



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](http://www.loewe.de)

**LOEWE.**

## Mehr Umsatz mit Bildern vom Fotohandy

# Emotionen in Pixeln



Wer Erinnerungswerte Augenblicke in seinem Leben festhalten will, greift in jüngster Zeit immer häufiger zum Telefon. Fotohandys sind auf dem Weg, Digitalkameras im Einstiegsbereich den Rang abzulaufen. Das wundert nicht. Denn Fotos sind nichts anderes als bildgewordene Emotionen. Erinnerungen an einen kurzen Lebensabschnitt, der wichtig genug war, um ihn im Bild festzuhalten. Dabei mag der Augenblick, in dem das Foto entstanden ist, nur den Bruchteil einer Sekunde betragen haben; mit Hilfe des Fotos wird sich der Betrachter später auch

Doch wer über die Qualität von Bildern aus Fotohandys spricht, begibt sich aufs Glatteis. Nicht auszudenken, es wäre nachweisbar, daß Kameras stets bessere Bilder produzierten als Mobiltelefone. Sollte man dann nie wieder einen Schuß mit dem Handy machen? Doch, man sollte. Weil Qualität einen subjektiven und einen objektiven Aspekt hat. Objektiv ist sicherlich festzustellen, ob die Datenmenge eines Digitalbildes ausreicht, um ein Foto einer bestimmten Größe zu produzieren. Doch subjektiv interessiert dieser

Aspekt den Fotografen möglicherweise gar nicht. Vielleicht legt er gar keinen so großen Wert auf Schärfe, harmonische Kontraste und natürliche Farben, weil ihm die bildgewordene Erinnerung an seinen Urlaubsflirt, den stimmungsvollen Sonnenaufgang oder das Konzert mit seiner Lieblingsband viel wichtiger sind als objektive Qualitätsmaßstäbe.

### Vielfältige Chancen

Hat der Händler akzeptiert, daß nicht seine Ansprüche den Ausschlag geben, sondern die des

noch an das Drumherum erinnern können. Nach ersten Produkten mit niedrigauflösenden Kameras sind jetzt die ersten Megapixelhandys auf dem Markt: Nach dem Nokia 7610 liefert Siemens in diesen Tagen das SL65 aus, und auch Sony Ericssons S700i wird nicht mehr lange auf sich warten lassen. Mit diesem Modell hat die Handyfotografie eine Qualitätsstufe erreicht, die nicht nur das Betrachten der Bilder am (Handy-) Monitor erlaubt, sondern die auch Vergrößerungen auf echtem Fotopapier ermöglicht.

Kunden, dann ergeben sich für ihn vielfältige Chancen, vom boomenden Markt für Bilder aus Fotohandys zu profitieren, und zwar sowohl auf der Eingabe- als auch auf der Ausgabeseite. Während die Eingabeseite mit dem Verkauf entsprechender Mobiltelefone, Notebook-Karten und Verträge erfreuliche Margen sichert, existieren auf der Ausgabeseite neue Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten durch das Drucken der Bilder. Dabei ist zu unterscheiden, ob der Händler selbst die Bilder herstellt, sie in Kooperation mit einem Großlabor

printen läßt oder ob er seine Kunden durch den Verkauf von Fotodruckern und Verbrauchsmaterialien in die Lage versetzt, ihre Handyfotos selbst auf Fotopapier zu bringen.

### Die Wahl des Fotohandys

Trotz der subjektiven Beurteilung eines Bildes sollte ein Fotohandy mindestens VGA- oder Megapixel-Auflösung haben, um die Aufnahmen in den Formaten 9 x 13 cm oder 10 x 15 cm printen zu können. Ansonsten müßten die Pixel so stark vergrößert werden, daß sie

### Sony Ericssons Handy-Neuheiten

Sony Ericsson hat sein Mobilfunksortiment mit drei neuen Handys und verschiedenen Zubehörprodukten erweitert, die gute Chancen für erfolgreiches Verkaufen bieten ... S. 6



### Samsung Flach-TVs für die Saison 2004

Durch vielstufiges und ausgefeiltes Marketing unterstützt Samsung den Handel in der bevorstehenden Verkaufssaison für LCD-TV-Geräte ... S. 19



### Plus x Award wird erstmals vergeben

Eine unabhängige Jury vergibt in diesem Jahr zum ersten Mal den Plus X Award, der dazu dienen soll, Markenprodukte im Handel zu stärken ... S. 27



 **FISHER**  
*is back!*

# Wachstum mit Bildern

Was wäre die High-Tech-Branche eigentlich ohne Bilder oder, wie man auf neudeutsch sagt, ohne das Segment Imaging? Noch ist der Digitalkamera-Boom nicht abgeflacht, da sorgen Kamerahandys für unglaubliche Wachstumsraten im Mobilfunk-Sektor. Dabei werden die Kamerahandys zunehmend erwachsen und mausern sich von lustigen Mäusekinos zu ernstzunehmenden Fotogeräten. Ein Megapixel – sozusagen die Untergrenze für ein ausgedrucktes Bild in vernünftiger Qualität – ist inzwischen bei vielen Herstellern Standard. In Korea hat Samsung Ende Juli das erste Kamerahandy mit 3,2 Megapixeln und 3fach-Zoomobjektiv eingeführt. Damit ist klar: Die Handy-Fotografie wird erwachsen.



Dabei entwickelt sich der Markt rasant – für den High-Tech-Fachhandel ist es darum entscheidend, auf dem Laufenden zu sein. Darum ist der Besuch der photokina, die vom 28. September bis zum 3. Oktober in Köln stattfindet, für jeden ein Muß, der von diesen rasanten Wachstumsraten profitieren will. Einmal mehr wird die Kölner Traditionsveranstaltung ihrem Anspruch als weltweite Leitmesse für alle Technologien und Märkte rund ums Bild gerecht: Während andere Großmessen schrumpfen, können sich die photokina Organisatoren, KölnMesse und Photoindustrie-Verband, über drei Prozent mehr Aussteller (1.600) und 200.000 Quadratmeter belegte Hallenfläche freuen. Auch die Mobilfunk-Branche hat den Wert dieser einzigartigen Plattform erkannt: Führende Unternehmen, an der Spitze die Deutsche Telekom (mit T-Mobile, T-Com und T-Online) und Nokia, zeigen in Köln Kamerahandys und innovative Bild-Dienstleistungen über mobile und stationäre Netzwerke.

Die High-Tech-Branche ist zur Zeit mit Wachstumssegmenten wirklich nicht gesegnet. Darum ist es besonders wichtig, sich über die Trends und Technologien im rasant wachsenden Imaging-Markt direkt zu informieren. Wir sehen uns in Köln! Die aktuelle Messeausgabe von PoS-MAIL liegt an unserem Stand J021 in Halle 02.1 für Sie bereit. Gerne informieren wir Sie hier auch über die speziellen Publikationen des C.A.T.-Verlages zum Thema Foto und Imaging.

Herzlichst

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

einzelnen zu erkennen wären. Dennoch sind auch Handys mit geringerer Auflösung zum Drucken der Bilder in kleineren Formaten geeignet, denn bei vielen Druckermodellen und Fotokiosken besteht die Möglichkeit, auf einem Blatt Fotopapier im Standardformat (10 x 15 cm) auch mehrere Bilder gleichzeitig (zum Beispiel zwei-, vier- oder neunmal) unterzubringen.

Ein weiteres technisches Merkmal, das bei der Entscheidungsfindung für oder gegen ein bestimmtes Fotohandy eine Rolle spielen kann, ist der Speicher. Hier sollte geklärt werden, wie groß der Speicher überhaupt ist, den das Telefon bietet, ob dieser Platz durch Speicherkarten ausgebaut werden kann und ob es sich um einen starren oder einen flexiblen Speicher handelt. Kann der Benutzer den vorhandenen Speicherplatz also nach seinen Vorstellungen einteilen und beispielsweise auf Spiele und Kontaktdaten verzichten, um dafür mehr Fotos ablegen zu können, oder schreibt ihm das Telefon den Speicherplatz für die einzelnen Anwendungen genau vor?

Über diese technischen Beurteilungskriterien hinaus gibt es auch fotografische Merkmale, die für das Gelingen einer Aufnahme oder die Freude am Fotografieren von Bedeutung sein können. Eines dieser Merkmale ist ein Zoomobjektiv. Aktuelle Fotohandys besitzen, wenn überhaupt, ein Digitalzoom, das die Brennweite des Objektivs per Software um einen festgelegten Faktor (zum Beispiel zweifach oder vierfach) verlängert, indem es einen Motivausschnitt rechnerisch vergrößert.

Ein nützliches Ausstattungsmerkmal ist ein Blitzgerät, das entweder bereits im Handy integriert ist oder als Zubehör angeboten werden

Kodak erklärt auf seiner Internetseite, wie der Fotohandybesitzer zu „echten“ Prints von seinen Aufnahmen kommt.

kann. Zwar sind elektronische Aufnahmechips in der Regel sehr lichtempfindlich, ihr Einsatz in Extremsituationen (zum Beispiel Kerzenlicht) führt allerdings zum Problem des Farbrauschens. Das bedeutet, daß harmonische Farbflächen mit Pixeln anderer Farben „verunreinigt“ werden. Ein Blitzgerät sorgt also für eine Ausweitung der Fotogelegenheiten und für bessere Bilder.

## Handyfotos im Web

Eine der Möglichkeiten, Fotos aus Handys mit Dritten zu teilen, ist, diese in einem Internet-Album zu archivieren. Zahlreiche Unternehmen bieten solche Online-Alben an. Zu unterscheiden sind hier Alben, die von Geräteherstellern oder Laborbetrieben angeboten

werden, und Alben, die von geräteunabhängigen Anbietern zur Verfügung gestellt werden. Geräte- bzw. markenabhängige Fotoalben (zum Beispiel von Nokia oder Siemens) haben den Vorteil, daß

## Bei Pixaco führen drei Klicks zum Print

Das Internet-Portal Pixaco ([www.pixaco.de](http://www.pixaco.de)) will das Bestellen von Prints von Digitalfotos ganz einfach machen: Mit nur drei Klicks gelangt der Nutzer durch den gesamten Bestellvorgang und kann ganze Ordner mit den gewünschten Fotos auf einmal übertragen. Durch den Komfort-Upload lassen sich die Dateien einzeln, aber auch ganze Ordner und Zip-Archive per Drag & Drop in das Browserfenster ziehen. Mit dem zweiten Klick wählt der Nutzer das gewünschte Bildformat. Schließlich müssen noch die Adresse und die gewünschte Zahlungsart angegeben werden, und schon kann er sich – nach dem dritten Klick – auf die Abzüge in hoher Qualität freuen. Der Service funktioniert natürlich auch mit Bildern aus Fotohandys, die zuvor auf einen Rechner übertragen wurden. „Bei der Gestaltung unseres Internet-Auftritts war uns besonders die Nutzerfreundlichkeit wichtig“, erklärte Karsten Schneider, Geschäftsführer von Pixaco. Die bestellten Fotos kommen nach drei Tagen auf Kodak Royal-Papier per Post. Zudem können die Motive auf eine Reihe von Geschenkartikeln, vom T-Shirt bis zur Kaffeetasse, oder in Postergröße geprintet werden.

Beim Internet-Unternehmen Yahoo kann jeder Internetsurfer unabhängig von Marken und Hersteller Bildern in einem Fotoalbum speichern.

sie bereits beim Neukauf oder nachträglich installierter Software den schnellen und unkomplizierten Zugriff mit wenigen Tastenklicks ermöglichen. Geräte- bzw. markenunabhängige Alben haben den Vorteil, daß auch beim Wechsel der Handy Marke der Zugriff weiterhin problemlos erfolgen kann. Für welches Album sich der Kunde entscheidet, sollte seinem persönlichen Geschmack vorbehalten bleiben. Fast alle Internet-Fotogalerien bieten dem Fotografen die Wahlmöglichkeit zwischen öffentlichen und paßwortgeschützten Alben. So kann sichergestellt werden, daß private Aufnahmen auch privat bleiben bzw. nur von den Nutzern angeschaut werden können, denen der Urheber ausdrücklich durch Weitergabe des Paßwortes den Zugang erlaubt. Neben dem Vorteil von Online-Fotoalben, daß die digitalen Handybilder an einem zentralen Ort gespeichert sind, der von jedem Internetanschluß der Welt aus erreicht werden kann, liegt ein weiterer Vorteil darin, daß Bilder aus diesem Album auch zum Drucken an ein Fotolabor geschickt werden können. Die meisten Unternehmen, die Online-Speicherplatz zur Verfügung stellen, bieten sogar Programme an, mit denen die Fotos bearbeitet oder in irgendeiner Weise weiterverwendet werden können, zum Beispiel, indem man sie mit Schmuckrahmen versieht oder als Grußkarten verschickt. Auch der Händler kann von Online-Fotoalben profitieren. So kann er sich beispielsweise als (Auslie-

club\_nokia/vorteile/kodak\_picture\_center\_online/60292.html (Kodak/Nokia), [www.internet-print-service.de](http://www.internet-print-service.de) (Foto Quelle), [www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de) (im Bereich Fuji Club und Photofactory), [www.pixum.de](http://www.pixum.de) oder <http://de.photos.yahoo.com/> (Yahoo).

### Handyfotos am PoS

Über die Möglichkeit hinaus, als Vertriebspartner eines Foto-Großlabors am Geschäft mit digitalen Bildern partizipieren zu können, können Prints aus Fotohandys und Digitalkameras natürlich auch im



In zahlreichen Fotogeschäften sind inzwischen Fotokioske zu finden, mit denen Prints vom Fotohandy bestellt werden können.

eigenen Laden produziert werden. Die teurere Variante ist dabei die Anschaffung eines digitalen Minilabs. Diese Hightech-Geräte ermöglichen es, hochwertige Bilder von Filmen und digitalen Datenträgern in weniger als einer Stunde herzustellen. Ihr Anschaffungspreis liegt allerdings im sechsstelligen Euro-Bereich, und der Kauf will vor allem für branchenfremde Einsteiger wohlüberlegt sein.

Als Alternative zum komplett ausgestatteten Minilab hält die Industrie ein breites Portfolio sogenannter Fotokioske bereit. Sie werden drahtlos per Infrarot- oder Bluetooth-

Funkverbindung oder per digitalem Speichermedium „gefüttert“.

In der Regel sind sie mit umfangreichen Schnittstellen ausgestattet, so daß gängige Speicherkarten, die direkt aus dem Fotohandy oder der Digital-

kamera genommen werden, ebenso verarbeitet werden können wie Foto-CDs mit Bildern, die zuvor auf dem heimischen Rechner bearbeitet wurden.

Für Händler, die weder ein Minilab besitzen noch Partner eines Foto-großlabors sind, gibt es Stand-alone-Lösungen, bei denen ein Drucker integriert ist. Bei diesen handelt es sich normalerweise um einen Thermosublimationsdrucker, der in wenigen Minuten Prints im Format 10 x 15 cm liefert.

Als weitere Alternative zur Einrichtung eines Fotoservices für Fotohandybesitzer bieten sich Fotodrucker an, die ebenfalls von verschiedenen Herstellern angeboten werden. Sie sind deutlich preiswerter als Fotokioske, haben dafür aber auch eingeschränkte Möglichkeiten für die Bildeingabe. So ist beispielsweise die drahtlose Datenübertragung per Infrarot- oder Bluetooth-Schnittstelle ebenso wenig Standard wie die Verarbeitung aller gängigen Speichermedien. Wer seinen Kunden einen Printservice für Handys anbieten will, sollte die Ausstattungsmerkmale der verschiedenen Modelle genau vergleichen und überlegen, ob er vielleicht zwei Geräte anschafft, die sich ergänzen.

### Handyfotos zu Hause

Die einfachste Variante für den Kunden, ein anfaßbares Bild zu bekommen, ist das Bestellen einer MMS-Postkarte (die er ja auch an sich selbst schicken kann). Diese Möglichkeit wird von allen vier deutschen Mobilfunknetzbetreibern und Service Providern wie debitel angeboten. Das Verfahren ist äußerst einfach und hat den Vorteil, daß es sofort nach der Aufnahme in Gang gesetzt werden kann. Informationen über das erforderliche Prozedere sind auf den Internetseiten der Mobilfunkbetreiber abrufbar.

MMS-Postkarten sind zwar ein einfacher Weg, zu „echten“ Bildern zu kommen, sie haben aber zwei gravierende Nachteile: Erstens bieten sie nur eine Profilierungsmöglichkeit für den Händler, der über das Angebot informieren, daran aber nichts verdienen kann. Und zweitens sind sie für den Endkunden recht teuer, denn mit knapp 2,50 Euro verlangen die Netzbetreiber derzeit einen Betrag pro 10 x 15 cm-Postkarte, der selbst zu den besten Zeiten des Bildergeschäftes für den Fotohandel nicht

realisierbar war. Dauerhaft dürfte dieser Betrag allerdings keinen Endkunden motivieren, sich auf diese Weise eine Vielzahl von Handyfotos printen zu lassen. Die bereits erwähnten Fotodrucker bieten dagegen eine hervorragende Möglichkeit für Zusatzgeschäfte

für diejenigen Händler, die keinen Bilderservice in ihrem Geschäft etablieren wollen. Denn ebenso wie der Händler am Point of Sale kann der Kunde die kleinen Fotodrucker bei sich zu Hause einsetzen. Die Vorteile dieser „Bildfabriken“ bestehen zum einen in den geringen Abmessungen (sofern es sich um die Grundversion für Bilder bis zum Format 10 x 15 cm handelt) und in der hervorragenden Printqualität, die durch Thermosublimations- oder Tintenstrahldruck gewährleistet wird.

Einige Modelle auf dem Markt bieten darüber hinaus noch ein Mobilitätsplus, weil sie nicht nur über das Stromnetz, sondern auch über Akkus mit Energie versorgt werden können. Im Verkauf des Gerätes selbst und im Verkauf der Verbrauchsmaterialien liegen für den Handel Chancen, sich nicht nur als kompetenter Ansprechpartner für Fotohandybesitzer zu beweisen, sondern auch, margenfreundliche Umsätze zu erzielen. *Herbert Päge*



rungs-)Partner eines Großlabors oder eines Foto-Unternehmens registrieren lassen, oder er kann selbst ein Internet-Fotoalbum einrichten. Der Markt bietet dazu Tools, mit denen professionelle Auftritte mit entsprechenden Funktionalitäten und zugehörigem Speicherplatz auch von Internet-unerfahrenen Anbietern eingerichtet werden können.

Beispiele für Online-Fotoalben sind im Internet zu finden unter: [www.nokia.de/de/mobiltelefone/](http://www.nokia.de/de/mobiltelefone/)

## POS-MAIL INHALT

Sony Ericssons Handy-Neuheiten	... 6
T-Com Kunden können MMS bis 500 KB im Festnetz verschicken	... 8
Nokia tritt als Komplettanbieter bei automobilen Tk-Lösungen an	... 9
Siemens baut Handy- und DECT-Sortiment aus	... 10
Datentarife von T-Mobile werden übersichtlicher	... 12
Plantronics sieht große Chancen für den Handel durch Internet-Telefonie	... 13
T-Online bietet jetzt auch Foto-Fun-Artikel	... 14
Mit Samsung Flach-TVs in die Verkaufssaison 2004	... 19
<b>photokina-Guide</b>	<b>... 15</b>
<b>Wichtige Aussteller nach Produkten</b>	<b>... 16</b>
<b>Wichtige Aussteller nach Hallen</b>	<b>... 17</b>
<b>Allgemeine Informationen</b>	<b>... 18</b>

Hausmesse von Ingram Micro in München	... 20
Fachhandelsprogramm von Philips wird attraktiver und lohnender	... 22
Pinnacle bietet neue Effekte an	... 22
Die neuen Vorführsysteme von Adcon: Präsentation ist das A und O	... 23
Neueste Version der Authoring Lösung DVDit	... 24
Neuheiten im Fuhrpark der Bücking Concept GmbH	... 25
Sony setzt Restrukturierungsprogramm um	... 26
Plus X Award – der innovative Technologie-Contest für die Stärkung der Marke	... 27
Die neue Sony Cyber-shot P159	... 28
Die Fujifilm FinePix Offensive	... 28
Linux: Infos und New	... 29
Buchempfehlung	... 30
Neuheiten	... 4, 21, 30
Aktuell	... 4, 20, 23, 24, 26
Tk-Nachrichten	... 7
Tk-Neuheiten	... 11
Kleinanzeigen	... 31
No(?)sense	... 30
Impressum	... 30



## POS Aktuell

### Gundula Hugenroth verstärkt Marketing bei Alpine Electronics

Gundula Hugenroth ist neuer Assistant Manager Marketing in der Abteilung After Market bei Alpine



Electronics. Hugenroth ist zuständig für eine Neuausrichtung des Marketing-Mixes, zu dem Alpines Messeauftritte und das Händlermarketing ebenso gehören wie Werbung, Presse- und Medienarbeit sowie Sponsoring. Sie berichtet an den Assistant Senior Manager Marketing Uwe Keuchel. Neben ihrem Studium der Japanologie mit den Schwerpunkten Wirtschaft und Politik verfügt Hugenroth über mehrjährige Erfahrungen im Bereich Marketing.

### Olaf Pempel verläßt die Sony Deutschland GmbH

Olaf Pempel, Leiter Corporate Relations und Unternehmenssprecher der Sony Deutschland GmbH, wird das Unternehmen



zum Ende dieses Monats auf eigenen Wunsch verlassen. Pempel war mehr als sechs Jahre für die deutsche Niederlassung des japanischen Unterhaltungskonzerns

### Veränderungen im Thomson Vertriebsteam

Anfang Juli hat Thomson seinen Gesamtvertriebsleiter Jürgen Gelber in den Ruhestand verabschiedet. Gelber hat mit seinem



Engagement und seinen Erfahrungen wesentlich zum Erfolg von Thomson Deutschland beigetragen, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Neu im Thomson Vertriebsteam ist Heiko Röhler. Seit Anfang April ist er als Fieldmanager für die Regionalver-

### Neuer International Sales Manager bei TerraTec

Udo Möllhoff ist seit Anfang Juli International Sales Manager bei TerraTec Producer in Nettetal. Der 34-jährige hat bereits langjährige Vertriebserfahrung in der Soft- und Hardware-Branche. Zuletzt war Möllhoff bei der Steinberg Media Technologies



GmbH in Hamburg für den Ausbau des internationalen OEM Vertriebs verantwortlich. In seiner neuen Tätigkeit für TerraTec Producer zeichnet er für den Ausbau und die Betreuung des internationalen Distributorennetzwerkes verantwortlich.

tätig und zeichnete in seiner letzten Funktion für alle PR-Aktivitäten des Unternehmens verantwortlich. Seine Karriere bei der Sony Deutschland GmbH begann er 1998 als Pressereferent IT und war damit maßgeblich für den erfolgreichen PR-Launch des Sony Vaio Notebooks verantwortlich. 2001 wurde er zum Leiter Produkt-PR ernannt und war damit zusätzlich für sämtliche Presseaktivitäten für die von Sony in Deutschland vertriebene Consumer Electronic zuständig. Als Leiter Corporate Relations und Unternehmenssprecher fungierte er seit April. Pempel berichtete zuletzt an Wolf Dieter Griess, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH.

### Neuer Leiter Werbeermarktung bei Premiere

Arne Bergmann leitet ab sofort die Werbeermarktung bei Premiere. Er übernimmt die Position von Anja Coates, die das Unternehmen bereits Anfang April verlassen hatte. Neben der klassischen Werbung und Sonderwerbformen in TV und Internet wird Bergmann vor allem die Crossmarketing-Angebote auf der digitalen Werbeplattform Premiere ausbauen. Darüber hinaus sollen zukünftig verstärkt Premium-Partner mit exklusiven Kooperationen längerfristig an das Abo-TV-Unternehmen gebunden werden.

### NEC Mitsubishi ernennt Peter Kroyer zum General Manager und Director Sales Marketing

NEC Mitsubishi Electronics Display Europe hat Peter Kroyer zum General Manager und Director Sales & Marketing befördert. In dieser Position trägt er europaweit die Ergebnisverantwortung für alle Sales- und Marketingaktivitäten. Kroyers Aufgaben als General Manager Business Development mit den Bereichen Product Development und Product Marketing sowie Corporate Communication



bleiben weiterhin bestehen. Ab sofort will sich der 42-jährige auf eine konsistente Ausrichtung der europaweiten Sales- und Marketingorganisation konzentrieren, um weiterhin profitables Wachstum des Monitorherstellers sicherzustellen. In seiner neuen Position berichtet Peter Kroyer an Nick Akagi, der kürzlich die Nachfolge von Katsushiko Koike als Managing Director Europe von NEC Mitsubishi Electronic Display angetreten hat.

### Com-Days – Hausmesse der COS Distribution AG

Die COS Distribution AG führt vom 10. bis 11. September zum 8. Mal ihre Hausmesse in Wetzlar durch. Eingeladen sind Kunden und Fachhändler des Lindner Grossisten, um sich über neue Produkte und Lösungen zu informieren. Neben aktuellen Produktpräsentationen, Live-Demonstrationen – auch aus dem Bereich Home-Entertainment, Vorträgen zu relevanten Themen über die Produkte und Einsatzmöglichkeiten, Finanzierungsmöglichkeiten und Kreditlinien, können die Besucher auch Produktangebote zu Messepreisen und attraktive Messe-Aktionen erwarten.

## POS Neuheiten

### Sony Librié EBR-1000EP: Erstes Display auf Basis „elektronischer Tinte“



Der neue E-Book-Reader Librié EBR-1000EP von Sony ist das weltweit erste in Serie produzierte Produkt mit einem Display auf Basis der „elektronischen Tinte“. Das „Electronic Paper Display“ wurde von Philips zusammen mit dem Unternehmen „E Ink“ entwickelt und wird von Philips Electronics produziert. Das neuartige Display arbeitet mit reflektiver Technik und erzeugt deshalb sowohl bei sehr hellem als auch bei schwachem Umgebungslicht ein kontrastreiches Bild. Im Unterschied zu LCD/TFT-Displays bleiben die Werte von Kontrast und Helligkeit bei jedem Betrachtungswinkel gleich, so wie man es beim Ansehen eines bedruckten Materials wie Papier empfinden würde. Die Entwicklung und Herstellung des eBook Reader Librié EBR-



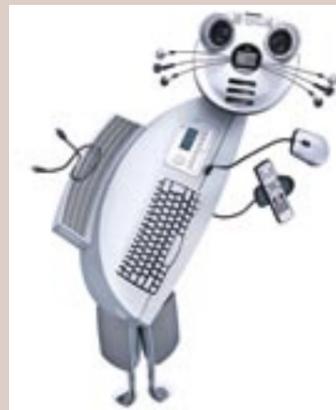
1000EP liegt in den Händen von Sony. Der auf dem elektronischen Buch dargestellte Text ist schwarzweiß, entspricht mit einer Auflösung von 800 x 600 Pixeln bei 170 dpi den Verhältnissen beim Zeitungsdruck und soll nach ersten Testberichten und der Aussage von Sony den gleichen Eindruck wie beim Lesen einer Zeitung erzeugen. „Electronic Paper Display“ verbraucht nur dann Energie, wenn sich das Bild auf dem Display ändert, also z. B. beim „Umbblättern“. Laut Sony kann der Librié mit vier AAA-Batterien mehr als 10.000 Seiten anzeigen. Der integrierte, 10 MB große Speicher faßt etwa 20 verschiedene 250seitige Bücher und kann über einen Sony Memory Stick vergrößert werden. E-Books und Comic-Strips lassen sich per Internet auf das Gerät laden. Mit Abmessungen von 190 x 126 x 13 mm hat es Taschenbuchformat. Für den Sony Librié EBR-1000EP wird ein Marktpreis von 360 Euro erwartet.

### Toshiba „Qosmio“: Geniales Produkt?



Mit gewaltigem PR-Getöse hatte Toshiba seinen Einstieg „in ein für das Unternehmen völlig neues Produktsegment“ angekündigt. Als die Schleier endlich gelüftet wurden, präsentierte sich den Neugierigen ein Centrino Notebook mit 15 Zoll Display, der Windows Media Center Edition als Betriebssystem und dem ebenso anspruchsvollen wie merkwürdigen Namen „Qosmio E10 - The Art of Small Entertainment“. Auf der intensiven Suche nach dem Besonderen an diesem neuen Produkt kann man erfahren, daß sich mit dem Gerät auch ohne Starten des Betriebssystems TV-Sendungen und DVD-Filme ansehen lassen, auf einem Display, das „nahezu TV-Qualität“ haben soll, wenn man von der für diesen Zweck nicht gerade üppigen 15-Zoll-Größe des Bildschirms absieht. Um einiges größer fallen mit 3,6 kg das für ein 15 Zoll Notebook recht hohe Gewicht und der angesichts der gebotenen Leistungen nicht niedrig zu nennende Preis von (UVP) 2.199 Euro aus. Der Markt wird darüber entscheiden, ob „Qosmio“ nur als Sommerloch-Wolpertinger in die IT-Geschichte eingehen wird, oder ob er beim Anwender die durch Toshibas Werbe-Ankündigungen geweckten Erwartungen erfüllen kann: „Qosmio – ein Ergebnis der

zunehmenden Konvergenz aus TV- und Computertechnik – bedeutet in etwa ‚mein privates Universum‘. Im Qosmio, dessen Entwicklung ganz darauf ausgerichtet war, die bedienerfreundlichste und vor allem qualitativ hochwertigste mobile Zentra-



le für intelligentes Entertainment zu schaffen, sind Spitzentechnologien vereint, die Ihr Leben leichter und unterhaltsamer machen sollen.“ In jeder Hinsicht ist der Qosmio E10 ein normales, gut ausgestattetes Centrino Notebook mit Intel Pentium M Prozessor 735 (1.70 GHz), 512 MB Speicher, DVD-Brenner, Multimedia-Schnittstellen-Software und Betriebssystem sowie mit hochwertigen integrierten Lautsprechern. Außergewöhnlich ist neben der Windows Media Center Edition als Betriebssystem lediglich der Produktname „Qosmio“ für das neue Toshiba Notebook.

Business  
Lösungen

# We can help

Hier mit einem  
kompletten  
IT-Arbeitsplatz ab

1,21\* €/Tag

## Leasen statt kaufen.

Um effizient und erfolgreich zu arbeiten, muss die Informationstechnologie (IT) am Arbeitsplatz reibungslos funktionieren. T-Com bietet Ihnen alles aus einer Hand: Hardware, Software, IT-Sicherheit, Installation und individuellen Service. Ab 1,21 Euro\* pro Tag stellen wir Sie mit einem kompletten IT-Arbeitsplatz aus. Und den breitbandigen Internet-Zugang und die Vernetzung Ihrer PCs gibt's selbstverständlich auch von T-Com. Übrigens: IT leasen statt kaufen belastet kaum Ihre Liquidität und Kreditlinie.

\* Der Aktionspreis gilt bis zum 31.10.2004. Preis pro Tag bei Leasing. Rechnerische Größe: monatliche Rate x 12/365 Tage. Leasing vorbehaltlich der Genehmigung durch unsere Leasingpartner GrenkeLeasing und Deutsche Leasing. Angebot kalkuliert für 36 Monate Laufzeit. Andere Raten und Laufzeiten möglich.

Wir informieren Sie gern:

**T-Punkt Business**  
[www.t-com.de/we-can-help](http://www.t-com.de/we-can-help)  
0800 33 05404

**T · · Com · · ·**

# Alle Geräte sind mit einer VGA-Kamera ausgestattet

# Sony Ericssons Handyneuheiten

**Sony Ericsson hat auf einer Pressekonferenz in der Nähe von München drei neue Handys und neues Zubehör für die Mobiltelefonie vorgestellt: Neben dem Businessgerät P910i, dem Edge-Phone Z500i und dem neuen Entertainment-Handy K500i erweitern bald auch neue Akono-Headsets und eine Schreibtisch-Freisprecheinrichtung das Portfolio des Unternehmens.**

Als absolutes Muß für den Geschäftsmann bezeichnete Martin Winkler, Head of Marketing bei Sony Ericsson, das neue Smartphone **P910i**, das vor allem durch eine neue Tastatur, den erweiterten Speicher und erweiterte Messaging-Funktionen ge-



kennzeichnet wird. „Mit dem P910i lassen sich E-Mails und Internet-Browsen spielend leicht managen: Längere E-Mails können über die Tastatur auf der Innenseite der Klappe schneller als bisher eingegeben werden“, erläuterte Winkler. Der Fünf-Wege-JogDial sei ideal für das Navigieren im Telefonmenü und im Web-Browser. Kurze SMS, Notizen und neue Kontakte oder Termine könnten in Schreibrift mit einem kleinen Stift eingegeben werden. Das P910i kann in ein sicheres Firmenetzwerk eingebunden werden oder dient als Schnittstelle zum privaten E-Mail-Account. Das Gerät unterstützt IntelliSync, RIM BlackBerry, Smartner, IBM, Extended Systems, Syncologic und Seven.

Der interne Speicher des P910i wurde auf 64 MB vergrößert. Außerdem legt Sony Ericsson dem Gerät einen zusätzlichen 32 MB Memory Stick Duo bei, der bei Bedarf gegen entsprechende Wechselspeicher mit Kapazitäten bis zu 1 GB ausgetauscht werden kann. Das P910i arbeitet mit dem Betriebssystem Symbian OS v7.0 und der UIQ-Bedienoberfläche. Aus diesem Grund bietet das Smartphone die für diesen Bereich

wohl größte Anzahl an Applikationen. Neue kostenlose und kostenpflichtige Funktionen wie Avantgo (Offline-Browsing), Media Viewer (für den direkten Zugang zu News wie etwa bei der Financial Times) und Promyzer (Aktienhandel in Echtzeit) runden das umfangreiche Leistungsspektrum des P910i ab. Mit der HP „Runestone“-Applikation können Nachrichten, Bilder und Organizeinträge via Bluetooth kabellos auf HP-Drucker ausgegeben werden. Im Lieferumfang ist eine Installations-CD mit der Software Wayfinder enthalten, die das Handy in Verbindung mit einem Bluetooth-GPS-Empfänger zu einem Navigationssystem macht. Bereits aufgespielt ist der Opera Web-Browser, der sämtliche Inhalte des Internets auf die Größe des Displays umrechnet und darstellt.

„Das P910i kombiniert PDA- und Telefonfunktionen, ohne dabei Kompromisse bei Qualität, Funktionalität und Bedienung zu machen. Hinzu kommt die derzeit höchste Anzahl verfügbarer Anwendungen und Eingabemethoden. Damit bieten wir ein Gerät, das jeden anspruchsvollen Nutzer zufriedenstellen wird“, so Axel Kettenring, General Manager von Sony Ericsson Deutschland. Das P910i ist ein typischer Allrounder: Mit der eingebauten VGA-Kamera kann man Fotos machen und Video-Clips aufnehmen, zahlreiche Entertainment-Funktionen wie Spiele, Musicplayer oder Videos beschränken den Einsatz nicht nur auf den Businessbereich. Kalender und Adressen werden wahlweise über USB, Infrarot, Bluetooth oder SyncML mit dem PC synchronisiert. Das Farbdisplay stellt nun 262.000 Farben dar und eignet sich damit ideal zur Ansicht und Bearbeitung von Fotos. Ebenfalls neu im Sony Ericsson Sortiment ist das **Z500i**. Bei diesem Gerät handelt es sich um ein Klasse-10-Edge-Handy, das Zugriff auf E-Mail, Spiele und Datendienste bietet. Informationen können mit bis zu 120 Kilobit pro Sekunde (kbs) versendet und mit bis zu 240 kbs heruntergeladen werden. Das schicke Z500i ist

ein klassisches Klapphandy mit VGA-Kamera, das einfach zu bedienen ist. Dafür sorgt das Quick Share-Bedienkonzept: Mit nur zwei Tastenklicks kann der Nutzer ein Foto machen und danach versenden, mit einem weiteren Klick einen Video-Clip aufnehmen. Das Mobiltelefon unterstützt die Funkübertragung „Push to Talk over Cellular (PoC)“. Diese Technik funktioniert wie bei einem Walkie-Talkie, ohne daß eine Verbindung vor dem Sprechen aufgebaut werden muß. Das Display bietet bis zu 65.536 Farben. Im geschlossenen Zustand fungiert das äußere Farbdisplay mit



4.096 Farben entweder als Bildsucher oder als Anzeige für Name und Anruferfoto. Zusätzlich können auch Textnachrichten darauf abgelesen werden, ohne daß das Handy aufgeklappt werden muß. Das Z500i läßt sich unkompliziert mit dem PC synchronisieren und verfügt über eine Reihe von Organizer-Funktionen, mit der der Nutzer aktuelle Termine und Kontaktdaten immer bei sich hat.

Das dritte Modell unter den Neuheiten ist das **K500i**, das sich mit seinem eleganten Design, dem MultiAction-Joystick und seinem großen, kontraststarken TFT-Display mit 65.000 Farben vor allem an Freunde des Mobile Gaming wendet. Seine Spieleplattform mit Java 2.0 und der Mascot Capsule Engine Micro 3D Edition von HI Corp wurde speziell für actionreiche und vollgrafische Applikationen entwickelt. Das K500i verfügt über 12 MB internen Speicher. Das reicht, um bis zu 170 2D- oder 45 3D-Spiele von Netzbetreiber-Websites oder von der Sony Ericsson-Homepage herunterzuladen.

Intuitives Doppelfront-Design, ein Vierfach-Digitalzoom und die intelligente Bedienoberfläche mit vielen Imaging-Funktionen sind nach den Ausführungen von Martin Winkler die Faktoren, die das K500i für schnelle Schnappschüsse prädestinieren.

Die Kamera aktiviert sich beim Öffnen der Linsenklappe automatisch und



kann dann mit Hilfe von Quick Share und wenigen Tastenklicks sofort Bilder oder Videos aufnehmen und danach per MMS oder E-Mail versenden.

Wer möchte, kann sein K500i mit Hintergrundbildern, Klingeltönen und Designs personalisieren. Den persönlichen Klingelton kann der Nutzer einfach herunterladen und vor dem Kauf anhören. Dazu geht er mit der integrierten PlayNow-Applikation online, hört einige Songs aus dem Repertoire Probe und lädt sie bei Gefallen mit einem weiteren Klick auf das Handy. Die Kosten werden automatisch über die monatliche Handyrechnung abgewickelt. Zusätzlich bietet das K500i einen vierspürigen Music DJ, mit dem der Besitzer ganz individuelle Klingeltöne komponieren kann. *Herbert Päge*

## Neue Akono-Headsets und eine neue Schreibtisch-Freisprecheinrichtung

Die beiden neuen Bluetooth-Headsets der Akono-Serie verfügen laut Sony-Ericsson über neue Eigenschaften, die das kabellose Freisprechen komfortabler machen sollen: Beide Modelle sind leicht, elegant und können mit jedem Handymodell genutzt werden, das die Bluetooth-Profile „Handsfree“ oder „Headset“ unterstützt. Das Akono HBH-660 besitzt ein hinterleuchtetes Display, das dem Nutzer bei eingehenden Anrufen Name oder Rufnummer des Anrufers anzeigt. Mit den Tasten auf der Außenseite kann der Nutzer auf alle wichtigen Anruffunktionen des Handys zugreifen, ohne es in die Hand nehmen zu müssen.

Das Akono HBH-660 hat eine Sprechzeit von bis zu fünf Stunden und eine Standby-Zeit bis zu sechs Tagen. Das Akono HBH-660 wird voraussichtlich im vierten Quartal verfügbar sein. Das Bluetooth-Headset Akono HBH-300 stellt den Angaben des Herstellers zufolge selbst in einer lauten Umgebung eine sehr klare Sprachübertragung sicher. Das Modell wurde speziell für die hohen Anforderungen von Geschäftsleuten entwickelt: Dank seiner länglichen Bauform befindet sich das Mikrofon noch näher am Mund des Nutzers – die Sprachqualität ist dadurch wesentlich klarer. Zusätzlich unterdrückt das Akono HBH-300 störende Hintergrundgeräusche. Bei einer Sprechzeit von bis zu zehn Stunden und einer Standby-Zeit von fast 12,5 Tagen kann das Headset extrem lange mit einer Akkuladung genutzt werden. Das Akono HBH-300 wird



voraussichtlich im dritten Quartal verfügbar sein. Die silberfarbene Schreibtisch-Freisprecheinrichtung CSS-25 ermöglicht es, das Handy auch im Büroalltag wie ein normales Telefon zu nutzen. Über den eingebauten Lautsprecher und das Mikrofon sind Anrufer und Nutzer klar und deutlich zu verstehen. Diese Art der Kommunikation eignet sich laut Sony Ericsson besonders für Telefon-Besprechungen in kleiner Runde. Für persönliche Telefonate dienen zwei Kopfhörer-Anschlüsse: Einer für portable Freisprecheinrichtungen von Sony Ericsson, der andere für Standard-Headsets mit einem 2,5-Millimeter-Stecker. Die Freisprecheinrichtung CSS-25 paßt bequem in jede Reisetasche und ist praktisch für Meetings, wenn eine Telefonkonferenz mit mehreren Personen angesagt ist. Sie ist auch ohne Netzteil mobil einsetzbar und wird dann einfach über den Handy-Akku mit Strom versorgt. Zusätzlich dient diese Freisprecheinrichtung als Docking-Station, um das Mobiltelefon mit dem PC zu synchronisieren. Die CSS-25 wird voraussichtlich im vierten Quartal verfügbar sein.

## Pos Aktuell

### Herweck bietet erstmals neues Seminar mit AVM an

Unter dem Titel: „Mit AVM sicher und einfach ins Internet“, wird in Zusammenarbeit mit AVM erstmals eine Kombination von Produktübersicht, Schulung und Workshop angeboten. Als deutschlandweit erster Distributor bietet Herweck dieses eintägige Seminar für den Fachhandel an. Referentin und Trainerin ist Barbara Welsch, die seit über zehn Jahren bei AVM arbeitet. Seit dem letzten Jahr ist sie in der Geschäftsstelle Frankfurt und betreut von dort aus den Bereich Presales/Schulungen. Für dieses Seminar bietet Herweck zwei unterschiedliche Termine an: 29.09. und 24.11. Das Seminar dauert von 9 bis 17.00 Uhr. Im Preis von 99 Euro netto sind Mittagessen, Kaffeepausen und Getränke enthalten. Ab sofort können sich Fachhändler über die Herweck-Website unter [www.herweck.de/seminare](http://www.herweck.de/seminare) oder bei Maïke Herold, Telefon 06849/9009-134, E-Mail [mherold@herweck.de](mailto:mherold@herweck.de) anmelden. Für weitere Auskünfte und Informationen steht Herold natürlich ebenfalls zur Verfügung.

### Navigationslösungen neu im Portfolio von Dangaard Telecom

Der Markt der mobilen Navigation erfreut sich steigender Beliebtheit. Dangaard Telecom hat diese Tatsache zum Anlaß genommen, ihr Produktsortiment in diesem Bereich zu erweitern. Ab sofort vertreibt das Unternehmen Navigationslösungen der Hersteller Navigon, Navman, Route 66, Thales/Magellan und Tom Tom. Die Bandbreite der Produkte reicht dabei von der portablen Fahrzeugnavigation über Pocket PC Lösungen bis hin zur Smartphone Navigation. Nur zirka sechs Prozent

der Fahrzeuge sind heute ab Werk mit einem Navigationssystem ausgestattet. Hier zeichnet sich großes Potential für den Fachhandel ab, Umsätze im Nachrüstgeschäft zu generieren. Neben Angeboten und Produktinformationen, die Fachhändler regelmäßig unter [www.dangaard.de](http://www.dangaard.de) abrufen können, lädt das Unternehmen im September zu einem Forum in fünf deutschen Städten ein, in dem kompetente Fachreferenten dem Handel das Thema Navigation näherbringen sollen und der Handel sich über die aktuellen Navigationslösungen informieren kann. Termine und Veranstaltungsorte erfahren Interessenten über die Dangaard Hotline unter: 0651/8245-333.

### Neuer Deutschland Chef bei Siemens Business Services

Ulrich Assmann (48) leitet ab sofort das Geschäft von Siemens Business Services in Deutschland. Er folgt in dieser Funktion Rudi Beinhauer, der die Leitung der



globalen Shared Services beim CIO der Siemens AG übernahm. Assmann ist seit Januar 2003 Mitglied der Geschäftsleitung Deutschland bei Siemens Business Services. Seit dieser Zeit verantwortet er das Lösungsgeschäft im Inland – für das er auch weiterhin zuständig bleibt. Er wurde 1956 in Osnabrück geboren, studierte Maschinenbau und Wirtschaftswissenschaften und

begann seine Laufbahn 1984 bei Siemens in München. Er wirkte verantwortlich mit an der Fusion der Nixdorf Computer AG mit dem IT-Bereich der Siemens AG und leitete im Anschluß daran für die neu gebildete Siemens Nixdorf Informationssysteme AG den Vertrieb in Hamburg.

### O<sub>2</sub> senkt den Preis für den MMS-Versand auf 0,39 Euro

Vertrags- und Prepaid-Kunden von O<sub>2</sub> Germany zahlen ab sofort für den Versand von MMS nur noch einheitlich 39 Cent. Dabei spielt weder die Größe der MMS eine Rolle, noch, in welches Netz diese verschickt wird. Durch den neuen MMS-Preis wird die Nutzung somit um bis zu 90 Cent günstiger. Der Preis von 39 Cent pro MMS gilt für alle O<sub>2</sub> Kunden, die Bildnachrichten ins O<sub>2</sub> Netz und alle anderen deutschen Mobilfunknetze sowie an E-Mail-Adressen schicken. Der MMS-Empfang ist gebührenfrei. Die Preissenkung ist vorerst bis 31. Dezember 2004 befristet. „Mit einem einheitlichen Preis von 39 Cent pro MMS entsprechen wir dem Wunsch unserer Kunden, einen einfachen und klar kalkulierbaren Tarif anzubieten. Somit können wir das Verschicken von Fotos und Bildnachrichten noch attraktiver machen“, so Gerhard Mayrhofer, Mitglied der Geschäftsleitung Marketing und Sales bei O<sub>2</sub>.

### Talkline bietet Kunden jeden Monat rabattierte Produkte

Ab sofort bietet der Mobilfunk Service Provider Talkline seinen Kunden jeden Monat Rabatte an. Zum Start der Aktion „Prepaid-Handy des Monats“ präsentierten die Elmshorner ein um 37 Prozent kostenreduziertes Prepaid-Paket inklusive 15 Euro Startguthaben: Bis zum 31. August gibt es das Motorola C450 für 49,95 Euro. Weitere Aktionen sollen bis zum Jahresende folgen.

### O<sub>2</sub> sucht einen Fahrer für die Mini Challenge in Ochersleben

O<sub>2</sub> ist mit einem eigenen O<sub>2</sub> Racing Mini aus dem „Team O<sub>2</sub> can race“ bei der neuen Rennserie Mini Challenge vertreten. Jetzt sucht das Unternehmen einen Fahrer für die Mini Challenge im Motopark Oschersleben, die vom 16. bis 19. September im Rahmen der ETCC (European Touring Car Championship) stattfinden wird. Mitmachen können alle über 21 Jahre, die Talent zum Fahren haben und seit mindestens zwei Jahren im Besitz einer gültigen Fahrerlaubnis der Klasse 3 sind. Ein bißchen Zeit müssen die Interessenten mitbringen, bevor der Sieger im O<sub>2</sub> Mini unter anderem gegen Dirk Bachmaier von ProSieben antreten wird: Aus allen Bewerbungen werden sechs Teilnehmer für ein Training im Mini Fahrertrainingcenter Flughafen München ausgewählt. Die beiden Sieger aus diesem ersten Training müssen am 31. August und 1. September auf der Rennstrecke in Oschersleben die Fahrerlizenz erwerben. Der beste O<sub>2</sub> Amateurrennfahrer hat am Rennwochenende die Chance, den O<sub>2</sub> Mini zum Sieg zu fahren. Die Mini Challenge wurde Anfang Juni etabliert und findet im Rahmenprogramm anderer Rennserien, wie zum Beispiel der Formel 1 oder der DTM, statt.

### VATM fordert mehr Wettbewerb für die „letzte Meile“

Die ersten Anfänge der Internet-Telefonie waren eher desillusionierend: Zwei Menschen, die sich vorher übers „normale“ Telefon zu diesem Meeting verabreden mußten, saßen, ausgerüstet mit Headset und Mikrofon, vor ihrem PC und versuchten, miteinander ins Gespräch zu kommen. Heute, nur wenige Jahre, aber einige Entwicklungsstufen der Internet-Technologie später, hat sich die Sprachtelefonie übers Internet (Voice over Internet Protocol – VoIP) qualitativ um Größenordnungen verbessert und funktioniert fast so problemlos wie Anrufe über die traditionellen Übertragungswege.

„Für Privat- und Geschäftskunden haben die neuen Anwendungen über IT auf Anhieb ein einleuchtendes Argument auf der Hand: die Gesprächskosten. Sie betragen unter Umständen nur Bruchteile der Gebühren in vermittelten Netzen – zumindest dann, wenn das Gegenüber ebenfalls die Internet-Telefonie nutzt“, erklärte Jürgen Grützner, Geschäftsführer des VATM (Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten). „Gerade für Nutzer mit Flatrate-Tarifen gewinnt das Telefonieren über das Internet an Attraktivität.“ Aber auch nutzungsabhängige Tarife sind für den Kunden günstig. Sie liegen derzeit ungefähr auf dem Niveau der günstigsten Call-by-Call-Tarife. Beste Voraussetzung und treibende Kraft für

die zunehmende Verbreitung von Internet-telefonie ist vor allem die in den USA und Europa schnell wachsende Zahl von Breitbandzugängen über DSL. Denn nur DSL-Verbindungen (oder entsprechende Kabelnetze) sind in der Lage, die bei IP-basierten Sprachdiensten anfallenden großen Datenmengen in ausreichend hoher Geschwindigkeit zu transportieren, um eine der herkömmlichen Telefonleitung vergleichbare Sprachqualität zu garantieren.

Um die in Deutschland weiterhin fehlenden Wachstumsimpulse im Breitband freizusetzen, müßten jetzt die Weichen für eine echte Wettbewerbspolitik im breitbandigen Internetmarkt gestellt werden, hieß es. Zwar sei als erster Schritt der Wiederverkauf von DSL-Anschlüssen der Deutschen Telekom AG positiv. Wenn alle Vorleistungsprodukte allerdings auf der bestehenden Infrastruktur der Telekom aufsetzten, sei ein dauerhafter Innovationswettbewerb nicht möglich.

„Der Zugang zur ‚letzten Meile‘ im Breitbandmarkt muß endlich geöffnet werden, und die notwendigen Schritte für ein nachfragegerechtes Angebot auf der Basis von Bitstream Access sind unverzüglich vorzunehmen“, forderte Grützner. „Wettbewerb muß auf allen Wertschöpfungsstufen zu fairen Konditionen möglich sein.“

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 Tagefolge der photokina:**

**Dienstag bis Sonntag.**

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1, 50679 Köln  
Telefon +49 221 821-2306  
Telefax +49 221 821-3541  
[photokina@koelnmesse.de](mailto:photokina@koelnmesse.de)

# Fotos gelangen in hoher Qualität ins Labor

## T-Com Kunden verschicken MMS bis 500 KB im Festnetz

Ab sofort können T-Com Kunden digitale Fotos, animierte Grafiken, Texte, Musik- und Sprachnachrichten oder Klingeltöne auch über das Festnetz verschicken und empfangen. Die Bild-Botschaften erreichen die Empfänger nicht nur auf digitalem Weg, sie können auch als Postkarte zugestellt werden. Der neue T-Com Dienst erlaubt unabhängig von einem PC und einem Internetanschluß die Übertragung von MMS-Nachrichten mit einem Datenvolumen von bis zu 500 Kilobyte. Mit dieser Datenmenge können beispielsweise Fotos als JPEG-Dateien in hoher Qualität zum Printen an ein Großlabor oder einen Fotohändler geschickt werden.

„Möglich wird diese Datenmenge durch die größere Bandbreite im Festnetz“, erläuterte Robert Wendels, Leiter Endgeräte bei T-Com, im Gespräch mit PoS-MAIL. Von welchem Medium aus der Versand der MMS-Nachrichten geschieht, ist unerheblich. Besonders einfach funktioniert der Versand laut Wendels mit den MMS-Schnurlostelefonen aus dem T-Com Portfolio, aber auch das Verschicken der Multimedia-Nachricht vom PC aus ist möglich. Dazu stellt T-Com eine spezielle Software zum Herunterladen im Internet bereit. Auch für den Empfang von MMS ist kein MMS-fähiges Endgerät nötig: In diesem Fall erhalten die Empfänger eine SMS mit der Angabe der Internet-Adresse [www.t-com.de/mms](http://www.t-com.de/mms) zum Abholen und Anschauen

der Nachricht, die dort drei Tage lang hinterlegt ist.

„Idealerweise sollte der Empfänger aber ein MMS-fähiges Telefon besitzen“, so Wendels, „denn dann kann er die Nachricht mit einem



Robert Wendels

entsprechenden Zubehörprodukt auch anderweitig verwenden, als sie nur auf dem Display des Telefons zu betrachten.“ So könnten per MMS übersandte Fotos bei-



Zum Aufbau eines Funknetzwerkes mit breitbandigem Internet-Zugang stellt T-Com verschiedene Endgeräte für unterschiedliche Bedürfnisse bereit.

spielsweise mit einer ISDN-Telefonanlage und einem Bluetooth-Dongle auch drahtlos auf dem Fernsehgerät dargestellt werden. Wendels: „Auf diese Weise können mehrere Personen gleichzeitig Freude beim Betrachten des Bildes haben, zum Beispiel dann, wenn Freunde oder Verwandte eine MMS als Urlaubsgruß schicken.“ Da das Bluetooth-Dongle auch mit anderen bluetooth-fähigen Geräten zusammenarbeitet, ergeben sich für den Nutzer weitere Anwendungsmöglichkeiten: Er kann beispielsweise von seinem Bluetooth-Notebook oder -PC aus eine „Diashow“ seiner Urlaubs- oder sonstigen Fotos starten, die sich mit deutlich weniger Aufwand realisieren läßt, als dies früher mit Diaprojektor und Leinwand üblich war.

### Fotos nur ein Teilaspekt

„Aber Fotos sind beim Thema MMS im Festnetz zwar eine wichtige Möglichkeit, doch sie stellen insgesamt nur einen Teilaspekt dar“, betonte Wendels. Denn abgesehen davon, daß per MMS jeder beliebige, bis zu 500 KB große Anhang verschickt werden könne, also unter anderem auch Musik-Files oder Grafiken, ergibt sich über die MMS-Push-Dienste eine vollkommen neue Anwendungsmöglichkeit für die Festnetztelefonie – die dem Handel gleichzeitig neue Argumente für den Verkauf hochwertiger Endgeräte liefert.

„T-Com entwickelt derzeit ein MMS-Portal für das Festnetz, über das der Kunde später die unterschiedlichsten Dienste nutzen können soll“, erläuterte Wendels.

Vergleichbar werde dieses Portal mit dem Angebot sein, das beispielsweise das T-Schwesterunternehmen T-Mobile bereits etabliert habe. Über das Portal sollen verschiedene Dienstleistungen angeboten werden, die der Kunde abonnieren könne. Im Rahmen dieses Abonnements erhalte er dann automatisch Nachrichten zugestellt. Denkbar sind hier regelmäßige Services über längere Zeiträume, beispielsweise Nachrichten oder Informationen über den Lieblings-Bundesligaverein, ebenso wie Abonnements zu bestimmten, zeitlich begrenzten Ereignissen, wie sie zum Beispiel die Olympischen Spiele oder auch das Champions League Finale darstellen können.

### Breitband-Entertainment

Einen weiteren Schritt Richtung Datengeschäft geht T-Com mit dem T-Sinus 154 media, der per WLAN-Technologie drahtlos die Entertainment-Geräte miteinander verbindet, die die meisten Haushalte ohnehin schon besitzen, also beispielsweise Fernsehgerät und PC, die im häuslichen Bereich oft räumlich getrennt sind. Mit dem T-Sinus 154 media und der Media Server Software kann der Nutzer beispielsweise ein Video, das er zuvor aus dem Internet auf seinen Rechner geladen hat, problemlos auf einem Fernsehgerät ansehen. Ebenso problemlos kann Internetradio in MP3-Qualität per T-DSL live auf die Musikanlage übertragen werden.

In der MediaServer Software – vergleichbar mit dem Windows Explorer – können Audio-, Video-

oder Picture-Media-Files und Verknüpfungen zu Internetradiostationen abgelegt werden. „Diese Software braucht der Nutzer nur auf einem im Netzwerk integrierten stationären PC oder Notebook zu installieren“, so Wendels.

T-Com präsentiert die beschriebenen Funktionalitäten in einem Media Receiver, der auch noch mit weiteren Funktionalitäten ausgestattet werden kann. So sind etwa die Integration eines TV-Empfängers und/oder eines Web-Browsers denkbar. „Es ist uns wichtig, die Geräte zu einem Preis anzubieten, der sie massenmarktfähig macht“, betonte Wendels. „Denn nur so können sich die neuen multimedialen Möglichkeiten beim Verbraucher durchsetzen.“ *Herbert Päge*

### T-Com senkt Preise für SMS im Festnetz

Um den Anreiz für den SMS-Versand über das Festnetz weiter zu vergrößern, hat T-Com die Preise bei diesem Nachrichtendienst in einer Sonderaktion bis zum Jahresende gesenkt. Darüber hinaus erhalten alle Erst-anmelder bei SMS im Festnetz bis einschließlich 31. Oktober kostenfrei 50 SMS zum Ausprobieren bis maximal 31. Dezember. Im Aktionszeitraum kosten:

- SMS zu Telefonanschlüssen und ISDN-Anschlüssen im Inland sowie als E-Mail sechs Cent je SMS (statt 7,7).
- SMS zu Mobilfunkanschlüssen im Inland 9,9 Cent je SMS (statt 19).
- SMS als Fax im Inland 19 Cent je Nachricht (statt 20) – dauerhafte Angleichung.
- SMS-Multimessage sechs Cent je Multimessage (statt 7,7) zuzüglich der Kosten je Nachricht aus der Empfängerliste.

SMS erreichen aus dem Festnetz der T-Com jeden Festnetzanschluß, alle nationalen und viele internationale Mobilnetze sowie E-Mail Adressen. Für den Versand und Empfang von SMS via Festnetz bietet T-Com eine breite Auswahl von Endgeräten. Für den Versand von SMS im Festnetz auch ohne SMS-fähiges Endgerät stellt das Unternehmen T-ISDN Kunden kostenlos eine neue SMS-Software unter [www.t-com.de/sms](http://www.t-com.de/sms) zum Download zur Verfügung. Damit können SMS mit dem PC erstellt und via T-ISDN versendet werden. Zusätzlich besteht für registrierte Nutzer des persönlichen Internetzugangs „Meine T-Com“ die Möglichkeit, SMS direkt online zu verschicken.

### Neues T-Sinus Festnetztelefon mit Farbdisplay

Das T-Sinus 711 Komfort color erweitert ab sofort die T-Com Produktfamilie komplett ausgestatteter Endgeräte für analoge Anschlüsse. Das schnurlose Telefon in aktuellem Design verfügt über ein fünfzeiliges beleuchtetes graphisches Farbdisplay mit 4.096 Farben. Über die iconbasierte Menüführung lassen



Telekommunikationsanlage bietet T-Com Komplettssets, bestehend aus Mobilteil und passender Ladeschale, an: so die Sets T-Sinus

701K color Pack, T-Sinus 701M color Pack und T-Sinus 701S Pack. Bei T-Sinus 711 Komfort color stehen ein eingebautes Telefonbuch für bis zu 200 Einträge von Rufnummern und

sich die Telefonfunktionen nach T-Com Angaben intuitiv und ohne Bedienungsanleitung anhand graphischer Symbole aufrufen und nutzen. Zusätzlich ist das Modell T-Sinus 711A Komfort mit integriertem Anrufbeantworter erhältlich, der eine Speicherkapazität von zirka fünfzehn Minuten besitzt und direkt über die Basisstation bedient werden kann. Für den Ausbau des Schnurlostelefon zu einer kleinen

Namen, eine Freisprechmöglichkeit im Mobilteil und die Option, SMS und E-Mail als SMS versenden zu können, zur Verfügung. Die Anruferliste zeigt bis zu zehn eingegangene Anrufe in Abwesenheit an. An die Basisstation können bis zu sechs Mobilteile angeschlossen werden. Bei mehr als zwei angeschlossenen Mobilteilen kann das Schnurlos-Telefon auch als Babyphon genutzt werden.

# Komplettanbieter bei automobilener Telekommunikation Nokias Lösungen für jeden Bedarf

„Millionen Menschen nutzen Mobiltelefone und wollen den Vorteil mobiler Kommunikation auch im Fahrzeug genießen: entweder durch Nutzung des bereits vorhandenen Handys im Fahrzeug oder mit Hilfe eines fest im Fahrzeug installierten Autotelefon. Beide Produktkonzepte bieten dem Nutzer unterschiedliche Vorteile und werden daher von Nokia Smart Traffic Products im Portfolio angeboten und weiterentwickelt“, stellte Torsten Gabriel, Senior Key Account Manager Nokia Smart Traffic Products, im Rahmen eines Fachgesprächs in Düsseldorf fest.



Die Bedienung des Nokia 6120 erfolgt über das Navi-Wheel und vier Funktionstasten.

Als Komplettanbieter für „Automobile Telekommunikation“ richtet sich Nokia Smart Traffic Products mit seinen Produkten an zwei Hauptzielgruppen, ergänzte Uwe Schmitz, Senior Product Manager Nokia Smart Traffic Products. „Zum einen mit maßgeschneiderten Lösungen direkt an die Automobilhersteller als sogenannte Original Equipment Manufacturer (OEM), zum anderen an die Nutzer, die sich nach dem Kauf des Fahrzeugs für eine Nachrüstlösung interessieren.“ Dabei habe sich das Unternehmen im sogenannten „After Market Segment“ mit Einbausystemen für vorhandene Mobiltelefone (Freisprechanlagen) und mit festinstallierten Autotelefonen als Nachrüstgeräte auf die individuellen Anforderungen und Bedürfnisse der Nutzer eingestellt. Für den Verbraucher entwickelte Nokia unterschiedliche Freisprechlösungen, die als Nachrüstsätze erhältlich sind. Diese Kfz-Einbausätze, die es für fast alle aktuell verfügbaren Nokia Mobiltelefone gibt, bieten für ganz unterschiedliche Bedürfnisse die entsprechenden technischen Lösungen an:

- Der Car-126-Einbausatz ist eine Profi-Kfz-Ausstattung für das Nokia 6100, 7210 und 7250, die

das Freisprechen ermöglicht. Gemeinsam mit einem separat erhältlichen Gerätehalter und einem Antennenkoppler bleibt das Handy immer an Ort und Stelle, und der Nutzer kann einen noch besseren Empfang genießen.

- In Verbindung mit dem Nokia Profi-Kfz-Einbausatz CK-7W kann der Nutzer mit zahlreichen Mobiltelefonen im Auto kommunizieren, ohne beim Wechsel seines Mobiltelefons einen neuen Kfz-Einbausatz installieren zu müssen. Der Nokia Profi-Kfz-Einbausatz ist die erste Freisprecheinrichtung von Nokia, die zwei Verbindungsmethoden kombiniert – kabellos über



Die Nokia Freisprecheinrichtung BHF-3 wird an der Kopfstütze befestigt.

Bluetooth-Funktechnik und kabelgebunden über Gerätehalter für Mobiltelefone mit Nokia Pop-Port-Schnittstelle. In beiden Fällen lassen sich alle wesentlichen Telefonfunktionen wie das Annehmen oder Beenden von Anrufen, Wahlwiederholung oder die Lautstärkeregelung über die Fernbedienungstaste nutzen. Ebenso unterstützt die Freisprecheinrichtung Sprachwahl, sofern dies im Handy gespeichert wurde.

- Die Nokia Kopfstützen-Freisprecheinrichtung BHF-3 ist für bestimmte Nokia Mobiltelefone mit Pop-Port-Schnittstelle gedacht. Diese Basis-Freisprecheinrichtung kann an der Kopfstütze einer der Vordersitze im Fahrzeug befestigt werden. Die Nokia BHF-3 bietet direkt integriert Mikrofon und Lautsprecher. Sie läßt sich ganz einfach abnehmen. Die Stromversorgung sowohl der Freisprecheinrichtung als auch des kompatiblen Nokia Mobiltelefons erfolgt über das im Lieferumfang der Freisprecheinrichtung enthaltene Nokia Zigarettenanzünder-Ladekabel DC-2.

- Mit dem nachträglich einzubauenden Autotelefon Nokia 810 ist die Sprach- und Datenkommunikation im Fahrzeug jetzt noch komfortabler. Die Bedienung erfolgt über das Navi-Wheel und vier weitere Funktionstasten. Dies bietet unterwegs einfachen Zugriff auf die einzelnen Telefon-Funktionen. Damit lassen sich Anwendungen mit nur einem Tastendruck auswählen und ebenso intuitiv bedienen. Während der Fahrt sorgt die sehr gute Audioqualität im Freisprechbetrieb für störungsfreie Kommunikation. Auf dem separaten Display mit großer Anzeige sind Texte schnell und leicht lesbar. Es kann flexibel im Armaturenbereich positioniert werden und verfügt über eine automatische Hintergrundbeleuchtung, die sich auf Tag- oder Nachtbetrieb einstellen läßt. Zugriff auf Highspeed-Datenübertragung in HSCSD- und GPRS-Netzen gewährt das Nokia 810 externen Datengerä-



Mit dem nachträglich einzubauenden Autotelefon Nokia 810 gestaltet sich die Sprach- und Datenkommunikation im Fahrzeug noch komfortabler.

ten wie PDAs oder Notebooks über die RS232-Schnittstelle und per drahtloser Bluetooth-Übertragung. Dank Bluetooth-Technik und Spracherkennungsfunktionen können die Benutzer ihre Telefonbucheinträge einfach per Sprachbefehl von einem kompatiblen Mobiltelefon mit Bluetooth-Technik auf das Nokia 810 übertragen. Für private Anrufe ermöglicht das Nokia 810 ein kabelloses Umschalten von Automikrofon und Autolautsprecheraufkompatibles Bluetooth-Headset. Das aktuellste Autotele-



Beim Nokia Profi-Kfz-Einbausatz CK-7W lassen sich alle wesentlichen Telefonfunktionen über die Fernbedienungstaste nutzen.

fon unterstützt die individuellen Profile von zwei verschiedenen Benutzern.

- Beim Einsatz eines Nokia 610 profitieren Nutzer zweifach: einerseits von den professionellen Telefonfunktionen eines festinstallierten Autotelefon und andererseits von den Vorteilen der Nutzung des persönlichen Mobiltelefons im Auto. Denn mit dem im Oktober 2003 vorgestellten Bluetooth SIM Access Profile greift das Nokia 610 Car Kit Telefon kabellos auf die SIM-Karten-Informationen eines kompatiblen Mobiltelefons zu und bucht sich mit dieser SIM-Karte automatisch im GSM-Netz ein, sobald die Zündung des Autos eingeschaltet wird. Bei Verlassen des Fahrzeugs wird die Bluetooth

SIM Access Profile Verbindung zum Nokia 610 wieder unterbrochen, und das kompatible Handy bucht sich wieder mit der eigenen SIM-Karte in das GSM-Netz ein. Die Bedienung des Nokia 610 ist über das Navi-Wheel sowie vier weitere Funktionstasten intuitiv und über das separate Display gut lesbar nachzuvollziehen. Damit lassen sich Anwendungen wie Sprachwahl oder Sprachaufzeichnung während eines Telefonats mit nur einem Tastendruck auswählen und ebenso komfortabel nutzen. Zusätzlich können zum Beispiel per einfachem Sprachbefehl alle Telefonbucheinträge des kompatiblen Handys kabellos über Bluetooth-Technik zum Nokia 610 übertragen werden. *Herbert Päge*

## Nokia 610 erhält Design-Auszeichnung

Bei der Verleihung des red dot award product design 2004 ist der Nokia 610 Profi-Funk-Kfz-Einbausatz in der Kategorie „Hohe Designqualität/Kommunikation“ ausgezeichnet worden. „Wir freuen uns, mit dem Nokia 610 eine Kommunikationslösung gefunden zu haben, deren Bediener-Interface optimal an die automobilen Umgebung angepaßt ist. Sie macht das Telefonieren im Fahrzeug nicht nur komfortabler, sondern ist auch ein Beispiel für ansprechendes Design“, meinte Waldemar Sakalus, Director Nokia Smart Traffic Products, im Rahmen der Preisverleihung im Essener Aalto-Theater. „Der red dot design award ist für uns der Beweis, daß wir auch mit dem Design unserer Produkte im Bereich der automobilen Kommunikation auf dem neuesten Stand sind.“ Eine 24köpfige Expertenjury aus acht Ländern vergab in diesem Jahr den red dot award in elf Kategorien. Zu den Beurteilungskriterien gehörten unter anderem Innovationsgrad, Funktionalität und die formale Qualität der Produkte.

# Siemens baut das High-End-Segment bei Handys aus SK65 mit BlackBerry-Funktionalität

**Die Mobiltelefonsparte von Siemens baut das Angebot im High-End-Segment deutlich aus. Eine Schlüsselrolle soll dabei das neue SK65 spielen, ein Kommunikationsgerät für anspruchsvolle Business-Nutzer. Herausragendes Kennzeichen des SK65 ist die BlackBerry Built-In-Funktionalität, die vollen E-Mail-Komfort aufs Handy bringt. „Die Einführung unseres ersten BlackBerry-Handys ist mehr als eine Ergänzung unseres Portfolios. Tatsächlich bedeutet das den Sprung in eine neue Liga, die Kategorie der wirklich intelligenten Geräte, die den komfortablen Zugriff auf E-Mails wie beim PC mit klassischer Mobilkommunikation verbinden“, sagte Lothar Pauly, Vorstandsvorsitzender des neuen Bereichs Communications, der am 1. Oktober an den Start geht.**

Das SK65 besitzt eine innovative und funktionale x2type-Tastatur (cross-to-type): Dreht man die Rückseite des Handys um 90 Grad, kommt eine vollwertige Tastatur zum Vorschein, mit der sich bequem Texte schreiben lassen. Werden die 37 zusätzlichen Tasten nicht mehr gebraucht, läßt man sie mit einem Dreh wieder verschwinden.

Mit dem integrierten BlackBerry Built-In E-Mail-Push-Verfahren bietet das SK65 eine komfortable E-Mail-Lösung für Handys. Nachrichten, die an die E-Mail-Adresse des Anwenders geschickt werden, erscheinen automatisch auf dem Handydisplay und können sofort gelesen und beantwortet werden. Wegen des ständigen Datenaustauschs sind elektronischer Posteingang und Kalender immer aktuell. Das SK65 gibt es in verschiedenen Funktionsvarianten: von der Standard-Version, die einen einfachen manuellen Transport der Nachrichten von einem bestehenden E-Mail-Konto zum SK65 erlaubt, bis zu Varianten, die BlackBerry Built-In nutzen, wobei E-Mails automatisch an das Handy geleitet werden.

Es kann ausgewählt werden zwischen BlackBerry Web Client (ideal für E-Mail-Systeme in kleinen und Home Offices) oder BlackBerry Enterprise Server. Diese Lösung ist geeignet für größere Unternehmen und bietet über die Firewall Zugriff auf den Unternehmens-Server.

Das Triband-Gerät SK65 hat darüber hinaus alle Ausstattungsmerkmale, die man von einem hochwertigen Business-Handy erwarten darf: Ein 64 Megabyte Speicher (davon bis zu 30 Megabyte für

eigene Daten) gehört ebenso dazu wie ein großes Display mit 64.000 Farben, der Funkstandard Bluetooth, die Bereitschaftszeit von 250 Stunden und die Gesprächsdauer von 300 Minuten sowie eine eingebaute Wörterbuch-Übersetzungshilfe. Weiterhin bietet das Gerät aktuelle Handyspiele und die Push-to-Talk-over-Cellular-Funktion (PoC). PoC ermöglicht, eine Sprachnachricht per Knopfdruck an eine Gruppe von Empfängern gleichzeitig zu verschicken. Wie bei einem Walkie-Talkie kommt die Stimme des Anrufers dann aus dem Lautsprecher oder dem Headset des Telefons.

Original-Siemens-Zubehör für das SK65 gibt dem Handel die Chance, zusätzlichen Umsatz zu erzielen: Neben einer Reihe Headsets gibt es verschiedene Ladegeräte, eine SyncStation, Datenkabel, Ersatzakkus und eine Ledertasche. Hochwertige Freisprechlösungen zum festen oder flexiblen Einbau machen das Telefonieren im Auto komfortabel, sicher und gesetzeskonform.

Das SK65 ist ab November 2004 in Deutschland erhältlich.

Lothar Pauly nahm die Gelegenheit der Einführung des neuen High-End-Handys wahr, um bei einer Pressekonferenz in London zu erläutern, warum die neue Einheit aus Festnetz und Mobilfunk vom Trend zum Zusammenwachsen der bislang getrennten Netz- und Zugangstechnologien seiner Meinung nach besonders profitieren wird. „Die stetig wachsende Nachfrage nach übergreifenden Kommunikationslösungen wird den Bedarf an Telefonen, die eine breite Palette an Office-Funktionen mit einem komfortablen E-Mail-Zugriff verbinden, deutlich erhöhen“, so Pauly. „Wir rechnen da-

mit, daß dieses Marktsegment in den kommenden Monaten kräftig wachsen und im Jahr 2006 bereits 20 Prozent des Handy-Marktes



Lothar Pauly

ausmachen wird. Unser neues SK65, das dem Nutzer Anwendungen mit hohem Bedienkomfort ermöglicht, sichert uns eine gute Ausgangsposition, um dieses Potential auszuschöpfen.“ Siemens

Communications habe beste Voraussetzungen, vom Trend zur Konvergenz zu profitieren, der die Kommunikation für den Nutzer einfacher und komfortabler mache, betonte Pauly. „Denn wir werden unsere Festnetzlösungen und unsere Mobilfunkkompetenz für Netzbetreiber und Unternehmen zusammenführen. Siemens Communications wird verstärkt an übergreifenden Lösungen arbeiten, die alle Arten von Kommunikation, sei es mit PC, PDA, einem Handy oder einem Funkmodul, nahtlos zusammenarbeiten lassen, als handle es sich um ein gemeinsames Netz der Netze.“

Zusammen mit dem SK65 will Siemens in der zweiten Hälfte 2004 insgesamt vier Handys im Oberklasse-Segment auf den Markt bringen, auf diese Weise seine Position im High-End-Bereich ausbauen und das breite Portfolio

im Einsteiger- und Mittelklassesegment weiter abrunden. Zwei High-End-Handys, das kompakte Business-Handy S65 in edler Chrom-Optik und das SL65, Nachfolgemodell des SL55, das mit einem Schiebemechanismus Design-Standards gesetzt hat, wurden der Öffentlichkeit bereits vorgestellt. Ein weiteres Gerät für das High-End-Segment hat Siemens für September angekündigt.

Mit Beginn des nächsten Geschäftsjahres Anfang Oktober wird Siemens nach eigener Aussage der einzige Tk-Ausrüster sein, der seinen Kunden für die Konvergenz von Fest- und Mobilfunknetz ein Produktangebot machen kann, das von den Geräten über die Infrastruktur alle Segmente abdeckt. Zudem wird der Bereich auch weiterhin Produkte und Lösungen für getrennte reine Fest- und Mobilfunknetze anbieten. H. Päge



## Neue Gigaset-Modelle

Schnurloses Telefonieren soll mit den neuen Gigaset-Modellen C340 und C345 von Siemens mobile noch angenehmer werden. Formschönes und ergonomisches Design, warme, modische Farben, ein übersichtliches Bedienkonzept und ein günstiger Preis machen die neuen Gigasets nach Aussage des Herstellers zum idealen Telefon für die ganze Familie. Zur komfortablen Ausstattung gehören neben einem beleuchteten Grafikdisplay auch polyphone Klingeltöne, ein großes Telefonbuch und Freisprechen in Voll-Duplex-Qualität. SMS können mit bis zu 640 Zeichen Länge versendet werden.

Das Gigaset C345 hat zusätzlich einen Anrufbeantworter eingebaut. Schließt man den PC-Adapter Gigaset M34 USB an den heimischen PC an, kann mit den Gigaset-Varianten C340/345 auch kostengünstig per Voice over IP telefoniert werden. Die rund 125 Gramm schweren Mobilteile liegen dank des neuen, keilförmigen Designs angenehm in der Hand. Sie sind in den Gehäusefarben Graphit, Rubinrot und Sandbeige zu haben. Eine klar gegliederte Tastatur und übersichtliche Menüs, die sich für

deutsch, englisch und türkisch einstellen lassen, sorgen für eine sehr leichte Handhabung.

Klingelt der Apparat, zeigt das vierzeilige, beleuchtete Grafikdisplay die Telefonnummer des Anrufers (CLIP-Funktion). Ist der Teilnehmer im Gigaset-Telefonbuch eingetragen, sieht man seinen Namen. Das Telefonbuch bietet Platz für bis zu 100 Einträge, denen jeweils eine eigene Anrufmelodie zugewiesen werden kann. Fünf polyphone Klingeltöne sowie zehn

Standardmelodien stehen dafür zur Auswahl. Bewegungsfreiheit und hohe Sprachqualität garantiert die integrierte Freisprechfunktion in Voll-Duplex-Qualität. Die Freisprechtaste ist beleuchtet und blinkt bei eingehenden Anrufen. Maximal 30 Textnachrichten lassen sich in der Basisstation speichern. Für Sprachnachrichten hat das Gigaset C345 zusätzlich einen digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 25 Minuten Aufnahmezeit eingebaut. Die Bedienung erfolgt über die Gigaset-Basis, das Mobilteil oder bei der Fernabfrage mit Sprachkommandos. Zusätzlichen Komfort soll ein rückwärts zählender Timer bieten. Bis zu sechs Mobilteile lassen sich an die Gigaset 340/345 anschließen. Beim Einsatz mehrerer Mobilteile können Gespräche zu anderen Handapparaten weitergeleitet oder Dreierkonferenzen mit einem externen Teilnehmer geführt werden. Ebenso lassen sich die Telefonverzeichnisse zwischen den Mobilteilen austauschen, oder es kann für ankommende Anrufe ein interner Sammelruf programmiert werden. In Verbindung mit dem Gigaset M34 USB, einem PCAdapter, ist auch Voice-over-IP-Telefonie möglich. Der DECT-Adapter wird einfach an den PC gesteckt und stellt die Verbindung vom Gigaset

C340 über den PC per DSL ins Internet her. Die unverbindlichen Preisempfehlungen: Gigaset C340: 89,95 Euro; Gigaset C345: 119,95 Euro. Weitere passende Mobilteile unter dem Produktnamen Gigaset C34: 79,95 Euro.



Standardmelodien stehen dafür zur Auswahl. Bewegungsfreiheit und hohe Sprachqualität garantiert die integrierte Freisprechfunktion in Voll-Duplex-Qualität. Die Freisprechtaste ist beleuchtet und blinkt bei eingehenden Anrufen. Maximal 30 Textnachrichten lassen sich in der Basisstation spei-

Standardmelodien stehen dafür zur Auswahl. Bewegungsfreiheit und hohe Sprachqualität garantiert die integrierte Freisprechfunktion in Voll-Duplex-Qualität. Die Freisprechtaste ist beleuchtet und blinkt bei eingehenden Anrufen. Maximal 30 Textnachrichten lassen sich in der Basisstation spei-

**POS Neuheiten**

**Neuer Bluetooth-Adapter von Funkwerk Dabendorf**

Nach Einführung der Bluetooth-Freisprechanlage Audio blue hat Funkwerk Dabendorf einen neuen Bluetooth-Adapter für das Erfolgsmodell Audio 2000 vorgestellt. Das neue System besteht im Fahrzeuginnenraum aus einem Bedienteil mit Display, das auf die Grundplatte der universellen Freisprechanlage gesteckt wird. Alle schon am Markt bestehenden Systeme der Audio 2000 können mit diesem Bluetooth-Adapter nachgerüstet werden. Der Adapter funktioniert mit den meisten Bluetooth-Mobiltelefonen und ist damit auch für die Nutzung durch mehrere Personen geeignet. Das ist unter anderem für Dienst- und Flottenfahrzeuge von Bedeutung, da keine Veränderung am bestehenden Audio 2000 System durchgeführt werden muß. Dadurch entstehen keine zusätzlichen Installationskosten. Die Halteschalen (Cradles) der Audio 2000 können weiterhin alternativ zum Bluetooth-Adapter genutzt werden. Der Bluetooth-Adapter baut nach Einschalten der Zündung automatisch eine Verbindung zum Mobiltelefon auf. Bis zu vier ver-

schiedene Mobiltelefone können gleichzeitig gekoppelt werden. Das vollgrafische Display zeigt wichtige Informationen wie Name des Anrufers, Rufnummer oder Verbindungsstatus an. Darüber hin-



aus können Telefonbucheinträge vom Mobiltelefon auf dem Display angezeigt werden. Die Wahl der Namen und Nummern erfolgt per Menüsteuerung. Der neue Bluetooth-Adapter für die Audio 2000 ist ab September erhältlich.

**Canon Tintenstrahl-Faxe im Einsteigersegment**

Canon hat mit dem Fax-B820 und dem Fax-B840 zwei Tintenstrahl-Normalpapierfaxe zum günstigen Preis vorgestellt. Im Metallic-Design und mit kompakten Abmessungen besitzen die Neuen eine Vielzahl praktischer Features. Die auf der Grundlage bewährter

Canon Tintenstrahl-Druck-Technologie entwickelten neuen Faxsysteme bieten nach Angaben des Herstellers eine hohe Wiedergabequalität mit 64 Graustufen. Neben einem Rufnummernspeicher für bis zu 79 Gegenstellen gibt es eine komfortable Sprachwahl für den automatischen Versand von Faxen. UCanTalk heißt die Technologie, bei der die wichtigsten Empfänger programmiert werden, um anschließend ein Fax durch Nennung des Namens und einmaligen Tastendruck zu versenden. Beide Faxsysteme lassen sich darüber hinaus zusätzlich als Telefon einsetzen. Die Anruferidentifizierung zeigt die Rufnummer eines Anrufers vorab im Display und ermöglichtes dem



Anwender, nach einem verpaßten Telefonat den Teilnehmer zurückzurufen – die letzten 20 Anrufe werden im Speicher hinterlegt. Das Fax-B820 stellt damit eine Komplettlösung aus Fax, Telefon und

**Fritz!Box Fon für die Internet-Telefonie**

Zum Telefonieren über das Internet (Voice over IP) können ab sofort vorhandene analoge Telefone verwendet werden. Dazu werden die Telefone an die neue Fritz!Box Fon von AVM angeschlossen. Fritz!Box Fon ist eine komplette Tk-Anlage auf Basis eines DSL-Modems. Die Anschaffung neuer Telefonie-Hardware ist nicht erforderlich. Die Box verfügt über ein integriertes Bandbreitenmanagement (Traffic Shaping) und sichert so eine hohe Sprachqualität bei der Internet-Telefonie. Während des Telefonierens muß kein Computer eingeschaltet sein. Als DSL-Modem/DSL-Router verbindet die Box über Ethernet und USB PCs, Notebooks oder ein kleines Hausnetz mit dem DSL-Anschluß. Eine Firewall, individuelle Portfreigabe



und IP-Masquerading bieten hohe Sicherheit beim Surfen. Die Fritz!Box Fon wird zunächst nur über Provider angeboten, die auch eine Voice over IP-Infrastruktur anbieten.

Kopierer dar, die beim Fax-B840 zusätzlich um einen digitalen Anrufbeantworter erweitert wurde. Für die Übertragung einer Seite benötigen beide Modelle zirka sechs Sekunden. Ein großer Speicher für bis zu 120 Seiten verhindert, daß Faxmitteilungen bei erschöpftem Papier- oder Tintenvorrat verloren gehen. Und damit auch umfangreiche Faxjobs zügig und ohne Unterbrechung ausgeführt wer-

den können, hat jedes Fax einen automatischen Originaleinzug (ADF) für bis zu 15 Blatt. Beide Modelle lassen sich auch als Kopierer einsetzen, als Beispiel sei hier die Möglichkeit zum Erstellen von Mehrfachkopien – jeweils bis zu 99 Kopien – genannt. Mit ihren vielfältigen Funktionen eignen sich das Fax-B820 und das Fax-B840 laut Canon vor allem als Helfer für Kleinbüro oder Home Office.

Erhöhte Sicherheit  
 + mehr Mobilität  
 + mehr Effizienz  
 = secureVPN

Jetzt Infos und individuelles Angebot anfordern!

Telefon: 06151/680-4466  
 eMail: corporate@t-online.net  
 Internet: www.t-online-business.de/corporate

**secureVPN: Ihr Netz im Netz.**

Flexible Kommunikation zwischen Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden in Großunternehmen – mit secureVPN:

- ✓ Integriertes Management-Tool zur komfortablen Verwaltung von Großinstallationen
- ✓ Unabhängig von Netz und Endgeräten, beliebig erweiterbar
- ✓ Über 40.000 mobile Mitarbeiter namhafter Unternehmen kommunizieren bereits über secureVPN

# MDA III mit BlackBerry- und WLAN-Funktion

## Datentarife von T-Mobile werden übersichtlicher

**T-Mobile hat eine Reihe neuer Tarif-Angebote für die mobile Datenkommunikation eingeführt. Mit diesen soll das Portfolio aus Tarifen und Optionen nach eigenen Angaben noch übersichtlicher, flexibler und attraktiver werden: Für Business Kunden sei es jetzt noch einfacher, das optimale Angebot für den mobilen E-Mail Versand, mobile Intranetzugriffe und andere Anwendungen zu finden, hieß es in einer Pressemitteilung. Und auch Privatkunden profitierten von neuen Angeboten zu attraktiven Konditionen.**

So sehen die verschiedenen Angebote im einzelnen aus:

- **Datenoptionen:** Ab sofort können alle zum 1. Mai eingeführten volumen- und zeitbasierten Datenoptionen zu allen Business-Sprachtarifen einschließlich der BusinessRelax Pakete hinzugebucht werden. Der Vorteil: Sprachtarif und Datenoption können unabhängig voneinander je nach individuellem Bedarf flexibel gewählt werden.
- **Data Connect:** Mit Data Connect

bietet T-Mobile einen neuen Tarif für die mobile Datenkommunikation, der ein flexibles Datennutzungsbudget beinhaltet. Zum monatlichen Grundpreis für Business Kunden von nur 4,31 Euro (netto) wird ein Datenvolumen von mindestens zehn MB hinzugebucht (voreingestellt ist Data 10 für monatliche 8,62 Euro netto). Der Nutzer kann zunächst beim Vertragsabschluss frei wählen, welche der neuen volumen- und zeitbasierten Datenoptionen er buchen möchte.



Für Kunden, die das Communication Center mit der T-Mobile Multimedia Net Card GPRS/UMTS unabhängig von bestehenden Sprach-Mobilfunkverträgen nutzen möchten, bietet T-Mobile ab sofort den neuen Tarif Data Connect an.

Ein Wechsel der Datenoption während der Vertragslaufzeit, etwa von der volumen- in die zeitbasierte Abrechnung oder in ein höheres Datenbudget, ist möglich. Data Connect eignet sich den Angaben zufolge zum Beispiel vor allem für Kunden, die das Communication Center mit der T-Mobile Multimedia Net Card GPRS/UMTS unabhängig von bestehenden Sprach-Mobilfunkverträgen nutzen möchten. Um das neue Angebot testen zu können, entfällt bis zum 31. Oktober bei Buchung der Option Data Time 600 im Tarif Data Connect der monatliche Optionspreis von 30,17 Euro (netto). Frühbucher können so bis zu 30 Stunden via UMTS, WLAN oder GPRS surfen und dabei mehr als 90 Euro (netto) sparen.

T-Mobile Privatkunden können Data Connect für einen monatlichen Grundpreis von fünf Euro buchen. Voreingestellt ist hierbei die Datenoption Data 10 mit einem monatlichen Inklusivvolumen von zehn Megabyte und einem monatlichen Grundpreis von zehn Euro. Es können je nach Bedarf jedoch bis auf den Data 2 alle Datenoptionen, ob volumen- oder zeitbasiert, flexibel und den eigenen Bedürfnissen entsprechend ausgewählt werden. Für diejenigen Kunden, die bis zum 31. Oktober DataConnect abschließen und zusätzlich die zeitbasierte Option Data Time 600 wählen, entfällt ebenfalls der Optionspreis von monatlich 35 Euro. Privatkunden, die sich beim Kauf des Communication Center (149,95 Euro) für Data Connect und Data Time 600 entscheiden, sparen also bis zu 105 Euro.

- **Business Card Package:** Auch bei der Zusatzkarte für den mobilen Datenaustausch will T-Mobile ab sofort für mehr Flexibilität sorgen: Jetzt sind auch bei diesem Angebot alle neuen Datenoptionen frei wählbar. Voreingestellt ist die

Datenoption Data 2 mit einem Inklusivvolumen von zwei MB zum monatlichen Aufpreis von 4,31 Euro (netto). Für die Karte wird während der 24monatigen Laufzeit kein Grundpreis erhoben.

- **BlackBerry Solution:** T-Mobile bietet jetzt die „BlackBerry Service-Fee“, die neben dem Grundpreis für den E-Mail Push-Service auch die Kosten für Software-Updates enthält, im Paket mit der Option Data 10 (Inklusivvolumen zehn MB) zum Preis von 25 Euro (netto) pro Monat. Das entspricht einer Preissenkung von rund 18 Prozent bei der Service-Fee.

### Neuer MDA III bietet mehr Funktionen

Ebenfalls neu im Angebot von T-Mobile ist die aktuellste Variante des PDA-Phones MDA: Der MDA III bietet neben den bekannten Telefon- und umfangreichen Organizer-Funktionen für die Bürokommunikation unterwegs jetzt auch integrierte WLAN-Technik zum schnellen Datentransfer, zum Bei-



spiel an T-Mobile HotSpots, im Büro oder zu Hause. Weiterhin besitzt der MDA III eine ausziehbare Volltastatur, die die Texteingabe wesentlich erleichtert. Außerdem bietet das Gerät jetzt einen E-Mail Push Client (Black-

### T-Mobile Kunden können beim SMS-Versand sparen

T-Mobile Kunden im Tarif XtraOne, die die Option „XtraSMS Spaß“ buchen, zahlen ab sofort nur noch 15 Cent für die ersten vier im Laufe eines Tages verschickten Kurzmitteilungen. Bisher waren dafür pro SMS 19 Cent fällig. Ab der fünften SMS kostet jede verschickte Kurzmitteilung zehn Cent statt wie bisher 14 Cent. Das Promotionangebot für XtraSMS Spaß gilt bis 31. Dezember. Die genannten Preise gelten für den Versand von SMS im Inland in alle deutschen Mobilfunknetze. Ausgenommen sind die XtraSMS-Sonderdienste wie Xtra MultiMessage und XtraSMS-Servicedienste. Die Einrichtung von XtraSMS Spaß ist bei der erstmaligen Buchung des Tarifs XtraOne kostenlos. Die Option „XtraSMS Spaß“ läßt sich im Tarif XtraOne alternativ zur Option „XtraNummer Eins“ buchen. Der Wechsel zwischen den Optionen XtraNummer Eins und XtraSMS Spaß ist für den Zeitraum der Promotion kostenlos. Für einen Wechsel aus den Tarifen XtraPlus oder XtraGo zu XtraOne werden 4,95 Euro berechnet. Kunden können ihre Tarifoption beziehungsweise ihren Tarif via Servicemanager unter der im Inland kostenlosen Kurzwahl 2020 ändern lassen.

Berry), der E-Mails automatisch auf das Gerät bringt. Weitere technische Daten: TriBand-Technologie, Bluetooth- und Infrarot-Schnittstelle, Fax-Empfang und -Versand, Sprachwahl, Pocket Word, Excel, Outlook und Internet Explorer, Xscale-Prozessor mit 400 MHz, 128 MB Ram, Windows Mobile 2003 (second edition) Phone Edition.

### T-Mobile baut öffentliches WLAN-Angebot aus

Schließlich hat das Bonner Unternehmen angekündigt, das öffentliche WLAN-Angebot in den nächsten Monaten deutlich auszubauen. Nachdem jüngst der Frankfurter Flughafen (siehe Kasten links) komplett mit WLAN-Technologie versorgt wurde, soll die Zahl der WLAN-HotSpots weltweit auf rund 15.000 Standorte ausgebaut werden. In Deutschland wird diese Initiative gemeinsam mit T-Com durchgeführt. Im Fokus der T-Mobile Aktivitäten stehen hauptsächlich Business-Standorte wie Flughäfen, Hotels und Kongreßzentren. T-Com konzentriert sich dagegen eher auf Standorte, die für Privatkunden attraktiv sind, also etwa Cafés, Restaurants und kleinere Hotels. *Herbert Päge*



### HotSpot im Frankfurter Flughafen aufgebaut

Am Flughafen Frankfurt steht ab sofort HotSpot, das Public-WLAN-Angebot von T-Mobile und T-Com, zur Verfügung. Damit können Reisende und Besucher ab jetzt via Notebook drahtlos im Internet surfen. Der komplette öffentliche Bereich des Flughafens wurde versorgt. Über 200 Sendeempfangsantennen, sogenannte Access-Points, sorgen für eine flächendeckende Versorgung. Die WLAN-Infrastruktur in Frankfurt wird von der Flughafenbetreibergesellschaft Fraport AG aufgebaut und betrieben. Technisch verbirgt sich dahinter die Roamingbroker-Plattform der Telekom-Tochter T-Systems, die Kunden verschiedener Serviceanbieter die Nutzung des W-LANs mit ihrer bestehenden Kundenkennung ermöglicht. Das Angebot steht allen T-Mobile und T-Com Kunden zur Verfügung. T-Mobile Kunden, die HotSpot häufig und auch im Ausland nutzen möchten, können per SMS mit dem Stichwort „open“ an die Handy-Kurzwahl 9526 eine dauerhaft gültige Zugangskennung bestellen. Die Antwort-SMS enthält einen Benutzernamen und ein Paßwort, über die sich der Kunde dann weltweit einloggen kann. Bereitstellungskosten oder ein Grundpreis fallen nicht an. Kunden ohne einen Vertrag bei T-Mobile oder T-Com können im HotSpot-Portal via Kreditkarte einen sogenannten HotSpot-Paß mit einer Nutzungsdauer von einer, drei oder 24 Stunden erwerben.

# Große Chancen durch Internet-Telefonie Plantronics und Skype arbeiten zusammen

„Noch bis vor kurzem galt das Telefonieren über das Internet als ein exotisches Unterfangen. Doch mit der Verbreitung der schnellen Breitbandanschlüsse in immer mehr Privathaushalten wird das Ganze nun auch für Endkunden interessant“, stellte Günter Hofmann, Plantronics Regional General Manager Central Europe, während eines Fachpressegesprächs in Düsseldorf fest. Internet-telefonieren sei einfach und unkompliziert, denn alles, was dafür benötigt werde, seien ein PC, ein Headset, die Software, die es kostenlos im Internet zum Download gibt, und Breitbandanschluß.

Aber nicht nur für den Nutzer sei diese Art der Telefonie interessant. Hofmann: „Auch für den Fachhandel bietet sich mit der stärkeren Nutzung der Internet-telefonie ein enormes Marktpotential, denn ohne Headsets funktioniert das Telefonieren über das weltweite Netz nicht.“ Aus diesem Grund habe der Headsethersteller Plantronics eine strategische Partnerschaft mit Skype, der



Auch das zusammenklappbare Stereo Headset DSP400 ist „Skype-ready“.

Peer-to-Peer-Telefongesellschaft, geschlossen, um Endkunden Headsets für den Gebrauch der Skype Internettelefoniersoftware zur Verfügung zu stellen.

## Headset-Pakete bieten auch Freiminuten

Ab sofort haben Plantronics Partner im Handel die Möglichkeit, ihren Kunden ein spezielles Headset-Angebot zu präsentieren: Beim Kauf eines Plantronics „Skype-ready“-Headsets erhält der Kunde eine gewisse Anzahl an Freiminuten für Gespräche vom PC zu internationalen Festnetzanschlüssen. Auf jedem „Skype-ready“-Headset-Paket ist eine persönliche Seriennummer verzeichnet. Mit diesem Code muß sich der Nutzer auf [www.skype.com/go/plantronics](http://www.skype.com/go/plantronics) registrieren und die Skype-Software zum Telefonieren herunterladen. Derzeit gilt der Service



Auf jedem „Skype-ready“-Headset-Paket ist eine persönliche Seriennummer verzeichnet.

für herkömmliche Festnetzanschlüsse in 25 ausgewählten Ländern, darunter beispielsweise die USA, Großbritannien, Frankreich, Korea und China.

Plantronics Audio- und DSP-Headsets eignen sich nach den Ausführungen Hofmanns aufgrund ihrer exzellenten Klangqua-

lität hervorragend für das Telefonieren mit dem PC und über das Internet. Als „Skype-ready“-Headsets sind sechs verschiedene



Günter Hofmann

Plantronics-Produkte erhältlich: das Audio20, ein preisgünstiges, monaurales PC-Headset, das Knopf-im-Ohr-Stereo PC Audio30, das USB-Stereo Headset Audio45, das binaurale Audio60 und das Audio90, das als das beliebteste Headset innerhalb der Gamercommunity gilt. Ebenfalls „Skype-ready“ ist das zusammenklappbare Stereo Headset DSP400. Und auch zwei Bluetooth Headsets erlauben den Kunden, per PDA oder Bluetooth-fähigem PC zu telefonieren: das preisgekrönte M3000 mit über acht Stunden Sprechzeit und das M2500, das im Juni auf den Markt gekommen ist.

## Über 16 Mio. Endkunden nutzen Skype-Software

„Bislang haben über 16 Millionen Endkunden die kostenlose Software von Skype auf ihren PC geladen und telefonieren von Skype zu Skype-Nutzer“, führte Hofmann aus. „So werden die Verbreitung der VoIP-Infrastruktur und das Vorhandensein von Breitbandan-

schlüssen sowie das Kosteneinsparpotential das Wachstum von Internettelefonie fördern. Der Markt für Headsets entwickelt sich von einem Nischenmarkt zu einem aufsteigenden Massenmarkt.“ Für die Händler biete der Verkauf von Headsets ein zukunftssträchtiges, margenstarkes Zusatzgeschäft.

## „Bei Headsets brummt das Geschäft“

Dieser Meinung schloß sich auch Oliver Jungklaus, Marketing Business Manager von Plantronics, an. „Fachhändler klagen, daß ihnen die Kunden ausbleiben und das Geschäft schleppend läuft“, meinte Jungklaus. „Das mag in einigen Bereichen sicherlich stimmen. Bei einem kleinen Produkt wie Headsets sollte das aber eher das Gegenteil sein, denn in boomenden Bereichen wie der privaten Internet-telefonie oder bei Headsets für Mobiltelefone brummt das Geschäft.“

Damit Händler den Boom auch in ihren Kassen merken, hat Plantronics umfangreiche Aktivitäten und PoS-Materialien zur Unterstützung der Händler entwickelt. Diese sollen Händlern helfen, Headsets zu verkaufen. „Der Markt für Headsets entwickelt sich von einem Nischenmarkt zum aufsteigenden Massenmarkt“, betonte Jungklaus. „Wir sind sicher, daß der Boom bei VoIP erst am Anfang steht. Derzeit haben weltweit über 16 Millionen Nutzer die Skype-Software auf ihren Rechner heruntergeladen. Deutschland ist dabei das drittstärkste Land. Jeder dieser Nutzer ist für Plantronics ein potentieller Käufer.“

Ein anderes Feld, auf dem Fachhändler Umsatz machen können, ist nach Jungklaus' Ausführungen der Bereich Headsets für Mobiltelefone. „Die Verschärfung des Gesetzes, wonach das Telefonieren per Mobiltelefon stärker bestraft wird und neben dem Bußgeld von 40 Euro auch ein Punkt in der Flensburger Kartei fällig wird, kurbelt das Headsetgeschäft an“, so Jungklaus. Plantronics habe zu diesem Thema vielfältige Aktivitäten für den PoS und eine große Werbekampagne gestartet. So gibt es unter [www.damit-fahren-sie-besser.de](http://www.damit-fahren-sie-besser.de) eine extra Webseite, die Aufklärung rund um das Gesetz betreibt. Dort war unter anderem auch ein Gewinnspiel zu finden, bei



Oliver Jungklaus

dem Vip-Tickets für den Formel 1 Grand Prix in Hockenheim und exklusive Fahrsicherheitstrainings zu gewinnen waren.

Spezielle PoS-Kits mit A2-Postern, Produktbroschüren und einem extra designten Aufsteller für die Broschüren sowie Sticker für das M3000 runden das Package für den Verkauf vor Ort ab. „Auch an Direktmarketingaktivitäten hat Plantronics gedacht und Direktmarketing-Kits auf CD erstellt“, ergänzte Jungklaus. Hier findet der Händler Musterbriefe, Musterfaxe und Muster-E-Mails zur Direktsprache verschiedener Zielgruppen. Diese lassen sich ohne großen Zeitaufwand personifizieren und müssen dann nur noch zum Endkunden geschickt werden.

Abgerundet wird die Marketingkampagne mit Radiospots in 71 Radiosendern. Diese sorgen für die notwendige Aufmerksamkeit und weisen auch auf die Webseite [www.damit-fahren-sie-besser.de](http://www.damit-fahren-sie-besser.de) hin.

Herbert Päge



Auf einer eigenen Webseite informiert Plantronics über das Thema Headsets beim Autofahren.

### T-Online und T-Com bieten günstigen Breitbandanschluß

T-Online und T-Com bieten allen T-DSL-Neukunden unter dem Motto „drei mal null Euro“ den dreifach günstigen Einstieg ins Breitband-Internet: Kein Bereitstellungspreis für die Einrichtung des T-DSL-Anschlusses, keine Kosten für das DSL-Modem und einen Monat lang keine Grundgebühren für den Tarif T-Online dsl 1500 MB. Neukunden sparen so rund 199 Euro. Die Aktion läuft bis zum 30. September.

Kunden, die einen neuen T-DSL Anschluß in Verbindung mit einem T-Online Tarif buchen, bekommen den Bereitstellungspreis von 99,95 Euro, der bei Einrichtung von der T-Com erhoben wird, von T-Online erstattet. Das DSL-Modem wird von der T-Com direkt an den Kunden geliefert. Die Mindestvertragslaufzeit für die Kunden beträgt zwölf Monate.

Zudem können Kunden, die das T-DSL Komplettpaket bis zum 12. September buchen, das T-Online Sicherheitspaket mit Personal Firewall, Viren- und Dialerschutz sechs Monate kostenlos nutzen, und sie bekommen zusätzlich einen Gutschein über zehn Freistunden für das Surfen an allen HotSpots von T-Mobile oder T-Com. Damit können die neuen T-Online Kunden mit einem Notebook oder PDA, der mit WLAN ausgestattet ist, deutschlandweit an den entsprechenden HotSpots surfen.

Das Sicherheitspaket umfaßt das Schutzprogramm Norton AntiVirus, das unter anderem erkannte Viren, Würmer und Trojanische Pferde automatisch vom PC entfernt und eingehende E-Mail-Nachrichten auf Viren prüft. Im Paket sind auch die Norton Personal Firewall, die vor Zugriffen aus dem Internet schützt, und die T-Online Dialerschutz-Software enthalten. Das Sicherheitspaket 2004 kann nach Ablauf der kostenlosen Nutzung für monatlich 4,95 Euro weiterhin genutzt werden.

„Die Deutsche Telekom hat mit ihrer T-DSL Initiative einen entscheidenden Impuls zur breitbandigen Internetnutzung in Deutschland gegeben. Mit dem aktuellen Angebot für Neukunden wollen wir auch weiterhin Motor für die Nutzung multimedialer Onlineangebote im Internet bleiben und damit den Technologiestandort stärken“, so Thomas Holtrop, Vorstandsvorsitzender T-Online, und Achim Berg, Vorstand Marketing und Vertrieb T-Com, zum Start der „drei mal null“ Kampagne.

# T-Online bietet jetzt auch Foto-Fun-Artikel Mehr beim Fotoservice

**T-Online hat seinen Fotoservice unter [www.t-online.de/fotoservice](http://www.t-online.de/fotoservice) mit einigen neuen Angeboten im Bereich Fun-Artikel ausgebaut: Zu den Neuheiten gehören beispielsweise ein Sweat-Shirt oder ein Set Skatkarten – jeweils mit individuellen Fotos bedruckt. Außerdem hat das Unternehmen die Preise für Digitalprints gesenkt, die über das Internet bestellt werden.**

Ein besonders ausgefallenes Dekorations-Accessoire ist laut T-Online das für 39,95 Euro\* erhältliche Kristallfoto: Durch ein spezielles Laserverfahren wird das ausgewählte Fotomotiv auf eine edle Kristalloberfläche übertragen und stellt damit im attraktiven Geschenkkarton ein ideales Präsent für feierliche Anlässe dar. Auch das Foto-Postkarten-Set, die neuen Event-Cards (Falt-Grußkarten) inklusive Briefumschlägen oder das Foto-Puzzle in der Größe 30 x 45 cm können mit selbst ausgewählten, persönlichen Bildern versehen und so zu Geschenken für jede Gelegenheit werden.

Die neuen Fotogeschenke von T-Online im Überblick:

- Kristall-Foto inkl. Geschenkkarton, 39,95 Euro\*
- Foto-Postkarten-Set, 6,95 Euro\*
- Event-Card-Set inkl. Umschlägen, 14,95 Euro\*
- Sweat-Shirt (S, M, L, XL), 19,95 Euro\*
- Foto-Puzzle (30 x 45 cm), 12,95 Euro\*
- Spielkarten-Set (franz. Skatblatt), 6,95 Euro\*

Weiterhin im Fotoservice-Sortiment bleiben die Geschenke-Klassiker wie bedruckbare Tassen, Fotokalender oder das aus 50 Fotokarten bestehende Gedächtnisspiel Rememory.

### Preissenkungen

Um die Akzeptanz seines Fotoservices weiter zu steigern, hat T-Online die Preise für den Fotoservice gesenkt: Ein Foto im Standardformat 10 x 15 cm ist jetzt dauerhaft für 0,15 Euro erhältlich. Für die weiteren Bildformate sanken die Preise auf 0,12 Euro (9 x 13

\*Alle Preisangaben zuzüglich der nach dem gewählten T-Online Tarif anfallenden Entgelte, plus Versandkosten.

Format	Standard	T-Online
9x13 cm	0,25 €	0,15 €
10x15 cm	0,35 €	0,15 €
13x18 cm	0,50 €	0,15 €
20x30 cm	1,20 €	0,12 €

Alle wichtigen Informationen zum T-Online Fotoservice sind im Internet zu finden.

cm), 0,25 Euro (13 x 18 cm) und 1,29 Euro (20 x 30 cm). Die bislang üblichen höheren Bilderpreise bei der Bestellung unterschiedlicher

Bildformate sind komplett entfallen. Für diejenigen, die den Fotoservice erst einmal kennenlernen möch-

ten, bietet T-Online ein „Schnupperangebot“ mit fünf Abzügen im Format 10 x 15 cm für 1,95 Euro inklusive Versand an.

Der T-Online Fotoservice zeichnet sich nach Aussage des Anbieters unter anderem durch nützliche Bestandteile wie die Fotoservice Software aus. Hobbyfotografen können damit ihre Bestellung offline vorbereiten und dabei Bildkorrekturen vornehmen. Komfortabel gestaltet sich über die Software das Hochladen der Fotos, da die Bilddateien in das JPEG 2000 Format konvertiert werden. Dieses garantiert einen bis zu dreifach schnelleren Upload. Geliefert werden die online bestellten Abzüge innerhalb weniger Tage per Post.

Herbert Päge

## Interview mit T-Online Vorstand Burkhard Graßmann „Die Zahl der Nutzer unseres Fotoservices wächst schnell“

**Das Internet-Unternehmen T-Online gehört seit Jahren zu den Anbietern von Fotodienstleistungen, die über die Homepage geordert werden können. PoS-MAIL sprach mit Burkhard Graßmann, Mitglied des Vorstands der T-Online International AG, über den Fotoservice.**

PoS-MAIL: Herr Graßmann, als Unternehmen, das klassischerweise nicht der Fotobranche zuzurechnen ist, bietet T-Online über seinen Fotoservice den Besitzern von Digitalkameras Print-Abzüge ihrer Digitalfotos. Wie wird dieses Angebot von der Zielgruppe angenommen?

Burkhard Graßmann: Die Zahl der Nutzer unseres Fotoservices wächst schnell. Die Verbreitung von Digitalkameras nimmt rapide zu. Im vergangenen Jahr wurden nach Branchenangaben rund fünf Millionen Digicams verkauft und nur zirka zwei Millionen herkömmliche Fotoapparate. Entsprechend steigt auch das Bedürfnis, die Bilder aus der Kamera oder vom PC aufs Papier zu bringen. Immer mehr Leute nutzen Bilderdienste aus dem Internet, und T-Online gehört eindeutig zu den bevorzugten Anbietern.

PoS-MAIL: Können die Abzüge von Digitalfotos Ihrer Meinung nach

qualitativ mit den von normalen Farbfilmen entwickelten Fotos mithalten?

Burkhard Graßmann: Die meisten Digitalkameras haben heute schon eine so gute Auflösung, daß die Print-Abzüge selbst im Format 13 x 18 cm absolut mit den Abzügen vom Negativ vergleichbar sind. Der T-Online Fotoservice erstellt die Abzüge in Hochglanzqualität auf Agfa-Fotopapier. Mit



dem gleichen Papier arbeiten auch viele Labors, die von Negativen entwickeln.

PoS-MAIL: Der Fotoservice ist Teil der Zugangssoftware von T-Online. Muß man seinen Internetanschluß bei T-Online haben, um den Fotoservice nutzen zu können?

Burkhard Graßmann: Nein. Die Fotoservice-Software kann sich jeder Internet-Nutzer herunterladen, um dann von seinem PC aus bequem seine Bilder zu bearbeiten. Dazu muß er noch nicht einmal online sein. Er wählt sich erst ins Internet ein, wenn

er die Bilder zum Printen überträgt. Außerdem gibt es aber auch eine Online-Bestellvariante, bei der der Kunde online ist und die Bilder sofort einzeln übermittelt. Das kann vor allem bei kleineren Bestellmengen praktisch sein.

PoS-MAIL: Welche Möglichkeiten bietet der T-Online Fotoservice über die Entwicklung von Print-Abzügen in den gängigen Formaten hinaus?

Burkhard Graßmann: Kunden haben bei uns die Möglichkeit, sich persönliche Fotos auf eine große Auswahl von Geschenkartikeln drucken zu lassen. Von der Kaffeetasse über den Kissenbezug bis hin zum Kalender ist alles möglich. Ganz neu im Angebot sind das Gedächtnisspiel „Rememory“, das man mit individuellen Fotos versehen kann, und ein Set Spielkarten.

PoS-MAIL: Wird der Fotoservice noch weiter ausgebaut?

Burkhard Graßmann: Wir optimieren ständig die Benutzerfreundlichkeit der Software. Außerdem bauen wir das Angebot der Fotogeschenke weiter aus. Und natürlich gibt es immer mal wieder attraktive Schnupperangebote und Sonderaktionen für alle diejenigen, die den Fotoservice noch nicht kennen. Es lohnt sich also, regelmäßig auf unseren Seiten vorbeizusurfen.

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

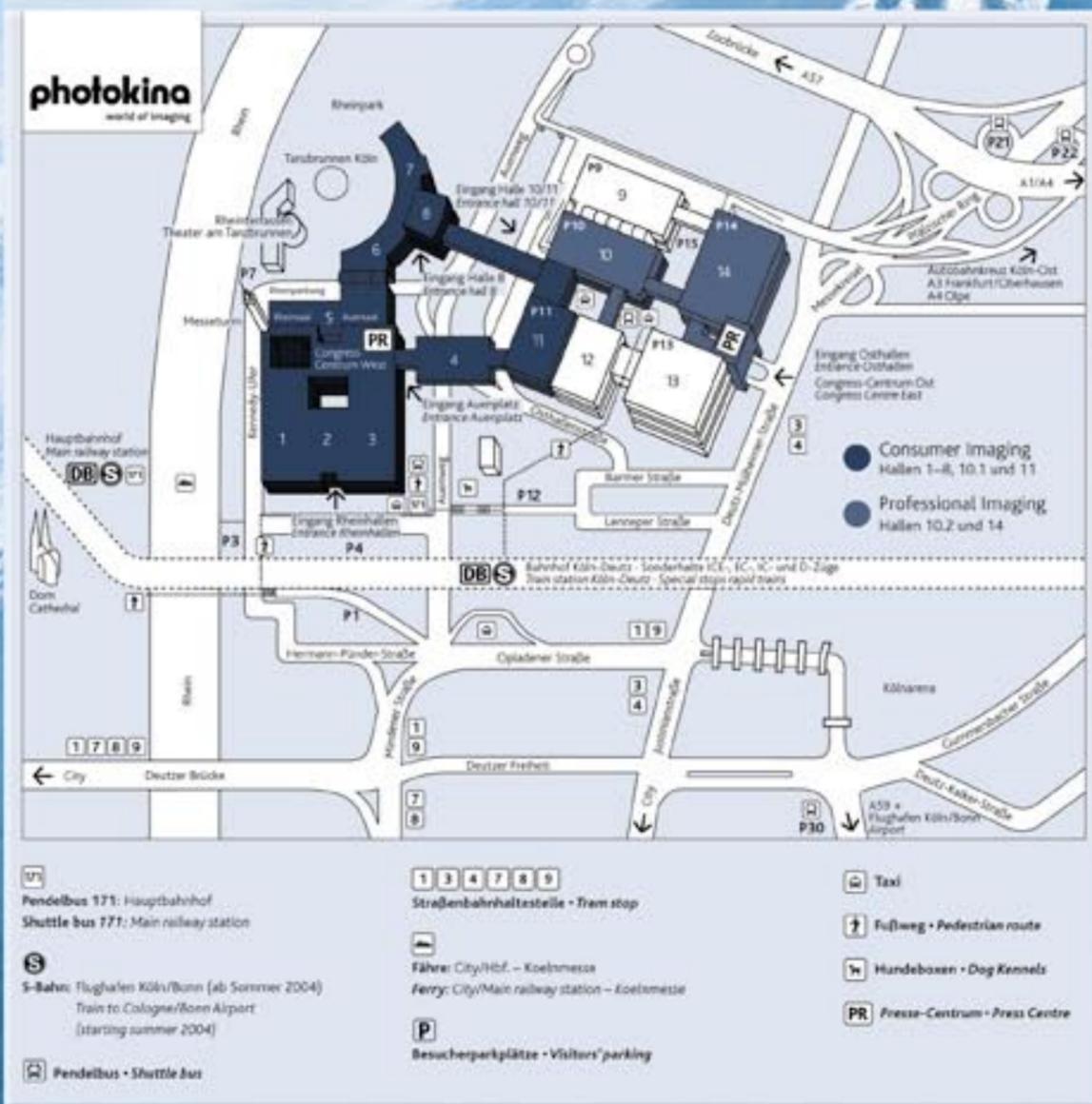
imaging is more  
**photokina**  
 world of imaging

# POS-MAIL

**photokina-guide**

**photokina**  
 world of imaging

28. September – 3. Oktober 2004



**Imaging is more** – mehr Information, mehr Unterhaltung, mehr Kommunikation und mehr modernes Lebensgefühl. Die diesjährige photokina wird Profi- und Privat Anwendern neue Möglichkeiten im Umgang mit dem Medium Bild eröffnen. Die Weltmesse des Bildes präsentiert umfassend den dynamisch wachsenden Markt für Imaging. Über 1.600 Anbieter aus 45 Ländern werden an sechs Tagen ein breites Spektrum an High-Tech und Fotospaß präsentieren. Ob Digitalkameras, Mobile Imaging, Speicher- und Printmedien oder AV-Kommunikation – die photokina präsentiert ein großes Angebot rund um die Welt des Imaging. Die Produktschau in den Messehallen wird von einem umfangreichen Rahmenprogramm begleitet. Während der Messe wird eine Vielzahl von internationalen Kongressen, Symposien, Workshops, Präsentationen und Preisverleihungen stattfinden. Für den Fachhandel bieten sich zahlreiche Möglichkeiten für informative Gespräche.

imaging is more  
**photokina**

# Aussteller nach Produktgruppen

## ANALOGE FOTOGRAFIE

### Kleinbildkameras

Braun Photo Technik GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
Concord Camera GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Ferrania S. p. A. Imaging Technologies  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Leica Camera AG  
Minox GmbH  
**Nikon GmbH**  
Olympus Europa GmbH  
Rollei Fototechnik GmbH  
Soligor GmbH  
Tura AG  
Yashica Kyocera GmbH

### APS-Kameras

Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
**Spiegelreflexkameras**  
Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Hasselblad  
Leica Camera AG  
**Nikon GmbH**  
Rollei Fototechnik GmbH  
Sigma Deutschland GmbH  
Yashica Kyocera GmbH

### Mittelformatkameras

eBay GmbH  
Mamiya Deutschland GmbH  
**Filme**  
Agfa-Gevaert AG  
Concord Camera GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Ferrania S. p. A. Imaging Technologies  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Iford Imaging GmbH  
Kodak GmbH  
Minox GmbH  
Polaroid GmbH  
Rollei Fototechnik GmbH  
Tura AG

### Dia-Projektoren

Braun Photo Technik GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Kindermann & Co. GmbH  
Leica Camera AG  
Reflecta GmbH  
Rollei Fototechnik GmbH  
**Sonstiges**  
Agfa-Gevaert AG  
Braun Photo Technik GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
eBay GmbH  
Felix Schoeller Imaging  
Ferrania S. p. A. Imaging Technologies  
Iford Imaging GmbH

Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kieser Packaging Solutions GmbH  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
**Nikon GmbH**  
Polaroid GmbH  
Reflecta GmbH  
Rimage Europe GmbH  
Ritter +Wirsching Fotovertrieb GmbH  
Soligor GmbH

## DIGITALFOTOGRAFIE

### Digitalkameras

• **Kompakt**  
Braun Photo Technik GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
**Casio Europe GmbH**  
Concord Camera GmbH  
DGH Großhandel  
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik GmbH  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hewlett-Packard  
Ingram Micro Distribution GmbH  
Jobo AG  
Kodak GmbH  
Leica Camera AG  
Minox GmbH  
Mustek International GmbH  
**Nikon GmbH**  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Pentax Europe GmbH  
Plawa-Feinwerktechnik GmbH & Co. KG  
Ricoh Europe B. V.  
Rollei Fototechnik GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

Sony Deutschland GmbH  
Spheron VR AG  
Vladis GmbH  
Yashica Kyocera GmbH

### • SLR

Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Ingram Micro Distribution GmbH  
Kodak GmbH  
Leica Camera AG  
Mamiya Deutschland GmbH  
**Nikon GmbH**  
Olympus Europa GmbH  
Pentax Europe GmbH  
Sigma Deutschland GmbH

### Speichermedien

Braun Photo Technik GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik GmbH  
eBay GmbH

Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Hasselblad  
Ingram Micro Distribution GmbH  
Jobo AG  
Kingston Technology  
Kodak GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Ritter +Wirsching Fotovertrieb GmbH  
Rollei Fototechnik GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH

### Software

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Iford Imaging GmbH  
Jobo AG  
Kodak GmbH  
**Nikon GmbH**  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Reflecta GmbH

Sony Deutschland GmbH  
Spheron VR AG  
Ulead Systems GmbH

### Zubehör

Canon Deutschland GmbH  
**Casio Europe GmbH**  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
eBay GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Hasselblad  
**Hedler Systemlicht GmbH**  
Ingram Micro Distribution GmbH  
Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kodak GmbH  
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH  
**Nikon GmbH**  
Panasonic Deutschland GmbH  
Ricoh Europe B. V.  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Spheron VR AG  
Vladis GmbH

### Digitale Kamerarückteile

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Mamiya Deutschland GmbH

### Sonstiges

Canon Deutschland GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
eBay GmbH  
Jobo AG  
JVC Deutschland GmbH  
Kieser Packaging Solutions GmbH  
**Nikon GmbH**  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Rimage Europe GmbH  
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH  
Spheron VR AG  
Tura AG  
Wacom Europe GmbH

## BILDBEARBEITUNG

### Minilabs

Agfa-Gevaert AG  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Hostert Pro GmbH  
Jobo AG  
Kodak GmbH  
Noritsu (Deutschland) GmbH  
Rimage Europe GmbH  
Ritter +Wirsching Fotovertrieb GmbH  
Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG

### Großlaborsysteme

Agfa-Gevaert AG  
Autopan Th. Stöbler GmbH & Co.  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hostert Pro GmbH  
Noritsu (Deutschland) GmbH  
Rimage Europe GmbH

### Fotodrucker

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
DGH Großhandel  
Epson Deutschland GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hewlett-Packard  
Iford Imaging GmbH  
Jobo AG  
Kodak GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Rimage Europe GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Soligor GmbH  
Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG

### Scanner

Braun Photo Technik GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
Cruse GmbH

eBay GmbH  
Epson Deutschland GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hewlett-Packard  
Kodak GmbH  
Mustek International GmbH  
Nikon GmbH  
Noritsu (Deutschland) GmbH  
Reflecta GmbH

### Fotopapier für Drucker

Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Epson Deutschland GmbH  
Felix Schoeller Imaging  
Ferrania S. p. A. Imaging Technologies  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Herma GmbH  
Hewlett-Packard  
Iford Imaging GmbH

Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kodak GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH  
Soligor GmbH  
Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG  
Tura AG

### Toner- und Tintenpatronen

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
Epson Deutschland GmbH  
Ferrania S. p. A. Imaging Technologies  
Hewlett-Packard  
Iford Imaging GmbH  
Kodak GmbH

### Software

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH

Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Iford Imaging GmbH  
Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Nikon GmbH  
Noritsu (Deutschland) GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Tetenal Photowerk GmbH & Co. KG  
Ulead Systems GmbH

### Sonstiges

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Jobo AG  
Rimage Europe GmbH  
Wacom Europe GmbH

## ZUBEHÖR

### Objektive

Braun Photo Technik GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Leica Camera AG  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Nikon GmbH  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Pentax Europe GmbH  
Rollei Fototechnik GmbH  
Sigma Deutschland GmbH  
Tamron Europe GmbH  
Yashica Kyocera GmbH

### Blitzgeräte

Canon Deutschland GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Hama GmbH & Co. KG

### Hedler Systemlicht GmbH

Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG  
Metz-Werke GmbH & Co. KG  
Nikon GmbH  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Sigma Deutschland GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH

### Bilderrahmen

Akzente GmbH  
Becker & Hach GmbH & Co. KG  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Erno Warenvertriebs GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Jobo AG  
**Karl Walther Alben + Rahmen GmbH**

### Fotoalben

Akzente GmbH  
Alufes GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Erno Warenvertriebs GmbH  
Fuji Photo Film (Europe) GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Herma GmbH  
**Karl Walther Alben + Rahmen GmbH**  
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH

### Taschen

Agfa-Gevaert AG  
Akzente GmbH  
Canon Deutschland GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Erno Warenvertriebs GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
**Hedler Systemlicht GmbH**

Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH

### Stative

Berlebach Stativtechnik  
Canon Deutschland GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
DGH Großhandel  
eBay GmbH  
Erno Warenvertriebs GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
**Hedler Systemlicht GmbH**  
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG  
Jobo AG  
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Soligor GmbH  
Sony Deutschland GmbH

### Literatur

Canon Deutschland GmbH  
eBay GmbH  
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH

### Sonstiges

Akzente GmbH  
Cullmann Foto Audio Video GmbH  
eBay GmbH  
Hama GmbH & Co. KG  
Herma GmbH  
Jobo AG  
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG  
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH  
Novoflex Präzisionstechnik GmbH  
Olympus Europa GmbH  
Panasonic Deutschland GmbH  
Rimage Europe GmbH  
Soligor GmbH  
Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KG

## HOME CINEMA

<b>Audio-Anlagen</b> eBay GmbH JVC Deutschland GmbH Mustek International GmbH Panasonic Deutschland GmbH	Kindermann & Co. GmbH Liesegang Optoelectronics GmbH NEC Deutschland GmbH Panasonic Deutschland GmbH Reflecta GmbH Rollei Fototechnik GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	JVC Deutschland GmbH Mustek International GmbH Panasonic Deutschland GmbH Ricoh Europe B. V.	eBay GmbH Hama GmbH & Co. KG Kindermann & Co. GmbH Liesegang Optoelectronics GmbH Panasonic Deutschland GmbH Reflecta GmbH	NEC Deutschland GmbH Panasonic Deutschland GmbH
<b>Projektoren</b> Canon Deutschland GmbH DGH Großhandel eBay GmbH Eiki Deutschland GmbH Epson Deutschland GmbH Hewlett-Packard	<b>DVD</b> DGH Großhandel eBay GmbH Fuji Photo Film (Europe) GmbH Hewlett-Packard	<b>Mehrfachlautsprechersysteme</b> eBay GmbH JVC Deutschland GmbH Panasonic Deutschland GmbH	<b>Plasma- und LCD-Bildschirme</b> eBay GmbH Eiki Deutschland GmbH JVC Deutschland GmbH Kindermann & Co. GmbH Liesegang Optoelectronics GmbH	<b>Sonstiges</b> beyerdynamic GmbH & Co. KG eBay GmbH Hama GmbH & Co. KG JVC Deutschland GmbH Kindermann & Co. GmbH Panasonic Deutschland GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH

## INTERNET

<b>Online-Bilderdienste</b> Canon Deutschland GmbH eBay GmbH	Fujicolor Central Europe Photofinishing Fuji Photo Film (Europe) GmbH Kodak GmbH	Ritter +Wirsching Fotovertrieb GmbH <b>Webcams</b> eBay GmbH	Fuji Photo Film (Europe) GmbH Hama GmbH & Co. KG Mustek International GmbH	<b>Sonstiges</b> eBay GmbH
--	--	--	--	-------------------------------

## TELEKOMMUNIKATION

<b>Mobilfunk</b> Deutsche Telekom AG DGH Großhandel eBay GmbH Nokia GmbH Panasonic Deutschland GmbH Sony Ericsson GmbH	<b>ISDN</b> eBay GmbH Hama GmbH & Co. KG Deutsche Telekom AG <b>DSL</b> Deutsche Telekom AG eBay GmbH	<b>MMS</b> Deutsche Telekom AG eBay GmbH Sony Ericsson GmbH T-Mobile Deutschland GmbH <b>GPRS</b> Deutsche Telekom AG	eBay GmbH Panasonic Deutschland GmbH Sony Ericsson GmbH <b>HSCSD</b> Sony Ericsson GmbH <b>i-mode</b> eBay GmbH	Panasonic Deutschland GmbH <b>Sonstiges</b> Deutsche Telekom AG Hama GmbH & Co. KG Nokia GmbH Panasonic Deutschland GmbH
--	---	---	---	---

## VIDEO

<b>Camcorder</b> Canon Deutschland GmbH DGH Großhandel JVC Deutschland GmbH Mustek International GmbH	Panasonic Deutschland GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH <b>Video-Nachbearbeitung</b> Adobe Systems GmbH	Canon Deutschland GmbH Panasonic Deutschland GmbH Hama GmbH & Co. KG JVC Deutschland GmbH	<b>Sonstiges</b> beyerdynamic GmbH & Co. KG Hama GmbH & Co. KG <b>Hedler Systemlicht GmbH</b> JVC Deutschland GmbH	Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG Mustek International GmbH
---	--	--	--	---

## VERBÄNDE, KOOPERATIONEN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN ETC.

Bundesverband Technik des Einzelhandels e. V.	Photoindustrie Verband e. V. Photo Marketing Association	Photo+Medienforum Kiel. e. V. Ringfoto GmbH	VGP
---	---	--	-----

# Wichtige Aussteller nach Hallen

### Halle 1

Carl Wöltje FFF GmbH	1.A 49
Concord Camera GmbH	1.B48/C41
DGH Großhandel	1.B18/C19
Hasselblad	1.B78/C71
Konica Minolta GmbH	2. A4/B11
Mamiya Deutschland GmbH	1. A68/B61
Metz-Werke GmbH	1 B68/C61
Novoflex Präzisionstechnik GmbH	1.C58/D59
Pentax Europe GmbH	2. A30/B33
<b>Photoindustrie-Verband e. V.</b>	<b>SIC-West</b>
<b>Büro/Office 55</b>	
Polaroid GmbH	2.060
Ricoh Europe B.V.	1.A47
Tetental Photowerk GmbH	2
Yashica Kyocera GmbH	2.38/39

### Halle 2

Berlebach Stativtechnik	1.D16
<b>C.A.T. Verlag Blömer GmbH</b>	<b>1.J19</b>
Canon Deutschland GmbH	2.F33/E38
Hama GmbH	1.F38/J31
Hewlett-Packard GmbH	1.J23/L21
<b>imaging+foto-contact</b>	<b>1.J19</b>
<b>INTERNATIONAL CONTACT</b>	<b>1.J19</b>
Jobo AG	2.1 E41/45
Kaiser Fototechnik GmbH	1.H20
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH	1.D20
Leica Camera AG	2.D
Minox GmbH	2.D29
Nikon GmbH	2.D33

### PMA-Photo Marketing Association 1.J21

<b>PoS-MAIL</b>	<b>1.J19</b>
<b>Pre Press</b>	<b>1.J19</b>
Rollei Fototechnik GmbH	1.E38/F31
Samsung Opto-Electronics GmbH	2.B20/C29
Sigma Deutschland GmbH	2.B38/C33
Soligor GmbH	2.D41
<b>VGP</b>	<b>1.J19</b>
<b>World of Print</b>	<b>1.J19</b>

### Halle 3

Braun Photo Technik GmbH	1.G 64/68
<b>Casio Europe GmbH</b>	<b>1.J48</b>
Cullmann Foto Audio Video GmbH	2.G68
Epson Deutschland GmbH	1.L54/J50
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	1. G/H
Fujicolor Central Europe Photofinishing	1. G/H
Olympus Europa GmbH	2. A10/B20
Panasonic Deutschland GmbH	2. F41/69
<b>Photo+Medienforum Kiel</b>	<b>1.L30/L38</b>
reflecta GmbH	2.G64/68
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	2. G46
Sony Deutschland GmbH	1.L71/J70
Sony Ericsson	1.L71
Tamron Europe GmbH	2.G50/58

### Halle 4

Kodak GmbH
------------

### Halle 5

Casio Europe GmbH	1.J1
retec mobile electronic equipm. GmbH	1.B21
Tura AG	1.E28/F21

### Halle 6

Agfa-Gevaert AG	1.A1
Ilford Imaging GmbH	1.A4/5

### Halle 8

Bundesverband Technik e.V.	Büro
Deutsche Telekom AG	2.D20
Nokia Deutschland GmbH	2.C49/D40
T-Mobile Deutschland GmbH	2.B39

### Halle 9

Noritsu Deutschland GmbH	2.K10/L11
--------------------------	-----------

### Halle 10

beyerdynamic	2.R20
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik	1.F21
Eiki Deutschland GmbH	2.O33/P24
Ingram Micro Distribution GmbH	1. F36
JVC Deutschland GmbH	2. N27/O10
Kindermann & Co. GmbH	2.X19/Y10
Liesegang Optoelectronics GmbH	2.T9
NEC Deutschland GmbH	2.P40
Ulead Systems	1. k.A.
Wacom Europe GmbH	1.B18/C11

Varta Consumer Batteries GmbH	1.J31/37
Viadis GmbH	1.K10

### Halle 11

Akzente GmbH	2.G41/49
Aufler GmbH	2.B51
Becker & Hach GmbH	2.G31/39
eBay GmbH	1.C31/39
Erno Warenvertriebs GmbH	2.C50
Ferrania S.p.A Imaging Technologies	1.B38
Goldbuch Georg Brückner GmbH	2. E30/E38
Herma GmbH	2.C48/D49
<b>Karl Walther Alben+Rahmen</b>	<b>2. C48/D49</b>
Kingston Technology GmbH	1.F31/F39
Mustek International GmbH	1.F38/G31
palwa-feinwerktechnik GmbH	1.C38/D31
Ringfoto GmbH	1.D41

### Halle 14

Autopan Th. Stäbler GmbH	1.D13
Cruse GmbH	1.D55
Felix Schoeller Imaging	1. C17/D12
Hedler Systemlicht GmbH	2. M48
Hensel Studiotechnik GmbH	2.N1/M2
Hostert Pro GmbH	2.H48
Kieser Packaging Solutions GmbH	2.G5
Linhof Präzisions Systemtechnik GmbH	2.L1
Müllersohn Fotolabortechnik	2. H49/J4
Noritsu (Deutschland) GmbH	2. G21/J10
Rimage Europe GmbH	2. K43
Ritter +Wirsching GmbH	2.J23
Spheron VR AG	1.C40

# Allgemeine Informationen

**Veranstalter:** Koelnmesse GmbH und Photoindustrieverband e.V.

**Veranstaltungsturnus:** 2jährig.

**Ort:** Koelnmesse Rhein- und Osthallen.

**Öffnungszeiten:** Aussteller: tägl. von 9.00 bis 19.00 Uhr; Besucher: tägl. von 10.00 bis 18.00 Uhr.

**Eintrittspreise:** Tageskarte Vorverkauf und Kassenverkauf: 18 Euro; Tageskarte Wochenende Vor- und Kassenverkauf: 12 Euro; 3-Tageskarte Vorverkauf: 40 Euro; 3-Tageskarte Kassenverkauf: 43 Euro; Dauerkarte Vorverkauf: 52 Euro; Dauerkarte Kassenverkauf: 57 Euro. **Katalog:** 19 Euro.

**Angebotsbereiche:** **Consumer Imaging:** Foto- und Videokameras, Kamerazubehör, Filme und digitale Speichermedien, Digitale Bildbearbeitung, Homeprinting, Bildkiosksysteme, Mobile Imaging, Home Cinema, Diatechnik und Zubehör, Rahmen und Alben, Handelsware, Imaging Dienstleistungen.

**Professional Imaging:** Professionelle Kamera- und Lichtsysteme, Fotostudio-Ausstattung, Digital Imaging und Publishing, Large Format Printing, Groß- und Minilabore, Verbrauchsmaterialien Photofinishing, Imaging-Dienstleistungen, Daten-/Videoprojek-

toren, Interaktive Präsentationssysteme, Professionelle Video-/Audiotechnik, Steuerungstechnik und Netzwerke, AV-Dienstleistungen.

**Messeprofil:** Die photokina ist alle zwei Jahre die Leitmesse der Foto- und Imaging-Branche. Sie bietet als einzige Veranstaltung weltweit eine umfassende Darstellung aller Bildmedien, aller Bildtechniken und aller Bildmärkte – für Consumer sowie Professionals. Damit verfügt die photokina über eine einzigartige Bildkompetenz, die sie zum „Total Solution Provider“ für alle Bildanwender macht. Die photokina versteht sich nicht nur als

Umsatzmotor der Foto- und Imaging-Branche, sondern auch als Trendforum, das die zukunftsweisende Konvergenz der unterschiedlichen Technologie- und Produktwelten deutlich macht.

**Hallenbelegung:** Consumer Imaging: 1–8, 10.1 und 11. Professional Imaging: Hallen 10.2 und 14.

Auf- und Abbauzeiten: Aufbaubeginn Hallen 1–8: Do., 16.9.2004, ab 8.00 Uhr; Hallen 10, 11, 14: Di., 21.9.2004, ab 8.00 Uhr, Abbaubeginn für alle Hallen: Mi., 6.10.2004, bis 18.00 Uhr.

**Zutrittsberechtigung:** Zutritt für jedermann, Fachveranstaltung

und Publikumsveranstaltung.

**Zielgruppen (Aussteller und Besucher):** Aussteller: Hersteller und Vertriebe von Bildaufnahme, Bildspeicher-, Bildverarbeitungs- und Bildausgabeprodukten und Systemen. Besucher: Foto-, CE- und IT-Handel, Profianwender aus allen Bereichen des Imaging, private Foto-, Video- und Imaginganwender.

**Ergebnisse der Vorveranstaltung:** Aussteller 2002: 1.546; Bruttofläche 220.000 m<sup>2</sup>, Besucher: 160.000

**Projektleitung:** Christian Müller-Rieker.

**Website:** www.photokina.de

## Die wichtigsten Aussteller von A–Z

<b>A</b>	
Agfa-Gevaert AG	6.1 A1
Akzente GmbH	11.2G/41/49
Alufes GmbH	11.2 B51
Autopan Th. Stöbler GmbH & Co.	14.1 D13
<b>B</b>	
Becker & Hach GmbH & Co. KG	11.2 G31/39
Berlebach Stativtechnik	2.1 D16
beyerdynamic GmbH & Co. KG	10.2 R20
Braun Photo Technik GmbH	3.1 G64/68
<b>Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V.</b>	<b>8.1</b>
<b>C</b>	
Canon Deutschland GmbH	2.2 F33/E38
Europapark Fichtenhain A10 • 47807 Krefeld Tel.: 02151/345-0 • Fax: 02151-345-102 www.canon.de	
Carl Wöltje FFF GmbH & Co. KG	1.1 A49
Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg Tel.: 0441/4809-171 • Fax: 0441/4809-111 www.woeltje.de	
<b>Casio Europe GmbH</b>	<b>3.1 J48</b>
Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt Tel.: 040/52 86 50 • Fax: 040/52 86 5-888 www.casio-europe.com	
Carl Zeiss Photoobjektive	1.2 F30
ColorGate GmbH	10.1 J40/48
Concord Camera GmbH	1.1 B48/C41
Cruse GmbH	14.1 D55
Cullmann Foto Audio Video GmbH	3.2 G 68
<b>D</b>	
Deutsche Telekom AG	8.2 D20
DGH Großhandel	1.1B18/C19
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik GmbH	10.1 F21
Voltastr. 4 • 63128 Dietzenbach Tel.: 06074/37 14-0 • Fax: 06074/37-14- 37 www.dnt.de	
<b>E</b>	
eBay GmbH	11.1 C31/39
Eiki Deutschland GmbH	10.2 O33/P24
Epson Deutschland GmbH	3.1 L54/J50
Erno Warenvertriebs GmbH	11.2 C50
<b>F</b>	
Ferrania S.p.A. Imaging Technologies	11.1 B38
Felix Schoeller Imaging	14.1 C17/D12
Postfach 3667 • 49026 Osnabrück Tel.: 0541/3800-0 • Fax: 0541/3800-425 www.Felix-Schoeller.com	
Fujicolor Central Europe Photofinishing	5.1 G/H*
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	5
Heesenstr. 31 • 40549 Düsseldorf Tel.: 0211/5089-0 • Fax: 0211/5089-344 www.fujifilm.de	
• Digitale und analoge Fotografie – von der Eingabe bis zur Ausgabe.	
<b>G/H</b>	
Goldbuch Georg Brückner GmbH	11.2 E30/38
Hama GmbH & Co. KG	2.1 F38/J31

Hasselblad	1.1 B78/C71
<b>Hedler Systemlicht GmbH</b>	<b>14.2 M48</b>
Heerstraße 112 • 65594 Runkel Tel.: 06482/918-100 • Fax: 918-111 www.hedler.com	
• Neue Digi Licht Kits – 100 ws Blitz – neue Lichtformer	
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG	14.2 N1/M2
Herma GmbH	11.2 C48/D49
Hewlett-Packard	3.1 J 23/L21
Hostert Pro GmbH	14.2 H48
<b>I</b>	
Ilford Imaging GmbH	6.1 A4/5
Heinrich-Hertz-Str. 1 • 63303 Dreieich Tel.: 06103/838-0 • Fax: 06103/ 838-112 www.ilford.de	
Ingram Micro Distribution GmbH	10.1 F36
<b>imaging+foto-contact</b>	<b>2.1J19</b>
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen Tel.: 0 2102/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90 www.worldofphoto.de	
• imaging+foto-contact ist die größte Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche.	
<b>INTERNATIONAL CONTACT</b>	<b>2.1J19</b>
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90 www.cat-verlag.de	
• INTERNATIONAL CONTACT ist die führende unabhängige Fachzeitschrift für Entscheider im Bereich Fotografie und Imaging.	
<b>J</b>	
Jobo AG	2.1 E41/45
JVC Deutschland GmbH	10.2 N27/O10
<b>K</b>	
<b>Karl Walther Alben + Rahmen GmbH</b>	<b>11.2 C48/D49</b>
Heuvenpfad Süd 26 • 41334 Nettetal Tel.: 02157/8186-0 • Fax: 02157/8186-59 www-walther-alben-rahmen.de	
• Fotoalben für analoge und digitale Fotos und CDs, Kunststoff und Holzbilderrahmen, Passpartouts, Herma-Produkte, kleben, archivieren, Zubehör.	
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG	2.1 H20
Kieser Packaging Solutions GmbH	14.2 G5
Kindermann & Co. GmbH	10.2 X19/Y14
Kindermannstr. 2 • 97199 Ochsenfurt Tel.: 09331/93-0 • Fax: 09331/93-239 www.kindermann.com	
• Präsentationslösungen für den Konferenzraum, Point of Sale, Schule und Heimkino	
Kingston Technology	11.1 F31/39
Kodak GmbH	4.1
Kürbi-Otto-Tönnies GmbH	2.1 D20
<b>L</b>	
Leica Camera AG	2.2 G

Liesegang Optoelectronics GmbH	10.2T9
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH	14.2 L1
<b>M</b>	
Mamiya Deutschland GmbH	1.1 A68/B61
Metz-Werke GmbH & Co. KG	1.1 B68/C61
Minolta Europe GmbH	1.2 G1/18
Minox GmbH	2.2D29
Mitsubishi Electric Europe B.V.	14.2 R80/Q81
Müllersohn Fotolabortechnik GmbH	14.2 H49/J48
Mustek International GmbH	11.1 F38/G31
Hansemanstr. 63 • 41468 Neuss Tel.: 02131/1626-0 • Fax: 02131/1038-30 www.mustek.de	
<b>N</b>	
NEC Deutschland GmbH	10.2 P40
<b>Nikon GmbH</b>	<b>2.2 D33</b>
Tiefenbroicher Weg 25 • 40472 Düsseldorf Tel.: 0211/9414-0 • Fax: 0211/9414-274 www.nikon.de	
Nokia GmbH	8.2 C49/D40
Noritsu (Deutschland) GmbH	14.2 G21/J10
Novoflex Präzisionstechnik GmbH	1.1 C 58/D59
Noritsu (Deutschland) GmbH	9.2 K10/L11
<b>O/P</b>	
Olympus Europa GmbH	3.2 A10/B20
Wendenstr. 14-18 • 20097 Hamburg Tel.: 040/23 77 30 • Fax: 040/23 37 65 www.olympus-europa.de	
Panasonic Deutschland GmbH	3.2 F41/69
Pentax Europe GmbH	1.2 A30/B33
<b>Photoindustrie-Verband e.V.</b>	<b>SIC-West-Büro/Office 55</b>
<b>Photo Marketing Association</b>	<b>2.1 J21</b>
<b>Photo + Medienforum Kiel e.V.</b>	<b>3.1 L30/38</b>
Feldstr. 9-11 • 24105 Kiel Tel.: 0431/ 57 97 00 • Fax: 0431/ 56 25 68 www.photomedienforum.de	
Plawa-Feinwerktechnik GmbH & Co.	11.1 C38/D31
Polaroid GmbH	1.2 O60
<b>PoS-MAIL</b>	<b>2.1 J19</b>
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90 www.pos-mail.de	
• Das erfolgreiche Medium für den High-Tech Markt. Jeden Monat informiert PoS-MAIL aktuell über die Innovationen in Unterhaltungselektronik, Foto, Informationstechnologie und Telekommunikation – ergänzt durch digitale Medien im Internet, auf CD und einen optionalen E-Mail-News-Service.	
<b>PrePress</b>	<b>2.1J19</b>
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90 www.PrePressWorld.de	
• „PrePress – Zeitschrift für Publishing und Digital-	

druck“ ist die führende monatlich erscheinende Fachzeitschrift für alle, die professionell Drucksachen mit dem Computer erstellen, also Verlage, Werbeagenturen, Druckereien, Satz- und Reprostudios, freie Grafiker und Fotografen sowie Werbe- und DTP-Abteilungen von Unternehmen und Behörden.

<b>R/S</b>	
Reflecta GmbH	3.2G 64/68
Junghans-Ring 70 • 72108 Rottenburg Tel.: 07457-9465-60 • Fax: 07457/9465-77 www.reflecta.de	
retec mobile electronic equipment GmbH	5.1 B21
Bayernstraße 10 • 30855 Langenhagen Tel.: 0511/820980-50 • Fax: 0511/820980-54 www.retec-gmbh.de	
Ricoh Europe B.V.	1.2 A47
Rimage Europe GmbH	14.2 K43
Hans-Böckler-Str. 7 • 63128 Dietzenbach Tel.: 06074/8521-0 • Fax: 06074/8521-21 www.rimage.de	
Ritter+Wirsching Fotovertrieb GmbH	14.2 J 23
Rollei Fototechnik GmbH	2.1 E38/F31
Samsung Opto-Electronics GmbH	2.2 B20/C29
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	3.2 G46
Sigma (Deutschland) GmbH	2.2 C33/B38
Soligor GmbH	2.2D41
Sony Deutschland GmbH	3.1 L71/J70
Sony Ericsson GmbH	3.1 L71
Spheron VR AG	14.1 C40

<b>T</b>	
Tamron Europe GmbH	3.2 G50/58
Tetnal Photowerk GmbH & Co. KG	1.2 O33
T-Mobile Deutschland GmbH	8.2 B39
Tura AG	5.1 E28/F21

<b>U/V</b>	
Ulead Systems GmbH	10.1
Varta Consumer Batteries GmbH & Co. KG	10.1J31/37
• Hinter dem brandneuen Sortimentskonzept „Varta Photo Professional“ stecken spannende Neuheiten. Ein Highlight: „Photo 15 Minute“: Das schnellste Ladesystem der Welt ist speziell für Fotofreunde weiterentwickelt worden.	

<b>VGP</b>	<b>2.1J19</b>
<b>W</b>	
Wacom Europe GmbH	10.1 B18/C11
<b>World of Print</b>	<b>2.1J19</b>
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90 www.PrePressWorld.de	
• „World of Print – Zeitschrift für Print-Produktion“ als Fachzeitschrift ist die Ergänzung zum Internetportal WorldofPrint.de und .com und hat es sich zur Aufgabe gemacht, den modernen Produktionsprozess von Druckerzeugnissen zu kommunizieren.	

<b>XYZ</b>	
Yashica Kyocera GmbH	1.2 38/39
* Sonderstand auf dem Auenplatz	

# Mit Samsung Flach-TVs in die Verkaufssaison 2004

## Dynamisches Retailkonzept für Flachbildschirme und Rückprojektions-TVs

**Durch ein vielstufiges und ausgefeiltes Marketing-Konzept flankiert die deutsche Niederlassung des koreanischen Konzerns Samsung den Handel in der bevorstehenden Verkaufssaison für LCD-TV-Geräte. Mit breit geschalteter TV-Werbung, Beiträgen in starken Print-Medien, Trainingsveranstaltungen, Shop-Displays, dauerhafter HDTV-Präsentation und vor allem mit einem attraktiven und margenstarken Geräteangebot schafft Samsung die Voraussetzungen, um im nachfragestarken LCD-TV-Segment lohnende Umsätze zu generieren.**

### Innovationsmarkt Flach-TV

Der Markt für Flach-TV-Geräte ist einer der wachstumsreichsten Bereiche der Elektronikindustrie. Während der stark gesättigte deutsche Gesamt-TV-Markt zur Zeit um circa 10% nach Wert rückläufig ist, verdreifachte sich im gleichen Zeitraum die Anzahl der abgesetzten LCD-Plasma- und Rückprojektions-TVs und verdoppelte sich deren Umsatz nach Wert. Das LCD-TV Segment nimmt bei dieser Entwicklung mit Abstand die Spitzenposition ein: Mit einem jährlichen Zuwachs von 300% nach Wert im vergangenen Jahreszeitraum zeichnet sich das Potential der LCD-TV-Technologie für einen umfassenden Generationswechsel im Altbestand ab. Besonders bei den „Wohnzimmergrößen“ mit Bildformatdiagonalen von 30“, 32“ (76,2 cm /



Das 82 cm Zielmodell LW 32A33W: Mit zwei Tunern Bild im Bild, DNle, DVI mit HDCP und SRS Tru Surround XT.

men und Angeboten als Partner für den Handel attraktiv gemacht: breite, geschickt gestufte und attraktive Produkt-Ränge, umfassende Konsumentenwerbung und den Handel unterstützende Aktionspakete, preisattraktive Einstiegsgeräte (Duomo-Serie), margenstarke High-end-Geräte (Naples Serie), Selektivgerät mit spezieller Kommunikationskampagne (LW-32A33W) und Verlängerung der Zero-Pixel Garantie-Regelung für bis Ende Dezember gekaufte LCD-TVs ab 22 Zoll Bildschirmgröße.

### Auf Rekordkurs: LCD-TVs von Samsung

Nicht nur im Olympia-Jahr 2004 kann Samsung stolz auf immer neue Rekorde verweisen. Das zeigt sich auch im LCD-Bereich:

Mit 22% Marktanteil ist Samsung Weltmarkt- und Technologieführer bei TFT-LCDs und kann eine der umfangreichsten Produktpaletten an LCD-TVs



Entwicklung Flach-TVs /CRT-TVs



LE-26A33W: 66 cm LCD-TV der High-end Modellreihe „Naples“ mit zwei Tunern Bild in Bild, DNle und SRS WOW-Surround Sound.

81,3 cm) werden LCD-TVs in den nächsten Jahren die bisherigen Röhrengeräte weitgehend ablösen und dadurch den stärksten Wertanteil im zukünftigen TV-Markt stellen. Die Bildschirmgröße 26“ wird in diesem Jahr für breitere Käuferschichten erschwinglich und sich deshalb zum ersten LCD Top-Seller entwickeln.

### Mit Samsung in die LCD-Saison

Für die kommende Verkaufssaison hat sich Samsung mit zahlreichen Maßnah-

anbieten. Mit einem 57 Zoll-Display hat das Unternehmen das bisher größte LCD-TV-Gerät vorgestellt und baut mit 46“ die zur Zeit größten, in Serie gefertigten LCD-TVs. Die von Samsung bei LCD-TV-Geräten eingesetzte PVA-Technologie (Pattern Vertikal Alignment) gilt allgemein als die anspruchvollste und beste LCD-Panel Technologie. Mit einem Verhältnis von bis zu 1.000:1 erzielt Samsung den weltweit höchsten Kontrast bei LCD-TV-Geräten und hat mit 8 ms die bisher kürzeste Reaktionszeit der Bildzellen verwirklicht. Da scheint es nur folgerichtig, daß Samsung nach eigener Aussage bis Ende 2004 auch in Deutschland die Marktführerschaft bei LCD-TVs erreichen will.

### Zukunftssicherheit: DVI, HDCP und HDTV

Ein hochwertiges LCD-Panel allein ist keineswegs auch gleichzeitig die Garantie für ein hervorragendes Fernsehbild und die perfekte Umsetzung von DVD-



Alle Samsung LCD-TVs ab 22“ verfügen zusätzlich über einen digitalen DVI-Eingang mit HDCP.

Filmen. Die Bildqualität eines modernen LCD-Panels der neuen Generation erschließt sich dem Betrachter nur dann, wenn auch die diversen Eingangsschnittstellen, die Bildformatumrechnung und die Bildsignal-Konditionierung dem hohen Qualitätsanspruch gerecht werden können. Was nützt es, wenn ein ansprechendes und unverzerrtes Bild nur bei einer einzigen und bestimmten Programmquelle dargestellt wird und alles andere enttäuschend aussieht? Mit Samsung LCD-TVs befinden sich sowohl der Anwender wie der Handel auch in dieser Hinsicht auf der sicheren Seite. Hier zeigt sich leider meist erst im Gebrauch der entscheidende Unterschied zwischen scheinbar günstig verramschten TV-Displays vom Lebensmittel-Discounter und einem Qualitäts-LCD-TV. Dem Handel kann nur empfohlen werden, seine Argumentation gegenüber dem Kunden auf diese wichtigen Sachverhalte auszudehnen. Ein weiteres, wichtiges Argument: Alle Samsung LCD-TVs ab 22“ verfügen außerdem bereits über



LE-26A41B: Der 66 cm LCD-TV aus der preisattraktiven Einsteiger „Duomo“ Modellreihe mit HDTV-tauglichem Panel.

den zukunftssicheren digitalen DVI-Eingang mit HDCP und können HDTV wiedergeben.

### LCD-Highlights der Saison

Die Highlights der bevorstehenden LCD-Saison sind bereits präsent und lieferbar: In der preisattraktiven Einsteiger-Modellreihe „Duomo“ ist das der 26“ LCD-TV Samsung LE 26A41B und der 32“ LCD-TV LE 32A41B. Die margenstarke High-end Modellreihe „Naples“ überzeugt mit der Ausstattung und dem wertvollen Design des 26“ LW 26A33W und des LW 32A33W, die sich mit mehreren Designversionen variantenreich den Kundenwünschen anpassen lassen. Ein besonderes Highlight, nur für den Fachhandel, stellt das Zielmodell LW 32A33W dar: zwei Tuner Bild im Bild, DNle, DVI mit HDCP, SRS Tru Surround XT und eine eigene, spezifische Promotion-Kampagne sichern diesem 82 cm-LCD-TV von Samsung den starken Auftritt.

### LCD-Aktionen und Verkaufunterstützung

Damit die im kommenden Winterhalbjahr zu erwartende starke LCD-TV Nachfrage zielgerichtet umgesetzt werden kann, hat sich Samsung einiges an aufwendiger Verkaufunterstützung einfallen lassen: Trainingsveranstaltungen und Schwerpunktschulungen durch kompetente Trainer-Teams in vielen Regionen, hochwertige Shop-Displays in zwei Größen und HDTV-Präsentations-Einrichtungen mit Geräten von Samsung.

### Starkes Argument: Verlängerung von „Zero Pixel“

Wie Samsung mitteilt, wird die beispielhafte und allgemein mit positiven Kommentaren bedachte Aktion „Zero Pixel“ bis Ende Dezember 2004 verlängert. Das ist im Verkaufsgespräch ein zusätzliches, starkes Argument: Für alle

bis zu diesem Zeitpunkt gekauften LCD-Fernsehgeräte der neuesten Bau-serien ab 22 Zoll Bildschirmgröße erhält der Käufer für die Dauer der zwei-jährigen, gesetzlichen Garantiezeit zusätzlich eine Null-Fehler-Garantie für die Pixel des Displays. Die Bezeichnung „Zero Pixel“ ist für Samsung gleichbedeutend mit „hoher Qualität“. Für den Kunden bedeutet das: Sollte bei einem Gerät auch nur eines der 1,2 Millionen Pixel ausfallen, genügt ein Anruf bei der Samsung Service-Hotline (01805/471104, 12 ct pro Minute) oder dem Händler, um Abhilfe zu schaffen. Der Kunde braucht lediglich Modell, Seriennummer und Kaufdatum anzugeben und innerhalb einer Woche tauscht der Samsung „In-House-Service“ oder der zuständige Händler das Gerät mit



Shop-Displays für Samsung LCD-TVs sind in zwei Größen erhältlich.

dem defekten Pixel unbürokratisch gegen ein neues der gleichen Modellreihe aus.

Dazu Marketing-Direktor Wolfgang Spöner: „Wir bieten damit einen in unserer Branche beispielhaften Service. Wir können dieses in der Industrie einmalige Garantie-Versprechen geben, weil wir von der hohen Qualität unserer Geräte überzeugt sind.“ Die „Zero-Pixel“-Garantie gilt für alle neuen LCD-Modelle mit Bildschirmdiagonalen von 26, 30, 32, 40 und 46 Zoll: LW-22N23N, Duomo 26“ / 32“, Naples 26“ / 32“ und Gaia 46“. evo

# 11. Retail Summer Meeting in München Hausmesse von Ingram Micro

**Ingram Micro, einer der führenden Großhändler für Produkte der Informationstechnologie und Consumer Electronics, hat am 7. August zum 11. Mal die Retail-Branche zu seiner Hausmesse eingeladen. Die Veranstaltung fand dieses Jahr im Arabella Sheraton Grand Hotel in München statt. 75 Aussteller und über 450 Kunden nahmen an der Messe teil.**

Was vor elf Jahren als ein „Geheimtip“ für einen kleinen Kreis von Ausstellern und Besuchern

galt, ist heute bereits ein Fixpunkt. Das Retail Summer Meeting, das alljährlich im August stattfindet, gilt als ein Startschuß für das Jahresendgeschäft, als ideale Gelegenheit, Geschäftskontakte zu knüpfen und zu pflegen und natürlich als interessanter Austausch über Produktneuheiten und Trends. Peter Silberhorn, Director Consumer Channel bei Ingram Micro, hat in seiner Begrüßungsrede das Thema Konvergenz von Informationstechnologie und Unterhaltungselektronik beleuchtet und explizit über Ingram Micro in diesem Bereich gesprochen. Ganz im Zuge des „Aufbruchs in neue Welten“ – dem Motto der Veranstaltung –



Peter Silberhorn, Director Consumer Channel bei Ingram Micro, hat in seiner Begrüßungsrede das Thema Konvergenz von Informationstechnologie und Unterhaltungselektronik beleuchtet und explizit über Ingram Micro in diesem Bereich gesprochen.



Der diesjährige Retail Summer der Ingram Micro fand am 7. August in München statt. 75 Aussteller und über 450 Kunden nahmen an der Messe teil.

spiegelte sich das Konvergenzthema in einem eigenen CE-Bereich auf der Messe wider. Dort präsentierte sich ein Szenario für ein „Wohnzimmer der Zukunft“ mit LCD-TV, Dolby Surround-System, DVD-Recorder und MP-3-Player.

## Trends

Ein Rundgang über den Ausstellungsbereich des Retail Summers ließ die Trends des kommenden Jahres erleben. Neben dem Top-Thema Konvergenz und den CE-Produkten präsentierten die Aussteller ihre Produktneuheiten und mögliche Renner für das Jahresendgeschäft. So fanden sich bei der Handelsmarke der Ingram Micro, V7 Videoseven, Produkte wie die brandaktuellen

TFT-Bildschirme L15PS und L17PS, Displays, Projektoren und LCD-TVs. Hewlett-Packard stellte die neue und in Kürze lieferbare iPAQ-Familie vor und war unter anderem mit einem Projektor, der die magische 1.000-Euro-Grenze

an der Ladentheke unterschreitet, vertreten. Fujitsu Siemens Computers präsentierte unter anderem sein demnächst verfügbares superleichtes Lifestyle-Notebook im Kleinformat, das Lifebook P7020.

## Preise

Im Rahmen der Veranstaltung gab es auch eine Menge Gewinnmöglichkeiten. Konvergenz war auch hier das Thema. Beim CE-Gewinnspiel galt es, Fragen zu den in diesem Ausstellungsbereich vertretenen Herstellern zu beantworten. Hauptgewinne waren ein 17-Zoll LCD-TV von V7 Videoseven sowie DVD-Player, Digitalkameras und vieles mehr. Auch die Abendveranstaltung fand unter dem Motto „Aufbruch in neue Welten“ statt. *miz*



Am Ende der Veranstaltung konnte unter dem Motto „Aufbruch in neue Welten“ ausgelassen gefeiert werden.

## POS Aktuell

### Grundig startet erneut mit Telesales und B2B

Anfang August hat Grundig einen Telesales- und B2B-Service gestartet. Damit bietet das Unternehmen dem Fachhandel eine durchgängige Erreichbarkeit von Montag 8.00 Uhr bis Donnerstag 17.00 Uhr und am Freitag von 8.00 bis 16.00 Uhr. Über das B2B-Internetportal ist Grundig rund um die Uhr erreichbar. Der bei der Grundig Intermedia GmbH verantwortliche Leiter für Telesales und B2B, Jürgen Hoke, sieht in beiden Aktivitäten nicht eine passive Entgegennahme von Aufträgen des Fachhandels, sondern möchte beide Medien nutzen, um aktiv auf den Fachhandel zuzugehen, um Grundig beim Fachhandel weiterzuentwickeln und über aktuelle Angebote zu informieren. In dem sich schnell wandelnden

Markt der Unterhaltungselektronik mit ständig neuen Produkten zu veränderten Konditionen sieht Grundig Telesales und B2B für den Fachhandel als schnellstmögliche Kommunikationsmöglichkeit. Zeitgleich mit der Einführung des neuen Services verschlankt Grundig die Vertriebsorganisation und teilt die Gebietsstruktur in Deutschland neu auf. Die bisherige Einteilung in Region Nord/Ost, West und Süd entfällt. Die Betreuung der Außendienstmitarbeiter wird zentral aus Nürnberg gesteuert

### Discovery Gewinnspiel für Premiere Händler

Vom 1. August bis 30. September 2004 veranstaltet Premiere zusammen mit Discovery für seine direkten Fachhandelspartner ein Gewinnspiel. Wer in dieser Zeit die meisten Premiere Plus Abos generiert, kann wertvolle Preise gewinnen. Gesponsert wird der Wettbewerb von Discovery Chan-

nel und Animal Planet, die beide im Premiere Plus Paket ausgestrahlt werden. Insgesamt sind 100 Preise zu gewinnen. Top-Preise sind Reisen nach Australien, Griechenland und Barcelona. Parallel zu der Händler-Aktion gibt es im

gleichen Zeitraum auch ein klassisches Gewinnspiel für die Endkunden am Point of Sale. Insgesamt gibt es hier ebenfalls 100 Preise zu gewinnen. Die Endkunden müssen lediglich eine Frage beantworten. Die Teilnah-

mekarte mit ihrer Antwort geben sie entweder direkt am PoS ab oder aber schicken sie per Post. Der Fachhandel wird entsprechend mit umfangreichem und aufmerksamkeitsstarkem Material ausgestattet.

### Fachhändler-Angebot für Innovative Consumer Electronics/e/home

In Kooperation mit der Maritz smartFairs bieten die Veranstalter der Innovative Consumer Electronics, die parallel zur diesjährigen e/home stattfinden wird, ein Reisepaket speziell für Fachbesucher an. Die Branche präsentiert sich erstmals mit den Neuheiten zur Saison in einem eigenen Ausstellungsbereich und mit dem bewährten „Forum Innovative Consumer Electronics“. Hier erfahren Fachbesucher Neuigkeiten speziell zu Themen rund um die elektronischen Medien und natürlich zu vernetzungsfähigen Endgeräten. Marktführer der Branche stehen als Gesprächspartner zur Verfügung. Für die Fachhändler haben die Veranstalter auch ein Workshop-Programm auf die Beine gestellt. Experten des ZVEI, des ZVEH, aus den Verbundgruppen und der Industrie beleuchten Fragestellungen rund um das vernetzte Heim. Somit wird über Chancen, die sich für Fachhändler und Fachhandwerker aus der Verbindung von Heim-Automation und vernetzungsfähigen CE-Geräten ergeben, diskutiert. Das Workshop-Programm ist im Internet unter [www.ehome-berlin.de](http://www.ehome-berlin.de) abrufbar. Für den Besuch der Workshops reicht die e/home Eintrittskarte, die im Fachbesucherpackage bereits inbegriffen ist. Das Fachbesucher-Reisepackage kann ab sofort zum Preis von 179 Euro (begrenzt Kontingent; danach zum Preis von 339 Euro erhältlich) bei der Maritz smart GmbH gebucht werden. Es enthält neben dem Flug die Übernachtung im Drei-Sterne-Hotel, die kostenfreie Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel für zwei Tage, den Messe-Eintritt sowie einen Berlin-Stadtplan. (Buchungen bei Maritz Smart GmbH \*smartfairs\*, Borselstraße 16b, 22765 Hamburg, E-Mail [fairs@maritz.de](mailto:fairs@maritz.de), Tel.: 01805-324000, Fax: 01805-549-675). Veranstalter sind die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH (gfu) und die Messe Berlin GmbH.

**POS Neuheiten**

**Panasonic präsentiert 1-Chip DLP Projektor**



Mit dem Modell PT-D5500 präsentierte Panasonic auf der InfoComm 2004 in Atlanta einen DLP-Projektor mit nur einem Chip.



Die Lichtstärke des PT-D5500 beträgt mehr als 4.500 ANSI-Lumen. Zudem verfügt das Gerät über ein Kontrastverhältnis von 1.000:1. Das von Panasonic neu entwickelte Farbrad mit größerem Durchmesser und wesentlich höherer Drehzahl sorgt für eine brillante Farbwiedergabe. Die Auflösung entspricht 1.024 x 768 Pixeln (XGA). Durch die eingebaute Lampenschutzschaltung kann das Gerät nach dem Einsatz direkt von der Stromversorgung getrennt werden. Ein integrierter Kondensator liefert die notwendige Energie zur Abkühlung des Projektors und

beugt einem vorzeitigen Lampenausfall vor. Der PT-D5500 ist nur 16,8 cm hoch und wiegt weniger als 15 kg.

**„X-black is beautiful“: Sonys HS Premium-Monitore**



On Action-Spiele, DVD-Filme oder anspruchsvolle Bildbearbeitung: Mit ihrer neuen Bildschirmtechnologie und den kurzen Reaktionszeiten garantieren Sonys neue LCD-Monitore der HS Premium-Serie brillante Farben, hohe Kontrastwerte und Multimedia-

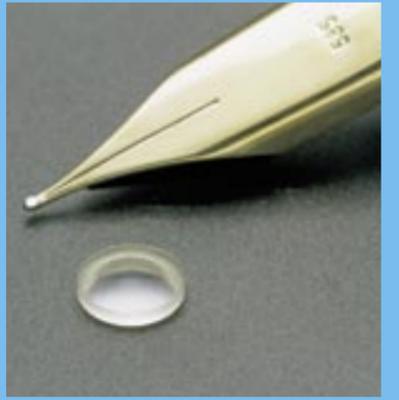


Vergnügungen. Die neuen Modelle SDM-HS74P und SDM-HS94P mit 17- und 19-Zoll Bildschirmdiagonale wurden für ihr Flügeldesign bereits mit dem renommierten iF Design Award in Gold prämiert. „X-black LCD“ bietet die neueste Sony Display-Technologie für hellere und brillante Darstellung und

**Casio entwickelt transparente Keramiklinse**



Casio Computer Co., Ltd. hat eine Linse entwickelt, bei der eine transparente Keramik zum Einsatz kommt. Bei dieser Keramiklinse wurde Lumicera, eine von Murata Manufacturing Co., Ltd. entwickelte transparente Keramik, benutzt. Lumicera weist die gleiche Lichtdurchlässigkeit wie optisches Glas auf, das in der Regel für heutige konventionelle Kameralinsen verwendet wird. Die transparente Keramik unterscheidet sich von optischem Glas zum einen durch ihren Lichtbrechungskoeffizienten von  $nd = 2,08$  und liegt damit, laut Casio, erheblich über dem von optischem Glas ( $nd = 1,5 - 1,85$ ), zum anderen bietet es große Festigkeit.



Das Material wurde speziell für die Verwendung in den optischen Linsen digitaler Kameras veredelt, indem ihm eine verbesserte Durchlässigkeit von kurzwelligem Licht verliehen wurde. Poren (Luftschlüsse), welche die Transparenz nachteilig beeinflussen, konnten entfernt werden. Casio hat zudem einen Prozeß entwickelt, in dem Poliermaterial, -zeit und -druck aufeinander abgestimmt wurden. Auf die Oberfläche der Linse wurde eine spezielle Beschichtung aufgebracht, die mit einem hohen Lichtbrechungskoeffizienten kompatibel ist.

für die Auflösung SXGA, 1.280 x 1.024 Bildpunkte optimiert. UVP: SDM-HS74P: 619 Euro, SDM-HS94P: 749 Euro.

**TravelPilot E2: Neues Navigationsradio von Blaupunkt**



Mit dem TravelPilot E2 bringt Blaupunkt ein neues Navigationsradio auf den Markt, das neben CDs auch MP3-Dateien abspielt. Die Zielführung des TravelPilot E2 erlaubt

verschiedene Routenoptionen und führt so auf dem bestgeeigneten Weg ans Ziel. Darüber hinaus hat Blaupunkt die Zielführung zu gespeicherten Hausnummern-Bereichen präzisiert und das Abrufen zuletzt bereits gewählter Städte weiter vereinfacht. Das Angebot für die Navigationssoftware umfaßt bereits mehr als zehn verschiedene Discs mit dem Detailstraßennetz von mehr als 20 Ländern. Dabei beinhalten die jeweiligen Navigations-Discs allesamt die wesentlichen Verbindungs-

straßen dieser Länder – die major roads of Europe. Damit ist europaweit jede Ortschaft anwählbar. Zu



diesem Angebot gehören seit kurzem auch digitale Karten für Tschechien und Polen. Der empfohlene Verkaufspreis für den TravelPilot E2 lautet 849 Euro.



**PARTNERSCHAFTLICH ÜBERLEGEN:**

**DER FISHER-STAND AUF DER EP:HERBSTMESSE IN DÜSSELDORF**

**UND AUF DER FUTURA 2004 IN SALZBURG**

- ATTRAKTIVSTE KONDITIONEN
- INNOVATIVSTE TECHNOLOGIEN
- MASSIVSTE GEWINNSPANNEN

**WIR FREUEN UNS AUF IHREN BESUCH.**





Mit zwölf Geräten in den Diagonalen zwischen 30 und 50 Zoll hat Philips seine Range von Plasma- und LC-Displays für professionelle Anwendungen erheblich erweitert. Der BDH5011, das Spitzenmodell der Reihe, ist ein Plasma Display mit 50 Zoll Bilddiagonale und Wide XGA-Auflösung.

### Informationen, Incentives und aktiver Business-Support

Mit „Philips Competence Partner“ profitieren Fachhändler von zahlreichen wertvollen Informationsangeboten und erhalten direkte Unterstützung für ihr Business. Für das jeweilige Produkt des Monats werden den Teilnehmern exklusive Konditionen geboten. Belebende Unterhaltung und Incentives schaffen einen Ausgleich für das harte Tagesgeschäft. „Bei regelmäßig stattfindenden Verlosungen für registrierten Fachhändler locken exklusive Gewinne, wie z. B. Tickets für die Playboy Party Club Tour, Karten für die Deutsche Tourenwagen Meisterschaft oder auch ein Porsche Fahrertraining“, er-

Ab sofort noch attraktiver und lohnender:

# Das Philips Fachhandelsprogramm

Wegen seines großen Erfolgs hat sich Philips entschlossen, sein Fachhandelsprogramm „Philips Competence Partner“ jetzt in ganz Europa verfügbar zu machen. Zukünftig werden auch in anderen europäischen Ländern Kunden der Philips-Vertriebsorganisationen von den Vorteilen dieses Business-to-Business-Bereich Programms profitieren können. Um die Attraktivität weiter zu steigern, wurde das Bonusprogramm deutlich ausgeweitet und die Teilnahme an dem Programm durch hohe Gewinnchancen auf wertvolle und zum Teil einmalige und einzigartige Prämien noch lohnender und spannender gemacht.

läutert Thomas Schade, Sales Director B2B bei Philips Consumer Electronics in Hamburg. Auf den Fachhandels-Internetseiten [www.philips.com/partner](http://www.philips.com/partner) findet man neben Informationen



Mit nur 12 ms Schaltzeit ist der 19 Zoll TFT-Monitor Philips 190S5FS eines der ersten Displays der neuen Panel-Generation. Selbst extrem anspruchsvolle Film- oder Spiele-Enthusiasten werden bei der Bildqualität kaum noch Unterschiede zu der Darstellungsqualität herkömmlicher CRT-Monitore feststellen können.

zu neuen Philips B2B-Produkten, auch sämtliche Preise, Produktbilder und Datenblätter zum Download. Adressen, Telefonnummern und Links aller Philips Distributoren sind auf einer speziellen Seite aufgelistet.

### Teilnahme nicht an Mindestumsatz gekoppelt

Im Gegensatz zu den meisten anderen Fachhandelsprogrammen macht Philips die Teilnahme nicht von einem Mindestumsatz abhängig. Sämtliche Gutschriften auf dem Bonuskonto werden automatisch getätigt. Der persönliche Kontostand kann jederzeit im Internet kontrolliert werden. Alle Informationen über das „Philips Competence Partner“ Programm finden Fachhändler auf der oben genannten



Thomas Schade, Sales Director B2B, Philips Consumer Electronics, Deutschland

Internetseite. Zur Teilnahme berechtigt sind alle Händler, die bei einem von Philips autorisierten Distributor wie Actebis, Delo, Ingram Micro, NDS, Techdata, etc. beziehen.

### Prämien im Bonusprogramm noch attraktiver

Die nochmalige Steigerung des Werts und der Vielfalt der zur Auswahl stehenden Prämien macht das Punkte-sammeln zu einem wirklich lohnenswerten Unternehmen. Sobald ein Händler die ausreichende Anzahl an Bonuspunkten beim Verkauf von Philips Produkten erworben hat, kann er sich seine Prämie direkt auf der Website aussuchen. Unter Tank- oder Warengutscheinen von Karstadt, Cinemaxx oder Douglas lassen sich ideale Geschenke für andere oder sich selbst finden. Parallel zum attraktiven Prämienangebot können angesammelte Bonuspunkte auch gleich in wirkungsvolle Business-Unterstützung umgesetzt werden: Mit den Punkten können auf der oben genannten Website direkt PoS-Materialien oder Unterstützung für Anzeigen in Tageszeitungen erworben werden.

### Einfache Kontaktaufnahme

Registrierte Fachhändler oder solche, die es werden wollen, sollten direkt per Telefon oder Mail Kontakt aufnehmen: Fachhandelsbetreuung, Tel: 040/28 52 - 18 08, [kontakt.pcp@philips.com](mailto:kontakt.pcp@philips.com), oder durch Registrierung auf [www.philips.com/partner](http://www.philips.com/partner). evo

## Erweiterter Spaß beim Videoschnitt

# Pinnacle bietet neue Effekte an

**Der Digital Media-Spezialist Pinnacle Systems hat seine Videoschnittsoftware Pinnacle Studio 9 um mehr als 1.000 Audio- und Video-Effekte, Szenenübergänge und DVD-Menüs erweitert. Die neue Version 9.1 ist ab sofort erhältlich.**

Neben den bereits bestehenden Studio 9-Funktionen wie der automatischen Bildkorrektur und dem integrierten DVD-Authoring bietet die Studio 9.1-Version die Möglichkeit, alle neuen Plug-Ins und Menüs in einer Vorschau anzusehen und zu testen. Die neuen Plug-Ins sind entweder online als kleinere Pakete mit bis zu 16 Effekten oder im Fachhandel in Form von Hollywood FX Plus oder Hollywood FX Mega erhältlich. Für den Fachhandel wird es ebenfalls eine Premium DVD geben, die eine große Auswahl an Soundeffekten, DVD-Menüs und Plug-Ins enthält. Zu den neuen Funktionen gehören

Effekte wie ein 2D-Editor für Bild in Bild-Effekte oder eine Zoomfunktion für Kamerafahrten über Landschaften. Weiterhin besteht die Möglichkeit, Gesichter unkenntlich zu machen und Old-Movie-Effekte einzufügen. Neu sind auch Audio-Effekte wie Telefon- oder Robotizer-Filter, womit Voice-Tracks verzerrt werden können. Hintergrundgeräusche wie Sirenengeheul, Hundegebell oder Echo sind ebenfalls verfügbar.

„Ab sofort stehen allen Studio 9-Anwendern Effekte auf Hollywood-Niveau zur Verfügung“, sagt Bill Loesch, Vice President of Engineering and Product Management von Pinnacle Systems. „Wir haben mit unseren Partnern hart daran gearbeitet, Studio 9-Anwendern eine möglichst flexible und gleichzeitig unkomplizierte Methode zu bieten, mit der sie verschiedenste Hollywood-Effekte in ihre Filme einbauen können.“

Studio 9.1 verfügt zudem über eine offene Architektur mit Unterstüt-

zung für VST- (Audio) und RTFX-Plug-Ins, um Softwareentwicklern die Entwicklung individueller Videoeffekte zu ermöglichen.

Die im Fachhandel oder online erhältlichen Hollywood FX Plus und Hollywood FX Mega werden mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 49 Euro bzw. 99 Euro angeboten. Die große Mega

DVD-Sammlung mit Spezialeffekten, DVD-Menüs und Soundeffekten ist mit einem empfohlenen Verkaufspreis von 199 Euro erhältlich.

Pinnacle Studio 9-Software ist serienmäßig mit mehr als 200 zwei- und dreidimensionalen Szenenübergängen, Soundeffekten, Farbkorrektur- und Bildstabi-

lisierungsfunktionen sowie Filmsoundtracks ausgestattet. Pinnacle Systems bietet zusätzlich eine Reihe von Produkten an, in denen die Studio 9-Software mit verschiedenen analogen und digitalen Hardware-Geräten kombiniert ist. Studio 9-Besitzer können ihre Version unter [www.pinnaclesys.com/support](http://www.pinnaclesys.com/support) updaten.

### TerraTec und Ulead Systems bilden strategische Allianz

Der Multimedia Hersteller TerraTec und der Softwarespezialist Ulead Systems werden zukünftig ihre Produkte schon während der Entwicklung aufeinander abstimmen. Neue Produkte von TerraTec wurden bereits mit Software von Ulead versehen. So ist das TerraTec Videoschnittsystem Grabster DV 200 inklusive der Softwarepakete FilmBrennerei 2 und VideoStudio 7 SE ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 49,99 Euro erhältlich. Der externe Videowandler Grabster AV 200 ist ebenfalls mit FilmBrennerei 2 und VideoStudio 7 SE erhältlich, und die unverbindliche Preisempfehlung hierfür lautet 89,99 Euro. Die mobile Videoschnittlösung Grabster AV 400 mobile inklusive FilmBrennerei 2 eignet sich für den heimischen PC ebenso wie für ein Notebook. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 199 Euro. Der externe Wandler Cameo Convert 800 ist mit der Vollversion von Uleads VideoStudio 8 ausgestattet. Hiermit können analoge wie auch digitale Videoaufnahmen umgewandelt und direkt bearbeitet werden. Der Cameo Convert 800 ist ab sofort mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 249 Euro erhältlich. Ein weiteres neues Produkt von TerraTec ist das einsteigerfreundliche Videoschnittsystem Cameo DV 800 inklusive VideoStudio 8 Software. Das System wird mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 109 Euro angeboten. Die professionelle Videoschnittlösung Grabster AV 400 plus wurde ebenfalls mit FilmBrennerei 2 und VideoStudio 7 SE erweitert und ist ab sofort zum empfohlenen Verkaufspreis von 129 Euro erhältlich.

# Die neuen Vorführsysteme von Adcon

## „Präsentation ist das A und O“

**Johann & Wittmer ist ein inhabergeführtes mittelständisches Einzelhandelsunternehmen für Konsumenten- und Unterhaltungselektronik mit Sitz in Ratingen. Das Sortiment umfaßt eine Bandbreite von Haushaltselektronik und Hausgeräten über die klassische Unterhaltungselektronik bis hin zu Heimkinosystemen und modernsten Flachbildschirmen. PoS-MAIL sprach mit Dirk Wittmer über innovative Präsentationsmöglichkeiten und die neuen Vorführsysteme der Firma Adcon.**

**PoS-MAIL:** Herr Wittmer, manche Händler verfügen heute nicht mehr über eine Vorführeinrichtung, die den direkten Vergleich von verschiedenen Komponenten im Beratungsgespräch möglich macht. Sie hingegen haben vor kurzem gleich in drei Bereichen in neue Vorführsysteme von Adcon investiert. In welchen Produktbereichen setzen Sie auf die vergleichende Vorführung?

**Dirk Wittmer:** Wir setzen bei Flachbildschirmen, Car-HiFi und Heimkino sowie bei HiFi auf kompetente Vorführung in unserer Kundenberatung. Wir machen das, weil wir erkannt haben, daß das „immer billiger werden“ dem Ende entgegengeht. Wir wollen dem Käufer die bessere Qualität erlebbar machen. Auch am Beispiel Autolautsprecher wollen wir den Kunden überzeugen: Was mehr kostet, klingt auch besser. Im HiFi-Bereich ist der Trend zum Genuß von guter Stereo-Musik erkennbar. Die Krux des HiFi-Marktes war und ist, daß die Geräte nicht kaputt-

gehen. Um beim Käufer Lust auf etwas Neues zu erzeugen, muß man aktiv werden. Nicht nur im Heimkino-Studio, sondern auch im offenen Bereich, wo Kundenfrequenz herrscht, wollen wir die Leute mit einer hochwertigen Musikdarbietung in Stimmung versetzen und damit guten Klang interessant machen.

**PoS-MAIL:** Also nicht nur im Studio, sondern auch im offenen Außenbereich, wo man für gewöhnlich die Ware im Regal mit wenig Emotionen preisvergleichen kann, setzen Sie auf Stimmung und Gefühle?

**Dirk Wittmer:** Wir wollen auch in den offenen Bereichen den Kunden Lautsprecher differenziert vorführen. Wir wollen, daß die Leute darauf aufmerksam werden, woher der gute Klang kommt. Es ist außerdem geplant, im Außenbereich mit einem Bildmedium zu arbeiten, um den Klang in den Mittelpunkt zu stellen. Somit bietet sich den Kunden die Möglichkeit, sich die Geräte und Boxen nach Sympathie des Klangbildes zusammenstellen zu lassen. Damit wollen wir einfach mit dem Kunden ins Gespräch kommen. Durch die individuelle Beratung wollen wir Lösungen aufzeigen, die das Internet einfach nicht bieten kann.

**PoS-MAIL:** Welche Strategie verfolgen Sie im Bereich Flachbildschirme?

**Dirk Wittmer:** Um in diesem Bereich die volle Qualität präsentieren zu können, werden unter anderem hochauflösende Zusprieler benötigt, die es im Moment noch nicht in einer großen Breite gibt. Hier wollen wir mit dem Videovorführsystem von Adcon alle

Störungen ausschließen, um den Kunden einfach zeigen zu können, wie gut bei Flachbildschirmen die Wiedergabe sein kann. Darüber hinaus ist es uns auch wichtig, die Markengeräte in den Vordergrund zu stellen. Die Qualitätsunterschiede zu günstigen Produkten sind hier schon gravierend. Mit diesem Vorführsystem ist uns die Differenzierung der unterschiedlichen Bildwiedergabequalitäten auf hohem Niveau gelungen. Hochauflösende TV-Geräte der Spitzenklasse haben bei uns auch ein Spitzen-Bild in voller Auflösung. Dadurch konnten wir den Absatz der Flachbildschirme signifikant steigern.

**PoS-MAIL:** Niedrigpreispakete werden häufig bevorzugt verkauft, wie beispielsweise ein komplettes Heimkinopakete für 298 Euro. Im Preiskampf tut sich der Handel oft schwer, den Kunden wegen des höheren Preises von der Hochwertigkeit eines Systems zu überzeugen. Wie lösen Sie dieses Problem?

**Dirk Wittmer:** Indem wir differenziert präsentieren. Das, was wir in einer Kiste geliefert bekommen, präsentieren wir separat und zeigen auch alles separat, so daß der Kunde es auch anfassen kann. Hochwertige Produkte werden auch hochwertig präsentiert – günstige Ware sieht man bei uns dann eher auf einer Palette.

**PoS-MAIL:** Macht es denn nicht auch Sinn, beispielsweise eine Anlage mit einem Verkaufspreis von 299 Euro neben eine hochwertige Anlage zu plazieren?

**Dirk Wittmer:** Ja, das macht Sinn, aber wir fangen nicht an, zwischen 149, 249 und 399 Euro zu differenzieren.

## Interview mit Dirk Wittmer von Johann & Wittmer, Ratingen



**PoS-MAIL:** Was bewirkt die Anwendung eines Vorführsystems hinsichtlich der Marge? Konnten Sie diesbezüglich schon Veränderungen beobachten?

**Dirk Wittmer:** Wir können einfach beobachten, daß die Kunden sich mit wesentlich mehr Interesse den Produkten zuwenden. Solche Art von Präsentationen ermöglicht das Hören und Fühlen der Produkte. Diese Art der Darbietung findet sich nicht im Katalog oder im Internet, und das erhöht unsere Marge. Es kommt beispielsweise auch schon einmal vor, daß uns die Kunden zu sich nach Hause einladen, um überprüfen zu lassen, wie die Akustik des Wohnraums beschaffen ist. Solche Kunden kaufen dann auch bei uns.

**PoS-MAIL:** Könnte dies also so interpretiert werden, daß der Einsatz von Vorführsystemen auch den Einstieg in weitergehende, intensivere Gespräche leistet?

**Dirk Wittmer:** Das Vorführsystem ist ein wichtiges Mittel zum Zweck, denn Präsentation ist das A und O eines jeden erfolgreichen

Verkaufsgesprächs. Wir können damit außerdem viel besser auf die Kundenwünsche eingehen. Wir wollen dem Kunden aber auch vermitteln, daß er selbst auch in der Lage ist zu hören und sich nicht ausschließlich sagen zu lassen: Das und das klingt besser.

**PoS-MAIL:** Wie beeinflusst die aktuelle Situation in der Branche Ihre strategischen Entscheidungen?

**Dirk Wittmer:** In den wenigsten Geschäften wird heute richtig vorgeführt. Gerade deswegen sehen wir kurz- und mittelfristig für uns die Möglichkeit, das Einkaufen für den Kunden wirklich wieder zum Erlebnis zu machen.

**PoS-MAIL:** Wie würden Sie Ihr Erfolgsgeheimnis definieren?

**Dirk Wittmer:** Wir arbeiten mit direkten Medien und Aktionen für unsere Kunden. Wichtig ist uns dabei insbesondere die persönliche Beratung. Nur so können wir Kundenbindung erzielen.

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

## PoS-Aktuell

### Samsung verlegt Notebook-Service

Entgegen dem allgemeinen Trend, daß deutsche Unternehmen ins Ausland abwandern, schafft Samsung seit Anfang Juli neue Arbeitsplätze: Hotline und Reparaturservice für den deutschsprachigen Raum sind von Irland nach Deutschland gezogen. Mit dem Wechsel möchte Samsung zusätzlich zur guten Qualität seiner Pro-

dukte einen weiteren Mehrwert für seine Kunden schaffen. Durch den Umzug erwartet man weniger Sprachprobleme, kürzere Versandwege und eine schnellere Bearbeitung von Reparaturfällen. Zudem setzt Samsung auf die hohen Qualitätsstandards in Deutschland, wie es in einer Pressemitteilung des Unternehmens heißt.

### 65 neue Auszubildende bei Philips

In diesem Sommer beginnen wieder viele junge Menschen in ganz

Deutschland ihre Ausbildung. Bei Philips in Hamburg starteten bereits am 2. August die ersten 28 Auszubildenden ihre berufliche Laufbahn im Bereich Medizin Systeme. Ab September starten in anderen Hamburger Philips Betrieben 37 weitere junge Frauen und Männer ins Berufsleben. Mit rund 200 von insgesamt 300 Azubis nimmt Hamburg die Spitzenposition aller deutschen Philips Standorte bei der Ausbildung ein. In der Hansestadt sind neben der Deutschland-Zentrale auch der Vertrieb für Unter-

haltungselektronik, Elektro-Hausgeräte, Licht und Semiconductors angesiedelt.

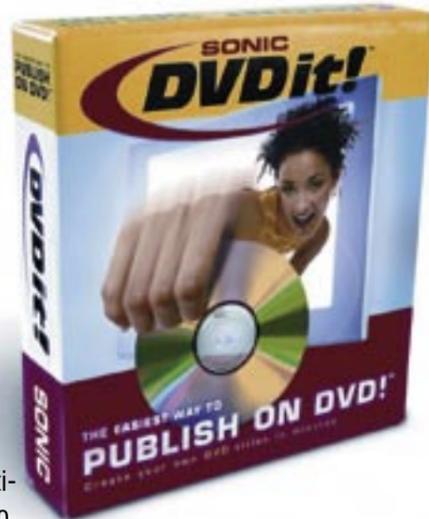
### Loewe Roadshow im Herbst 2004

Mit insgesamt zehn Veranstaltungen von Hamburg bis München präsentiert Loewe den Fachhandelspartnern die Herbstneuheiten 2004. Die Händler können jeweils zwischen einer Nachmittagsveranstaltung (Beginn: 14.00 Uhr) und einer Abendveranstaltung (Beginn 18.30 Uhr)

wählen. Neben den Produktneuheiten informiert Loewe auch über die begleitenden Marketingmaßnahmen.

Die Roadshow findet an folgenden Tagen in folgenden Städten statt: 1.9.2004 Berlin, 7.9.2004 Leipzig, 9.9.2004 Nürnberg, 14.9.2004 Frankfurt am Main, 16.9.2004 Stuttgart, 20.9.2004 München, 23.9.2004 Essen, 28.9.2004 Köln, 30.9.2004 Hannover, 5.10.2004 Hamburg

# Sonic DVDit 5: Neueste Version der Authoring Lösung DVDit



Mit „DVDit 5“ stellt Sonic Solutions die neue Generation seiner mehrfach ausgezeichneten DVD Creation Software vor. Die leistungsstarke DVD Authoring Lösung überzeugt durch überarbeitetes User Interface, verbesserte Menüführung, Video-Timeline in Profi-Qualität und Vereinfachung des Prozesses der DVD-Erstellung. „DVDit 5 ist das einzige Produkt seiner Art, das den kaum beachteten Midrange-Markt im Bereich Authoring adressiert“, erklärt James Manning, Product Manager für DVDit, und: „DVD-it 5 ist eine hervorragende Software, um beispielsweise Filme zu archivieren, Hochzeitsvideos zu erstellen, Unternehmens-Präsentationen zu brennen oder zum Authoring eines ersten Indie-Films (eigenen professionellen/semi-professionellen Films).“



Sonic Solutions ernannte Markus Fatalin zum European Sales Manager.

„Die Software bietet die Möglichkeit, DVDs so auszuarbeiten und individuell zu gestalten, wie es im Vorfeld nur mit kostspieligeren und komplizierteren Lösungen möglich gewesen ist.“ DVDit 5 unterstützt alle gängigen Formate wie AVI, MPEG, QuickTime und WMA, verfügt über fortschrittliche Audio- und Video-Encoding-Möglichkeiten wie VBR und Dolby Digital und brennt die DVD-R/RW, DVD+R/RW, DVD-RAM oder R9 zur Wiedergabe in Set-Top DVD-Spielern oder DVD-Laufwerken in PCs.

DVDit 5 ist zum UVP von 347,- Euro im eStore [www.sonic.com](http://www.sonic.com)

und bei Distributoren erhältlich. ([www.dvdit.com](http://www.dvdit.com))

## Markus Fatalin, European Sales Manager Sonic Solutions

Sonic Solutions, Marktführer bei Anwendungen zur Erzeugung von DVDs, will sein Engagement auf dem europäischen Markt verstärken und ernannte deshalb Markus Fatalin (35 Jahre) zum European Sales Manager für Desktop Software Produkte. Seine vorrangige Aufgabe sieht Markus Fatalin im Aufbau der Marke „Sonic“ und der Forcierung des Retail-Geschäfts. Sonic war bisher ausschließlich im OEM-Bereich tätig. Als wichtiger Partner der Hardware-Industrie zählt Sonic zu den weltweit führenden Herstellern von DVD- und CD-Software. Weil Sonic Produkte wie MyDVD mit Komplett-PCs und DVD-Recordern gebündelt werden, arbeitet inzwischen nahezu jeder zweite PC-Anwender mit Produkten des kalifornischen Unternehmens. Als langjähriger Sales Director Europe bei CyberLink

Corp. und aufgrund seiner wichtigen Positionen bei Intervideo, Anynet Internet und Moulinex Group bringt Markus Fatalin für seine neue Aufgabe die besten Voraussetzungen und den Erfahrungsschatz von 15 Jahren Sales- und Marketing-Erfahrung mit Multimedia- und Consumer-Produkten mit. „Bei OEMs in der Computer- und Unterhaltungsindustrie ist Sonic als Hersteller bestens plaziert“, so Markus Fatalin. „Für Unternehmen wie Microsoft, HP, NEC, Sony und andere A-Brands sind Sonic Produkte und Technologien seit langem die erste Wahl. Jetzt geht es darum, den Anwender über Fachhandel und Retail direkt zu erreichen.“

## Microsoft lizenziert „Sonic AuthorScript“

Sonic Solutions und Microsoft haben ein Lizenzabkommen für Sonic AuthorScript vereinbart. Sonics neueste AuthorScript Engine formatiert und brennt CDs und DVDs. Durch den Vertrag erhält Microsoft Zugriff auf die zur Zeit

weltweit führende CD und DVD Formatierungs- und Brenn-Engine und wird diese in zukünftige Windows Versionen integrieren. So kann Microsoft zukünftig mit seinen Betriebssystemen auch Funktionen zum Erstellen und Brennen von Foto-Slideshows, Videos und zur Aufzeichnung von Fernsehprogrammen, Musik und Daten auf CD und DVD anbieten. „Über die erweiterte Zusammenarbeit mit Microsoft sind wir sehr erfreut“, kommentierte Mary Sauer, Senior Vice-President of Business Development bei Sonic, das Lizenzabkommen. „Anwender möchten auf einfachem Weg Fotos, Musik, Videos und TV-Programme auf CD oder DVD aufnehmen und diese auch ihrem Bekannten- oder Familienkreis zur Verfügung stellen. Mit AuthorScript ermöglicht Microsoft Anwendern auf äußerst bequeme und flexible Weise, Disks zu erstellen, die auf mehreren hundert Millionen PCs und Set-Top DVD-Playern wiedergegeben werden können.“ *evo*

## POS Aktuell

### Acht Konzerne setzen auf neuen DRM-Standard

Die Medienkonzerne Walt Disney, Time Warner und die IT-Riesen IBM, Intel, Microsoft, Panasonic, Sony und Toshiba beabsichtigen gemeinsam einen Digital-Rights-Management-Standard (DRM) für Filme durchzusetzen. Zu diesem Zweck haben sie ein neues intelligentes System zur Lizenzierung und Distribution digitaler Film-inhalte vorgestellt. Das ist der erneute Versuch, einen einheitlichen Standard für digitalen Video-Content zu etablieren. Wegen der Kooperation von acht bedeutenden Herstellern sprechen Fachleute dem Projekt hohe Erfolgchancen zu. Mittels der neuen Technologie „Advanced Access Content System“ (AACC) soll Konsumenten sogar eine umfassendere Nutzung als mit herkömmlichen Kopierschutz-

methoden ermöglicht werden. DVDs lassen sich, je nach Kunde und Vertriebskanal, mit verschiedenen, abgestuften Nutzungs-Beschränkungen ausrüsten. Bei

jedem Kopiervorgang prüft das System erneut die Eigentümerrechte. Die Umgehung des neuen DRM-Systems wird wesentlich schwieriger als bisher sein. „Das

ist eine komplette Nahrungspyramide“, stellte der Analyst Richard Doherty fest. Der Vorstoß sei ausgewogen und die für die Zukunft des digitalen Filmvertriebs wichtigsten Gruppen involviert. Die Kosten der Einführung des neuen Systems werden sich nicht im Markt bemerkbar machen, weil sie im Preis für neue DVDs und Abspielgeräte der nächsten DVD-Generation enthalten sein werden. Die an der Durchsetzung des Projekts interessierten Filmstudios Disney und Warner Bros haben zusammen im Home-Entertainment-Markt einen Marktanteil von ca. 40 Prozent.

laut gfu in diesem Jahr für Audio- und HiFi-Portables ausgeben. Das gegenüber anderen Produktbereichen deutlich höhere Wachstum wird von der hohen Nachfrage nach den beliebten MP3-Playern getragen. Schon 2003 erlebten diese Geräte einen beachtlichen Boom: Mit 870.000 verkauften MP3 Playern lagen die Absatzzahlen sechsmal so hoch wie im Vorjahr. Laut Berechnungen und Schätzungen der gfu werden sich die Verkaufszahlen 2004 noch einmal um 100 Prozent auf 1,8 Millionen MP3-Player bis zum Ende des laufenden Jahres erhöhen. Rückgänge verzeichnet die Branche im Bereich der analogen Musik-Portables, wo nach gfu-Schätzungen der Absatz von analogen Cassettenspielern um mehr als 19 Prozent schrumpfen wird, ein Trend der bereits Ende der 90er Jahre einsetzte. Die positive Marktentwicklung bei portablen, digitalen Musikgeräten stützt sich unter anderem auf immer attraktivere Geräte und das zunehmende Angebot an größeren und preisgünstigeren Speichermedien.

## HDTV-Promotion von Sony



Sony hat bei insgesamt 19 Fachhändlern deutschlandweit seine speziellen High-Definition Displays aufgebaut. Die Zuspiegelung erfolgt über Filmmaterial in HD-Qualität. Zuspielder sind Blu-ray-Disc-Recorder. Bisher sind HD-TV-Sendungen und Content nur auf dem japanischen und USamerikanischen Markt erhältlich. Die Einführung der Blu-ray-Disc in Europa hängt von den europäischen Sendeanstalten und der Einführung von High-Definition TV

ab. Dennoch möchte Sony jetzt schon die Qualität und die hochwertige Bildwiedergabe der Wega Engine Plasma-TVs demonstrieren. Sony unterstützt den Fachhandel außerdem mit HDTV-Broschüren, Wega-Engine-Broschüren, Stickern und Aufstellern.

## Zehn Prozent Zuwachs für portable Audio-Player

Wie die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Konsumelektronik (gfu) mitteilt, liegen die Umsätze mit portablen Audio-Playern für komprimierte Musikformate um 9,8 Prozent über denen des Vorjahreszeitraums. Rund 561 Millionen Euro werden die Deutschen

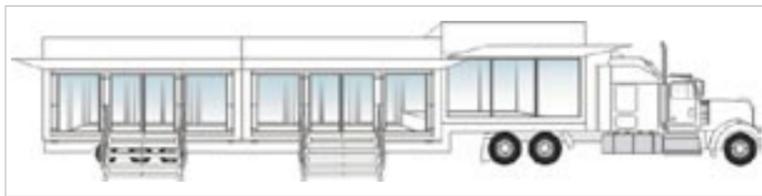
# Neuheiten im Fuhrpark der Bücking Concept GmbH Mobile Highlights

Die Bücking Concept GmbH ist eine Essener Spezialagentur für mobile Kommunikationsleistungen. 15 Jahre kontinuierliche Entwicklung haben die Agentur international als Vorreiter für die Vermietung außergewöhnlicher Fahrzeuge für Werbezwecke etabliert. Über 60 zugelassene Präsentationsfahrzeuge, von der Mini-Stretch-Limousine bis zur mobilen Traglufthalle, decken das Spektrum mobiler Werbemaßnahmen ab. In diesem Jahr gibt es wieder Zuwachs im Fuhrpark des Essener Unternehmens.

Im Aufbau befinden sich zwei neue Trucks, der Show XV und der Show XVI. Der Show XV ist ein bis zu einer Länge von 18 Metern ausziehbarer Auflieger, der mit variablen Aufbauelementen versehen werden kann. Diese sind rundherum verglast und können als geschlossener Präsentations- und Besprechungsraum oder aber als offene Bühne genutzt werden. Die Kunden haben so die Möglichkeit, ihre Botschaft transparent auf 30 bis 135 m<sup>2</sup> zzgl. Dachterrasse zu kommunizieren. Zudem kann der Auflieger bereits bestehende, kundeneigene Containerelemente aufnehmen, die mit den vorhandenen Glasmodulen kombiniert werden können.

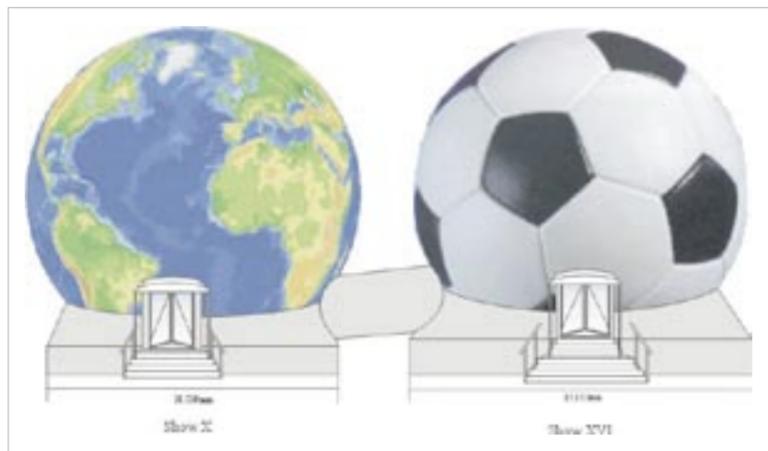
Eine weitere Neuheit ist der Show XVI, versehen mit einer mobilen Traglufthalle in Form einer 15 m hohen Kugel. Geboten wird eine Fläche von ca. 165 m<sup>2</sup>, die sich für Produktpräsentationen, Vorträge und Events eignet. Die Hülle besteht aus einer lichtdurchlässigen Haut, so daß z. B. Lichtprojekti-

Hannover für die Universal Leasing Gesellschaft im Einsatz, die sich schon mehrmals die Neuerungen der Bücking Concept GmbH zunutze gemacht hat, um ihre Werbebotschaft effektiv in Szene zu setzen. Die Aktionsfläche des Show XVI kann auch nochmals erweitert werden, indem der Truck mit einem zweiten, fast identischen Präsentationsmobil, dem Show X, mit Hilfe eines Tunnels verbunden wird. Es ergibt sich in dieser Kombination eine Grundfläche von ca.



Der Show XV ist ein bis zu einer Länge von 18 Metern ausziehbarer Auflieger, der mit variablen Aufbauelementen versehen werden kann. Diese Aufbauelemente sind rundum verglast und können als geschlossener Präsentations- oder Besprechungsraum oder aber als offene Bühne genutzt werden.

310 m<sup>2</sup>. In beiden Trucks können so parallel Veranstaltungen stattfinden, wie z. B. Präsentationen und Catering.



Eine weitere Neuheit ist der Show XVI, versehen mit einer mobilen Traglufthalle in Form einer 15 Meter hohen Kugel. Hier wird eine Aktionsfläche von ca. 165 m<sup>2</sup> geboten. Die Kugel der mobilen Traglufthalle kann wahlweise auch mit einer zusätzlichen Hülle z. B. als Weltkugel oder Fußball dargestellt werden.

nen im Inneren des Trucks, die bis zu 360° C reichen können, bei Dunkelheit auch von außen sichtbar sind. Die Kugel der mobilen Traglufthalle kann wahlweise auch mit einer zusätzlichen Hülle z. B. als Weltkugel oder Fußball dargestellt werden. Erstmals ist dieser Truck auf der 60. IAA Nutzfahrzeuge in

## Präsentationen nach Maß

Neben der Entwicklung und Produktion von neuen innovativen Fahrzeugen liegt das Hauptaugenmerk der Bücking Concept GmbH vor allem auf dem Einsatz der zahlreichen eigenen Trucks, die Ak-



Der kleinste Truck im Fuhrpark der Bücking Concept GmbH ist ein umgebauter Mini Cooper Sattelzug mit Aktionsauflieger. Trotz seiner geringen Größe fehlt es diesem Mini-Truck bei Messeinsätzen oder Aktionen nicht an Aufmerksamkeit.

tionsflächen von S bis XXL bieten. Der kleinste Truck im Fuhrpark ist ein umgebauter Mini Cooper Sattelzug mit Aktionsauflieger. Trotz seiner geringen Größe fehlt es diesem Mini-Truck bei Messeinsätzen oder Aktionen nicht an Aufmerk-

samkeit. Klein, aber dafür lang, ist ein weiterer umgebauter Mini Cooper, der auf eine Gesamtlänge von 5 Metern gestreckt wurde. Das enorme Aufsehen, welches die beiden „Kleinen“ erzeugen, steht nicht im Verhältnis zu ihrer geringen Größe. Ein Vertreter der M-Größe, der Medium II, dient derzeit als Informationsplattform in Österreich für die Einführung der Steuerreform. Am Truck stehen dem End-



Ein XL-Truck, der Show XIV, erfährt momentan seinen Erfolg für das „Centrum Gesunde Haut“ der Firma Vichy in Zusammenarbeit mit dem Grünen Kreuz. Dieser Truck, mit großen Glasfronten, ist für diese Aktion noch mit einem zusätzlichen Traversenumbau versehen. Er bietet eine Aktionsfläche von 105 m<sup>2</sup>.

verbraucher bzgl. der Steuerumstellung Steuerberater und Regierungsmitglieder Rede und Antwort. Eine mögliche Hemmschwelle wird aufgrund der geringen Einstiegshöhe und der offenen Bühne vermieden. Die Atlas Copco Con-



Die Atlas Copco Construction Tools GmbH präsentiert ihre Palette der Abbruchhämmer in diesem Jahr europaweit an verschiedenen Steinbrüchen und Niederlassungen mit dem Show XIII der Essener Agentur.

struction Tools GmbH präsentiert ihre Palette der Abbruchhämmer in diesem Jahr europaweit an verschiedenen Steinbrüchen und Nie-

derlassungen mit dem Show XIII der Essener Agentur. Der Truck bringt die Produkte direkt zum Anwender, und es können informative Gespräche in ruhiger und außergewöhnlicher Atmosphäre stattfinden. Auch dieses Fahrzeug wurde speziell für den Kunden zum Jahresbeginn umgebaut. Der vorher mit offener Bühne und Rennsimulator ausgestattete Auflieger wurde auf beiden Seiten mit Bühnenelementen und einer Rundum-Verglasung versehen, so daß ein geschlossener Präsentationsraum entstand. In diesem wird unter anderem ein sechs Tonnen schwerer Abbruchhammer der Atlas Copco Construction Tools GmbH ausgestellt, der zudem noch als Sitzbank umfunktioniert ist.

Ein XL-Truck, der Show XIV, erfährt momentan seinen Erfolg für das „Centrum Gesunde Haut“ der Firma Vichy in Zusammenarbeit

mit dem Grünen Kreuz. Dieser Truck, mit großen Glasfronten, ist für diese Aktion noch mit einem zusätzlichen Traversenumbau versehen. Auf einer Aktionsfläche von 105 m<sup>2</sup> werden die verschiedenen Problematiken und Typen der Haut erläutert. Zudem stehen dem Interessenten Hautärzte für Beratungen und Hauttests zur Verfügung.

Nach seiner Deutschlandtour wird der Show XIV anschließend in Österreich die Kampagne weiterführen. Die sich im ständigen Wandel befindlichen Fahrzeuge der Bücking Concept GmbH stellen für diverse Aktionen, ob Roadshow, Produktpräsentation, Messeinsatz oder Info-Tour, einen aufmerksamkeitswirksamen Eyecatcher dar und setzen die Intentionen der Kunden effektiv um. miz

# Sony setzt Restrukturierungsprogramm um Turnaround mit Kundenfokus

**Die Unternehmensführung der Sony Deutschland GmbH hat für das laufende Jahr ein umfassendes Umstrukturierungsprogramm aufgesetzt. Das Unternehmen soll sich zum einen nachhaltig auf zukünftige Kunden- und Markterfordernisse ausrichten. Zum anderen müssen durch schnellere Prozesse die Kosten deutlich gesenkt werden.**

Sony Deutschland hat das Geschäftsjahr 2003/04 (31. März) mit einem Umsatz von 1,017 Milliarden Euro abgeschlossen. Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahr einen Umsatzrückgang von 11 Prozent (Umsatz 2002/03 1,14 Mrd. Euro). Im schwierigen konjunkturellen Umfeld gingen die Umsätze bei Consumerprodukten um 10 Prozent auf 864 Millionen Euro, bei Professional Produkten um 28,3 Prozent auf 80,2 Millionen Euro zurück. Dies führte zu einem Betriebsverlust von 28,3 Millionen Euro (Vorjahr 6,6 Millionen Euro Betriebsgewinn). Nach Zinsergebnis, Beteiligungsergebnis und außerordentlichen Aufwendungen (wie Kosten der Restrukturierung) ergibt sich für das Geschäftsjahr 2003/04 ein Jahresfehlbetrag von 50,6 Millionen Euro (Vorjahr Jahresfehlbetrag 4,5 Millionen Euro). Trotz des unbefriedigenden Jahresergebnisses konnte das Unternehmen seine marktführende Stellung behaupten und insbesondere in zentralen Wachstumsmärkten (Camcorder, DVD-Recorder, Digitalkameras, LCD-TV) Marktanteile hinzugewinnen. Im Jahr 2003 hatte Sony laut GfK-Analysen im Bereich der Unterhaltungselektronik einen Anteil am Gesamtmarkt von 10,6 Prozent (10,7 Prozent im Vorjahr

2002). Hierbei handelt es sich um eine erweiterte Definition des Marktes, die neben der klassischen Unterhaltungselektronik auch Digitalkameras, PCs, Taschencomputer, Monitore und Recording Media im Consumer-Geschäft berücksichtigt. Trotz des konjunkturell bedingten schwierigen Marktumfeldes konnte Sony Deutschland dennoch seine marktführende Position im Konsumgütergeschäft behaupten und in einzelnen Wachstumsbereichen



Kenichi Yoda, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, sieht in den Restrukturierungsmaßnahmen eine wichtige Entwicklung für das Unternehmen.



„Nach dem Abschluß der notwendigen Maßnahmen sind wir zuversichtlich, mit einer effizienteren Unternehmensstruktur dem deutschen Markt durch die Stärke der Marke Sony neue Impulse zu geben“, so Wolfdieter Griess, Managing Director Business und Corporate Gov.



„Durch die Umsetzung unseres breitgefächerten Maßnahmepaketes sehen wir uns in einer guten Ausgangsposition, um im Fiskaljahr 2004 die Rückkehr zur Profitabilität im operativen Geschäft zu erreichen und die Weichen für Wachstum im Jahr 2005/06 zu stellen“, so Jürgen Samuel, Managing Director Infrastructure, Sony Deutschland GmbH.



Im Rahmen einer Pressekonferenz der Sony Deutschland GmbH Ende Juli in Köln wurden die wesentlichen Ziele der Restrukturierung des Unternehmens erklärt. V.l.n.r.: Kenichi Yoda, Geschäftsführer Sony Deutschland GmbH, Jürgen Samuel, Geschäftsführer und Director des Bereiches Infrastructure, Wolfdieter Griess, Managing Director Business & Corporate Gov., Doreen Pankow, Corporate PR Manager.

zulegen. In Deutschland steigerte das Unternehmen seinen wertmäßigen Marktanteil bei Camcordern auf 39,9 Prozent, DVD-Recordern auf 6 Prozent, LCD-TVs auf 6,1 Prozent und bei Digitalkameras auf 9,4 Prozent. Auch im wachsenden Markt für Notebooks konnte Sony auf einen Marktanteil von 9,3 Prozent leicht zulegen.

## Restrukturierung

Im Rahmen einer Pressekonferenz Ende Juli in Köln wurden die wesentlichen Ziele der Restrukturierung erklärt. Das wichtigste Ziel der laufenden Umstrukturierungsmaßnahmen ist die Rückkehr zur operativen Profitabilität noch in diesem Fiskaljahr und der Aufbau einer Wachstumsplattform. Im Fokus aller Umstrukturierungen steht der Kunde. Diese klare Ausrichtung zieht sich kontinuierlich durch alle Projekte der Sony Deutschland. Zum Beispiel wird die Vertriebsorganisation zur Zeit stärker denn je nach dem Hauptkriterium „Kundennähe und Effizienz“ umgebaut, so daß sich der Sony Vertrieb für Consumer Electronics regional am Markt aufstellen wird. Und auch für den Service der Sony Deutschland gilt, sich noch kundenorientierter zu präsentieren, um die Reparatur- und Servicequalität zu steigern. Dies läßt sich

aus Unternehmenssicht aber nur durch ein Lösen der Consumer Service-Center und Support-Funktionen von Sony Deutschland ermöglichen, um die hohen Fixkosten im Service abzubauen und 85 Prozent aller Service-Kosten variabel zu halten. Dies bedeutet in der Umsetzung für die ca. 130 Mitarbeiter des Service, daß sie zukünftig nicht mehr bei Sony, sondern bei einem externen Dienstleister beschäftigt sein werden, der die Servicetätigkeiten für die Sony Deutschland übernehmen wird. Verbesserungspotentiale sieht Sony aber auch im Marketing. Nur transparente Prozesse und eine straffere Organisationsstruktur können sicherstellen, daß das Produktportfolio und die Preispolitik für die deutschen Kunden attraktiv sind. Das Unternehmen sieht sich mehr denn je gefordert, innovative, zukunftsgerichtete Technologien, wie beispielsweise „Wega Engine“ (Bildverbesserung für Fernseher) in der Unterhaltungselektronik, Cyber-Shot-Digitalkameras im Digital Imaging Segment und Hi-MD für „Portable Audio“ am Markt erfolgreich zu positionieren.

Um weiterhin die führende Position im Consumer Electronic Markt einnehmen zu können, wird Sony im Geschäftsjahr 2004/05 den Personalstand um etwa 100

Mitarbeiter reduzieren müssen. „Durch die Umsetzung unseres breitgefächerten Maßnahmepaketes sehen wir uns in einer guten Ausgangsposition, um im Fiskaljahr 2004 die Rückkehr zur Profitabilität im operativen Geschäft zu erreichen und die Weichen für Wachstum im Jahr 2005/06 zu stellen“, so Jürgen Samuel, Managing Director Infrastructure, Sony Deutschland GmbH.

## Starke Marke

Die Marke Sony soll dem Endkunden und dem Fachhandel auch in der Umstrukturierungsphase Innovationssicherheit, höchste Produktqualität, Vernetzung der einzelnen Produktlinien und einen hohen Lifestyle Value bieten. Sony Deutschland will zudem in Zukunft zur Nutzung von Synergieeffekten noch enger mit den Schwestergesellschaften Sony Music, Sony Computer Entertainment, Sony Picture Entertainment und Sony Ericsson zusammenarbeiten. „Nach dem Abschluß der notwendigen Maßnahmen sind wir zuversichtlich, mit einer effizienteren Unternehmensstruktur dem deutschen Markt durch die Stärke der Marke Sony neue Impulse zu geben“, so Wolfdieter Griess, Managing Director Business und Corporate Gov. *miz*

## POS Aktuell

### Bonusprogramm von Ingram Micro

Ingram Micro hat ein Bonusprogramm für den Small-Medium-Business (SMB) Kanal aufgesetzt. Im Rahmen von built4you, dem Built-To-Order (BTO) Programm von Fujitsu Siemens Computers, können SMB Fachhändler ab sofort an der „SMB goes built4you“-Aktion teilnehmen und von zahlreichen Vorteilen profitieren. Dazu

zählen drei Prozent Rabatt auf den built4you-Einkauf bei Ingram Micro, attraktive Boni bei Erreichung individueller Ziele und zu guter Letzt noch die Möglichkeit, an einem Fujitsu Siemens Computers-Training im Wert von bis zu 650 Euro teilzunehmen. Die Aktion endet am 31. Dezember dieses Jahres.

### Panasonic senkt Plasma-TV Preise

Panasonic senkt ab sofort die Preise für zwei Flaggschiffe der Plas-

ma-TV-Serie Viera. So sinkt der UVP des 106-Zentimeter-Modells TH-42PA30 um 1.300 Euro. Dies entspricht einer Preisminderung von 25 Prozent. Der Preis des 94-Zentimeter-Modells TH-37PA30 wird um 800 Euro auf 3.399 Euro gesenkt, was einen Preisvorteil von 19 Prozent entspricht. Die neueste Fabrik in Amagasaki City in der Bucht von Osaka wird eine Kapazität von über 250.000 Einheiten pro Monat (42-Zoll-Bildschirmpanels) oder drei Millionen Einheiten pro Jahr aufweisen und damit die Plasma-TV-Fabrik mit

dem größten Fertigungsvolumen weltweit sein. Hohe Auslastung und effiziente Produktionsprozesse ermöglichen es Panasonic, die Preise auf ein erschwingliches Niveau zu senken. Durch die Produktion im EU-Land Tschechien werden weitere Kostenvorteile erzielt.

### DGH Großhandel ist Distributor von BenQ

Ab sofort können Fotofachhändler die Produkte von BenQ über den DGH Großhandel beziehen. DGH vertreibt die komplette Pro-

duktpalette, angefangen bei Digitalkameras und Projektoren über MP3-Player, Notebooks (Joybooks) und Displays bis hin zu Laufwerken und Brennern. „Digital Imaging ist nach wie vor ein Wachstumsmarkt. Deshalb bauen wir kontinuierlich unser Produktportfolio aus, um unsere Fotohändler wettbewerbsfähig zu halten.

BenQ ist ein wichtiger Hersteller zur Gestaltung einer für den Endverbraucher interessanten digitalen Produktpalette“, so Walter Dürr, Vertriebsleiter DGH.

# Plus X Award – der innovative Technologie-Contest für die Stärkung der Marke

## Qualität hat ihren Preis

**In diesem Jahr wird zum ersten Mal der Plus X Award verliehen. Hersteller aus den Bereichen Car Entertainment, IT, Unterhaltungselektronik, Digital Imaging, Telekommunikation sowie Elektro-Groß- und -Kleingeräte sind bis zum 15. September 2004 aufgerufen, ihre Produkte anzumelden. Eine unabhängige Jury aus Fach-Journalisten und Branchen-Profis befindet in den kommenden Wochen darüber, welche Produkte mit dem Plus X-Siegel ausgezeichnet werden.**

„Billig“ hat schon viel zu lange regiert – gefragt sind wieder innovative Technik, Top-Qualität und die dahinterstehenden Konzepte. Um eine schlüssige und gerechte Bewertung zu garantieren, bedarf es eindeutiger Zuordnungen. Die Produkte, die für den Plus X Award nominiert werden, gehören in mindestens einem Bereich zum Nonplusultra des Marktes. Beurteilt werden sie nach den Kriterien **Innovation, Design und Bedienkomfort**. Produkte mit dem Plus X-Siegel sind innovativ und verkörpern den neuesten Stand der Technik. Topaktuelle Technologie ist ein Muß, denn nur sie bietet Zukunftssicherheit und somit die Basis für eine lange Lebens- und Nutzungsdauer. Was gut ist, soll auch gut aussehen. Folglich legen Hersteller wie auch Konsumenten immer mehr Wert auf schönes und funktionelles Design. Während sich in vielen anderen Bereichen die „Hard Facts“ ähneln, verleiht das Design dem Produkt seine Individualität und seine Markenidentität. Daß Komfort sich nicht auf Äußerlichkeiten beschränken darf, dokumentiert die dritte Kategorie: der Bedienkomfort. Die Benutzerführung ist angesichts vielfacher und komplexer Funktionen ein Schlüsselement für ein gutes Produkt.

Damit ein Produkt aus dem Meer der verschiedenen Angebote herausragt, benötigt es aber auch Werbung und Wertung. Nur wenig beeinflusst den Kunden so zum Kauf eines Artikels wie positive Beurteilung durch Fachzeitschriften oder Experten. Der Plus X Award stellt beide Möglichkeiten der Profilierung dar. Die Sieger des Contests können somit zu Recht behaupten, die Spitze in ihrem Segment erreicht zu haben und das besondere Etwas zu besitzen: das Plus X gegenüber der Konkurrenz. Zudem wertet das Siegel die Produkte auf und schafft eine emotionale Bindung zwischen Herstellern und Konsumenten. Dem Fachhandel bietet es plausible und starke Verkaufsargumente. Jedes der Produkte wird gleichberechtigt und fair bewertet,

Teilnahmevoraussetzung für den Plus X Award ist aber, daß die Produkte über eine professionelle Vertriebsstruktur erhältlich sind.

Zu der unabhängigen Fachjury gehören Frank Kreif (Vorsitzender), Chefredakteur

des Lifestyle-Magazins plugged, Oliver Haubrich, Geschäftsführer der Electronic-Partner GmbH, Lutz Rossmesl, Mitherausgeber der Fachhandels-Titel CE-Markt und electro, sowie Franz Wagner, Objektmanager PoS-MAIL. Neuestes Mitglied

der Jury ist außerdem „neues“-Redakteur Harald Platz, ZDF/3Sat

Die media society networks, eine große, auf Consumer Electronics spezialisierte Marketingagentur, übernimmt die Organisation des Contests.



## PLUS X AWARD™ 2004

Der Name PLUS X AWARD™ und das Logo sind eingetragene Markenzeichen der media society networks.

Produkte, die durch innovative Technik, Höchstqualität und revolutionäre Ästhetik überzeugen, sind wieder gefragt.

Der PLUS X AWARD ist eine ausgezeichnete Chance für Kunden-Orientierung und Hersteller-Profilierung.

Das PLUS X-Siegel steht für besondere Leistungen in den Kategorien USP/Innovation, Design und Bedienkomfort.

Marken-Artikel aus der Unterhaltungselektronik und Telekommunikation, dem IT-Bereich und Hausgerätemarkt stellen

sich einer hochkarätigen Fachjury. Sichern Sie sich das PLUS X gegenüber der Konkurrenz. Melden Sie Ihre

Produkte für den PLUS X AWARD 2004 an.

Teilnahme: [www.plusxaward.de](http://www.plusxaward.de)

Offizielle Partner des PLUS X AWARDS:





# Die 7er Kompaktklasse von Sony

## Die neue Cyber-shot P150

**Die neue Sony Cyber-shot P150 ist mit einem 7 Megapixel-CCD, einem Carl Zeiss Objektiv und dem Real Imaging Prozessor ausgestattet. Mit diesen Features kann die Kompaktkamera auch den gehobenen Ansprüchen engagierter Hobbyfotografen gerecht werden.**

Die P150 ist mit einem Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv ausgestattet, das über einen 3fach optischen (6fach digitalen) Zoom und eine Brennweite von 38 bis 114 Millimeter (entspr. 35 mm KB-Format) verfügt. Zusätzlich zum optischen und digitalen Zoom bietet die P150

den von Sony entwickelten „Smart Zoom“. Wird mit einer geringeren als der maximalen Pixelauflösung fotografiert, verwendet die Kamera die nicht genutzten Pixel für den Smart Zoom. In nur 1,6 Sekunden ist die P150 startbereit, die Auslöseverzögerung (inklusive Autofokus) liegt bei 0,32 Sekunden, und die Aufnahmen können auf dem 4,6 Zentimeter großen Hybrid LC-Display betrachtet werden.

Die Verschlusszeit mit 40 Werten wie auch die Blende (2 Werte) können sowohl automatisch wie auch manuell eingestellt werden. Darüber hinaus können in allen Modi die Farbsättigung, der Kontrast und die Schärfe eingestellt werden. Mit dem AF-Hilfslicht ist die Motiv-

ausleuchtung auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen möglich.

Die Kamera verfügt über ein Einstellrad, mit dem sich die Motivprogramme bequem und direkt ansteuern lassen. Der Anwender kann zwischen neun verschiedenen Motivprogrammen auswählen, und der integrierte Blitz mit Vorblitzfunktion verhindert den sogenannten „Rote-Augen-Effekt“.

Die MPEG VX Fine Funktion ermöglicht Sequenzen mit 30 Bildern pro Sekunde in VGA-Qualität (640 x 480 Pixel). Die Länge der Filme wird dabei nur durch die Kapazität des Speichermediums beschränkt. Die P150 ist mit dem PictBridge-

Standard ausgestattet, und über den Hi-Speed USB 2.0-Anschluß, den Memory Stick oder Memory Stick PRO wird die Übertragung der digitalen Daten auf den PC geregelt.

Im Lieferumfang der Cyber-shot P150 sind ein InfoLithium-Ionen Akku, ein 32 MB Memory Stick, USB-/AV-Kabel, ein Ladegerät und ein umfangreiches Softwarepaket mit PicturePackage und Image Mixer für PC und Mac OS enthalten.

Zum optionalen Zubehör der P150 gehört die Cyber-shot Station CSS-PHA, die einfach an den Fernseher oder PC angeschlossen wird, zugleich als Ladestation dient und bequem über eine

Fernbedienung zu steuern ist. Für den Unterwassereinsatz bietet Sony für die P150 diverses Zubehör an, so zum Beispiel das Unterwassergehäuse MPK-PHB, das beim Tauchen bis zu einer Tiefe von 40 Metern geeignet ist. Mit der Leuchte HVL-ML20M kann der Anwender die Welt unter Wasser erhellen, und der Farbfilter VF-MP5K sorgt für farbgetreue Unterwasserfotos. Die Ledertasche LCS-PHE ist mit einer separaten Akkutasche und einem Schulterriemen ausgestattet.

Die Cyber-shot P150 ist ab Mitte September in den Farben Schwarz und Silber erhältlich, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 530 Euro.

## Die Fujifilm FinePix-Offensive

**Mit sechs neuen Modellen erweitert Fujifilm seine FinePix Digitalkamera-Reihe. Die Kameras bieten dem Einsteiger ebenso wie dem ambitionierten Hobbyfotografen Fotospaß im Kompakt- oder SLR-Design.**

Fujifilm zeigt mit den neuen FinePix E500 und E510 die ersten zwei Vertreter der neuen E-Serie und mit der FinePix E550 das Top-Modell der Reihe. Die E500 und E510 sind mit einem erweiterten Brennweitenbereich von 28 bis 91 mm (entspr. 35 mm KB-Format) und einem 2 Zoll LC-Display ausgestattet. Die Kameras verfügen über 4,1 Megapixel (E500) beziehungsweise 5,2 Megapixel (E510) und sind mit einem Fujinon 3,2fach Zoom-Objektiv ausgestattet. Sowohl die E500 als auch die E510 bieten einen Empfindlichkeitsbereich von ISO 80 bis ISO 400. Beide Modelle sind PictBridge-kompatibel, und mit der Videofunktion können zehn Bilder pro Sekunde mit Ton aufgenommen werden.



Die FinePix S5500 überrascht mit kompakten Features im SLR-Design.

# 6 x Fotospaß

Die E550 bietet unter anderem diverse Motivprogramme und umfangreiche manuelle Einstellungsmöglichkeiten. Sie ist mit einem 6 Megapixel Super CCD-Sensor der Version HR (High Resolution) ausgestattet und verfügt über einen 4fach optischen Zoom mit einem Brennweitenbereich von 32,5 mm bis 130 mm (entspr. 35 mm KB-Format). Das zwei Zoll große LC-Display dient sowohl der Motivsuche als auch der bequemen Betrachtung und Nachbearbeitung der Bilder direkt nach der Aufnahme. Auch die E550 ist PictBridge-kompatibel.

### FinePix S3500 und S5500

Die S3500 im SLR-Design ist mit 4 Megapixeln und Super-Zoom Technik ausgestattet, und das 6fach optische Zoom-Objektiv wartet mit einer Brennweite von 39 bis 234 mm (entspr. 35 mm KB-Format) auf. Die Kamera ist PictBridge-kompatibel, und die sechs Blitzprogramme erlauben auch Aufnahmen in dunkleren Umgebungen.

Ein Knopfdruck genügt, um vom LC-Display auf den elektronischen Sucher umzustellen. Weiterhin verfügt die Kamera über schnelle Auslösezeiten sowie eine optimierte Serienbild-Funktion.

Das zweite Modell der Fujifilm „S-Klasse“ ist die FinePix S5500. Die 4-Megapixel-Kamera im SLR-Design verfügt über eine 10fach Zoomoptik mit einer Brennweite von 37 bis 370 mm (entspr. 35 mm KB-Format). Das Objektiv ist mit einer Blende f2,8/f3,1 ausgestattet. Digitale Daten können im



JPEG-Format auch als RAW-Datei gespeichert werden. Die Verschlusszeit der S5500 beträgt je nach Einstellung 15 bis 1/2000 Sekunde, und für die richtige Belichtung sorgt entweder eine Programmautomatik, eine Zeit- und Blendenaomatik oder der voll manuelle Modus. In der ISO-Automatik wählt die Kamera zwischen ISO 64 und ISO 400 die passende Empfindlichkeit selbst aus, im manuellen Modus kann der Anwender die Empfindlichkeiten selbst einstellen.

### FinePix F810

Die FinePix F810 ist mit dem Super CCD HR Bildsensor noch leistungsstärker. Durch die Weiterentwicklung des Fujifilm Super CCD HR Sensors im Zusammenspiel mit einer neuen Prozessor-Technik erreicht



Die F810 bietet ein verbessertes Farbrausch-Verhalten.

die neue FinePix F810 Empfindlichkeitsstufen von ISO 80 bis ISO 800 und erzielt damit auch bessere Resultate beim Farbrausch-Verhalten. Die neue 6-Megapixel-Kompaktkamera verfügt über viele manuelle

Einstellmöglichkeiten, einen RAW-Modus und Speicherung im JPEG-Format.

Der 4fach optische Zoom mit einer Brennweite von 32,5 bis 130 mm (entspr. 35 mm KB-Format) ist sofort nach dem Einschalten startklar, und das Widescreen (16:9) LC-Display zeigt sowohl Bilder als auch Film-Sequenzen über die gesamte Größe des Displays und macht die Motivsuche zum Kinderspiel.

Alle Modelle sind voraussichtlich im September 2004 erhältlich.



**Ulrich Vielmuth:**

# Videofilmen wie ein Profi

Der TV-Kameramann und Fachbuchautor Ulrich Vielmuth hat wieder einmal zur Feder gegriffen und seine Tips und Tricks zum erfolgreichen Videofilmen verraten. Das Ergebnis ist ein Ratgeber, der leicht verständlich und mit interessanten Hintergrundberichten die effektivsten Handgriffe und Tricks der Filmprofis erklärt.

Hobbyfilmer machen im Gegensatz zu den Profis meist immer die gleichen Fehler: Sie schwenken, zoomen und wackeln zuviel. Weniger ist auch in diesem Fall mehr, denn eigentlich ist es gar nicht so schwer, wie ein Profi zu filmen.

Ulrich Vielmuth verrät, wie wirkungsvolle Filme mit professionellem Touch entstehen. Er erklärt die gestalterischen Tricks zu Kameraführung, Bildwirkung und Ausleuchtung und gibt technische Tips zu Tonaufnahme, Zubehör oder Videoschnitt. Seine Ratschläge veranschaulicht er am Beispiel zahlreicher Fernsehreportagen, Features und Filmberichte. Dabei läßt er Erfahrungsberichte aus seiner Berufs-

praxis einfließen und entführt den Leser auf eine abenteuerliche Reise zu Drehorten in aller Welt: zu den Inuit an die Nordspitze von Grönland, mit dem Traumschiff „MS Europa“ von Singapur nach Manila oder einfach nur zu einem Treff mit



Verona Feldbusch im Supermarkt.

Zum Autor: Ulrich Vielmuth wurde 1947 in Neuwied geboren. Nach einer Ausbildung in einem Filmkopierwerk besuchte er die Fachschule für Optik und

Fototechnik, Fachrichtung Filmtechnik, in Berlin. Anschließend begann er als Kamera-Ton-Assistent beim Südwestfunk in Baden-Baden. Nach einem achtjährigen Intermezzo bei Agfa-Gevaert in München und Leverkusen als Filmtechniker im Außendienst kehrte er als Kameramann zum SWF zurück. 1992 wechselte er ins Landesfunkhaus Mainz. Seitdem hat er zahlreiche Reportagen und Dokumentationen für den Südwestrundfunk (SWR) in aller Welt gedreht.

Schon seit den 1970er Jahren ist Vielmuths Passion die Fachschriftstellerei, um seine Erfahrungen bei der Fernsehaufnahme an die Hobbyfilmer weiterzugeben. Seitdem schreibt er für verschiedene Fachzeitschriften und leitet Video-Seminare für das Bildungszentrum BürgerMedien des Offenen Kanals in Ludwigshafen.

Ulrich Vielmuth: Videofilmen wie ein Profi. Tipps und Tricks von TV-Kameramann Ulrich Vielmuth; 379 Seiten, Fachverlag Schiele und Schön, Berlin 2004, ISBN 3-7949-0714-0, 39,90 Euro.

## PoS-Neuheiten

### Fujitsu: Neue 2,3 GB MO Einbau-Laufwerke



Fujitsu Deutschland hat zwei neue interne Modelle seiner 2,3 GB MO-Laufwerke auf den Markt gebracht: Die Einbaulaufwerke MCR 3230 AP mit ATAPI-Schnittstelle und MCR 3230 SS mit Ultra SCSI-Schnittstelle. Beide Geräte verfügen über eine Speicherkapazität von 2,3 GB. Die interne Datentransferrate beträgt 8,3 MB/s, die mittlere Zugriffszeit 23 ms, die Puffergröße 8 MB R/W. Die Laufwerke sind für die Systemintegration in PCs, Workstations oder industrielle



Anlagen konzipiert. Abwärtskompatibilität besteht für das Schreiben und Lesen von MO-Medien mit 1,3 GB, 640 MB, 540 MB, 230 MB und 128 MB. Das neue Fujitsu 2,3 GB MO Laufwerk MCR 3230 AP mit ATAPI-Schnittstelle ist zum UVP von 270

Euro und das MCR 3230 SS mit SCSI-Schnittstelle zum UVP von 275 Euro verfügbar.

### Belkin stellt neue KVM-Switches vor



Belkin erweitert seine KVM SoHo-Serie um neuartige 2- und 4-fach KVM-Switches. Durch deren Einsatz können mit einer USB-Tastatur, Maus und Monitor bis zu vier DVI- und Dual-Head VGA-USB-Rechner kontrolliert und bedient werden. Die Switches bieten Audio- und Mikrofon-Unterstützung.

Nutzer können von einer USB-Konsole aus mit einfachen Tastatur-Befehlen und Direktwahlschaltern zwischen den angeschlossenen Rechnern umschalten. Bei VGA-Koaxialverkabelung unterstützen die KVM-Umschalter eine Bildschirmauflösung von bis zu 2.048 x 1.536 Pixeln mit einer Taktfrequenz von 85 Hz über 400 MHz Videobandbreite.

Die Switches mit Audio-Unterstützung schaffen Platz und vermeiden Kosten für zusätzliche Tastaturen, Monitore, Mäuse und Audio-Equipment. Um Kabelsalat zu vermeiden, werden die KVM-Umschalter mit integrierten Kabelführungen geliefert.

## NO(?)SENSE

### Rechtschreibung ist Clicksache

Landauf, landab, oder wie man heute sagen muß, „medienweit“, sind Berufene wie Unbedarfte lautstark damit beschäftigt, das Sommerloch mit Diskussionen über Sinn und Unsinn der neuen

und der alten Rechtschreibung zu füllen und Position für oder gegen die Rückkehr zu den noch nicht „alten“, aber „bisherigen“ Regeln oder eine zu erarbeitende Kompromißlösung zu beziehen. Die Argumente des einen oder anderen Lagers übertreffen dabei oft die Unsinnigkeiten, die es in alten wie neuen Regeln abzuschaffen gilt. Luther konnte bei der Schaffung des „Hochdeutsch“,

das allen Deutschen seine Bibelübersetzung verständlich machen sollte, noch „dem Volk aufs Maul schauen“. Doch wo kämen heutige Sprachreformer hin, wenn sie diese Methode bei der von SMS, E-Mail, Cartoons und Videoclips geprägten Kommunikation anwenden würden? Warum man die jährliche, behutsame Aktualisierung der Rechtschreibregeln nicht weiter in den Händen des zwar privaten, aber

kompetenten Duden-Verlages belassen hat, bleibt das größte Rätsel bei der seit Jahren tobenden Auseinandersetzung. Das gehört jedoch zu den Fragen, die mit künstlicher Intelligenz nie zu klären sein werden, denn die muß, wenn sie funktionieren soll, auf logischen Gesetzen basieren. Aber auf jeden Fall kann uns das, was wir bei unserer technischen Infrastruktur in Undankbarkeit gegenüber unserer

eigenen als „künstliche Intelligenz“ bezeichnen, dabei helfen, korrekt nach den gerade verbindlichen oder vom Empfänger gewünschten Rechtschreibregeln zu schreiben: automatische Rechtschreibprüfung, alte oder neue Rechtschreibung, individuelles Wörterbuch mit selbstlernender Funktion. Alles ist nur noch eine „Clicksache“. Früher war es meist Glückssache. *evo*

## 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:**  
Daniel Blömer, Georg Reime

**Anzeigen:**  
Ralf Gruna

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

**Layout und Herstellung:**  
Susanne Blum, Detlef Gruss,  
Dieter Heilenbach, Oliver Smidt

**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



Zielorientierter und leistungsstarker

## PR-Manager/Pressereferent

mit hohem Erfahrungspotential im Bereich Presse-/Öffentlichkeitsarbeit und fundierten Kenntnissen im klassischen Marketing möchte mit kreativen Ideen und maßgeschneiderten Konzepten Ihrem Unternehmen neue Impulse geben. Eine technische Ausbildung und Weiterbildung zum Online-Redakteur „Neue Medien“ sowie Sicherheit im Umgang mit Menschen bilden die Grundlage für selbständiges und zuverlässiges Arbeiten. Zielstrebigkeit, Ehrgeiz, Teamfähigkeit und Organisationsgeschick runden mein Profil ab. Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme unter Chiffre 4241029

Die Europa-Zentrale eines internationalen Technologiekonzerns sucht zum nächstmöglichen Termin für ihre Zentrale im Raum Düsseldorf eine/n

### Financial Analyst

#### Ihre Aufgabenschwerpunkte:

- Controlling**
- Mitarbeit bei der Erstellung des internen Berichtswesens inkl. Forecasting
  - Mitarbeit bei der Erstellung des externen Berichtswesens an die Muttergesellschaft
  - Mitarbeit bei der Budgetplanung (Jahres- und Halbjahresbudget)
  - Erstellung von Analysen mit Hilfe von SAP/R3
  - Sicherstellung eines effizienten Cost Center Reportings
  - Pflege und Weiterentwicklung der Controllingtools
- Accounting**
- Mithilfe bei der Erstellung der Cash-Planung
- Steuern**
- Mithilfe bei der Bearbeitung steuerlicher Angelegenheiten
  - Mitarbeit bei der Erstellung von Umsatzsteuererklärungen für das Unternehmen

#### Unsere Anforderungen:

- Abgeschlossenes Studium oder vergleichbare Fachausbildung (z. B. Bilanzbuchhalter) und mind. zweijährige Berufserfahrung im Finanzwesen, idealerweise in einem internationalen Unternehmen der IT-Branche
- Umfassende Kenntnisse der deutschen Buchführungs- und Steuervorschriften und idealerweise auch internationaler Rechnungslegungs-vorschriften
- Bereitschaft zur Einarbeitung in länderübergreifende Aufgabenstellungen des Finanzwesens

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.

- Gute Kenntnisse von SAP/R3 und MS-Office, insbes. Excel
- Verhandlungssicheres Englisch in Wort und Schrift
- Sicherheit, sich im multinationalen Umfeld zu bewegen
- Ausgeprägte analytische Fähigkeiten
- Flexibilität und Belastbarkeit
- Alter bis Anf. 40 Jahre

Kennziffer 261

Führendes Unternehmen im Großraum Köln sucht den

### Kfm. Leiter (m/w)

#### Ihre Aufgaben:

- Führung der administrativen Bereiche wie Finanz- und Rechnungswesen, Personal, Organisation/ DV, Einkauf, allgemeine Verwaltung
- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und Projekten
- Koordinierung der Budget/Forecast-Prozesse und periodischen sowie Jahresabschlussarbeiten
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäftsbereiche

#### Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Finanz- und Rechnungswesen
- Langjährige Berufserfahrung im Bereich Finanz- und Rechnungswesen/ Controlling, Personal und allgemeiner Administration
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse. Pragmatischer und konzeptioneller Arbeits- und Führungsstil mit Durchsetzungsvermögen
- Alter bis ca. 45 Jahre

Kennziffer 258



#### 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

## SIND SIE EIGENTLICH SCHON AUF DEM WEG ZUM POINT OF SUCCESS?

Wir entwickeln auf markenstrategischer Basis engpass-orientierte Kommunikationslösungen für den POS und helfen dabei, den Performance-Erfolg Ihrer Maßnahme durch prozessbegleitende Beratung und Coaching zu sichern. Durch kreative Konzepte und die optimale Ausgestaltung aller kaufrelevanten Faktoren Ihrer Marke machen wir den POS zum **POINT OF SUCCESS**.

FIT FOR SALES®

FIT TO PERFORM®

FIT TO PITCH®

POS-MARKETINGBERATUNG

PROJEKTMANAGEMENT

WETTBEWERBSPRÄSENTATION

#### BEDARF ERKANNT?

Dann rufen Sie uns an oder senden Sie uns eine eMail. Wir helfen Ihrem Absatz auf die Sprünge ...

salesaffairs! bernd hornung®  
pos - marketingberatung . konzept . planung . coaching

Ihr Kontakt: Bernd Hornung . Franz Müntz  
Sternstrasse 28 - 30 . 40479 Düsseldorf  
Fon 0211.1645289-17 . Fax 0211.1645289-18  
hornung@salesaffairs.de . www.salesaffairs.de



VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER!

FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM

# Hoher Standard für Allrounder!

Besuchen Sie uns auf der Photokina Halle 1.1. Stand B 18 / C 19

### DGH ist offizieller Distributor für SanDisk!



**76,16**

Bestellnr. 567782

#### SANDISK COMPACT FLASH CARD ULTRA II 512 MB

10 Jahre Garantie!



**58,59**

Bestellnr. 314123

#### SANDISK COMPACT FLASH CARD 512 MB

5 Jahre Garantie!



### CANON EOS 300 D MIT EF-S 3,5-5,6/18-55

- 6,3 Mio. Pixel (3072 x 2048 Pixel Auflösung)
- CMOS-Sensor, 7-Punkt Autofocus und 35 Messfelder für die Belichtungsmessung.
- CompactFlash I + II
- USB- / Video-Schnittstelle
- Maße (BxHxT)
- Kamera: 12,2 - 9,9 - 7,29 cm
- Objektiv: 6,62 x 6,9 cm

**759,-**

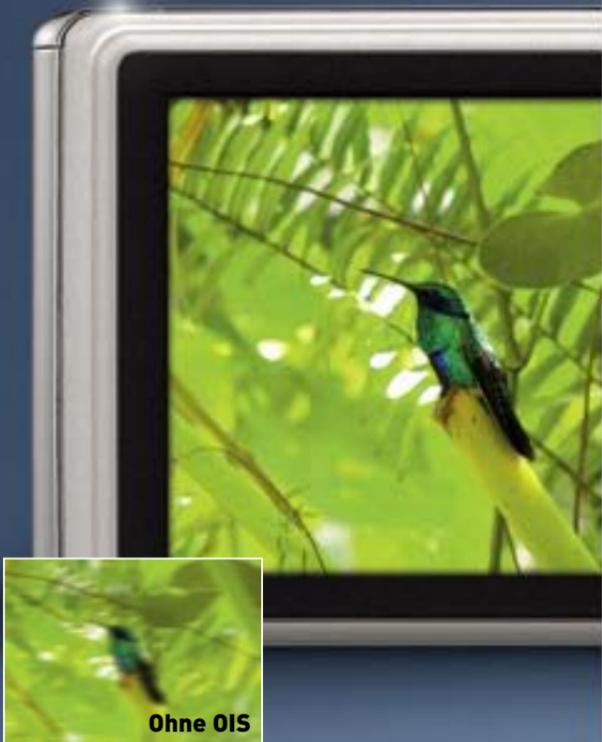
Bestellnr. 565857

Kodak  
Produkte Center  
Jetzt neu bei [www.DGH.de](http://www.DGH.de)!

[www.dgh.de](http://www.dgh.de)

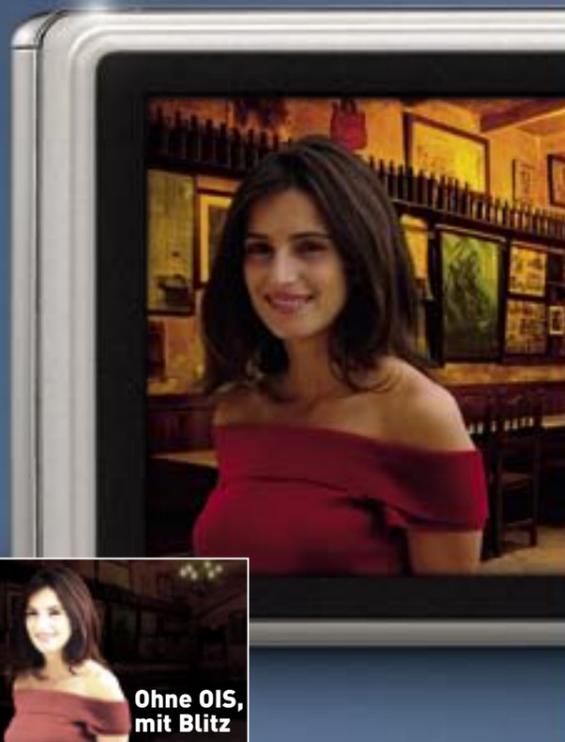
# BEDINGUNGSLOS SCHARF – KEIN VERWACKELN DANK OIS.

Zoom mit OIS\*



Auch ohne Stativ scharfe Bilder mit dem 12fach-Zoom.

Innenaufnahme mit OIS\*



Für scharfe und natürliche Indoor-Fotos ohne Blitz.

Abendaufnahme mit OIS\*



Für stimmungsvolle Abendaufnahmen ohne Stativ.

## Optischer Bildstabilisator



Die ultimative Technologie für scharfe Bilder: Im Gegensatz zu herkömmlichen kompakten digitalen Kameras gibt es bei Lumix kein Verwackeln. Der optische Bildstabilisator mit integriertem Kreiselnsensor sorgt u. a. dafür, dass Sie auch ohne Stativ und trotz langer Belichtungszeiten jederzeit gestochen scharfe Bilder machen können.

Klicken Sie sich zum Lumix Award:  
[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)  
[www.lumix.panasonic.de](http://www.lumix.panasonic.de)

**LUMIX** LEICA DC LENS

**photokina** world of imaging  
 Besuchen Sie uns auf der Photokina in Halle 3.2, Stand 41-61.

### 12fach-Zoom-Serie

FZ 20  
5MP



FZ3  
3MP



### Stylish-Serie

FX7  
5MP, 2,5" LCD



FX2  
4MP, 2" LCD



\*Schematische Darstellung des OIS-Effektes. Abhängig von den Fotobedingungen kann der Unterschied geringer ausfallen.

**Panasonic**  
ideas for life