbeiten. In Verbindung mit der Liquid Edition Software hat der Anwender die Möglichkeit, seine bearbeiteten Filme auf analoge Bänder (VHS), digitale Datenträger (zurück auf den Camcorder) zu spielen. Sie können auch direkt auf CD oder DVD gebrannt oder als E-Mail verschickt werden.

Sony erhält zwei TIPA Awards

Die Technical Image Press Association (TIPA) kürte zwei Sony-Produkte bei der diesjährigen Wahl von „Europas Foto- und Imaging-Produkten des Jahres“. Die Jury lobte die seit Anfang Januar 2004 erhältliche Cyber-shot DSC-T1 vor allem für ihre Kombination aus Funktionalität und Design und prämierte sie als „Beste Digitale Consumer Kompaktkamera 2004/05“. Einen weiteren Preis erhielt das Unternehmen für den Camcorder DSR-PD170 in der Kategorie „Bester Professioneller

Camcorder 2004/05“. Er überzeigte die TIPA-Juroren aufgrund seiner vielfältigen technischen Möglichkeiten.

Die Preisverleihung 2004 findet im September auf der photokina in Köln statt.

Samsung Magic-Logos erleichtern den Überblick

Die Monitore von Samsung sind mit sogenannten Magic-Logos ausgestattet. Dank des Siegels können auch Nicht-Spezialisten schnell und einfach das Modell finden, das den individuellen Bedürfnissen gerecht wird. Jede technische und ergonomische Besonderheit der Samsung-Monitore wird unter einem Label zusammengefaßt und mit einem eigenen Logo versehen. Je nachdem, welche Features ein Bildschirm hat, kann er mit bis zu fünf Magic-Logos bestückt sein. Umfangreiche technische Daten werden so auf einfache Weise zusammenge-

faßt und sind trotz ihrer Komplexität auf einen Blick wahrnehmbar.

Schneider unter den Top Ten im LCD-Markt

Die Schneider Electronics GmbH zählt nach eigenen Angaben zu den zehn erfolgreichsten LCD-TV-Anbietern in Deutschland.

Zudem habe sich das vor anderthalb Jahren neugegründete Unternehmen auch erfolgreich im Gesamtmarkt für TV-Geräte weiterentwickelt. „Die aktuellen Zahlen bestätigen uns in unserer Strategie, konsequent die Flachbild-Fernseher in den Fokus unserer Investitionen zu stellen“, so Werner Mayr, Bereichsleiter Marketing und Vertrieb bei Schneider. „Ob Plasma-Geräte oder TFT/LCD, wir sind bestens für die Anforderungen des Marktes gerüstet.“

Das gilt auch für die klassischen Fernseher, wo wir bereits überwiegend die flachen Real Flat-Röhren einsetzen.“



AUS LIEBE ZUM FUSSBALL. AUS LIEBE ZUR FOTOGRAFIE.

EOS 300D DIGITAL Mit einem kleinen Jungen und seinem Fußball mitzuhalten ist gar nicht so einfach. Doch Fotograf Andreas Löwenhaus schafft es mühelos. Denn dank der digitalen Spiegelreflex-Kamera EOS 300D wird das Aufnehmen bewegter Objekte für jeden Fotografen zum Kinderspiel: Durch den Autofokus mit 7 Messfeldern erahnt die Kamera Bewegungen Ihrer Motive bereits im Voraus. Und lässt so eher den kleinen Jungen ermüden als Sie. Weitere Infos unter www.canon.de.

you can
Canon



OFFIZIELLER PARTNER



High End 2004

Pflichtveranstaltung für den Handel

Umzug geglückt, teilt die High End Society kurz und bündig mit. Das kann man wohl sagen. Denn die nach Jahrzehnten im Gravenbrucher Hotel Kempinski bei Frankfurt ins Munich Order Center verlegte „High End“ geriet mit 170 Ausstellern, 540 Marken und 9.400 Besuchern zum grandiosen Erfolg. Das Risiko hat sich gelohnt.

Das Marktvolumen des Handels mit besonders hochwertigen Musik-Wiedergabegeräten wird vom Industrieverband und Messeveranstalter High End Society in Deutschland auf rund 500 Millionen Euro im Jahr geschätzt. Bei aller Kaufzurückhaltung zweifellos ein lukrativer Markt. Vor allem für den Fachhandel, denn die Großfläche hat in diesem Bereich nur geringe Chancen auf Geschäfte. Für Otto Normalverbraucher hat der Besitzer einer Anlage im mehr als knapp vierstelligen Preisbereich heutzutage – ganz im Gegensatz zu den 70er Jahren, wo eine Stereoanlage als Statussymbol galt – „eine Schraube locker“. Das gilt erfahrungsgemäß aber stets nur so lange, bis er selbst einmal ein gut abgestimmtes Wiedergabe-

system gehört hat. Im selben Moment nämlich sind faden-scheinige Vernunftbastionen wie „Das höre ich sowieso nicht“ wie weggeblasen. Weil sie schlicht unwahr sind. Neben dem Vorurteil ein weiteres Problem: Der Jugend wird über komprimierten Rundfunk und datenreduzierte MP3-Tracks sowie fatalerweise zusätzliche „Billig, billig-Marketing-Ideologie“ ein Qualitätsbewußtsein eingeimpft, das nicht nur im direkten Vergleich zu den tatsächlichen technischen Möglichkeiten unterirdisch ist. Genau hier hakte auch bei der Eröffnungsrede die bayrische Kultusministerin und Strauß-Tochter Monika Hohlmeier ein.

Digitale Verstärkerzukunft

Der Wettstreit um die bessere Verstärkertechnologie, namentlich



mit Röhren oder Halbleitern, ist längst müßig. Es gibt herausragende Konzepte aus beiden Lagern, und der echte Fan besitzt oft ohnehin beides. Hinzu kommt nun immer mehr der – zumindest hinsichtlich seines Wirkungsgrades unschlagbare – Digitalverstärker. Vor allem Sharp (Ein-Bit-Verstärker) und – traditionell – Sony (S-Master-Technologie) machen sich für die Schaltverstärker stark. Diese Technologie ist be-

sonders sinnvoll auf engstem Raum realisierbar und findet deshalb Einzug in Mehrkanal-Receiver, Kompaktsysteme oder auch Fernsehgeräte, so etwa beim Verstärker-Flaggschiff TA-DA9000ES von Sony, mit dem auch vorgeführt wurde, oder bei den Aquos-LCD-TVs von Sharp. Letzterer zeigte zudem ein hoch integriertes 1000-Euro-Anlagenkonzept mit Ein-Bit-Mehrkanalverstärkung und Universal-Laufwerk für CD, DVD-Audio/Video und SACD.

Pioneer stattet mittlerweile vom aktuellen Topmodell VSA-AX10Ai-S (5.300 Euro) bis zu den Modellen der unteren Mittelklasse seine AV-Receiver mit einem System aus, das mit Meßmikrofon die komplizierten



Sony Infostand mit BlueRay-Recorder.

Tonformate DVD-Audio und SACD an, die CD als Standard abzulösen. Doch das angepeilte Nachfolge-Geschäft will trotz mittlerweile attraktiver Softwareangebote nicht



SACD-Gemeinschaftsvorführung



„Kleiner“
Transrotor-
Plattenspieler

Justageschritte beim Heimkino-aufbau automatisiert. Eine Wohltat für den Besitzer.

Ewig währt am längsten: Analog und der CD-Nachfolgestreit

Schon vor einigen Jahren traten die beiden hörbar überlegenen

recht anspringen. Das Verhältnis verkaufter Tonträger spricht momentan mit etwa zwei bis drei zu eins für SACD. Dennoch lassen folgende Zahlen aufhorchen: 2003 wurden rund 133 Mio. CDs verkauft, aber nur – zusammen – 500.000 DVD-Audios und SACDs. Die Analog-Schallplatte – für Hardcore-Highender das musikalische

Maß aller Dinge – erreicht mittlerweile wieder die Millionengrenze! Auch in München drehten sich wieder viele Plattenteller. Selbst von der deutschen Traditionsmarke Thorens (seit 1883) war wieder ein Laufwerk mit schwimmender Aufhängung zu sehen.

Pioneer startet im Segment der Universalplayer (DVD-A und

sowie naturgetreu sein. Hochgradig gelungene Bilddemonstrationen gab es in München etwa bei Pioneer (HDTV-Plasma in Kooperation mit dem Sender Euro 1080), Sharp (neue „G“-Serie Aquos LCD-TV mit bis zu 94-cm-Diagonale und 1.366 x 3 x 768 Pixeln), SIM2 (ungeheuer natürliche DLP-Rückprojektion) und Sony (Blue-Ray-



Kooperation von Pioneer und Sender Euro 1080 (HDTV) mit erstklassigem Bild.

SACD) eine vielversprechende Offensive, denn der DV-575A kostet nur 199 Euro! Technisch beinhaltet das Einstiegsgerät das Video-board der größeren Vorgänger, PAL Progressive-Bildausgabe und DiVX-Fähigkeiten sowie einen hochwertigen Decoder samt Bass- und Laufzeitmanagement. Das ideale Gerät, um potentielle Marktanteile zu erobern. Gelingt es den Marken mit solchen Knüllern nicht, sich abzusetzen, werden sie diese Gerätegattung künftig aufgeben und vermutlich auf DVD-Recorder ausweichen. Das wäre eine Schande, denn was beispielsweise die SACD-Gemeinschaft aus Sony und diversen Tonstudios auf der High End vorführte, war ausgesprochen überzeugend.

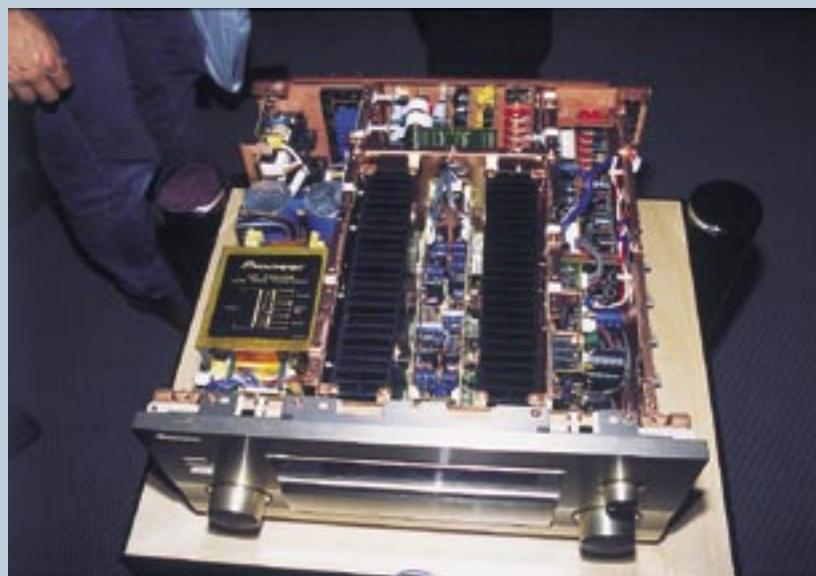
Adäquates Bild

Richtig beeindruckend ist ein Heimkino nur, wenn Ton und Bild zusammenpassen. Das Bild sollte den akustischen Größenverhältnissen entsprechen und scharf

Recorder, TFT/LCD Wega bis 107 cm und Plasma Wega bis 155 cm) zu sehen, meist gespeist von HDTV-Signalen. Die erhöhte Zeilenzahl wirkt sich durch eine verblüffend reale Plastizität des Bildes aus. Bei Pioneer gab es zudem das erste voll digitale Heimkino – mit i.Link- und HDMI-Schnittstellen – zu bestaunen. Keine Zukunftsmusik, sondern schon im Handel. Wer heute eine Anschaffung plant, sollte zumindest bei der Orientierung im Hochpreissegment auf die wichtige HDTV-Tauglichkeit achten. Wer will schon heute 5.000, 10.000 oder mehr Euro ausgeben



Integrative Toplösungen von T+A



Pioneers neues AV-Flaggschiff VSA-AX10Ai-S

und alsbald schon „in die Röhre“ gucken? Neben Sharp mit dem Neubau in Kameyama hat sich auch Pioneer durch die Übernahme der NEC-Plasmaproduktion zusätzliche Fertigungskapazitäten verschafft. Der angebotsinduzierte Trend zu Flachbildschirmen trägt bei Industrie und auch beim Handel zur notwendigen Wertschöpfung bei.

Rückkehr zu Stereo?

Ebenso unverkennbar wie verblüffend war aber in München ein Trend feststellbar, der das gute, alte Zweikanal-HiFi – in sehr hoher Qualität – wieder stärker in den Fokus rückte. Man wollte es ja nur ungern wahrhaben, aber wer mehrkanalig (5.1 aufwärts)

die selbe akustische Qualitätsstufe anstrebt wie mit einer Stereoanlage, der muß auch bereit sein, dafür nahezu das etwa Zweieinhalbfache und mehr auszugeben. Geiz und Populismus haben den Markt geprägt, dabei ist – wie bei



Promoter Adenauer mit 1000-Euro-Komplettsystem von Sharp (Ein-Bit-Technologie).

den TV-Geräten – Wertschöpfung das Zauberwort und zudem die Überlebensstrategie des Einzelhandels. Daß das Mikro-AV-System für 500 Euro nicht der Maßstab sein kann, wurde in München gleich mehrfach bewiesen.

Margenbringer Zubehör

Die allgemeine Kaufzurückhaltung bei Geräten ist nur die eine Seite der Medaille, denn im High End-Markt boomt eines gewaltig: Zubehör.

Namentlich Kabel, Stromversorgung und Raumakustik sowie Tuning aller Art. Knapp 30 Anbieter, von Audioplan über HMS bis PS Audio aus den USA, listete allein beim Stromzubehör der Messekatalog. Und man glaubt nicht, wie deutlich eine konsequente Optimierung hier den Klang verbessern kann. Kein Zweifel, für Zubehör wird noch Geld locker gemacht.

Messefazit

Schon heute ist klar, daß die High End im Mai 2005 größer ausfallen wird. Nicht nur die diesmal noch als stille Beobachter abwartenden Interessenten, auch angrenzende Branchen im Bereich Hausvernetzung (Custom Installation/Multiroom) dürften sich engagieren, der Ansturm auf die attraktivsten Plätze im Atrium daher vervielfachen. Der Wechsel nach München war

jedenfalls ein notwendiger Impuls für diese Branche. Ein Muß-Termin insbesondere auch für Fachhändler, die morgen noch mitreden wollen.

Abschließend noch eine Feststellung der von den edlen Gerätschaften beeindruckten bayrischen Staatsministerin Monika Hohlmeier nach dem Messerundgang bei RTL: „Ich werde heute Abend mit meinem Mann ein längeres Gespräch führen.“ Das ist der Punkt: Wer High End – in Ton oder Bild – erlebt hat, will es haben.

» Der EM-Favorit kommt aus Japan!

Der geniale Regisseur.



Egal, wer neuer Fußball-Europameister wird: mit dem **digitalen High-Band-Camcorder GR-D73** gehören Sie garantiert zu den Gewinnern.

Nie war es einfacher, wie ein Profi Regie zu führen, mit:

- » 16-fach opt./700-fach dig. Zoom
- » DigiPure 3D Rauschunterdrückung
- » Spiegelfreiem 6,4 cm LCD-Farbmonitor
- » Digitaler Fotokamera-Funktion

www.jvc.de



JVC
The Perfect Experience

Anga Cable etabliert sich als führende Kabel- und Satellitenmesse in Europa

Branche zeigte sich optimistisch



Bartolomeo Caputo, VP Business Development Manager der Wela electronic Handels GmbH, zeigt einen der ersten verfügbaren HDTV-Receiver.

Die 6. Anga Cable, die vom 11. bis 13. Mai in Köln stattgefunden hat, konnte nach Angaben des Veranstalters Zuwachs in allen Bereichen verzeichnen. Neben einer Erhöhung um 40 Prozent auf der Ausstellerseite konnte auch die Zahl der Besucher um 25 Prozent auf über 5.000 gesteigert werden.

Insgesamt haben sich 216 Aussteller aus 27 Ländern auf 5.208 m² präsentiert. Parallel zur Fachmesse für Kabel, Satellit und Multimedia fand der Kongreß Anga Cable Convention 2004 mit über 70 international anerkannten Sprechern in deutscher und englischer Sprache statt.

Die Aussteller der Anga Cable bestätigen, daß der Trend zur Aufrüstung der Netze ungebrochen sei. „Neben Produkten für die Erhöhung der Bandbreiten waren vor allem Kopfstellen-Komponenten gefragt“, so Herbert Strobel, Vorsitzender des Fachverbandes für Empfangsantennen- und Breitbandverteiltechnik im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie (ZVEI), der die Anga Cable seit Beginn maßgeblich unterstützt.

Nach der jahrelangen theoretischen Diskussion nahm die Konvergenz der Medien und Endgeräte auf der Messe in Form von iTV, HDTV und konkreter MHP-Anwendungen Gestalt an.

„Die Branche ist in Aufbruchstimmung“, so Thomas Braun, Präsident des Verbandes Privater Kabelnetzbetreiber e. V. (Anga) in Köln. „Die Messe hat gezeigt, daß

der Ausbau der Kabelnetze an Tempo gewinnt.“ Die Marktteilnehmer seien sich einig, daß die Digitalisierung Motor der positiven Marktentwicklung ist.

Thema Breitbandmarkt

Breitband war ebenfalls ein bedeutendes Thema auf der diesjährigen Anga Cable. Zu den weltweit führenden Anbietern von integrierten Lösungen zählt unter anderem auch Thomson. Für den Unterhaltungs- und Mediensektor stellte das Unternehmen eine Reihe von interaktiven Kabeldecodern und drahtlosen Voice-Over-IP-Kabelmodemprodukten vor, die der wachsenden Nachfrage nach interaktiven Anwendungen Rechnung tragen.

„Der internationale Breitbandmarkt explodiert. Die Verbraucher

verlangen nach neuen interaktiven Diensten, von Video-on-Demand über Telefonie bis hin zum Internet-Hochgeschwindigkeitszugang“, so Ghislain Lescuyer, Executive Vice President im Unternehmensbereich Broadband Access Products von Thomson.

Zahlreiche Neuheiten

Die meisten Hersteller präsentierten auf der Anga Cable ihre Innovationen für Kabel-, Satellit- und Antennenempfang. Dabei gab es auch einige Überraschungen. So steigt beispielsweise Digitalspezialist Humax in das Geschäftsfeld der LCD-Fernseher ein. Mit dem LD-17 T präsentierte Humax den ersten LCD-Fernseher, der einen digitalen Receiver für den Antennenempfang integriert hat und zudem für das Mitmach-TV per



Fred Hübner, Geschäftsführer und Mitinhaber der Grundig Satellit System GmbH (GSS): „Nach der Übernahme stellen wir uns sehr optimistisch und gut gerüstet den Herausforderungen des Marktes.“



Dr. André Schneider, Business Development Manager Digital-TV der Samsung Electronics GmbH: „Zum Start des digitalen terrestrischen Fernsehens (DBV-T) in NRW und Norddeutschland haben wir uns breit aufgestellt. Unsere Palette reicht von der einfachen DVB-T Set-top-Box bis zu Kombi-produkten mit DVD-Player. Auch für den Sat-Bereich (DVB-S) bieten wir Produkte mit und ohne Premiere-Empfangsmöglichkeit sowie einen PVR (Set-top-Box mit HDD). Mit der fortschreitenden Digitalisierung der Kabelnetze werden wir auch die nötigen DVB-C Boxen anbieten.“

Homecast ist neuer Anbieter von digitalen Empfangsgeräten

Korea gilt als Land der Settop-Boxen. Der überwiegende Teil der weltweit verkauften Geräte trägt ein koreanisches Label oder wird unter einem anderen Namen als OEM-Produkt (Original Equipment Manufacturer) verkauft. Das ist auch bei dem Hersteller Homecast der Fall. Nach Angaben des Unternehmens gelangen 95 Prozent der Geräte als OEM-Produkte an den Endanwender. Das soll sich jetzt ändern, denn parallel dazu möchten die Koreaner ihre eigene Marke am Markt platzieren. Auf der diesjährigen Anga Cable stellte die Homecast Europe GmbH erstmals eine breite Produktpalette an digitalen Empfangsgeräten vor. Zu den Top-Neuheiten zählt unter anderem die 8000-PVR-Serie, eine Receiver-Modellreihe, die mit einer integrierten Festplatte



Uwe Press, Vertriebs- und Marketingleiter der neu gegründeten Niederlassung des koreanischen Herstellers Homecast startete auf der Anga die Vertriebsaktivitäten seines Hauses für Europa.

und Twin-Tuner ausgestattet ist. Die Geräte sind in den einzelnen Varianten für Satelliten-, Kabel- und terrestrischen Empfang geeignet (S-8000 PVR, C-8000 PVR und T-8000PVR). Mit der 80 GB Festplatte lassen sich bis zu 50 Stunden an Programmen in hochwertiger, digitaler Bild- und Tonqualität aufzeichnen. Dank „Time-Shift-Funktion“ kann während der laufenden Aufzeichnung gleichzeitig die Wiedergabe aktiviert werden. Die Receiver sind voraussichtlich ab August lieferbar.



Bernhard Schlüter, Produkt Manager Satelliten-TV der Philips Consumer Electronics, hatte mit dem Testsieger DSR-5600 (UVP: 199,- Euro) eine gute Ausgangsposition für die neu erschlossenen DBV-T Gebiete.

MHP vorbereitet ist. Der Fernseher hat eine Tiefe von 6 cm und verfügt über eine Bild diagonale von 17 Zoll. Der integrierte Digitalreceiver ist für den Empfang aller freien Digitalprogramme geeignet und

zudem mit einem CI-Schacht ausgerüstet, so daß in Zukunft auch PayTV über den Fernseher zu empfangen ist. Dank MHP ist das Gerät für kommende interaktive Anwendungen ausgestattet. miz

Sony Network Walkman NW-E55 und NW-E75

Die neuen Stars im Großstadtdschungel

Mit den neuen Modellen NW-E55 und NW-E75 präsentiert Sony zwei neue Network Walkmen. Halb so groß wie eine Visitenkarte (55,8 x 37,3 x 15 mm) und im coolen Acryl-Metall-Look werden die Minis locker um den Hals getragen.

Unter der leichten Druckguß-Hülle verstecken die beiden Flash-Player kraftvollen Sound. So bietet der NW-E75 mit integriertem 265 MB Speicher Platz für bis zu elf CDs. Der NW-E55 nimmt auf 128 MB bis zu fünf CDs auf (bei einer Datenkomprimierung von 48 kbps). Die Musikdaten können in Sekunden vom PC über das mitgelieferte USB-Kabel auf die Network Walk-

men übertragen werden. Für einen ausdauernden Musikgenuß von bis zu 70 Stunden benötigen beide Geräte lediglich eine herkömmliche AAA-Batterie. Dank Shuttle-Switch ist die Bedienung der Network Walkmen besonders unkompliziert. Mit einer leichten Drehbewegung hat der Anwender die komplette Steuerung im Griff.

Das hohe Speichervolumen wird dank ATRAC3plus ermöglicht. Das von Sony entwickelte Kompressionsverfahren leistet eine hohe Datenkomprimierung bei gleichzeitig guter Klangqualität. Die Network Walkmen sind zudem kompatibel mit den Formaten MP3, WMA und WAV.

Beide Walkmen sind ab Juli lieferbar. Der empfohlene Ver-

kaufspreis für den NW-E55 beträgt 200,- Euro und für den NW-E75 300,- Euro. Der NW-E55 wird in den Farben Rot, Blau und Silber lieferbar sein. Den NW-E75 wird es in der Farbe Silber geben.

PC Jukebox Software SonicStage 2.0

Ob von einer Audio-CD, der PC-Festplatte oder Connect, dem Online-Musik-Service – mit der mitgelieferten Software SonicStage 2.0 hat der Anwender immer alle Songs griffbereit auf dem PC oder Notebook.

Abspiel- und Suchfunktionen ermöglichen eine einfache Verwaltung der Musik. Im Handumdrehen hat man jeden Song gefunden, um ihn mit wenigen Klicks auf den Network Walkman zu übertragen. Dort werden dann Song-Informationen wie Titel, Interpret und Laufzeit auf dem beleuchteten LCD des Network Walkman angezeigt.

Online-Musik-Service Connect

Mit dem Internet-Musik-Download Service Connect stehen mehr als 300.000 Songs legal und günstig



Der Network Walkman NW-E75 bietet mit 265 MB integriertem Speicher Platz für elf CDs. Dank seiner kompakten Größe von 55,8 x 37,3 x 15 mm kann das Gerät wie sein kleinerer Bruder NW-E55 ganz lässig wie eine Kette um den Hals getragen werden.

zum Download bereit. Neben den fünf großen Musikverlagen ist auch eine Vielzahl von unabhängigen Labels vertreten. Der Zugriff auf Connect erfolgt ganz einfach über SonicStage 2.0. Der persönlichen Zusammen-

stellung der Musik-Titel steht somit nichts mehr im Weg. Mit ein paar Klicks sind entweder ein ganzes Album oder nur einzelne Titel in ATRAC3 Klangqualität auf den Network Walkman übertragen. *miz*

» Der EM-Favorit kommt aus Japan!

Der brillante Techniker.



Egal, wer neuer Fußball-Europameister wird: mit dem **neuen LCD-Fernseher LT-32C31** gehören Sie garantiert zu den Gewinnern.

Denn der LT-32C31 punktet mit:

- >> Unserem einzigartigen InteriArtDesign
- >> Natürlichen Farben
- >> Hochauflösenden Bildern
- >> Perfektem Klang

www.jvc.de



JVC

The Perfect Experience

photokina 2004 mit noch mehr Ausstellern

Grenzenlose Welt der Bilder

Während viele andere Großmessen über sinkende Ausstellerzahlen klagen, wird die Zahl der Anbieter auf der diesjährigen photokina, die vom 28. September bis 3. Oktober in Köln stattfindet, weiter zulegen. Bereits jetzt sind die Organisatoren sicher, daß die photokina in diesem Jahr eine der größten und bedeutendsten Veranstaltungen in ihrer 54jährigen Geschichte wird.

KölnMesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt erwartet in diesem Jahr ein Wachstum der Zahl der Aussteller um gut drei Prozent auf 1.600 Anbieter aus 50 Ländern, die 200.000 Quadratmeter Hallenfläche belegen werden. Dabei steigt vor allem die Zahl der Anbieter aus dem Ausland, insbesondere aus Südostasien, aber auch aus den neuen osteuropäischen EU-Ländern. Der Auslandsanteil dürfte über 60 Prozent des Gesamtangebotes erreichen.

Erlebnis-Zentrum „Mobile Imaging“

Die wachsende Popularität von Fotohandys wird sich nicht nur an den Ständen alter und neuer Aussteller zeigen. In Halle 8.2 entsteht rund um den Wachstumsmarkt Mobile Imaging ein Erlebnis-Zentrum mit publikumsorientierten Events. Hier soll die gesamte



Gerald Blessing, Leiter Segment-Management Privatkunden bei der T-Mobile Deutschland GmbH, stellte auf der photokina-Presskonferenz die Sicht des Foto- und Imagingmarktes aus der Perspektive eines Telekommunikationsunternehmens dar. T-Mobile will auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Kundensegmente im Mobile Imaging mit einem differenzierten Angebot von Dienstleistungen antworten. Es soll vom MMS-Versand über Online-Alben bis zu Print-Dienstleistungen reichen.

Bandbreite der neuen mobilen Bildtechnologien gezeigt werden – vom Fotoversand von Handy zu Handy über die Speicherung der Bilder bis zum Ausdruck als Prints. Dabei werden den Fotohandy-Fans natürlich auch attraktive Motive angeboten. Dazu wird vor allem die Aktion „Princess for one day“ mit dem Starfotografen Guido Karp gehören. Er hat als Konzertfotograf bereits legendäre Größen der Rock- und Popszene ins Bild gesetzt – von den Rolling Stones über Phil Collins bis zu Robbie Williams. Während der gesamten photokina-Dauer haben weibliche Besucher aller Altersklassen die Chance, sich von professionellen Maskenbildnern in eine „Princess for one day“ verwandeln und von Guido Karp meisterlich fotografieren zu lassen. Die Ergebnisse „vorher – nachher“ werden auf einer wachsenden Fotowand gezeigt und selbstverständlich auch den Motiven als Souvenir zur Verfügung gestellt.

Breites Rahmenprogramm

Neben den Innovationen der internationalen Foto- und Imagingindustrie wird auch die diesjährige photokina wieder internationale Fachkongresse zu aktuellen Branchenthemen bieten und in einem umfassenden Rahmenprogramm eine Plattform für den Austausch über die aktuellen Trends auf dem Weltmarkt schaffen. Imaging-, Publishing- und Finishing-Profis werden in Halle 14 mit dem Zentrum „Meet the Professionals“ erneut ein Forum im professionellen Angebotsumfeld finden. Anwenderverbände und -organisationen aus dem In- und Ausland, Agenturen und Verlage werden sich mit Informationsveranstaltungen und Workshops zu aktuellen Branchenthemen präsentieren. Ergänzt wird dieses Angebot durch anwenderorientierte Kongresse, darunter der International Digital Publishing Congress, der bereits zum dritten Mal im Kontext der photokina stattfindet. In diesem Jahr soll die internationale Ausrichtung für Entscheidungsträger, Fachkräfte und Dienstleister rund um die Druckvorstufe verstärkt werden. Dabei wird besonders der Digitaldruck für Kleinauflagen im Mittelpunkt stehen. Eine Traditionsveranstaltung für Händler, Laborbetreiber, Finishing-

und Imaging-Experten im Rahmen der photokina ist das Internationale Symposium Fotofinishing & Minilab Technologie. In diesem Jahr steht bei der Veranstaltung, die von der Society for Imaging Science and Technology (IS&T) und der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh) organisiert wird, das Thema Mobile Imaging im Mittelpunkt. Das in Halle 10.2 konzentrierte Angebot für AV-Kommunikation, Präsentations- und Projektionstechnik wird durch das wissenschaftliche Symposium der MediaVision Cologne ergänzt. Unter dem Titel „Die WM 2006 in HD – High Definition Kino und Fernsehen“ geht es in dem zweitägigen Symposium, das erstmals in die photokina integriert wird, um wichtige Aspekte von der Aufnahme über die Bearbeitung bis zur Wiedergabe und Speicherung hochauflösender, bewegter Bilder. Veranstalter sind das Insti-



Für den photokina-Mitveranstalter Photoindustrie-Verband stand Geschäftsführer Rainer Schmidt der Presse Rede und Antwort.

tut für Rundfunktechnik (IRT) und die Fernseh- und Kinotechnische Gesellschaft (FKTG). Händler und Industrievertreter aus aller Welt werden sich morgens vor Messebeginn und abends nach Messe-schluß auf den GfK Market Briefings über die aktuellen Markt- und Produktgruppen-Entwicklungen in verschiedenen Wirtschaftsräumen informieren können. Auch das Bild als Endergebnis aller Imaging-Technologien kommt auf der photokina 2004 nicht zu kurz. Die Visual Gallery wird in Halle 7 zentral platziert und ist auch für Nicht-photokina-Besucher kostenlos über einen separaten Eingang zugänglich. Hier sollen Meisterleistungen der Auftragsfotografie und der künstlerischen Fotografie



KölnMesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt ist bereits jetzt sicher, daß die photokina 2004 ihrem Anspruch als führende weltweite Leitmesse für Foto- und Imagingtechnologien voll gerecht wird.

zeigt sowie die Werke ausgezeichneter Nachwuchsfotografen präsentiert werden.

Bei der Aktion „Weitblick“ können sich Wiederverkäufer aus erster Hand von der Leistungsfähigkeit der modernen Fernoptik überzeugen. Dazu stellen führende Hersteller auf einer Tribüne am Rheinufer interessierten photokina-Besuchern ihre neuen Geräte zur Verfügung. Die Teleskope und Ferngläser werden dabei auf eine Greifvogelschau des Wildgeheges Hellenthal ausgerichtet. Ein besonderes Highlight des photokina Rahmenprogrammes wird mit Sicherheit die International Panel Discussion sein, auf der Vertreter der Konzernspitzen der internationalen Foto- und Imagingindustrie über Zukunftstechnologien und neue Märkte diskutieren werden.

Imaging is more

Mit diesem Leitmotiv wollen die photokina-Veranstalter, KölnMesse und Photoindustrie-Verband, deutlich machen, wie dramatisch sich das Anwendungsspektrum von Bildern unter dem Einfluß der neuen Technologien erweitert hat. Oliver Kuhrt: „Das neue Leitmotiv symbolisiert einen dynamisch wachsenden Markt, der Fotografie, Unterhaltungselektronik, Informationstechnik und Telekommunikation gleichermaßen einschließt. Das Bild hat heute in allen Bereichen von Wirtschaft, Gesellschaft und Privatsphäre einen bislang nie erreichten Stellenwert erlangt. Nie war es leichter, Bilder zu erstellen, zu bearbeiten, zu speichern und in Sekundenschnelle in alle Länder der Welt zu verschicken. Davon profitiert der Markt,

und davon profitiert die photokina. Denn die photokina ist die einzige Veranstaltung weltweit, die diesen Markt in seiner ganzen Spannweite darstellt, während andere Messen nur Teilbereiche dieses Marktes abbilden.“

Mehr Service für den Fotohandel

Die fast unübersehbare Vielfalt der Bildtechnologien, die durch die Digitaltechnik möglich wird, macht die photokina zu einem besonders wichtigen Termin für den Fotohandel. Nach Ansicht von Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes Technik (BVT), wird die photokina nicht nur das Interesse des klassischen Fotofachhandels auf sich ziehen, sondern auch die Aufmerksamkeit des Handels benachbarter Branchen, die sich bei Foto und Imaging engagieren. Erstmals wird auf der photokina 2004 ein neues Informations- und Service-Zentrum exklusiv für den internationalen Fachhandel eingerichtet. In Halle 8.1 erhalten Fachhändler jeden morgen bereits vor Messebeginn umfassende Informationen und können durch Zugriff auf Datenbanken, mit Hilfe kompetenter Gesprächspartner und individueller Beratung ihren Messebesuch effektiv und zeitökonomisch gestalten. Das Ganze soll in einem Wohlfühl-Ambiente mit Bewirtung und der Verfügbarkeit von Wellness-Einrichtungen stattfinden. Über PC-Terminals können Besucher aus dem Fachhandel persönlich alle erforderlichen Informationen vom Hallenplan über das Rahmenprogramm, Serviceangebote, spezifische Produktinformationen bis zu Neuheiten und individuelle Problemlösungen abrufen. Darüber hinaus sollen verschiedene Einkaufskooperationen in separaten Besprechungsräumen ihr Leistungsspektrum präsentieren können. Aussteller erhalten die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme, Weiterbildungsorganisationen stellen ihre Programme vor, Fachzeitschriften informieren über die aktuellen Branchentrends und bieten geführte Messerundgänge an. Zudem wird der BVT Podiumsdiskussionen über aktuelle Branchenthemen und zukunftsorientierte Konzepte von der Wertschöpfung mit dem digitalen Fotosortiment bis zur Erschließung neuer Geschäftsfelder organisieren.

Loewe Produktoffensive 2004

Schärfung des Markenprofils

Loewe bringt in diesem Jahr zahlreiche Produktneuheiten im TV-Segment in den Markt. Dabei konzentriert sich das Unternehmen insbesondere auf Flachdisplays, digitales Recording und multimedia-fähige Elektronik.

Loewes erstes LCD-TV-Gerät mit integriertem Festplattenrecorder nennt sich Spheros 37 HD (Bildschirmdiagonale 94 Zentimeter) und ist nach Angaben des Unternehmens das erste Gerät dieser Art auf dem Markt. Sein Panel bietet eine Bilddarstellung von 1.366 x 768 Pixeln. Zudem verfügt es über alle wichtigen digitalen Schnittstellen für das hochauflösende Fernsehen HDTV (DVI mit HDCP). Für Kinoakustik sorgt das Soundsystem Concertos. Es besteht aus Satellitenlautsprechern mit drehbaren Lautsprechereinheiten. Hier ist der Dolby-Digital-Decoder bereits integriert. Eine separate, digitale Signal Box übernimmt beim Spheros 37 HD die Verarbeitung aller eingehenden Bilddaten. Sie bietet alle Vorteile des Loewe Media-Plus-Konzeptes: z. B. Aufrüstsätze für Dolby Digital, Internet oder für den Empfang von Free- und Pay-TV-Kanälen. So läßt sich beispielsweise der Empfang von Premiere bequem integrieren; ohne externe Zusatzgeräte und ohne separate Fernbedienungen. Der Spheros 37 HD ist mit oder

ohne integrierten Festplattenrecorder lieferbar.

Digital Recording-Plus – Aufzeichnung per Tastendruck

Loewes integrierte Festplattenrecorder arbeiten mit Digital RecordingPlus. Der Digital RecorderPlus ist ein 80 GB Festplattenspeicher für digitale Videoaufzeichnungen mit bis zu 100 Stunden Aufnahmekapazität. Er erlaubt mit nur einem Tastendruck auf die Fernbedienung, laufende Sendungen aufzuzeichnen und parallel zeitversetzt anzuschauen. Das Videoarchiv erleichtert den Umgang mit der Programmviel-falt. Die dazugehörige Loewe Dialogseite bietet schnellen Zugriff auf wichtige Informationen wie zuletzt aufgenommene Sendungen, Lieblingssender oder Teletext-Seiten.

Auch Loewes neues Modell Aconda 9381 HD/DR+ ist mit Digital RecordingPlus ausgestattet. Das Gerät verfügt außerdem über einen integrierten PhotoViewer, mit dem direkt auf dem Bildschirm Fotos von der Digitalkamera angesehen werden können.

Zukunftssicher: Loewe MediaPlus

Digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) wird mittelfristig nahezu flächendeckend in Deutschland



Im Rahmen einer Presseveranstaltung präsentierte Loewe den neuen Spheros 37 HD. Nach Aussagen des Unternehmens ist dies der erste LCD-TV mit integriertem Festplattenrecorder im Markt.

ausgestrahlt werden. Dank der MediaPlus-Technik von Loewe lassen sich Fernsehgeräte – wie beispielsweise der neue Nemos 32 DR+ – mit integrierbaren Receivern zum Empfang von DVB-T und DVB-S ausrüsten.

Durch die digitale Bild- und Tonübertragung bietet DVB-T neben der umfangreichen Programmauswahl im Vergleich zu analogen Übertragungen eine deutliche Verbesserung der Bild- und Tonqualität.

Für den störungsfreien Empfang von DVB-T genügt in der Regel die

Hausantenne oder eine flexible Stabantenne.

Der Nemos 32 DR+ bietet zusätzlich mit dem integrierbaren Digital-Sat-TV Aufrüstsatz – der für Premiere-Empfang zertifiziert ist – das ganze Spektrum des digitalen Fernsehens. Die Bedienung aller Funktionen erfolgt wie gewohnt über die Loewe Bedienführung.

Der Nemos 32 DR+ mit serienmäßig integriertem Festplattenrecorder ist seit Mai lieferbar.

PoS Aktuell

Philips Flat TVs mit Ambi Light und Pixel Plus 2 jetzt verfügbar

Die im März angekündigte neue Philips Flat TV-Generation ist jetzt verfügbar. Neben einem ultraflachen Design bieten die fünf LCD- und Plasma-TVs Innovationen wie die Hintergrundbeleuchtung Ambi Light und das Bildverbesserungssystem Pixel Plus 2. Ambi Light erzeugt ein sanftes Licht in der Umgebung des Fernsehers. Dazu wird ausgehend von der Rückseite des Flat TVs die dahinter liegende Wand ausgeleuchtet. Auf diese Weise werden Blendeffekte und Spiegelungen auf dem Bildschirm deutlich reduziert. Die Bildverbesserungstechnologie Pixel Plus 2 gilt nach Aussagen des Unternehmens als der derzeit leistungsfähigste Videoprozessor auf dem Markt. Pixel Plus 2 kombiniert 17 digitale Bildoptimierungsverfahren, die eine noch bessere Detailauflösung und 30 Prozent mehr Kontrast garantieren sollen. Weiterhin kommen 3D Digital Noise Reduction (DNR) und das digitale Bildoptimierungssystem Dynamic Contrast zum Einsatz. Ebenfalls zum Paket gehört Digital Natural Motion, eine Philips Technologie, die fließende, ruckelfreie und scharfe Bilder liefert. Active Control steuert die Videobearbeitungsverfahren und sorgt für eine gute Bildqualität unabhängig von der Quelle des Eingangssignals. Alle neuen Flat TVs besitzen einen digitalen Video-Input (DVI) und sind damit für die Wiedergabe zukünftiger hoch auflösender Signale gerüstet.

» Der EM-Favorit kommt aus Japan!

Der perfekte Allrounder.



Egal, wer neuer Fußball-Europameister wird: mit dem **Multi-Format DVD-Recorder DR-MH30** gehören Sie garantiert zu den Gewinnern.

Die spielerischen Qualitäten dieses Multitalents:

- » 160 GB Festplatte
- » Multi-Format DVD-Recording
- » Bitraten-Optimizer
- » Bis 63 Aufnahme-Schritte/Modi

www.jvc.de



JVC

The Perfect Experience



Marktdurchdringung mit Super Audio CD gewinnt an Fahrt

Schon 2.000 SA-CD Titel veröffentlicht

Im Mai dieses Jahres wurde der zweitausendste Super Audio CD Titel auf den Markt gebracht. Universal Music gab die Veröffentlichung der Multichannel SA-CD Version von Diana Krall's erfolgreichem Album „The girl in the other room“ bekannt. Insgesamt wurden bereits 20 Millionen Titel im SA-CD Format verkauft. Die zunehmende Anzahl von SA-CD Veröffentlichungen mit Titeln aktuell erfolgreicher Künstler, unter anderem z. B. Norah Jones, sind ein Zeichen dafür, daß das Tonträgerformat SA-CD in die zweite Phase seiner Durchsetzung im Markt eingetreten ist. Die Verfügbarkeit wichtiger Alben als Multichannel SA-CDs beweist, daß bedeutende Künstler und Musikfirmen das Format voll angenommen haben. Das umfangreiche, ständig zunehmende Angebot an SA-CD Titeln beinhaltet inzwischen alle Musik-Genres, von Pop, Jazz und Folklore bis hin zur Klassik, und erfreut sich der Unterstützung aller wichtigen Record-Companies.

75 Millionen Super Audio CDs bis Ende 2004

„Wir haben festgestellt, daß in vielen CD-Shops, wie Virgin, HMV, Tower, Fnac und Media Markt, aber auch in vielen kleineren, unabhängigen CD-Geschäften, spezielle Hörstationen für das Anhören von Super Audio CDs eingerichtet werden“, erklärt David Walstra, Sony, SA-CD Business Centre Director (Europe), und fährt fort: „Inzwischen besteht schon in mehr als 400 quer über Europa verteilten Geschäften für Kunden die Möglichkeit, die überragende Tonqualität der Super Audio CD beim Anhören über Surround Sound Anlagen zu erleben. Die SA-CD in Hybrid-Ausführung, also mit einem zusätzlichen CD-Layer, hat sich als Schlüssel-Produkt für den Erfolg der Super Audio CD erwiesen, und das sowohl beim Konsumenten wie bei der Industrie. Ausschlaggebend ist die volle Rückwärts-Kompatibilität der Hybrid SA-CD. Sie kann als Qualitäts-CD erworben und abgespielt werden und verfügt gleichzeitig für die Benutzung auf SA-CD kompatiblen

Abspielgeräten und Multichannel-Surround-Anlagen über das volle Potential des Super Audio CD Formats. Schon jetzt werden Monat für Monat 80 neue SA-CD Alben auf den Markt gebracht. Um die steigende Nachfrage bedienen zu können, verdreifacht die Industrie zur Zeit ihre Produktionskapazitäten für SA-CD. Man rechnet damit, daß bis Ende 2004 ein Minimum von 75 Millionen SA-CDs im Markt verkauft sein wird. Die logische Schlußfolgerung ist einfach: SA-CD mit CD-Kompatibilität ersetzt Schritt für Schritt das in den vergangenen 23 Jahren genutzte CD-Format.“

Sony bringt SA-CD Heimkino-System: DAV-SB500W

Ein komplettes, hochwertiges Heimkino-System mit Receiver und Player für SA-CD, DVD, SVCD, VCD, Audio-CD und die selbst aufgenommenen Formate DVD-R/RW-, DVD+R/RW-, CDR/RW, MP3- und JPEG in Kombination mit einem



Sony SA-CD Heimkino-System DAV-SB500W mit Receiver, Player für SA-CD, DVD, SVCD, VCD, Audio-CD, DVD-R/RW-, DVD+R/RW-, CDR/RW, MP3- und JPEG, Wireless Signalübertragung für rückwärtige Lautsprecher. UVP 700,- Euro.

leistungsfähigen Säulenlautsprecher-Set und Wireless Signalübertragung an die rückwärtigen Säulenlautsprecher bringt Sony zum ökonomischen Einsteigerpreis auf den Markt: Die drahtlose Signalübertragung befreit Anwender von der Notwendigkeit zum aufwendigen Verlegen von Lautsprecherkabeln für die rückwärtigen Lautsprecher. Die technische Ausstattung liest sich wie das Who is Who? der Heimkino-Systeme: diskret aufgebauter SMaster-Digitalverstärker, Dolby-Digital- / DTS- und Dolby, Pro Logic II - Decoder, 5 x 96 Watt RMS, 2 analoge Audioeingänge, 1 Scartanschluß

(Audio/Video), Bass Boost Funktion, Kopfhöreranschluß (3,5 mm), 2-Band Tuner (UKW/MW) mit RDS, 30 Stationsspeicher (20 UKW/10 MW), Program-, Shuffle-, Repeat-Funktion, DVD/CD-SA-CD-Text Funktion, JPEG-Bilddateien-Wiedergabemöglichkeit mit Dia-Show-Funktion, Subwoofer mit Nennbelastbarkeit (RMS) 170 Watt, 16 cm Tieftonlautsprecher und magnetischer Abschirmung, Front-Säulenlautsprecher im extravaganten Design mit 7 cm Breitbandlautsprecher und magnetischer Abschirmung, 2 rückwärtige aktive Säulenlautsprecher mit 2 x 96 Watt RMS und ein Centerlautsprecher mit 7 cm Breitbandlautsprecher und magnetischer Abschirmung. Die Farbe der Komplettanlage DAV-SB500W ist Silber, und das Ganze wird es ab August 2004 zum überraschend günstigen UVP von 700,- Euro bei Sony geben.

SA-CD/CD 5-fach Wechsler: Sony SCD-CE595

Einen SA-CD / CD 5-fach Wechsler mit reichhaltigen Ausstattungsmerkmalen bringt Sony mit diesem Modell auf den Markt. Ein DSD-Decoder entschlüsselt das hochauflösende DSD-Signal. Mit SA-CD-Multichannel, Dolby Digital 5.1 oder optischem Digitalausgang und über Verstärker angeschlossenen Lautsprechern wird eine hervorragende räumliche Klangqualität erzielt. Eine Klanglaufzeitjustierung ermöglicht die flexible Positionierung der rückwärtigen Lautsprecher ohne Beeinträchtigung des räumlichen



SA-CD/CD 5-fach Wechsler Sony SCD CE595 mit DSD-Decoder, SA-CD-Multichannel, Dolby Digital 5.1, optischem Digitalausgang, Klanglaufzeitjustierung, Spitzenpegelsuchlauf, Titelanpielfunktion und SA-CD/CD-Text. UVP 300,- Euro

Klangbildes. Spitzenpegelsuchlauf, Titelanpielfunktion, umfangreiches Edit-Menü und die SA-CD/CD-Text-Funktion sorgen für zusätzlichen Komfort. Zu einem UVP von 300,- Euro ist der Sony SCD-CE595 ab August 2004 in Schwarz verfügbar.



SA-CD/CD-Player für Einsteiger Sony SCD-XE597S: DSD-Decoder, SA-CD-Multichannel, SA-CD/CD-Text, CD-R/RW-Wiedergabe, 5.1 Multichannel Ausgang, optischer Digitalausgang, IR-Fernbedienung. UVP 200,- Euro

SA-CD/CD-Player: Sony SCD-XE597

Zu einem Preis für Einsteiger, aber mit den Besonderheiten und dem Nutzen weit teurerer Geräte bietet dieser neue SA-CD / CD-Player von Sony: DSD-Decoder, SA-CD-Multichannel, SA-CD/CD-Text, CD-R/RW-Wiedergabe, 5.1 Multichannel Ausgang, optischen Digitalausgang, IR-Fernbedienung, Jog Dial, Klanglaufzeitjustierung, Program-, Shuffle- und Repeat-Funktion, Spitzenpegelsuchlauf, Titelanpielfunktion, umfangreiches Edit-Menü und SA-CD/CD-Text-Funktion. Zum UVP von 200,- Euro ist der Sony SCD-XE597 ab August 2004 in Schwarz oder Silber verfügbar.

Philips präsentiert neue Super Audio CD Produkte

Die Super Audio CD (SA-CD) ist nicht mehr nur ein Produkt für Audiophile und den Highend-Bereich, sondern erobert durch ihre beein-



Philips LX3900SA: Home Entertainment-System mit Digitalverstärker, DVD-/SA-CD-Player für MP3-CDs, DVDs, MPEG-4, DivX, Tuner und Lautsprecher-Set mit Subwoofer. UVP 599,- Euro

druckende Klangqualität zunehmend den Massenmarkt. Philips flankiert diese positive Entwicklung durch die Vorstellung drei neuer SA-CD-Modelle „für jeden Geldbeutel“:

LX3900SA/LX3950W: Home Entertainment-System mit SA-CD

Das komplette LX3900SA Home Entertainment-System von Philips mit SA-CD umfaßt in harmonisch abgestimmter Kombination Digitalverstärker, DVD-/SA-CD-Player für MP3-CDs, DVDs oder Videos im MPEG-4- oder DivX-Format. einen Tuner sowie ein sorgfältig abgestimmtes Lautsprecher-Set mit Subwoofer. Dem Anwender bietet dieses System digitale

Sound- und Bildqualität bei einfachster Installation und Bedienung. Zu den zahlreichen Highlights der LX3900SA zählen der integrierte SA-CD-Player, ein leistungsstarker 75-Watt-Subwoofer und fünf 2-Wege-Satellitenlautsprecher mit insgesamt 300 Watt Musikleistung. SA-CDs gibt das System in bisher unerreichter Klangqualität und hoher Originaltreue wieder und verwandelt das Wohnzimmer auf diese Weise in ein Kino oder einen Konzertsaal. Als LX3950W ist dieses Home Entertainment-System auch exklusiv bei Quelle zum UVP von 699,- Euro mit Wireless-Übertragung der Tonsignale an die rückwärtigen Aktiv-Surround-Lautsprecher erhältlich. Beide Home Entertainment-Anlagen werden in silbernem Slim-Line-Design geliefert und fügen sich mit ihren kompakten Abmessungen harmonisch in jede Wohnumgebung ein. Das Philips LX3900SA Home Entertainment-System mit SA-CD ist zum UVP von 599,- verfügbar.

DVP720SA: SA-CD- und DVD-Player

Mit dem DVP720SA bringt Philips zu einem moderaten Preis einen hochwertigen DVD-Player auf den Markt, der SA-CDs, Audio-CDs, MP3-CDs, DVDs, MPEG-4- und DivX-Videos abspielen kann. Der Kombinations-Player ist ideal geeignet für Anwender, die Home Cinema Sound und exzellente Musikwiedergabe mit dem gleichen Gerät in höchster Qualität genießen möchten. Die integrierte Digital Dolby 5.1 Multichannel-Technologie des DVP720SA garantiert die besonders realistische Soundreproduktion bei DVD-Filmen und beim Abspielen von SA-CDs die Wiedergabe feinsten Nuancen des Originalsounds. Überzeugende, brillante Bildqualität bewirken der Progressive Scan und das 8 x Video-Upsampling (108 Mhz/12 Bit). Diese beiden Techniken sorgen für flimmerfreie und hochauflösende Bilder bei der Wiedergabe von DVDs, MPEG-4- und DivX-Videos. Mit seinem eleganten silberfarbenen Design paßt der mit nur 4,6 cm Höhe ultraschlanke Player problemlos zu anderen Home Entertainment-Elementen. Der Philips DVP720SA ist zum UVP von 200,- Euro verfügbar.



Philips DVP720SA: DVD-Player für SA-CDs, Audio-CDs, MP3-CDs, DVDs, MPEG-4- und DivX-Videos. UVP 200,- Euro.

e/home, 1. bis 3. September 2004, Berlin

Home-Server, ZigBee und Multimedia-Handys

Fachhändler, Gerätehersteller, Software-Spezialisten, Systemintegratoren, Serviceanbieter, kurzum alle, die in der Marktentwicklung des „Intelligenten Hauses“ heute schon ihre Chancen von morgen erkennen, sollten die Zeit vom 1. bis zum 3. September in ihrem Kalender rot anstreichen.

Die e/home findet in diesem Jahr zum dritten Mal statt. Das branchenübergreifende Programm bietet den Fachbesuchern ein umfassendes Angebot an Informationen, Fortbildung, Diskussion und Begegnung. Kräftige Impulse erfährt die Entwicklung des „Intelligenten Hauses“ derzeit durch den rapide wachsenden Trend der Consumer Electronics zu vernetzten Produkten. Die Gesellschaft für

Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu) hat deshalb in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Consumer Electronics im Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie (ZVEI) ihr traditionelles Forum „Innovative Consumer Electronics“, das stets in den Jahren zwischen den Funkausstellungen stattfindet, in die e/home integriert. Dazu gehört eine begleitende Ausstellung, die den Stand der Technik zur Unterhaltung im ganzen Hause dokumentiert. Die Exponate von e/home und „Innovative Consumer Electronics“ umfassen somit sechs zukunftssträchtige Segmente. Im Bereich „Unterhaltungselektronik“ wird Entertainment ohne Grenzen geboten. Audio und Video kommen über breitbandige Internet-Zugänge ins Wohnzimmer, drahtlose Heimnetzwerke verteilen Bild und Ton im ganzen

Haus. Der Bereich „Kommunikationstechnik“ wird zahlreiche Vernetzungsmöglichkeiten präsentieren. Unterwegs auf Daten zugreifen, zu Hause arbeiten, Dienstleistungen abrufen oder über das Internet anbieten – die moderne Kommunikationstechnologie macht es möglich. Im Themenbereich „Hausgeräte“ dreht sich alles um den Komfort im modernen Haushalt. Die Waschmaschine programmiert sich selbst, die Spülmaschine läßt sich via Ferndiagnose überwachen. Die neuen Geräte sparen Zeit und arbeiten sicherer. Im Segment „Heim-Automation“ heißt es komfortabel Geld sparen. Heizung und Lüftung gemeinsam regeln, das Licht automatisch ausschalten – der vernetzte Haushalt bietet viele Möglichkeiten, Ressourcen zu schonen. In Sachen „Sicherheitstechnik“ heißt es beruhigt wohnen und ver-



reisen. Video-Fernüberwachungen und vernetzte Alarm-Systeme helfen, Risiken zu verringern. Und der Bereich „Telematik“ sorgt für Betreuung und Information. Telemedizin und Telecare erlauben es älteren Menschen, immer länger selbstständig in ihrer gewohnten Umgebung zu leben.

Veranstalter der e/home 2004 ist die Messe Berlin. Mitveranstalter ist die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu), die auch die Internationale Funkausstellung (IFA) veranstaltet. Veranstaltungspartner sind der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) und der Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie (ZVEI). Experten vom Fraunhofer Institut und Vertreter namhafter Unternehmen wie IBM, Motorola, Panasonic, Philips, LG, Samsung und Sony werden im Rahmen des Kongresses mit den Fachbesuchern die Möglichkeiten, von heute und morgen mit den Fachbesuchern diskutieren. Spannend ist auch das Thema „ZigBee“, das ausführlich auf der e/home präsentiert wird. Genauer wird an dieser Stelle jedoch noch nicht verraten. *miz*

PoS Aktuell

Sony und Dieter Nuhr

Dieter Nuhr hat eine neue Freundin, das Topmodell PCV-V1 von Sony. Die „Recheneinheit PCV-V1“ wie Nuhr seine Neue nennt, hat nicht nur ein tolles Aussehen, sie kann auch so ziemlich alles: Fernsehen, Musik, CDs und DVD abspielen und brennen und als

Spielkonsole und PC fungieren. Nuhr und das Multitalent sind in der Online-Sendung des Discover Sony TV zu sehen. Das Online-Fernsehen von Sony informiert Händler monatlich und kostenlos in einer unterhaltsamen Sendung von 20 Minuten Dauer mit Reportagen, Verkaufstips, Specials und Vorschauen. Im Juni standen neben Dieter Nuhr auch Informationen über das Gewinnspiel um das Ballack Dream Team und über den Einsatz der neuen Sony Retail Support Consultants als Ansprech-

partner für den Handel sowie die Vaio-Truck Show auf dem Programm. Für die technikbegeisterten Fans von Dieter Nuhr sind weitere Sendungen mit dem Comedy Star geplant. Das Fernsehen on demand ist unter www.discover.sony.tv zu sehen.

Neuer Marketing Business Manager bei Plantronics

Mit Oliver Jungklaus hat der Hersteller leichter Headsets, Plantronics, einen neuen Marketing Business Manager Central EMEA. Jungklaus' Hauptaufgabe wird sein, die Bekanntheit der Marke Plantronics weiter zu stärken und



neue Marktstrategien zu entwickeln. Ein weiteres großes Projekt ist es, die Partnerschaft zwischen Plantronics und Skype, dem Anbieter einer Software zum Telefonieren über das Internet, voranzutreiben und die Bevölkerung für das Telefonieren per Headset zu

begeistern. Vor seinem Beginn bei Plantronics war Oliver Jungklaus Marketing-Leiter bei Sagem Communication Germany und bei der Philips Consumer Communication. Er studierte an der Fachhochschule für Wirtschaft in Berlin.

Olympus startet mit einer neuen Kampagne

Olympus bietet seinen E-System Handelspartnern PoS-Material, bei dem der Fokus auf den Bildern aus dem Alltag der Olympus-E-System-Anwender liegt. Trotz aller technischen Perfektion – der Mensch hinter der Kamera spielt bei den Bildern innerhalb des PoS-Materials für das Olympus E-System eine wichtige Rolle. Wer hat dieses Foto gemacht? Und mit welcher Technik genau? Um Menschen, genauer gesagt um Journalisten und Fachredakteure geht es in einem weiteren Schwerpunkt beim PoS-Material: Wie lautet das Urteil der Experten? In teilweise sehr ausführlichen Testberichten setzten sich die Fachjournalisten mit dem digitalen Spiegelreflexsystem kritisch auseinander. Im neuen PoS-Material finden sich rund 40 Testberichte über das Olympus E-System. Thekenmaten und Aufsteller wurden damit unter dem Motto „40 gute Gründe“ gestaltet. Auf Blockpostern und Bannern sind Bilder aus der Wüste und der eisigen Bergwelt zu sehen,

die begleitenden Texte geben genaueren Aufschluß über den Bildautor und seine Ausrüstung.

Samsung bringt 80-Zoll Plasma-TV

Samsung Electronics will noch in diesem Jahr einen 80-Zoll Plasma in den Markt bringen. Wie das Wall Street Journal (WSJ) unter Berufung auf einen Manager des Konzerns berichtet, soll das Gerät, das doppelt so groß ist wie herkömmliche Plasma-TVs, rund 40.000 Dollar kosten. Der Preis wird zwar zu hoch für die meisten Konsumenten sein, soll aber die weltweite Präsenz von Samsung auf dem Consumer Electronics Markt unterstreichen.

Zusammenarbeit zwischen TechniSat und TechnoTrend

TechniSat und TechnoTrend haben vereinbart, gemeinsam digitale MHP-fähige Receiver zu entwickeln. Die Entwicklung soll bis November 2004 abgeschlossen sein. MHP (Multimedia Home Platform) ist die interaktive Digitalplattform, auf die sich ARD und ZDF sowie die Privaten im Rahmen der sogenannten Mainzer Erklärung verständigt haben. Innerhalb der Kooperation von TechnoTrend und TechniSat in Sachen MHP-fähige Digitalreceiver gibt es auch eine Lösung, die die MHP-Anwendungen schneller macht.

Pioneer und Euro 1080 zeigen HDTV im Fachhandel

Seit dem Start des ersten europäischen HDTV-Senders am 1. Januar 2004 ist das neue hochauflösende Fernsehen auch in Deutschland in aller Munde. Pünktlich zur Fußball-EM bringt Pioneer nun in Zusammenarbeit mit Euro 1080 HDTV in den deutschen Fachhandel. Ziel ist es, den Endverbrauchern ein vollkommen neues Fernseh-Erlebnis zu präsentieren und einen Anreiz zu geben, den



Fachhandel aufzusuchen. Die im Mai gestartete Promotion wird nicht nur die kommende Fußball-Saison begleiten, sondern bis ins Weihnachtsgeschäft laufen. 200 Pioneer TV-Spezialisten werden hierzu in den nächsten Wochen mit HDTV-Equipment sowie einem umfangreichen VKF-Paket ausgestattet.

PoS Aktuell

Kaufmännische Seminare im Schulungszentrum der Herweck AG

Das Herweck Schulungszentrum bietet neben Seminaren um die Themen IT und Telekommunikation auch Seminare zu kaufmännischen Themen an. Alle Seminare finden im Schulungszentrum der Herweck AG in Kirkel statt. Als nächste Veranstaltungen stehen auf dem Programm:

- Professionelle und erfolgreiche Neukundengewinnung für Telefonanlagen-Errichter (06.07., 9.00



bis 17.00 Uhr, Teilnahmegebühr: 240 Euro, für Herweck Premium-Partner 195 Euro, Referent: Dieter Phillipi, Vorstand der Herweck AG). Nach diesem Seminar werden die Teilnehmer mehr Neukunden haben, wenn sie die erarbeiteten Vorschläge und Rezepte in die Tat umsetzen können.

- Preisverhandlungen sicher und

erfolgreicher führen (07.07., 9.00 bis 17.00 Uhr, Teilnahmegebühr: 390 Euro, für Herweck Premium-Partner 290 Euro, Referent: Peter Groß). Nach dieser Veranstaltung wissen die Teilnehmer genau, an welcher Stelle im Verkaufsgespräch der Preis thematisiert werden darf. Sie können souverän mit dem Einwand „Das ist zu teuer“ umgehen und erhöhen damit ihre Abschlusssicherheit. Außerdem gehen sie selbstsicherer in Verkaufsverhandlungen und Preisgespräche und erzielen bessere und motivierendere Ergebnisse.

- Professionelles Kundenmarketing (08.07., 9.00 bis 17.00 Uhr, Teilnahmegebühr: 210 Euro). Professionelles Marketing ist die vollständige Ausrichtung des Unternehmens auf Kunden und Märkte. Damit unterscheidet es sich deutlich von reiner Werbung. Die Teilnehmer lernen grundsätzliche Wissen über Marketing und wie dieses Wissen in ihrem Unternehmen zur Kundenfindung und -bindung erfolgreich umgesetzt werden kann.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer und beinhalten Mittagessen und Kaffeepausen im Herweck Casino. Anmeldung und weitere Auskünfte zu den Inhalten der Seminare gibt es bei Maïke Herold, Telefon 06849/9009-134, E-Mail mherold@herweck.de oder im Internet unter www.herweck.de/seminare.

Motorola offizieller Co-Sponsor des T-Mobile Teams der Rad-Profis

Wenn in diesen Tagen die Radprofis des T-Mobile Teams unterwegs sind, dann sind sie über das neue Motorola C650 mobil zu erreichen. Bis zur Saison 2006 stattet Motorola als offizieller Co-Sponsor des T-Mobile Teams die Sportler rund um Radprofi Jan Ullrich mit neuesten Kommunikationslösungen aus. „Das Motorola C650 ist sportlich und verfügt über alle Funktionen, die wir heute von einem Handy erwarten“, so der Kommentar der Radprofis. Mit der integrierten VGA-Digitalkamera mit digitalem Vierfach-Zoom, dem 65.536-Farben-Display, Video-Playback,



MP3-Klingeltönen und integriertem MotoMixer bietet das Motorola C650 ein breites Ausstattungsspektrum. Als Tri-Band-Handy sichert es die Erreichbarkeit in über 120 Ländern. Vorinstallierte Spiele verkürzen Wartezeiten. Der Download von neuen Java-Spielen und Applikationen über t-zones erweitert die Spielzone beliebig, neben Spielen können aktuelle Informationen, Wallpapers, Bildschirmschoner und vieles mehr aus dem T-Mobile Portal auf das Handy heruntergeladen werden. Der 5-Wege-Navigationskey in fünf Richtungen ermöglicht eine leichte Bedienung. Das Motorola C650 ist ab sofort exklusiv von T-Mobile zu haben.

T-Online senkt den Grundpreis für dsl flat 2000 um rund ein Drittel

T-Online hat zum 1. Juni den monatlichen Grundpreis für T-Online dsl flat 2000 um rund ein Drittel gesenkt. T-Online dsl flat 2000 ist die Flatrate für die Nutzung des Anschlusses T-DSL 2000 von T-Com und kann für 39,95 Euro monatliche Grundgebühr gebucht werden. Bislang kostete dieser Tarif 59,95 Euro monatlich. Neu ab dem 1. Juni ist zudem die Flatrate für den Anschluß T-DSL 3000: Mit dem Tarif T-Online dsl flat 3000 surfen die Kunden für 49,95 Euro monatlich mit der T-DSL 3000 Anschluß-Variante von T-Com. Die DSL-Tarife von T-Online eignen sich vor allem für datenintensive Angebote wie Videostreamings, Musikdownloads oder Online-Gaming. Die neuen Angebote sind zudem interessant für Privat- und Geschäftskunden in Verbindung mit Netzwerken, damit es bei gleichzeitigem Zugang über mehrere Rechner nicht zu Kapazitätsengpässen kommt. Kunden, die bereits den Tarif T-Online dsl flat 2000 nutzen, werden automatisch auf die günstigeren Konditionen umgestellt.

Sommerkampagne von debitel besteht in diesem Jahr aus zwei Teilen

Während die Nationalmannschaft noch für die Fußball-EM trainierte, erfolgte bei debitel bereits der Anstoß zur diesjährigen Sommerkampagne. Diese ist aus aktuellem Anlaß zweigeteilt: Der Juni steht ganz im Zeichen des Fußballs. Ein Dienstangebot rund um die sportlichen Höhepunkte, das monatliche Top-Handy und das attraktive Start-Geschenk präsentieren einen abgestimmten Gesamtauftritt. Ab 4. Juli schließt sich direkt die debitel Urlaubs-Aktion an, die bis 4. September läuft. Die gesamte Sommerkampagne wird auch von attraktiven Handy-Angeboten begleitet. Das Top-Handy des Monats Juni ist das Nokia 6610i. Bei Abschluß eines Neuvertrags mit Laufzeit von 24 Monaten ist es ab einem Euro erhältlich. Ergänzt wird das Top-Handy des Monats mit dem Start-Geschenk. Neukunden können bei Vertragsabschluß frei wählen zwischen drei Monaten Grundpreisbefreiung oder einem Guthaben in Höhe von 25 Euro für den Dienst „Meine Bilder“ oder einem Jahr lang zehn Frei-MMS pro Monat. Im Aktionszeitraum bekommt jeder Kunde, der das Handyschutzpaket bucht, die ersten drei Monatsgebühren für dieses Produkt erlassen. Zur Verkaufsunterstützung hat debitel für den PoS unterschiedliche

Erfolgreiche Stuttgarter Nachwuchsfußballer telefonieren jetzt mit einem Sagem myX-7

Sie sind die erfolgreichste Fußball-Jugendmannschaft in Deutschland: die „jungen Wilden“ der A-Jugend des VfB Stuttgart. Allein neun Deutsche Meisterschaften holte die Mannschaft vom Neckar, zuletzt im vergangenen Jahr. Nicht wenige Jungstars der Bundesliga kommen aus dem VfB-Kader: Derzeit stehen 51 Spieler, die beim VfB ihre Ausbildung und letzten Schliff bekommen haben, bei Vereinen in der ersten und zweiten Bundesliga unter Vertrag. Die bekanntesten unter ihnen: Nationalspieler Kevin Kuranyi und Andreas Hinkel. Für den letztjährigen Sieg in der Deutschen Meisterschaft erhielten die A-Junioren nun das brandaktuelle Fotohandy myX-7 von Sagem. Rainer Kauffmann, Geschäftsführer von Sagem Deutschland und zuständig für den Bereich GSM, überreichte zu-



Stellvertretend für die gesamte Nachwuchsmannschaft des VfB Stuttgart nahmen Gerrit Müller (2. v. l.) und Marco Caligiuri die Sagem myX-7 aus den Händen von Rainer Kauffmann (r.), Geschäftsführer Sagem in Deutschland, und Joachim Schlienz (l.), Leiter Sportsponsoring bei debitel, entgegen.

sammen mit Joachim Schlienz, Leiter Sportsponsoring bei debitel, das aktuelle Top-Handy an die Jugendspieler. Die Junioren hatten bereits in einer ersten Aktion mit dem myX-6 erste Erfahrungen gesammelt und die Vorzüge des Mobiltelefons kennengelernt. „Es ist uns eine Freude, die gesamte A-Jugend des VfB mit Handys auszustatten. Gerade viele junge Nutzer haben das Kamera-Handy von Sagem zu einem ihrer Lieblingstelefone gemacht. Neben Top-Technik bietet es ein extrem gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Für junge Menschen eine mehr als interessante Kombination“, meinte Kauffmann. Stellvertretend für die gesamte Mannschaft nahmen Gerrit Müller und Marco Caligiuri die Handys entgegen.

Werbemittelpakete zur Verfügung gestellt, die auf die Bedürfnisse der verschiedenen Handelslinien abgestimmt sind. Die Deko-Elemente im Zeichen der Fußball-EM sorgen für Sportsgeist im Verkaufsraum, und das Sommerdekopaket bringt Urlaubsstimmung ins Schaufenster und in die Verkaufsräume. Ein neuer Ringbuch-Thekenaufsteller dient als Beratungshilfe, die sich über das Händlerforum jederzeit ergänzen und aktualisieren läßt. Das debitel-Magazin informiert die Kunden über Informationsmöglichkeiten rund um den Sport und gibt ihnen praktische Tips, was sie im Urlaub alles aus ihren Handyfotos machen können.

T-Mobile bietet das persönliche Freizeichen auch für Geschäftskunden

SoundLogo, das persönliche Freizeichen für Handys, steht ab sofort auch den T-Mobile Business Kunden zur Verfügung. Wer SoundLogo bestellt, überrascht Anrufer mit einem individuellen Freizeichen in Form eines Musikstücks. Mehr als 400 SoundLogos stehen

bereits zur Auswahl. Anrufer hören das ausgewählte Musikstück unterlegt vom Freizeichen. Das Musikstück endet, sobald der angerufene T-Mobile Kunde das Gespräch annimmt.

SoundLogo kann mit jedem Handy-Modell und in allen T-Mobile Business-Sprachtarifen genutzt werden. Voraussichtlich ab Herbst 2004 werden auch Funktionalitäten wie beispielsweise unternehmensspezifische SoundLogos zur Verfügung stehen.

Eine Übersicht über die verfügbaren SoundLogos und den jeweiligen Bestellcode findet sich im Internet unter www.t-mobile.de/soundlogo und in t-zones in der Rubrik t-music. Bestellt werden kann ein Musikstück per SMS mit dem Bestellcode des gewünschten SoundLogos an die Kurzwahl 7464 oder mit einem Anruf beim Sprachserver unter der T-Mobile Kurzwahl 7464. Für die Nutzung von SoundLogo werden monatlich 0,99 Euro brutto (0,85 Euro netto) berechnet. Die Bereitstellung eines SoundLogos kostet jeweils einmalig 1,99 Euro brutto (1,72 Euro netto).

Sony Ericsson stellt das K700i in den Mittelpunkt der Marketing-Aktivitäten

„Unser T610 war bislang äußerst erfolgreich im Markt, das T630 setzt diesen Erfolg fort, und das K700i wird unser Highlight des Sommers. Wir werden für dieses Produkt einen enormen Werbedruck schaffen, und der Fachhandel tut gut daran, dieses Produkt im Laden zu haben.“ Martin Winkler, Head of Marketing bei Sony Ericsson, zeigte sich im Gespräch mit PoS-MAIL zuversichtlich, daß sich der derzeitige Aufwärtstrend durch die Einführung attraktiver neuer Produkte auch in den kommenden Monaten fortsetzen wird.

Wichtigste Gründe für die guten Geschäfte sind für Winkler zum einen die technischen Charakteristika der aktuellen Geräte, in denen sich das geballte Know-how aller Bereiche des Sony-Konzerns wiederfinde, und zum anderen das

Handy mit integrierter Megapixelkamera auf den Markt komme. Winkler: „Die Kamerasoftware wurde in enger Zusammenarbeit mit Sony entwickelt, dem Unternehmen, das es in wenigen Jahren geschafft hat, zu den Topplayern im

den Bereichen Crossgolfen, Mode, Autorennen und Lifestyle. „Als Kooperationspartner stehen dabei erfolgreiche junge Marken und Medienunternehmen zur Verfügung, die durch ihren stylischen Auftritt eine ähnlich starke Markenpräsenz besitzen wie Sony Ericsson“, meinte Winkler.

So ist das Unternehmen beispielsweise beim Crossgolf-Event Natural Born Golfers Tour 2004 Hauptsponsor. Und wie bereits im vorigen Jahr ist Sony Ericsson auch wieder mit dabei, wenn es heißt, „MTV Designerama On Stage“: Gemeinsam mit dem Musiksender



Martin Winkler ist Head of Marketing

Martin Winkler ist Head of Marketing bei Sony Ericsson Mobile Communications International AB in Deutschland. Er startete seine Karriere 1993 bei ICI Paints im Marketing und war dort mehrere Jahre Produktmanager und zuletzt im Vertrieb Regional-Verkaufsleiter. Seit 2000 zeichnete er bei der Victorvox AG zunächst als Produktmanager und seit 2001 als Leiter Marketing und Produktmanagement verantwortlich.

„Wir werden enormen Werbedruck aufbauen“

attraktive Design, das Sony Ericsson Mobiltelefone zu Top Lifestyle-Produkten mache. Insbesondere mit den neuen Kamerahandys sei es gelungen, Produkte mit „zwei Vorderseiten“ in den Markt einzuführen, die auf extrem gute Resonanz gestoßen seien. Auch die Tatsache, daß der Besitzer dank Funktionen wie QuickShare, die das Teilen von Bildern besonders einfach mache, Freude beim Bedienen der Geräte empfinde, habe sich positiv auf die Verkaufszahlen ausgewirkt.

„Unsere enge Verbundenheit mit Sony und das Herausarbeiten eines eigenen Markenauftritts in den vergangenen Jahren wirkt sich äußerst positiv auf unser Image aus. Die Kunden nehmen uns ab, daß sie mit unseren Handys deutlich mehr anfangen können, sei es beim ganz normalen Kommunizieren, beim Imaging oder beim Entertainment“, stellte Winkler fest. Besonders positiv werde sich dieses Image auf die Verkaufserfolge auswirken, wenn ab September mit dem Sony Ericsson S700 ein

Digitalkameramarkt zu werden. Ich bin mir sicher, daß das S700 das Zeug haben wird, in Konkurrenz zu entsprechenden Digitalkameras zu treten. Denn wenn man die Kamerafunktion benutzen will, öffnet sich ein eigenes Bildaufnahme- und -bearbeitungsprogramm, in das rund 800 Qualitätsparameter eingeflossen sind.“ Bemerkenswert bei diesem Modell sei



Das K700 steht in den kommenden Wochen bei Sony Ericsson im Mittelpunkt.



neben der Megapixelkamera das riesige Display, das in dieser Größe selbst bei digitalen Profikameras nicht zu finden sei.

Promotions

Zur Markteinführung des K700i will Sony Ericsson laut Winkler auf der gesamten Klaviatur der klassischen Werbung spielen, von Anzeigen in Printmedien bis zu TV-Spots. Begleitet werden diese Werbeaktivitäten durch eine ganze Reihe von Promotions in

MTV ruft Sony Ericsson ab Juni Nachwuchsdesigner dazu auf, ihre Entwürfe einzureichen. Wer zu den drei Besten gehört, hat gute Aussichten, von einer Fachjury zum Gewinner gekürt zu werden, der seine Entwürfe im September bei der großen Fashion-Show von MTV Designerama in Berlin präsentieren darf.

Berlin als Treffpunkt für junge, kreative Leute steht auch bei einer weiteren

Kooperation ganz im Zeichen der Mode: Am 17. Juli startet der „Walk of Fashion 2004“ mit Sony Ericsson als Premiumpartner. Startpunkt des Schaulaufs sind die Heckmann-Höfe, der Laufsteg sind die Straßen Berlins: Zehn Mode-Labels und hundert Models präsentieren junge Mode unkonventionell und hautnah auf dem ungewöhnlichsten Catwalk der Welt. Bei der Mini Challenge 2004 beteiligt sich Sony Ericsson als einer der Hauptsponsoren von Juni bis September an sieben Rennwochenenden, in deren Mittelpunkt die Rennversionen des Mini Cooper stehen. Eine Mode- und Lifestyle-Kooperation der beson-

deren Art bildet Sony Ericssons Engagement bei den sogenannten Pop-Up-Stores: Von September bis Oktober bezieht Sony Ericsson gemeinsam mit Levis, adidas und MTV Designerama für jeweils zwei Wochen leerstehende Geschäftsräume in den hippesten Stadtteilen großer deutscher Metropolen. Vor dem Hintergrund einer ungewöhnlichen Marken-Inszenierung können modebewußte Kunden dort gezielt einzigartige Marken-Artikel der Kooperationspartner kaufen, die in herkömmlichen Geschäften nicht erhältlich sind. Den Besuchern bieten die Markenartikler ein exklusives Verkaufserlebnis mit



Mit dem S700 bringt auch Sony Ericsson ein Megapixel-Handy.

deren Art bildet Sony Ericssons Engagement bei den sogenannten Pop-Up-Stores: Von September bis Oktober bezieht Sony Ericsson gemeinsam mit Levis, adidas und MTV Designerama für jeweils zwei Wochen leerstehende Geschäftsräume in den hippesten Stadtteilen großer deutscher Metropolen. Vor dem Hintergrund einer ungewöhnlichen Marken-Inszenierung können modebewußte Kunden dort gezielt einzigartige Marken-Artikel der Kooperationspartner kaufen, die in herkömmlichen Geschäften nicht erhältlich sind. Den Besuchern bieten die Markenartikler ein exklusives Verkaufserlebnis mit

Spaß und Unterhaltung. Radiowerbung und Flyer und nicht zuletzt eine große VIP-Party zur Eröffnung der Stores sorgen für hohe Aufmerksamkeit

Im Juli und August beteiligt sich Sony Ericsson schließlich gemeinsam mit Douglas und CinemaxX an der Sommer-Promotion für den Duft „ck One“ von Calvin Klein. „Summer in the City“ ist der Titel der Kampagne, die auf den Versand mobiler Sommergrüße an Freunde setzt und auf drei Säulen ruht: einem SMS-Gewinnspiel, bei dem Sound-Grüße an Freunde weitergeleitet werden müssen, einem Internetgewinnspiel, bei dem unter www.ckone.de mobile Dienste wie SMS, Bildmitteilungen und MMS-Bilder kostenlos zur Verfügung gestellt werden, und zuletzt einer Kino-Promotion mit CinemaxX. Hier fotografieren Promotion-Teams die Kinobesucher mit dem Sony Ericsson-Handy T630 im Kinofoyer und versenden die Fotos anschließend auf Duftpostkarten. Ein Rubbelkarten-Gewinnspiel in allen Douglas-Stores und CinemaxX-Kinos, an dem die Konsumenten per SMS teilnehmen können, rundet diese Promotion ab. Kinokarten, Duftpacks von Calvin Klein, zweihundert T630-Handys von Sony Ericsson und viele weitere attraktive Preise warten auf die Gewinner. Begleitende Print-Anzeigen machen zusätzlich auf die Aktion aufmerksam.

„Wir werden unseren Handelspartnern im Rahmen der Promotions die richtigen Tools zur Verfügung stellen, so daß sie direkt am PoS Nutzen aus den Promotionaktivitäten ziehen können“, versprach Winkler.

Herbert Päge

Megapixel-Handy S700 kommt im September

Neuheiten

Belkin erweitert sein Bluetooth-Portfolio um Freisprecheinrichtung

Mobil Belkin hat sein Bluetooth-Portfolio um eine neue Freisprecheinrichtung erweitert, die das Telefonieren im Auto sicherer machen soll. Ohne lästige Kabel und ohne mit dem Handy hantieren zu müssen, hat der Fahrer beide Hände frei. Die



Bluetooth-Freisprecheinrichtung von Belkin wiegt nur 20 Gramm und läßt sich durch die komfortable Softfold-Ohrhalterung am linken oder rechten Ohr tragen. Das Gehäuse im silberfarbenen Design wurde eigens von der Industrial Design Group (IDG) von Belkin konzipiert. Gespräche lassen sich mit einem einfachen Tastendruck am Ohrhörer annehmen oder auslösen, so daß der Nutzer nicht zum Handy greifen muß. Das

kabellose Telefonieren funktioniert auch, wenn das Mobiltelefon in der Jacken- oder Handtasche verstaut ist. Das Bluetooth-Headset unterstützt den Bluetooth-Standard 1.1 und funkt in einem Abstand von bis zu zehn Metern. Der Akku bietet den Angaben zufolge genügend Energie für eine Gesprächszeit von bis zu vier Stunden oder 96 Stunden Standby. Das Produkt garantiert mit einer 128-Bit-Verschlüsselung optimale Sicherheit bei der Datenübertragung. Die Bluetooth-Freisprecheinrichtung unterstützt außerdem Sprachwahl und kann auch mit PDAs wie Palm T1, T2, T3, Sony Clie PEG-TG50 und Mac OSX eingesetzt werden. Die Bluetooth-Freisprecheinrichtung von Belkin ist kompatibel mit den folgenden Handymodellen: Ericsson T 68, T39m, R520m, Motorola 270c, 280, Nokia 6310, 8910, 3650, N-Gage, Philips Fio 820, 825, Sony Ericsson T68i, T610, T616, P800, Siemens S55. Sie hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 99 Euro.

Freisprecheinrichtung von Nokia läßt sich mühelos in Pkw einbauen

Mobil Die neue Nokia Plug-In-Kfz-Freisprecheinrichtung HF-3 ist laut Hersteller eine vom Nutzer mühelos installierbare



Lösung für die Kommunikation im Fahrzeug. Der integrierte Lautsprecher und das Mikrofon sorgen für eine gute Klangqualität. Die Verbindung zum kompatiblen Mobiltelefon erfolgt über ein Kabel,



das mit der Pop-Portä-Schnittstelle des Mobiltelefons verbunden wird. Anrufe lassen sich direkt mit dem kompatiblen Mobiltelefon steuern, weitere Bedienelemente sind nicht erforderlich. Zur Versorgung der Plug-in-Kfz-Freisprecheinrichtung mit Strom wird diese in die 12-Volt-Buchse des Zigarettenanzünders im Fahrzeug eingesteckt. Bei Nutzung der Freisprecheinrichtung in Verbindung mit einem kompatiblen Gerätehalter wird das Mobiltelefon im Fahrzeug sicher gehalten. Gleichzeitig läßt sich auf diese Weise eine optimale Positionierung des Mikrofons gewährleisten. Eine Leuchtanzeige oberhalb des Lautsprechers zeigt an, daß die Freisprecheinrichtung einsatzbereit ist. In Verbindung mit kompatiblen Mobiltelefonen unterstützt die Freisprecheinrichtung zusätzlich auch eine Ladefunktion. Die Freisprecheinrichtung soll im dritten Quartal auf den Markt kommen.

Bluetooth In-Car Adapter von Lintec verbessern Audioqualität im Auto

Mobil Das Berliner Unternehmen LinTech hat für seine Bluetooth In-Car Adapter-Produktfamilie ein Verfahren entwickelt, die Sprach- und Audioqualität beim Telefonieren über eine Kfz-Freisprecheinrichtung zu verbessern. LinTechs Bluetooth In-Car Adapter erlauben den drahtlosen Anschluß beliebiger Bluetooth-fähiger Handys an Kfz-Freisprechanlagen aller wichtigen Hersteller. Die neuen LinTech Bluetooth In-Car Adapter DSP sind mit einem speziellen Voice-Prozessor ausgestattet, der die Sprachqualität optimiert und Echos, Stör- und Nebengeräusche im Kfz zuverlässig unterdrückt. Damit können nun auch die Handymodelle des Herstellers Ericsson bzw. Sony-Ericsson (T68, T610, T630, P800, P900 sowie Z600 und Z1010) mit optimaler Sprachqualität über die Kfz-Freisprechanlage genutzt werden. Das „DSP“-Feature ist sowohl für die LinTech In-Car Adapter zum Nach- und Umrüsten vorhandener Kfz-Freisprechanlagen auf Bluetooth als auch für das ebenfalls

neu vorgestellte „Plug“-Modell erhältlich, eine vollwertige Freisprecheinrichtung mit Mikrofon, Lautsprecher und Anschlußkabel für Spannung, Zündung, Radiostummschaltung sowie im Auto vorhandene Lautsprecher und Mikrofone. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Nachrüstkit LinTech In-Car Adapter DSP beträgt 115 Euro (Basisversion ohne „DSP“: 99 Euro), die Freisprechanlage LinTech In-Car Adapter DSP Plug soll für 130 Euro verkauft werden (Basisversion ohne „DSP“ 115 Euro).

iPoPac liefert Notstrom für Hightech-Geräte wie Handys oder PDAs

Mobil Mit iPoPac schickt Global Innovative Products den Nachfolger des E-Pac ins Rennen. Diese mobile Stromversorgungseinheit besitzt noch mehr Anschlußmöglichkeiten in einem kleinen, handlichen Gehäuse. E-Pac war zu vielen gängigen Siemens- und Nokia-Mobiltelefonen kompatibel. iPoPac bietet jetzt die Möglichkeit, nicht nur Handys mobil mit Strom zu versorgen, sondern auch eine ganze Reihe weiterer mobiler Endgeräte wie PDAs, PocketPCs, Spielkonsolen und diverses mobiles Computer-Zubehör. Diese Unabhängigkeit ist in vielen Situationen überaus praktisch, wenn beispielsweise im Ausland das Netzteil nicht mit dem Stromanschluß kompatibel ist oder lange Zeit in Zug oder Auto mit dem Handy oder dem PDA gearbeitet werden muß. Darüber hinaus erweist es sich nach Unternehmensangaben als großer Vorteil, daß für das Handy, den PDA, das Game Pad der Kinder



und sogar für eine mobile Festplatte nur ein einziges Ladegerät gebraucht wird. Auch in der freien Natur oder gar bei Zusammenbruch des Stromnetzes ist iPoPac die erste Hilfe bei leerem Akku. Die Handhabung des iPoPac ist laut Hersteller einfach. Denn nur wenn sich die mobile Stromversorgung möglichst einfach benutzen lasse, mache sie auch Sinn, hieß es. iPoPac wird mit handelsüblichen Alkali-Batterien vom Typ AA betrieben. Mit vier Stück dieser Batterien können durchschnittliche Akkus mobiler Endgeräte vier- bis fünfmal komplett aufgeladen werden. Unverbindliche Preisempfehlung: 19,95 Euro.

Das Nokia 3220 ermöglicht „Leucht-Mitteilungen“

Mobil Nokia hat das neue 3220 Mobiltelefon präsentiert. Das Triband-Gerät bietet unter anderem eine vollkommen neuartige Möglichkeit, in großen Menschenmengen mit Freunden zu kommunizieren. Außerdem verfügt es über transparente Nokia Xpress-On Grips, die mit verschiedenen Lichteffek-



ten Anrufe und Mitteilungen signalisieren oder Klingeltöne rhythmisch begleiten. Durch frei gestaltbare Cover-Vorlagen und mobile Motivpakete mit Klingeltönen, Display-Hintergrundbildern, Farbmotiven und Licht-Sequenzen können die Nutzer ihr Nokia 3220 ganz einfach individualisieren. Das Nokia 3220 Handy soll zur Markteinführung 250 Euro kosten. „Leucht-Mitteilun-

gen“ sollen nach den Vorstellungen Nokias zu einer neuen Kommunikationsform werden: Der Nutzer kann durch Winken mit dem seitlich in der Hand gehaltenen Nokia 3220 mit den LEDs der Nokia Xpress-on Fun Shell eine leuchtende Mitteilung in die Luft „schreiben“. Diese Mitteilungen sorgen in überfüllten Räumen oder bei Open-Air-Festivals für ein vollkommen neues Mitteilungserlebnis. Für ein neuartiges Spielerlebnis sorgt das Nokia 3220, wenn der Nutzer es in schnellen Bewegungsspielen als Joystick verwendet. Hier kann der Spieler im wahrsten Sinne des Wortes in die Action „hineinspringen“ und die Charaktere durch Kippen und Drehen des Mobiltelefons durch die Herausforderungen und Prüfungen des Spiels führen. Im Lieferumfang sind zwei schnelle Bewegungsspiele enthalten: SwampRacer, ein Luftkissenboot-Rennspiel, und AirExpress, ein Spiel, in dem der Nutzer durch eine exotische Inselwelt fliegt. Mit der integrierten VGA-Kamera lassen sich Fotos und Videos aufnehmen und dann über MMS versenden. Fotos und Videoclips können im Nokia 3220 Mobiltelefon komfortabel gespeichert werden, damit der Nutzer sie jederzeit und überall zur Verfügung hat und anderen zeigen kann.

Aktuell

O₂ erhöht die Zahl der Kunden um 1,2 auf sechs Millionen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat der Münchner Mobilfunkbetreiber O₂ die Kundenzahl um knapp 1,2 Millionen auf nun sechs Millionen erhöht. Dabei stieg der Anteil der Vertragskunden von 55 auf 58 Prozent. Gleichzeitig verbesserte sich der durchschnittliche jährliche Umsatz je Kunde (ARPU) gegenüber dem Vorjahr um acht Prozent von 340 Euro auf 366 Euro. Dank dieser positiven Entwicklungen erzielte O₂ einen Umsatz von 2,17 Milliarden Euro, ein Plus von 32 Prozent. Mit diesem profitablen Wachstum erreichte das Unternehmen ein EBITDA von 324 Millionen Euro. Das entspricht einer Verachtfachung im Vergleich zum Vorjahreswert von 43 Millionen Euro.

„Dank der hervorragenden Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr haben wir unseren Marktanteil an Mobilfunkkunden von acht auf neun Prozent erhöht. Und was noch wichtiger ist: Bezogen auf den Umsatz stieg unser Marktanteil sogar von 8,5 auf über zehn Prozent“, meinte Rudolf Gröger, CEO von O₂ Germany, im Rahmen der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens. Das profitable Wachstum verdankt O₂ Germany den Angaben zufolge zu einem guten Teil dem Produkt O₂ Genion, das günstige Gespräche sowohl ins Festnetz als auch ins Mobilfunknetz ermöglicht. 73 Prozent der Postpaid-Bestandskunden nutzen mittlerweile dieses Produkt. Vor einem Jahr lag der Anteil noch bei 62 Prozent.

Parallel zur Kundenbasis entwickelten sich auch die beiden wichtigen Finanzkennziffern EBITDA und Umsatz positiv. Der Umsatz stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr um 32 Prozent auf 2,17 Milliarden Euro. Mit einem EBITDA von 324 Millionen Euro liegt die Marge nun bei 15 Prozent, eine Verbesserung um zwölf Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Erfreulich sei auch die Geschäftsentwicklung bei den mobilen Datendiensten, die 21 Prozent zu den Serviceumsätzen des Unternehmens beitragen. Einen großen Anteil daran hat das SMS-Geschäft. Die Zahl der verschickten SMS stieg im letzten Quartal um acht Prozent auf 507 Millionen. Neben SMS nutzen 22 Prozent der O₂ Kunden weitere Datendienste wie mobiles Internet und MMS-Versand.

Topfotograf Rankin begeistert sich für Nokias neues 7610

War man bislang nur gewohnt, daß traditionelle Kameraproduzenten ihre Neuheiten durch angesehene Fotografen in der Praxis testen ließen, so hat Nokia dieses Verfahren als erstes Unternehmen in die Telekom-Branche übertragen: Parallel mit der Verfügbarkeit des Megapixel-Handys Nokia 7610 gab Nokia auf einer Pressekonferenz in London die Zusammenarbeit mit Rankin, einem der renommiertesten britischen Modelfotografen, bekannt. Mit dieser Kooperation unterstrichen die Finnen ihr Vorhaben, zum weltweit wichtigsten Unternehmen für Mobile-Imaging zu werden.

Rankin produzierte mit dem neuesten Nokia Imaging-Mobiltelefon sechs „zauberhafte“ Fotos, die von den legendären Fotos der Cotting-

ley-Elfen* inspiriert wurden. Zusätzlich zu diesen Fotografien dokumentieren 60 Schnappschüsse den gesamten kreativen Prozeß. Alle Bilder des Projektes waren im Anschluß an die Pressekonferenz in einer Ausstellung zu sehen. Sonst einer der aktuellen Topfotografen der Modeszene, Buchverleger und Filmregisseur, wandte sich Rankin mit seinen Arbeiten für Nokia dem Thema Märchen zu und gab den historischen Fotos der britischen Mädchen Elsie Wright und Frances Griffiths mit der neuesten Technik des finnischen Herstellers einen modernen Kick. Mit der in das Nokia 7610 eingebauten Megapixelkamera (1.152 x 864 Bildpunkte) mit vierfachem Digitalzoom konnte Rankin die faszinierende Entstehungsgeschichte seiner Ausstellung einfangen. Ob bei der Auswahl der richtigen Location, beim Einfangen von inspirierenden Momenten oder einfach zum Dokumentieren jedes einzelnen Schritts dieses ehrgeizigen Projekts: Das Nokia 7610 war immer dabei.

„Unsere Zusammenarbeit mit Rankin zeigt erstmals, auf welche Weise ein Imaging-Mobiltelefon den kreativen Prozeß eines Fotografen

Fotos: Rankin

unterstützen und ergänzen kann“, betonte Pekka Rantala, Senior Vice President Multimedia Marketing Nokia. „Und die Zusammenarbeit zeigt auch, wie Imaging-Mobiltelefone unser Leben bereichern können: Sie helfen uns, der eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen, sie ermöglichen Spontaneität oder tragen dazu bei, wichtige Momente in Erinnerung zu behalten.“

Das Nokia 7610 Imaging-Mobiltelefon soll vor allem kreative Menschen ansprechen, die nicht nur unterwegs spontan Momente ihres Lebens im Bild festhalten, sondern diese anschließend auch mit anderen teilen wollen. Dazu bietet das Hightech-Mobiltelefon zum einen vielfältige Möglichkeiten für die Bildübertragung per Mobilfunk, etwa MMS oder E-Mail, zum anderen können Bilder



Bei der Produktion der sechs „zauberhaften“ Fotos durch Rankin wurde jeder einzelne Schritt mit Hilfe des Nokia 7610 Image-Handys im Bild festgehalten. Über 60 Schnappschüsse dokumentieren so die Entstehungsgeschichte, von der Auswahl der Modells über das Frisieren und Schminken bis zum entscheidenden Schuß, für den nicht nur das Nokia 7610, sondern auch eine Mittelformatkamera eingesetzt wurde.



auch per Bluetooth zum direkten Drucken auf einen kompatiblen Heimdrucker oder einen digitalen Fotokiosk beim Handel geschickt werden. Darüber hinaus kann eine Wechselspeicherkarte zur Speicherung der Bilddaten und zum Überspielen auf einen Computer genutzt werden.

Als weiteres Imaging-Merkmal bietet das Nokia 7610 eine Videokamerafunktion zum Aufnehmen von bis zu zehn Minuten langen Videofilmen, denen der Nutzer mit dem neuen integrierten Film-Editor auch gleich seine ganz persönliche Note verleihen kann.

Herbert Päge

„Fotohandys werden im Laufe der Zeit eine ernstzunehmende Alternative zur Kamera sein“

Am Rande der Nokia Pressekonferenz in London hatte PoS-MAIL Gelegenheit, einige Fragen an Joe Coles, Director, Product Marketing, Imaging Business Unit, Nokia Multimedia Business Group, zu stellen.

PoS-MAIL: Mit der integrierten Megapixel-Kamera im neuen 7610 hat Nokia die Bildqualität seiner Image-Phones in recht kurzer Zeit deutlich verbessert. Wird die Entwicklung so rasant weitergehen?

Joe Coles: Wir sind davon überzeugt, mit dem Nokia 7610 ein Gerät auf den Markt gebracht zu haben, das bereits jetzt mit seiner hohen Bildqualität überzeugen kann. Dennoch wird die Entwicklung voranschreiten. Derzeit arbeiten wir vor allem an der weiteren Verbesserung der Optik und der Bildverarbeitung im Gerät. Der Nutzer soll automatisch optimierte Bilder bekommen, und es soll ihm möglichst einfach gemacht werden, diese Fotos mit möglichst wenigen Handgriffen weiterzuverwenden.

PoS-MAIL: Im Digitalkameramarkt werden inzwischen selbst bei

Amateurgeräten Aufnahmechips mit vielen Millionen Pixeln eingesetzt, und die Ausstattung mit Fotofeatures wurde durchweg deutlich verbessert. Werden wir in einigen Jahren entsprechend ausgestattete Modelle unter Nokias Mobiltelefonen finden?

Joe Coles: Die Entwicklung bleibt abzuwarten, aber die fotografischen



Möglichkeiten von Handys werden immer durch zwei Punkte bestimmt sein: Den Wunsch, möglichst kompakte Gehäuse zu bauen, was beispielsweise den Einsatz von optischen Zoomobjektiven naturgemäß beschränkt, und die Kosten der miniaturisierten Bauteile. Schließlich sollen die Geräte bezahlbar bleiben. Kosten, Nutzen und technische Möglichkeiten

müssen also immer in einem sinnvollen Einklang stehen. Im unteren Segment werden gut ausgestattete Fotohandys aber im Laufe der Zeit eine ernstzunehmende Alternative zu Digitalkameras sein.“

PoS-MAIL: Nokia hat gemeinsam mit Kodak Wege für den Konsumenten geschaffen, seine Fotohandy-Bilder auf unterschiedliche Weise zu nutzen. Hat sich diese Zusammenarbeit bewährt?

Joe Coles: Wir sind mit den bisherigen Erfolgen unserer Zusammenarbeit äußerst zufrieden und werden weitere Möglichkeiten erarbeiten, die dem Anwender mehr Freude an seinen Handysfotos garantieren. Einer der Schwerpunkte liegt dabei darin, dem Konsumenten einfache Wege zur Verfügung zu stellen, um an Vergrößerungen seiner Handybilder zu gelangen, sei es über Online-Bilderdienste, im Handel oder zu Hause. Deshalb haben wir auch mit Hewlett-Packard einen weiteren Spezialisten für Lösungen im Home-Printing-Bereich ins Boot geholt.

PoS-MAIL: Vielen Dank für das Gespräch.

Interview mit Joe Coles, Director, Product Marketing, Imaging Business Unit, Nokia Multimedia Business Group

T-Com senkt Preise bei T-DSL Angeboten für Geschäftskunden

Nach der Preisanpassung und Bandbreitenoptimierung im T-DSL Angebot zum 1. April hat T-Com zum 1. Juni auch die Preise für das Geschäftskundenangebot T-DSL Business angepasst. Neben den monatlichen Grundpreisen bei den asymmetrischen T-DSL Business Angeboten wurde auch der Preis für die zubuchbare Flatrate bei den T-DSL Business Varianten 2000 (Downstream bis zu 2.048 kbit/s) und 3000 (Downstream bis zu 3.072 kbit/s) gesenkt.

Der monatliche Grundpreis bei T-DSL Business 2000 verbilligte sich um 2,48 Euro. Das Internetkomplettangebot kostete zuvor 35,38 Euro* und wird seit 1. Juni nur noch mit 32,90 Euro* berechnet. Der monatliche Grundpreis für T-DSL Business 3000 wurde von 55,67 Euro* auf 53,90 Euro* gesenkt. Um den Kunden eine größere Tariftransparenz zu bieten, gestaltet T-Com seit Anfang Juni den Preis für die zubuchbare Flatrate zu den T-DSL Business Tarifen einheitlich. Sie wird nur noch mit 29,90 Euro* pro Monat berechnet. Zuvor kostete sie in den Tarifen T-DSL Business 2000 und 3000 57,99 Euro* monatlich. Damit sank der Preis für die Flatrate in diesen Tarifen um nahezu fünfzig Prozent.

T-DSL Business von T-Com ist speziell auf die Anforderungen kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnitten, für die der schnelle und zuverlässige Austausch großer Datenmengen zum Tagesgeschäft gehört. Die Internet-Komplettlösung bietet nach Angaben des Anbieters alles, was ein Unternehmen zur modernen Internetkommunikation benötigt (Highspeed-Internet-Zugang mit bis zu 3.072 kbit/s im Downstream, bis zu zehn E-Mail-Adressen, eine Domainadresse und ein hohes monatliches Datenfreivolumen).

Für Geschäftskunden, die noch nicht die Zeit- und Kostenvorteile eines breitbandigen Internet-Zugangs ausschöpfen, bietet T-Com bei Beauftragung bis zum 31. Juli die Leistungen T-DSL Business 2000 und 3000 sowie die Flatrate-Optionen im ersten Monat ohne Grundentgelt.

T-Com stellte die Vertragsverhältnisse von Bestandskunden zum 1. Juni automatisch auf die günstigeren Konditionen um. Weitere Informationen erhalten Geschäftskunden unter der kostenfreien Hotline 0800/3301300, im T-Punkt Business oder im Internet unter www.t-com.de.

* Preisangaben sind Bruttopreise

Zielgruppe sind kleine und mittlere Betriebe T-Com vermarktet IT-Arbeitsplätze zum Pauschalpreis

An kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) wendet sich die T-Com mit neuen IT-Business Lösungen: Das Angebot ist modular aufgebaut und bietet nach Angaben von Chrystelle Muratel, Leiterin Marketingmanagement Datenkommunikation Geschäftskunden bei T-Com, ein transparentes Preismodell und flexible Finanzierungsmöglichkeiten. „Die Bausteine reichen von den notwendigen Geräten und Programmen über das hausinterne Netzwerk und die breitbandige Internetanbindung bis zu ausgefeilten Sicherheitslösungen und Archivierungssystemen“, erläuterte Muratel im Gespräch mit PoS-MAIL. Darüber hinaus würden umfassende Serviceleistungen angeboten.

Die IT-Business Lösungen basieren laut Muratel auf Qualitätsprodukten von Markenherstellern. Die einzelnen Komponenten könnten so zusammengestellt werden, daß sie genau den aktuellen Bedürfnissen des Unternehmens entsprechen, gleichzeitig aber Optionen für einen weiteren Ausbau in der Zukunft offenlassen.

Verschiedene Sicherheitslösungen

Als Basis der Lösungen fungiert die Ausstattung von IT-Arbeitsplätzen mit PCs (Desktop-Geräte oder Notebooks), Servern und Zubehörprodukten wie Monitoren, Druckern und Telefaxgeräten. „Und ausgefeilte Sicherheitslösungen von T-Com sorgen für den Schutz der Arbeitsplatzrechner vor Computerviren und Angriffen durch Hacker“, meinte Muratel. „So bietet beispielsweise der Personal Security Service eine kombinierte Antivirenlösung für Einzelplätze inklusive Personal Firewall und Dialerschutz auf Softwarebasis.“

Für mehrere Arbeitsplätze stehe darüber hinaus die Sicherheitslösung Server Security bereit, die umfassende Schutzfunktionen biete, sich zentral administrieren lasse und über das interne Netzwerk an die angeschlossenen Arbeitsplatzrechner und Server verteilt werden könne. „Mit der Datensicherungs-Lösung Online Backup lassen sich schließlich wichtige Daten automatisch über das Internet auf hochsicheren T-Com Servern speichern und so vor Sabotage und Verlust durch Diebstahl oder Festplatten-Zusammen-

bruch schützen“, ergänzte die T-Com Marketingmanagerin.

Zum Produktportfolio der IT-Business Lösungen gehört auch die Installation lokaler Rechnernetze mit LAN-Lösungen (Local Area Network) oder eines drahtlosen Firmennetzes mit einer WLAN-Lösung von T-Com. Muratel: „Weitere Bausteine der IT-Business Lösungen bilden leistungsstarke Tk-Anlagen und softwarebasierte Tk-Systeme wie NetPhone, mit denen auch Voice-over-IP-Lösungen realisiert werden können. Und natürlich sorgt T-Com im Rahmen der IT-Business Lösungen auf Wunsch auch für eine breitbandige Anbindung an das Internet über T-DSL Business oder Company Connect sowie eine Internetpräsenz auf Basis von Web Easy-Produkten.“

Flexible Finanzierung steht zur Verfügung

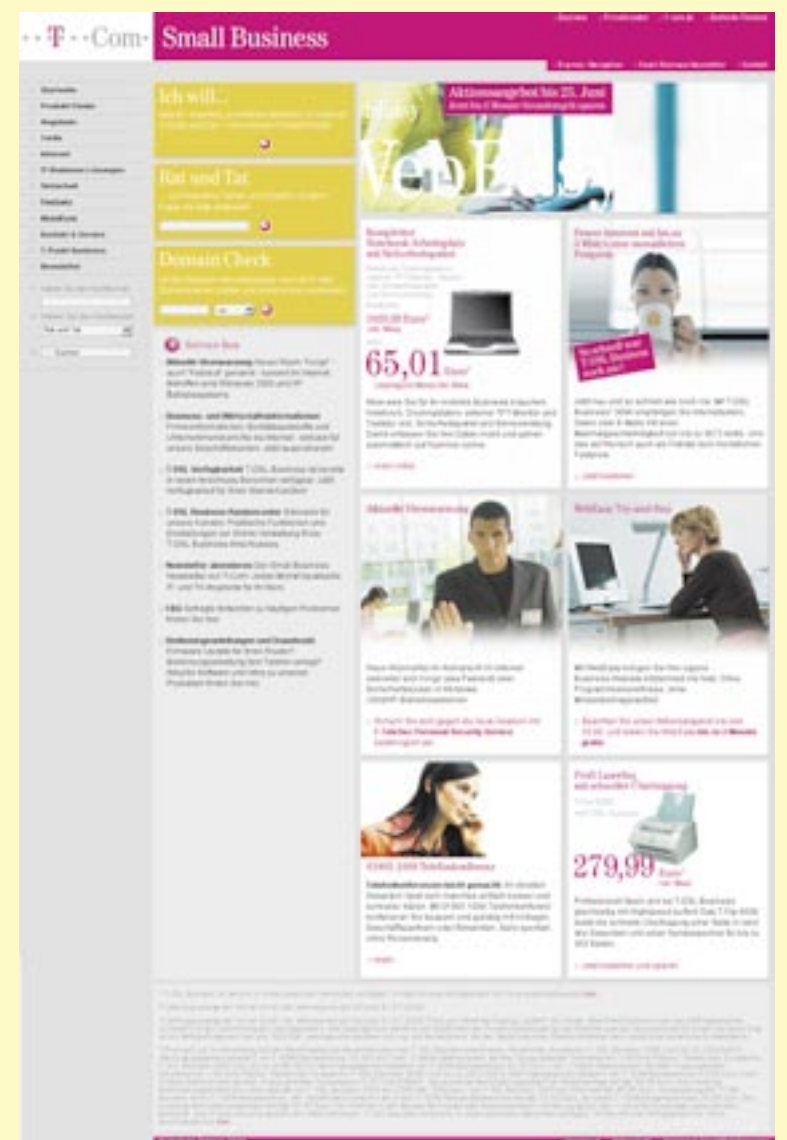
KMUs, die sich für eine der neuen IT-Business Lösungen von T-Com entscheiden, stehen flexible Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung. „So gibt es beispielsweise ein variabel zu gestaltendes Leasingmodell, das vor allem für die Unternehmen von Vorteil ist, die ihre Liquidität schonen wollen und Planungssicherheit durch fest kalkulierbare Raten anstreben“, meinte Muratel. Weitere Vorteile dieses Angebotes seien die Tatsachen, daß Leasingausgaben als Betriebskosten voll abzugsfähig seien und daß kein Anlagevermögen gebildet werden müsse.

Mit den IT-Arbeitsplätzen „stationär“ und „mobil“ bietet T-Com

eine komplette Grundausstattung an. Zu den Paketen gehören ein mit dem Betriebssystem Windows XP konfigurierter Desktop-PC und ein Flachbildschirm oder ein entsprechendes Notebook von

HP Compaq, die Sicherheitslösungen Online Backup und Personal Security Service für sechs Monate kostenlos sowie umfassende Serviceleistungen für einen Zeitraum von 24 Monaten.

Für den Arbeitsplatz „stationär“ fällt pro Arbeitsplatz für einen Zeitraum von 36 Monaten eine monatliche Leasingrate von 31,99 Euro (netto) an; der Kaufpreis beträgt 949,30 Euro (netto). Der IT-Arbeitsplatz „mobil“ enthält zusätzlich einen Port-Replikator zur komfortablen Verbindung des Notebooks mit den Peripheriegeräten und Netzwerken und kostet bei einem Leasingmodell monatlich 56,99 Euro (netto), beim Kauf 1.691,10 Euro (netto).



Das Small Business-Portal von T-Com soll kleinere und mittlere Unternehmen ansprechen

Auf dem Small Business-Portal www.smallbusiness.t-com.de bietet T-Com kleinen und mittleren Unternehmen einen umfassenden Auftritt mit Themen- und Informationsangeboten zu den jeweiligen Produkten. Mit diesem Geschäftskundenportal präsentiert T-Com eine Plattform, deren aktuelle Gestaltung auf umfassenden Nutzer-Studien und den Erfahrungen des Business-Auftritts basiert. Die Texte sind laut T-Com sehr verständlich, und die Klicktiefe wurde auf drei bis vier Ebenen reduziert. Via Produkt-Finder gelangen interessierte Kunden beispielsweise in maximal drei Schritten zu allen individuell gewünschten T-Com Produkten und Services. Im ersten Schritt klickt der Nutzer in einer Liste das für ihn relevante Business- oder Produktthema an. Danach wählt er aus ein bis zwei Untermenüs spezifischere Anforderungen und Einsatzbereiche aus. Daraufhin wird die geeignete Auswahl von T-Com Produkten angezeigt – mit der Möglichkeit, weitere Informationen abzurufen oder direkt online zu bestellen. Das intelligente Konzept, ein intuitives Flash-basiertes Design, eine verständliche Wortwahl und eingängige Beschreibungen garantieren nach eigenen Aussagen eine optimale Führung des Nutzers durch die Website. Für die hohe Aktualität sorgen eine direkte Anbindung an das Online-Redaktionssystem und die T-Com Produktdatenbank.

Pos Aktuell

Toshiba setzt auf Sonic-Brennersoftware

Ab sofort werden weltweit alle Toshiba PCs mit der Brenn-Software „Sonic RecordNow!“ ausgeliefert. Die DVD Brennsoftware „Sonic PrimeTime“ wird in Media Center PCs von Toshiba integriert. Sonic, Marktführer bei Anwendungen zur Erzeugung von DVDs und CDs für professionelle, industrielle und private Einsatzbereiche, hat die Zusammenarbeit mit Toshiba bekanntgegeben. Durch diese Vereinbarung kommen Kunden in aller Welt in den Genuß einer erprobten und leistungsstarken CD bzw. DVD Brenn-Technologie. Die mehrfach ausgezeichnete Bedienerschnittstelle überzeugt den Angaben des Herstellers zufolge durch ihre verständliche, intuitive Oberfläche und bietet schnellen Zugriff auf alle Funktionen. Musik- und Daten-CDs, DVDs, exakte Disk-Kopien, Disk-Images, Archivierungs-Disks und bootfähige optische Medien werden in kurzer Zeit und höchster Qualität produziert. Private Anwender erzielen mit dieser Software schnell und einfach ausgezeichnete Resultate. Die erreichte Qualität genügt sogar Ansprüchen professioneller Anwender. Sonic RecordNow! unterstützt alle gebräuchlichen Disk-

Fuji Electric stellt Festplatten mit Glasscheiben vor

Fuji Electric Device Technology Co. Ltd., ein Produktionsunternehmen der Fuji Electric Holdings Co. Ltd. Group, bereitet für das Jahr 2005 die Aufnahme der voll integrierten Produktion von Festplatten mit Blättern (HD-Disks) auf der Basis von magnetisch beschichteten Glas-Substraten vor. Schon jetzt produziert das Unternehmen Festplatten auf der Basis von Scheiben aus Aluminium-Substrat. Die Entscheidung für die Produktion von glasbasierten Harddisks fiel, weil dieser Art von dünnen und leichten Datenträgern eine zunehmende Verbreitung im Markt vorausgesagt wird. Fuji Electric Device will seine Festplatten-Produktion von monatlich drei Millionen auf fünf Millionen erhöhen. Davon sollen etwa eine Million Festplatten in Glassubstrat-Technologie hergestellt werden.

Formate, ist in 16 Sprachen lokalisiert und läuft unter den Betriebssystemen Windows 98SE, Windows ME, Windows 2000 Professional und Windows XP (Home, Professional und Media Center Edition).

Toshiba TFT-Display ist gleichzeitig Kamera

Auf der Messe der SID (Society for Information Display) in Seattle hat die Toshiba-Tochter für Elektronikkomponenten den Prototyp eines TFT-Panels gezeigt, das mit seinen integrierten Sensoren gleichzeitig auch die Funktionen einer Digitalkamera bereitstellt. Das 3,5 Zoll große Panel hat eine Auflösung von 320 x 240 Bildpunkten und 16 Bit Farbtiefe. Alle Strukturen, Leitungen, TFT-Elemente und CCD-Sensoren sind mit der von Toshiba entwickelten „System-on-Glass“-Technik direkt auf einem gemeinsamen Glassubstrat auf-

gebracht. Die Technologie wurde bei TDM in Zusammenarbeit mit Matsushita entwickelt. Die integrierten „Low-Temperature Polysilicon“-TFTs haben alle Voraussetzungen, als Basis für eine Vielzahl neuer Produkte zu dienen, wie Handheld-Geräten für den privaten und kommerziellen Einsatz, Kamera-Handys, Barcode-Lesegeräte, Fingerabdruck-Authentifizierungsgeräte, Überwachungs-Displays und Touchscreens mit biometrischer Gesichtserkennung.

Neuer Zentral- und Osteuropachef bei Pinnacle Systems

Stefan Kühn ist neuer Regional Manager Central & Eastern Europe bei Pinnacle Systems. Er ist Nachfolger von Armin Fendrich, der Pinnacle Systems im Herbst vergangenen Jahres verlassen hatte. Kühn war zuvor Senior Manager Retail EMEA bei Motorola und verantwortete den Aufbau der B2C-Vertriebskanäle und interne Strukturen im Unternehmensbereich Broadband Communications. Von Mai 2000 bis Dezember 2002 hat er den Aufbau der deutschen Handspring-Niederlassung verantwortet, dort als Regional Sales Manager neue Vertriebsstrukturen Mitteleuropa aufgebaut und die Handspring-Handhelds und Smartphones in allen relevanten Vertriebskanälen plazierte. Von 1993 bis 2000 war Kühn bei Apple. Dort war er unter anderem als Sales Manager für die Unternehmensbereiche Distribution und Retail Deutschland verantwortlich. In dieser Zeit restrukturierte er die deutschen Distributionskanäle und baute das Retail-Geschäft neu auf.

Erste auswechselbare Festplatten mit USB 2.0 Schnittstelle ausgeliefert

I-O Data Device Inc. hat die ersten Festplatten vom Typ „USB2-iVDR-20“ ausgeliefert, einer auswechselbaren Festplatte mit USB 2.0 Schnittstelle, die auf dem neuen Standard der Information Versatile Disk for Removable Usage (iVDR) basiert, der 2002 verabschiedet wurde. Dem iVDR Promoting Con-

sortium gehören 40 führende Unternehmen der Electronic-Industrie an, unter anderem Hitachi Global Storage Technologies Ltd. and Fujitsu Ltd., Sanyo Electric Co., Ltd., Sharp Corp. and Toyota Motor Corp. Auswechselbare USB-Harddisks werden bereits in zunehmender Anzahl als PC-Peripherie eingesetzt. Das Einsatzgebiet der neuen iVDR-kompatiblen HDDs wird vor allem im Homecinema-Bereich liegen, wo sich die auswechselbaren Festplatten zur Speicherung großer Datenmengen anbieten. Aber auch als wechselbarer Informationsträger für Car-Navigationssysteme bieten sich iVDR-kompatible Festplatten an. Der Anwender kann auf diese Weise auf der Festplatte gespeicherte Routing-Informationen in einem beliebigen Fahrzeug nutzen.

Neuer Vertriebschef für Deutschland und Österreich bei Grundig

Horst Nikolaus ist neuer Leiter Vertrieb Deutschland und Österreich für den Bereich Home Intermedia Systeme der Grundig AG. Nikolaus ist seit 1988 für die Grundig AG tätig. Seit 2003 verantwortete er bereits alle Handelskanäle. Mit der Genehmigung zum Erwerb an den Markenrechten und Vermögenswerten des Kernbereichs Home Intermedia Systeme der Grundig AG durch die EU Kommission am 29.04. ist der Fortbestand der Marke Grundig gesichert. Damit beginnt ein neues Kapitel in der traditionsreichen Geschichte des Unternehmens.

Reparaturservice der T-Mobile Vertriebspartner funktioniert „sehr gut“

Handy-Besitzer, deren Mobiltelefon den Dienst quittiert hat oder beschädigt wurde, erhalten bei T-Mobile schnelle und kompetente Hilfe. Dies ist die Meinung der Stiftung Warentest, die den Handy-Reparaturservice bei den Vertriebspartnern von T-Mobile in ihrem aktuellen Vergleichstest (Heft 6/2004) mit „sehr gut“ bewertete. Geprüft wurden die Angebote von sieben Mobilfunkanbietern und acht Handyherstellern. Mit dem Kriterium Aufwand und Reparaturdauer beurteilten die Tester die Erreichbarkeit der Mitarbeiter in Shops und an der Telefonhotline sowie den Aufwand, der für den Kunden mit der Reparatur verbunden ist. Unter dem Stichwort Service und Kompetenz überprüfte die Stiftung Warentest die Organisation, die Information der Kunden sowie Freundlichkeit und Gesprächskompetenz der Mitarbeiter. Das Kriterium Reparaturserfolg erfaßte, ob die Fehler auch tat-

Änderungen im debitel Aufsichtsrat

Die Übernahme der debitel-Aktien durch Permira ist von den Kartellbehörden genehmigt und damit wirksam geworden. Vor diesem Hintergrund haben die bisherigen Vertreter der Anteilseigner im Aufsichtsrat der debitel AG ihre Mandate mit Wirkung zum 2. Juni niedergelegt. Vom Stuttgarter Amtsgericht wurden dann am 3. Juni neue Anteilseigner-Vertreter für den Aufsichtsrat bestellt. Dafür konnten namhafte Wirtschaftsvertreter gewonnen werden. Anlässlich der ersten Aufsichtsratssitzung in der geänderten Zusammensetzung wurde Dr. Hellmut K. Albrecht zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Weiterhin setzt sich der Aufsichtsrat der debitel AG auf Seite der Anteilseigner folgendermaßen zusammen: Dr. Arnold R. Bahlmann, Laurence S. McNairn, Séverine Michel, Carl Parker und Kurt Sibold.

sächlich beseitigt wurden. Außerdem unterzogen die Experten der Stiftung Warentest die den Kunden ausgehändigten Verträge und allgemeinen Geschäftsbedingungen einer juristischen Prüfung.

Computex Taipeh ist die weltweit zweitgrößte Computermesse

Im Juni ist in Taiwans Hauptstadt die Computex eröffnet worden. Die Computex ist nach der CeBIT die weltweit zweitgrößte Computermesse und findet mitten in Taiwans Hauptstadt Taipeh in vier Hallen rund um das Taipei World Trade Center (TWTC) statt. Rund 1.500 Aussteller, das sind 20 Prozent mehr als im Vorjahr, präsentierten ihre Produkte. Unter den Ausstellern vertreten waren nahezu sämtliche Hersteller von PC-Komponenten wie zum Beispiel Mainboards oder Grafikkarten. Eines der Hauptthemen der Messe war „PCI Express“, der neue Bus, der in 16X-Version den AGP für Grafikkarten ablösen soll und in der 1X- oder 2X-Version auch den PCI-Bus ersetzen wird. Weitere wichtige Ausstellungsthemen waren neue Prozessoren für den Sockel 939 von AMD und der Athlon 64 3800+. Passende Chipsätze für die beschleunigte Hypertransport-Anbindung wurden mit dem Nvidia nForce3 250 Ultra, SiS755FX und VIA K8T800 Pro vorgestellt. Große Wachstumsraten versprechen sich die Hersteller vom Markt für drahtlos ans Netz oder den PC angebundene Geräte. Stark engagierten sich die Hersteller auch für den PC oder das Media-Center im Wohnzimmer.

Sonys Clíé verabschiedet sich aus Europa

Für den Verkauf in Europa und USA hat Sony, wie in einer Pressemeldung des Unternehmens verlautbart, die Entwicklung neuer Palm-OS-PDAs der Clíé-Serie eingestellt. Modelle der aktuellen Clíé-Serien wird Sony wie gewohnt weiterverkaufen und garantiert im Rahmen der gesetzlichen Gewährleistungszeit normalen Kundensupport. Wie ein Sprecher von Sony Deutschland auf Anfrage mitteilte, fiel der Entschluß zur Einstellung der Entwicklung weiterer Modelle der Clíé-Serie unter Berücksichtigung der



aktuellen Entwicklungen im Marktsegment der mobilen Kleinrechner und digitalen Assistenten. Handhelds und PDAs werden zunehmend durch Mobiltelefone mit PDA-Funktionen ersetzt, sogenannten „Smartphones“, bei denen bisher vorwiegend genutzte Anwendungen weiterhin verfügbar sind, aber durch integrierte Kommunikationsmöglichkeiten ergänzt werden. Im Jahr 2000 brachte Sony den ersten Clíé mit Namen PEG-S300 auf den Markt, und Sony war auch der erste Palm-OS-PDA-Hersteller, der Multimedia auf seine Mini-Computer portierte. Ein weiterer Meilenstein war der Clíé PEG-N770c, der erste Palm-OS-PDA mit hochauflösendem Farbdisplay und MP3-Abspielfunktion. Die Modelle der NR- und NZ-Serie setzten sich vor allem durch ihre eingebauten Digitalkameras vom allgemeinen Angebot ab. Das

aktuelle und für den europäischen Markt letzte Clíé-Modell TH55 hat ebenfalls eine Kamera und verfügt über Bluetooth- und WLAN-Funktionalität. Sony betrachtet mobile Geräte nach eigener Aussage als wichtige Säule seines Kerngeschäfts und wird auch zukünftig dem Anwender modernste und leicht tragbare Produkte anbieten, mit denen er sich an Filmen, Computerspielen und Musik erfreuen kann, wann und wo es ihm gerade beliebt.

Linux: News und Infos

Softmaker Tabellenkalkulation für Linux



Nach einer kostengünstigen Textverarbeitung, die nicht nur unter Windows, sondern ebenfalls zusammen mit Linux einzusetzen ist, bietet Softmaker nun mit „Planmaker 2004“ auch eine leistungsfähige Tabellenkalkulation an, die unter Linux, Windows, Pocket PC und Windows CE/CE.NET läuft. Für die bereits seit Juni lieferbare Tabellenkalkulation muß der Anwender unabhängig von der Betriebssystemplattform 49,95 Euro bezahlen. Planmaker 2004 bietet nach Angaben von Softmaker alle Features einer modernen Tabellenkalkulation, von der Finanzkalkulation über Statistikfunktionen und Matrizenrechnungen bis hin zu grafischen Auswertungen und hat einen minimalen Speicherbedarf. Der Funktionsumfang ist unter allen Betriebssystemen gleich. Bereits erstellte oder von Dritten übernommene Excel-Dateien lassen sich mit Hilfe des integrierten Im- und Export-Filters weiterverwenden. Softmaker versichert, daß beim Einlesen einer Excel-Datei nicht nur alle Elemente übertragen werden, sondern daß sich die Tabellen bei Bedarf auch wieder im Excel-Format speichern lassen.

GIMP 2.1 Umbau macht Fortschritte



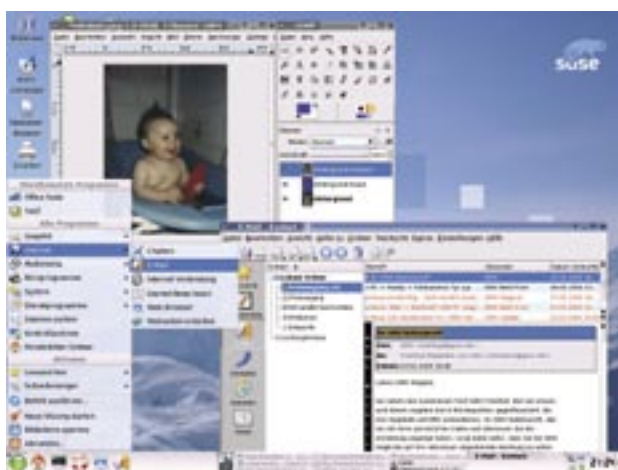
Die vor kurzem veröffentlichte Version 2.0 der Open-Source-Bildbearbeitung „The GIMP“ ist das Resultat von drei Jahren Entwicklerarbeit. In diesem Zeitraum haben die beteiligten Programmierer die Basis für eine freundlichere Arbeitsumgebung und zahlreiche grundlegend neue Funktionen geschaffen, unter anderem für zusätzliche Farbräume, 16-Bit-Unterstützung und Einstellungsebenen. Mit der aktuellen Entwicklerversion 2.1 können sich neugierige Linux-Anwender schon jetzt eine Vorschau auf die für den Sommer angekündigte Version 2.2 verschaffen. Allgemein wird erwartet, daß das auf Quellcode-Ebene komplett neu geordnete, modularisierte GIMP wesentlich kürzere Updatezyklen und eine zügige Weiterentwicklung zuläßt. Unter anderem sind die Entwickler bestrebt, bei der Benutzerführung mehr Gemeinsamkeiten zu anderen Linux-Anwendungen herzustellen. Große Teile der Oberfläche wurden unter Berücksichtigung der GNOME Human Interface Guidelines (HIG) umgestaltet, ebenso wie die bisher sehr individuell gehaltenen Plug-in-Dialoge (Script Fu). Bei kontinuierlich vorangetriebene Modula-

risierung waren diesmal die GIMP Malwerkzeuge dran: Die Paint Engine wurde vom Code des Malwerkzeugs getrennt, wodurch neue Werkzeugarten wie z.B. Vektor-basierte Pinsel möglich werden.

Suse 9.1 steht zum Download bereit



Die aktuelle Version 9.1 seiner Linux-Distribution hat Suse Linux jetzt zum Download im Internet bereitgestellt. Komplette ISO-Images sind allerdings nicht verfügbar. Auf den Suse-Mirrors findet sich im Verzeichnis 9.1/boot ein Installations-Image „boot.iso“, mit dem, nachdem es auf CD gebrannt ist, die Software während der Installation aus dem Internet geladen wird. Neben der 32-Bit Version kann auch schon das 64-Bit Suse Linux für den Athlon 64



aus dem Netz installiert werden. In der kostenlosen Downloadversion sind einige sonst zur Distribution gehörende Programmpakete nicht enthalten, weil Suse sie aus lizenzrechtlichen Gründen nicht im Internet zur Verfügung stellen darf. Für die Downloadversion gewährt Suse keinen Support. Eine der Neuerungen in Suse Linux 9.1 ist der Umstieg auf den Kernel 2.6.

Kämpft Microsoft nun mit Patenten gegen Open Source?



Fachleute hegen den Verdacht, daß Microsoft zukünftig verstärkt Patente zum Kampf gegen die ständig an Bedeutung gewinnende Open Source Software einsetzen will. Denn Microsoft läßt sich Techniken und Bedienungsroutinen patentieren, von denen der überwiegende Teil der IT-Nutzer annimmt,

sie seien allgemeines Gut oder wegen ihrer Zwangsläufigkeit gar nicht patentierbar. Derartige Zweifel kommen auf beim „Patent auf langes Button-Drücken“ oder beim „Patent auf den Button-Doppelklick“ bei Geräten mit eingeschränkten Ressourcen. Inzwischen hat Microsoft 500 derartiger oder ähnlicher Patente beantragt und erhalten, so z. B. wie eine Datei gespeichert oder Text auf einem Monitor dargestellt wird. Wie verlautbart plant Microsoft, derartige Patente mit neuen Lizenzpolitiken lukrativ zu verwerten. Laut Wall Street Journal verhandelt Microsoft bereits mit 100 Unternehmen und anderen Institutionen über entsprechende Lizenzverträge.

Nachdem der Versuch von SCO, wegen angeblicher Patentverletzungen gegen Linux vorzugehen, wie es scheint, gescheitert ist, befürchtet man nun, daß Microsoft dem zunehmenden Konkurrenzdruck und der Gefahr des Monopolverlusts durch den verstärkten Einsatz von Open Source Software mit der Waffe restriktiver Lizenzpolitik begegnen könnte, um damit eine neue Front im Kampf gegen Linux und andere

Open-Source-Software zu eröffnen. Das Wall Street Journal zitiert Daniel Ravicher von der Public Patent Foundation: „Noch hat Microsoft niemanden verklagt, doch wir glauben, daß es nicht mehr lange dauern wird, bis es so weit ist.“

Volle Auflösung Linux Centrino-Notebooks



Käufer von Centrino-Notebooks mit Intel-Chipsatz i855, der freien Software X-Server XFree86 und 1.400 × 1.050 Pixel LCD-Auflösung, ärgerten sich bisher über einen schwarzen Rand auf dem Bildschirm. Der XFree86 füllte unter Linux nicht den ganzen Bildschirm, sondern stattdessen nur eine 1.280 × 1.024 Pixel große Fläche des Bildschirms. Das lag am Treiber für den Grafik-Controller, der nur mit Auflösungen arbeiten konnte, die ihm das Video-BIOS meldet. Neben vielen anderen Notebooks sind Modelle des Marktführers Acer betroffen. Der einzige Ausweg war bisher der Erwerb eines „X-Servers“ für 69 US-Dollar oder mehr. Doch der französische Programmierer Alain Poirier hat jetzt

ein Open-Source-Tool entwickelt und zur Verfügung gestellt, mit dem XFree86 4.3 die volle Auflösung erreicht. Das Tool ermöglicht dem Anwender, die Liste der Auflösungen in einer Kopie im RAM zu bearbeiten.

Linux Media Center



Cyberlink präsentierte auf der LinuxWorld/Expo Tokyo 2004 eine Vorabversion seines Multimedia-Pakets „PowerCinema Linux“ und zieht damit an seinem Erzkonkurrenten Intervideo vorbei, der bereits auf der CeBIT ein Media-Center für Linux angekündigt hatte. Das Anwendungspaket wurde für den Embedded-Linux-Markt entwickelt und verfügt über die typischen Media-Center-Funktionen: TV-, DVD- und Video-Wiedergabe, Musik-Jukebox, Radio, Foto-Slideshows und Internet-Browser. Alle Anwendungen können mittels einer Fernbedienung kontrolliert und gesteuert werden. Per On-line-Update und einer Plug-in-Funktion lassen sich zusätzliche Erweiterungen nachrüsten. Dank „Instant On functionality“ startet Cyberlinks PowerCinema Linux innerhalb von Sekunden. Leider wird das ab Linux 2.4.x einsetzbare PowerCinema Linux für Endkunden nicht verfügbar sein, weil Cyberlink sich im Rahmen seiner Marketingstrategie vorrangig um das OEM-Geschäft kümmern wird. Auch PowerDVD Linux und LinDVD gibt es bisher nicht als Endkundenprodukt.

Erster Linux Trend-Store



Inmitten der Galerie- und Kneipen-Szene des Berliner Stadtteils Mitte bietet ein neu eröffneter Trend-Store Freunden von Open Source Software, Linux-Fans und Microsoft-Enttäuschten Information und Hilfe, aber auch Literatur, Zeitungen, Magazine und T-Shirts sowie „Kleidungslinien“ an. Der Trend-Store rund um Linux, den Newthinking Network in Berlin als Beta-Version betreibt, „soll Linux aus der Geek-Ecke herausholen“, wie der Geschäftsführer, Andreas Gebhardt, bei der Beschreibung des „weltweit einmaligen“ Konzepts erläutert. Zwei Rechner mit Linux als Betriebs-

system ermöglichen das Surfen und Kennenlernen von Open Source Software. Auch vorinstallierte Rechner mit SuSE Linux 9.1 werden angeboten.

Wolfsburg erprobt Linux-Desktops



Die Stadtverwaltung Wolfsburg hat ein Pilotprojekt gestartet, um Linux auf Desktop-Rechnern auf Leistung und Benutzereigenschaften zu testen. 21 Mitarbeiter der IT-Abteilung, und damit ungefähr die Hälfte der dort Beschäftigten, werden drei Monate lang mit dem Betriebssystem Linux auf Arbeitsplatzrechnern arbeiten. Die Braunschweiger Firma Linet Services betreut das Projekt. Die Stadt Wolfsburg erwägt den Abschied von Microsoft-Produkten. Die am Pilotprojekt beteiligten Arbeitsplätze werden während des laufenden Betriebs auf die Linux-Distribution Suse 9.1 umgestellt.

Macromedia Flash Player 7 für Linux



Seinen Flash Player 7 für Linux hat Macromedia für die Betrachtung Flash animierter Websites als fertige Version zum Download im Internet bereitgestellt. Die Software, die durch die Installation des 968 KByte großen Download-Pakets in den Browser integriert wird, unterstützt nach Angaben von Macromedia den Browser Mozilla und dazu kompatible Browser.

Oracle stellt 9.000 Arbeitsplätze auf Linux um



Die Arbeitsplätze von 9.000 Programmierern will Oracle bis Ende 2004 auf Linux umstellen. Der Softwaregigant führt mit dieser Entscheidung nachdrücklich sein Engagement für das freie Betriebssystem Linux fort. Im Oktober 2003 hatte Oracle bereits die Umstellung von 5.000 Entwicklerarbeitsplätzen für Anwendungssoftware auf Linux abgeschlossen. Die aktuelle Umstellung betrifft Mitarbeiter, die sich mit Datenbank-Anwendungen beschäftigen. Bis zum Jahresende soll Linux bei Oracle zur Hauptplattform werden.



Kernel 2.6 Linux-Distributionen können Partitionstabelle beschädigen

Bei der Installation von Fedora Core 2, Suse 9.1 und Mandrakelinux 10 kann unter bestimmten Umständen die Partitionstabelle so beschädigt werden, daß eine auf der gleichen Festplatte installierte Windows-Installation nicht mehr startet. Nach Auskunft der Linux-Distributoren soll dafür ein Bug beim Zusammenspiel des Kernel 2.6 mit dem Partitionierungswerkzeug Parted verantwortlich sein. Ein fehlerhafter Eintrag bei der Anzahl der Köpfe in der Partitionstabelle führt zu einer fehlerhaften CHS-Adressierung. Windows und andere Betriebssysteme, die über den Chainloader-Mechanismus im Bootmanager Grub gestartet werden, verweigern dann den Bootvorgang. Eine Vorgehensweise, mit der der Fehler behoben oder sein Zustandekommen bei der Installation verhindert werden kann, beschreibt ein Posting auf der Fedora-Developer-Mailingliste.

RUND UM DIE GAMES

Smashcourt Tennis Pro Tournament 2

Der Traum eines jeden Tennisspielers: die ATP-Tour mit ihren vier Grand-Slam-Turnieren. Wer sich nach all den Übungsmatches fit genug für eine wahre Herausforderung fühlt, kann an dieser Stelle einen eigenen Spieler kreieren und auf Weltreise gehen. Fünf Charakterwerte und ebenso viele Schlagfähigkeiten geben die aktuelle Spielstärke des Rookies an und können in bekannten Mini-Trainingssessions und durch das Sammeln von Erfahrungspunkten aufgebaut werden. Dabei basieren allerdings sämtliche Werte aufeinander: Erhöht man beispielsweise die Stärke des Spielers, wird dieser auch gleichzeitig langsamer. Deshalb muß während des Uplevelns ständig auf eine ausgewogene Mischung geachtet werden.

Doch anstatt komplette Matches zu absolvieren, werden diese lediglich in sogenannten „Wendepunkten“ dargestellt. In spielent-

scheidenden Situationen müssen Aufgaben im Stile von „Mache drei Punkte in Folge“ oder „Spiele drei Aufschläge auf die Linie“ erledigt werden. Gelingt dies, regnet es zusätzliche Bonuspunkte. Außerdem beeinflusst der Ausgang den weiteren Matchverlauf – positiv wie negativ.

So kann es durchaus vorkommen, daß das Spiel trotz bestandener Mission gegen einen überlegenen Gegner den Bach runtergeht – das kostet Nerven. Ansonsten bietet aber gerade die ATP-Tour den langfristigen Spielspaß, den man in kaum einem anderen Tennisspiel findet! Nur wer konstant gute Leistung bringt, hält sich an der Weltspitze und darf sich über Monate und Jahre hinweg die Nummer eins nennen.

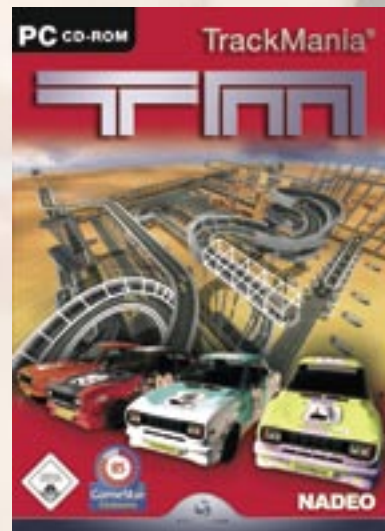
Die Steuerung des PS2 Spiels Smashcourt Tennis Pro Tournament 2 ist logisch belegt und leicht zu erlernen. Auch grafisch macht das Spiel einiges her, durch die verschiedenen Kameraperspektiven könnte man annehmen,

daß man einer Fernsehübertragung zuschaut. Preis: 59,95

TrackMania – ein Kindheitstraum wird wahr

TrackMania weckt das Kind in jedem Erwachsenen, indem es das Spielerlebnis der bekannten Autorennbahnen in einer ganz neuen Dimension auf den PC bringt. Sie standen in fast jedem Jugendzimmer: Autorennbahnen, die man aus verschiedenen Teilen zusammenbauen mußte, um anschließend mit Freunden um die Wette zu rasen. Wie oft träumte man als Kind davon, auch Loopings, Sprungschanzen und komplette Landschaften nachbauen zu können. Dieser Traum wird jetzt wahr: TrackMania von Deep Silver bietet das Spielvergnügen bekannter Rennspiele in Kombination mit dem Bastelerlebnis vergangener Tage. Und zwar getreu dem Motto „Plug and Play“. Installieren, Strecken bauen oder gleich auf den vorgefertigten Kursen losle-

gen. TrackMania ist ein Funracer für die ganze Familie und bietet im Einzelspieler-Modus, im Netzwerk oder weltweit über das Internet beste Unterhaltung und eine fantastische 3D-Grafik – auch auf Rechnern, die nicht die neueste Generation der 3D-Grafikkarten besitzen. Der Spieler entscheidet, wo er fährt. Bei TrackMania ist man Streckenkonstrukteur und Rennfahrer in einer Person. Sie gestalten dramatische Hochgeschwindigkeits-Tracks oder halsbrecherische Stunt-Strecken. Unter Zuhilfenahme des leistungsfähigen, intuitiv bedienbaren Streckenbaukastens rast der



Gamer in kürzester Zeit über seine eigenen 3D-Pisten. In unterschiedlichen Szenarien hat er die Möglichkeit, mit 150 Bauelementen seiner Fantasie völlig freien Lauf zu lassen. Von Sprungschanzen über Hindernisse bis hin zu atemberaubenden Loopings lassen sich sage und schreibe bis zu 2.000 verschiedene Details in jede Strecke einbauen. Ein Highlight unter den Spielmodi ist die Rätseloption, bei der es darum

geht, in Windeseile den schnellsten Weg ins Ziel auszumachen. Findige Spieler werden stets mit neuen Bauteilen und Streckenelementen für den Editor belohnt. Zusätzlich zu hoch detaillierter 3D-Grafik, die dem Gamer einen Geschwindigkeitsrausch der Extraklasse bereiten wird, besticht TrackMania durch Fahrphysik, die jede Spritztour zu einem Erlebnis macht. Dabei können die Spieler auf einen abwechslungsreichen Fuhrpark zurückgreifen. Ob cooler Ami-Schlitten, PS-starker Sportwagen oder geländegängiger Pick-Up: Jeder der verfügbaren Fahrzeugtypen zeichnet sich durch unterschiedliche Charakteristika aus und ist je nach seinen Fahreigenschaften besser für die Jagd nach Bestzeiten oder für die Suche nach dem ultimativen Stunt geeignet. Ob in der Einzelspielerkampagne, die sowohl 50 Strecken als auch 50 Puzzles umfaßt, gegen die Zeit oder im Wettstreit mit Spielern im Netzwerk auf der ganzen Welt: TrackMania bietet zusätzlich zu einem spannenden Einzelspielerabenteuer umfangreiche Mehrspielerfunktionalität. Wahlweise in einem lokalen Netzwerk oder via Internet mit Rennspiel-Fans rund um den Globus, beim Rennen mit Gleichgesinnten läuft das ebenso innovative wie spaßige Spielkonzept zur Hochform auf.

Systemvoraussetzungen

• Win 98/2000/Me/XP • Pentium II 450 • 64 MB RAM • 32 MB 3D-Grafikkarte • Direct X9 und Direct X9-kompatible • Soundkarte • Preis: 39,99 Euro

Pos-Neuheiten

Sharp zeigt erstes 45-Zoll-LC-Display



Mit der Zielrichtung, LC-Displays in bisher von Plasma-Displays dominierten Größenklassen zu etablieren, hat Sharp seinen größten LC-Monitor mit einer Bilddiagonale von 45 Zoll (114 cm) vorgestellt. Das Display mit der Typenbezeichnung LC-M4500



basiert auf der Konzeption von Sharps 37-Zoll-Modellen und kann High Definition Bildsignale mit 1.080 Linien in voller Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten darstellen, ohne das Bildformat umrechnen zu müssen. Der LC-M4500 ist außerdem Sharps erster 45"-Bildschirm für den Einsatz im

Public Information Bereich, wie zum Beispiel Verkaufsräumen oder Restaurants. Die Backlight-Einheit hat mit 60.000 Stunden eine doppelt so hohe Lebensdauer wie Plasma-Displays und läßt sich im Gegensatz zu PDPs am Ende der Lebensdauer zu Kosten von einigen Hundert Euro einfach austauschen. Der LC-M4500 verfügt über eine große Vielfalt von Anschlußmöglichkeiten, unter anderem ein RS-232C loop-through module, mit dem sich eine große Anzahl dieser

Displays an einem Rechner betreiben läßt. Außerdem kann zwischen fünf Stufen einer Bedienungsverriegelung gewählt werden, die bei öffentlicher Aufstellung des Displays Mißbrauch verhindert. Das Display soll ab 2005 zum Preis von zirka 11.000 Euro auf den Markt kommen.

Einer der weltweit ersten Zwölfach-DVD-Brenner kommt von Speer Data



Speer Data bietet einen der weltweit ersten Zwölfach-DVD-Brenner an: Der LDR12844 kann DVD+R-Medien mit zwölffacher und DVD-R mit achtfacher Geschwindigkeit beschreiben. RW-Medien beider Formate werden mit vierfacher Geschwindigkeit beschrieben. Die Markteinführung erfolgt in diesen Tagen.

Beim Einsatz geeigneter DVD+R-Medien kann der LDR12844 mehr als 15 MByte Daten pro Sekunde aufzeichnen, und er beschreibt eine komplette DVD in rund sechs Minuten. Als Dual-Format-Laufwerk unterstützt der Speer LDR12844 auch das DVD-R-Format, dessen Medien der Brenner mit achtfachem Tempo beschreibt. Das Laufwerk erreicht 48fache Geschwindigkeit bei CD-R- und 24faches Tempo bei CD-RW-Roh-

lingen. Zum Lieferumfang des neuen Speer DVD-Brenners gehören neben allen wichtigen Kabeln und Schrauben eine Kurzanleitung sowie ein umfangreiches Softwarepaket. Dieses besteht aus den Brennprogrammen MyDVD und RecordNow von Sonic. Der LDR12844 von Speer Data steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 129 Euro.

46 Zoll LCD-TV von Samsung



Ein serienreifes 46 Zoll LCD-TV hat Samsung vorgestellt. Der Flachbildschirm mit seiner Bilddiagonale von 117 cm ist das zur Zeit weltweit größte LCD-TV, das serienmäßig im Consumer-Segment angeboten wird. Der LCD Flach-TV mit der Bezeichnung LTP468W verfügt über die extrem hohe physikalische Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, der höchsten der achtzehn vom Advanced Televi-

sion Systems Committee (ATSC) standardisierten hochauflösenden TV-Formate. Der LTP468W soll ab Juli zu einem Listenpreis von 9.999 US-Dollar lieferbar sein. Ein 57-Zoll-LCD-Modell (145 cm) ist nach Aussage eines Samsung-Sprechers bereits in der Entwicklungsphase. Der LTP468W verfügt über das Kontrastverhältnis von 800:1 und erreicht eine Helligkeit von 500 cd/m².

Sehr eindrucksvoll macht sich bei dynamischen Bildinhalten und Videos die mit zwölf ms extrem kurze Gesamtreaktionszeit der Bildzellen bemerkbar. Der horizontale und vertikale Betrachtungswinkel beträgt 170 Grad. Das Flachbild LCD-TV ist mit zwei TV-Tunern, Bild-in-Bild-Funktion, DVI-Signaleingang und Dual-Component-Video ausgerüstet. Das komplette LCD TV-Set verfügt über zwei integrierte JBL-Stereo-Lautsprecher und hat trotz seiner Größe ein Gewicht von weniger als 45 Kilogramm.

Kommen Sie zu
Europas Nummer 1



→ **CeWe Color ist mit 4.000 Mitarbeitern die größte und erfolgreichste europäische Fotofinishing-Gruppe. Jedes vierte Bild in Europa wird in einer unserer hoch technisierten Produktionsstätten entwickelt – Tendenz steigend. Wir überzeugen mit Qualität, Service und Schnelligkeit täglich Millionen Fotoamateure und Profifotografen. Mit hohen Investitionen bauen wir zügig unsere Aktivitäten in der digitalen Fotografie und im Internet aus.**

Suchen Sie eine neue Herausforderung, bei der Sie Ihre Persönlichkeit und Ihr fundiertes IT-Know-how engagiert einbringen und optimal weiterentwickeln können? Dann sind Sie bei uns richtig!

Zum weiteren Ausbau unserer digitalen Marktführerschaft und zur Vermarktung unserer zukunftssträchtigen digitalen Entwicklungen suchen wir für unsere Zentrale in Oldenburg den/die

Key Accounter/in

Digitale Fotodienstleistungen

Sie sind etwa 35 Jahre alt und nach einer akademischen Ausbildung bereits beruflich sehr erfolgreich gestartet. Bei der Vermarktung unserer gesamten digitalen Produktions- und Internetdienste für digitale Bilder auf Fotopapier betreuen Sie nach einer gründlichen Einarbeitung selbständig Ihren Kundenkreis und tragen die Umsatzverantwortung für neu zu akquirierende Kunden.

Sie haben fundierte praktische Erfahrungen in der Markteinführung erklärungsbedürftiger Internet-Software-Applikationen erworben und sind mit der Branche der Telekommunikationsindustrie vertraut. Zudem sprechen Sie die Sprache des Handels, verfügen über mehrjährige Verhandlungserfahrung (Jahresgespräche) und kennen die wichtigen Zielkunden.

Als präsentationssicherer Generalist besitzen Sie Organisationstalent, eine hohe Leistungsbereitschaft und Sie denken konzeptionell. Sie haben eine natürliche, sportliche und sympathische Ausstrahlung. Gute IT-Kenntnisse sowie weitere Sprachkenntnisse sind von hohem Nutzen.

Sind Sie an einer langfristigen Zusammenarbeit mit einem international tätigen Markt- und Technologieführer interessiert?

Dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen!

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen, möglichst mit Angabe Ihres jetzigen Gehalts, an unsere Leiterin der Personalverwaltung, Natascha Braun. Vertraulichkeit ist selbstverständlich.

CeWe Color AG & Co. OHG
Meerweg 30-32
26133 Oldenburg
bewerber@cewecolor.de



Führendes Unternehmen im Großraum Düsseldorf/Köln sucht den

Kfm. Leiter/ Controller (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und Projekten
- Koordinierung der Budget- und Forecast-Prozesse
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäfts-/Vertriebsbereiche
- Verantwortliche Mitwirkung bei periodischen und Jahres-Abschlußarbeiten

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Finanz- und Rechnungswesen
- Berufserfahrung, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Sehr gute MS-Office- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil
- Alter bis ca. 45 Jahre

Kennziffer 255

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



Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf • Tel: 0211 - 370601

Fax: 0211 - 379468 • E-Mail: info@bestjob.de

Internet: <http://www.bestjob.de>

NO(?)SENSE Bundestag durch Spam blockiert?

Spam, die nach dem Namen eines US-amerikanischen Büchsenfleisches benannten, unverlangt zugesandten Werbe-E-Mails und -Botschaften, blockiert laut entsprechenden Mitteilungen zunehmend die tägliche Arbeit unserer Bundestags-Abgeordneten und deren Mitarbeiter. Ein beträchtlicher Teil der zur Verfügung stehenden Zeit müsse für das Aussortieren täglich wiederkehrender Spam-Mails aufgewendet werden, heißt es, und darunter leide die gesamte übrige Arbeit. Durch System-Admini-

stratoren auf den Mailservern installierte Spamfilter dürfen aus gesetzlichen Gründen nicht als Abwehrmaßnahme eingesetzt werden, da jeder gewählte Volksvertreter per Post oder gleichgestellter E-Mail direkt und unzensiert erreichbar bleiben müsse. Angesichts dieser offensichtlichen Hilflosigkeit gegenüber dem Spam-Problem zweifeln immer mehr Wähler daran, ob Politiker überhaupt in der Lage sind, irgendeines der uns aktuell bedrückenden Probleme zu lösen. Da wurden per Gesetzesbeschluß und Telekommunikationsgesetz alle Internetprovider und Telefongesellschaften dazu gezwungen, die Verbindungsdaten ihrer Kunden über Monate hinweg zu speichern und zur Einsicht der Behörden bereitzuhalten. Man bedenke:

Wenn Herr „X“ heute im Internet auf der Website „Kino“ nachschaut, was im nächsten Filmtheater gespielt wird, dann kann Herr Schily das sechs Monate später noch überprüfen.

Und trotzdem soll es nicht möglich sein, das Spam-Übel, das unsere Volkswirtschaft jedes Jahr Milliarden kostet, zu beseitigen? Wie können wir aber dann jemals hoffen, daß die uns sehr teuer kommenden Regierungen und Behörden mit ernsthafteren Problemen fertig werden, wie z. B. Drogen- und Waffenhandel, Menschen-smuggel, Zwangsprostitution, Terrorismus und illegale Einwanderung?
evo

Chiffre 4240287

Marketing- Kommunikationswirt (Diplom)

engagiert und verantwortungsbewußt, mit langjähriger Erfahrung, sucht anspruchsvolle Position im Großraum NRW.

Mein Kompetenz-Portfolio: zielorientiert, leistungsstark und kreativ, mit fundierten Kenntnissen in den klassischen Marketingdisziplinen wie Advertising, PR, Promotion, Erfahrungsanalyse, Event- und Roadshow-Organisation.

Technisches Know-how und fundierte PC-Kenntnisse in Windows 2000, Office 2000, Internet, Englisch in Wort und Schrift sowie Grundkenntnisse in Italienisch.

Teamfähigkeit, Eigenverantwortung und effizientes Arbeiten runden mein Erfahrungsprofil ab.

Meine aussagefähigen Bewerbungsunterlagen fordern Sie bitte an unter:

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste

Nr. 5 v. 1. Januar 2004

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und

Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.

Der Abonnementspreis beträgt

60,- € jährlich

(Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



Jubiläumsspecial zum 100. Geburtstag!



284,-

Bestellnr. 612050

CANON DIGITAL IXUS 430

Die 4 Megapixel-Kamera von Canon im eleganten Metallgehäuse verfügt über ein optisches 3-fach Zoom. Bilderdruck im Passbildformat und der Ausdruck von Einzelbildern ist aus Movieclips möglich. Kreative Fotografien können im Programm-Modus Einfluss auf die Aufnahme-Einstellungen nehmen.

MEHR JUBILÄUMSANGEBOTE
FINDEN SIE IN UNSEREM
AKTUELLEN DGH KATALOG!



219,-

Bestellnr. 515800

OLYMPUS CAMEDIA C-740 UZ

Die C-740 Ultra Zoom ist das ideale Modell für alle, die die Welt der Ultra Zoom-Digitalfotografie entdecken wollen. Ihre Kennzeichen: ein kompaktes, sehr leichtes Gehäuse, 3 Millionen Pixel Auflösung und die Power eines 10-fach Zoomobjektivs. Autofocus, Belichtungsfunktionen, sowie mehrere voreingestellte Aufnahmeprogramme für immer wiederkehrende Fotomotive machen die Kamera besonders bedienerfreundlich.



349,-

Bestellnr. 612526

SONY DCR-HC 14

Dieser elegante Camcorder verfügt über ein Carl Zeiss Objektiv, einen optischen 10-fach Zoom sowie über ein 2,5"-Touchscreen-LC-Display. 800.000 Pixel und ein Fotomodus runden das tolle Gesamtbild ab. Ein Bildstabilisator lässt Ihre Aufnahmen immer gelingen.



1249,-

Bestellnr. 519433

PANASONIC PT-LC 76

Ultraportabel im DIN A4-Format, absolut trendsicher im Design und dank One-Touch-Auto-Setup in 1,5 Sekunden startklar. Mit einer Leuchtstärke von 1600 ANSI-Lumen und einem hervorragenden Kontrastverhältnis von 300:1 setzt der LCD-Projektor Präsentationen beeindruckend in Szene.

www.dgh.de

DAS PANASONIC PLUS: DIE 3CCD PROFI-TECHNOLOGIE FÜR MEHR FARBEN.

Hinweis: Bei dem Inscreen-Motiv handelt es sich um ein Beispiel. Es wurde nicht mit dem NV-GS120 aufgenommen.



Der handlich-kompakte 3CCD Camcorder.

Filmen auf höchstem Niveau: Der 3CCD Camcorder NV-GS120 hat für jede der Grundfarben Rot, Grün und Blau einen eigenen Aufnahme-Chip (CCD). Durch eine deutlich gesteigerte Farbtrennung gegenüber 1CCD Camcordern können feinste Farbunterschiede und Details präzise wiedergegeben werden. Ein weiteres Plus ist das Leica DICOMAR Objektiv mit hoch vergüteten Linsen und 10fach-Zoom für eine überragende Bildqualität.



1CCD



3CCD

Nicht nur für Profis:
www.panasonic.de

e.cam

Panasonic

ideas for life