

INHALT

Boxen, Receiver und Verstärker

Mehrwert durch Mehrkanal-Systeme



Motorola: Exklusivinfos für Händler im Internet	...S. 7
Quam – die neue Mobilfunkmarke	...S. 8
Auerswald: Erfolgreiche Konzepte für den Fachhandel	...S. 11
cycoo AG: Netzwerke für Händler schaffen	...S. 12
Systems: Stimmung besser als erwartet	...S. 14
Erfolgreiche Lobbyarbeit des BVT: Regreßanspruch des Handels	...S. 16
Interview mit Jochen Weymer, Marketing Manager Consumer Audio & Video, Sony Deutschland GmbH	...S. 17
Mobile Ortungssysteme sorgen für Sicherheit unterwegs	...S. 18
Interview mit Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz	...S. 20
JVC will im Camcorder-Markt weiter Akzente setzen	...S. 22
Neue Audioserie der Marke VDO	...S. 26
Grundig geht zuversichtlich ins Weihnachtsgeschäft	...S. 26
Canon Deutschland GmbH: Gebündelte Stärken für den Handel	...S. 30
Ende der D-Box: Ein DVB Receiver – alle Systeme	...S. 32
Der mobile Profi in Sachen Office-Kommunikation: Cassiopeia E-200	...S. 33
Start der R.I.C. verlief nach Plan	...S. 33
TeleKiosk: schneller mit T-DSL	...S. 34
Fujitsu Siemens Oktober-Festival 2001: „Von der Vision zur Realisierung“	...S. 35
Samsungs digitale Satelliten Receiver: Klein & fein	...S. 36
Plasma Displays: Showmaster oder Info-Terminal	...S. 37
Interview mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo der Sony Deutschland GmbH	...S. 38
Samsung mit neuer Produkt- und Image-Werbung	...S. 39
Neues von MP3	...S. 40
Games	...S. 41
PoS-MAIL Aktion: Mit Gewinn ins neue Jahr	...S. 44
Tk-Nachrichten	...S. 6
Tk-Neuheiten	...S. 10
Aktuelles	...S. 4, 12, 24, 32, 34
Neuheiten	...S. 16, 18, 24, 28, 36, 39
Kleinanzeigen	...S. 46
No(?)sense	...S. 47
Impressum	...S. 47

Lange Zeit war es für den High-Tech-Fachhandel schwer, die Verbraucher für neue Audio-Systeme zu begeistern: Es fehlten einfach wegweisende Innovationen. Nicht zuletzt durch den boomenden Heimkino-Bereich hat sich das geändert. Große Bildschirme und das neue Medium DVD haben mit der Weiterentwicklung von Standards wie Dolby Surround ihre hörbare

Entsprechung gefunden. Innovationen wie DVD-Audio und SACD verstärken diesen positiven Trend. Der Fachhandel hat also gute Argumente, zum perfekten Bild auch den perfekten Sound zu verkaufen: Denn die Industrie bringt gerade in der verkaufstarken Zeit innovative Produkte auf den Markt.

Canton: Schwerpunkt bei 360°

Canton setzt die Schwerpunkte dort, wo die größten Umsätze locken, nämlich bei Lautsprecher-Systemen für Dolby Surround. Die aktuellen Modellserien Karat, Ergo und LE sind so ausgerichtet, daß die Basismodelle sowohl als reine HiFi Stereo-Lautsprecher wie auch als Front-Lautsprecherpaar eines Mehrkanal-Surround-Systems einzusetzen sind. Die vierte Modellserie „Movie 5-CX“ zielt aus-

schließlich auf den Heimkino-Bereich.

„Auf das Wesentliche“ konzentriert sich die Lautsprecherserie „Karat“ in Form und Farbgestaltung und wendet sich an den Musikpuristen, der unverfälschten Klang zu schätzen weiß. Neben edlem Buche-, Kirsche- und schwarzem Esche-Furnier gibt es die Karat-Serie auch in hochwertigem Silberlack. An jugendlichen Geschmack appelliert die neue „LE-Serie“ mit ihrem Bi-Color-Finish aus heller Bucheoberfläche und silbriger Aluminium-

front. Die modular aufgebaute Serie umfaßt acht Lautsprecher, eignet sich gut für den stufenweisen Ausbau einer Stereoanlage zu einem Mehrkanal-Heimkinosystem und wendet sich vornehmlich an junge Erstkunden. Die Auswahl erstreckt sich von der großen voluminösen Standbox LE 109 bis zu den dezenten InWall 7 Einbaulautsprechern. Den „State of the Art“ stellt die neue „Ergo-Serie“ dar. Spitzenmodell ist die Ergo-RC-A, ein teilaktives Dreiwegen-Bassreflex-System mit aktivem Bassmodul. Durch Cantons

RC-Technik (Room Compensation) und die in die Endstufe integrierte SC-Technik erzielt Canton eine überragende, mit konventionellen Mitteln schwerlich zu realisierende Wiedergabequalität.

Kleine Boxen – großer Sound

Nach dem Erfolg des Heimkinosystems Movie 10-MX hat Canton die Satelliten-Lautsprecher der neuen Movie 5-CX Serie nochmals kompakter gestaltet. Gerade mal faustgroß sind die Mini-Satelliten

Quam – die neue Mobilfunkmarke

Unter dem Markennamen Quam bietet die Group3G ab sofort ihre Produkte an. Eine breitangelegte Medienkampagne soll den potentiellen Kunden die Marke Quam näherbringen. ... S. 8



Plasma Displays: Showmaster oder Info-Terminal

Der Markt für Plasma Displays verzeichnet enorme Wachstumsraten. NEC und Fujitsu Siemens Computers sind mit ihren Produkten gut gerüstet für den wachsenden Markt. ... S. 37



Sony mit Marke und Mehrwert

Sony hat als Hersteller von Digitalkameras im Markt deutlich an Boden gewonnen. PoS-MAIL sprach mit Christian Lücke über die weiteren Ziele des Unternehmens in diesem Bereich. ... S. 38



Samsung Herbstkampagne „Plano-TV“

Auf der IFA präsentierte sich Samsung mit einer vielseitigen TV-Produktreihe. Pünktlich zur Vorweihnachtszeit startete Samsung eine Werbekampagne für die TV-Serie „Plano“. ... S. 39



Telefunken adé

Die traurige Nachricht kam genau zum Auftakt des Weihnachtsgeschäftes: Thomson Multimedia stellt die Fachhandelsmarke Telefunken ein. Das ist eine bittere Nachricht nicht nur für Traditionalisten, die das Ende eines weiteren großen Namens der deutschen Unterhaltungselektronik-Industrie bedauern, sondern vor allem für die Händler, die sich aus guten Gründen bis zuletzt für die deutsche Traditionsmarke eingesetzt haben.



Im Grunde ist es jetzt müßig, nach Gründen zu suchen, die den Niedergang der Marke Telefunken herbeigeführt haben. Die aktuellen Fakten sprechen für sich: Im Vergleich zum Vorjahr, so Thomson Multimedia Gesamtvertriebsleiter Jürgen Gelber, gab der Umsatz mit Telefunken-Produkten von Januar bis Oktober um 57,9 Prozent nach. Der Oktober dieses Jahres lag gar mit 72,8 Prozent unter dem Vergleichsmonat des Vorjahres. Allein auf der IFA brachen die Umsätze mit Telefunken gegenüber der Funkausstellung 1999 um 75,7 Prozent ein.

Die Marke Thomson dagegen, so Gelber, habe sich im gleichen Zeitraum mit einem Plus von 50 Prozent sehr erfreulich entwickelt. Daher sei der Gesamtumsatzanteil von Telefunken bei Thomson Multimedia auf 8,5 Prozent gesunken. Eine Weiterführung der Marke sei weder für die Fabriken noch für den Vertrieb in Hannover gerechtfertigt.

Einmal mehr wird deutlich, daß spezielle Fachhandelsmarken zwei Seiten haben: Zum einen bieten sie dem mittelständischen Handel eine Basis, sich aus dem direkten Preisvergleich mit Großvertriebsformen herauszuhalten. Auf der anderen Seite macht es das im Vergleich zur Erstmarke naturgemäß geringere Volumen schwer, die Marke beim Verbraucher zu positionieren, um ausreichende Nachfrage zu erzeugen. Darunter leidet wiederum die Bereitschaft des Fachhandels, sich mit einer Marke zu profilieren, die zwar besonders für die ältere Generation einen guten Klang hat, in der Öffentlichkeit selbst aber kaum in Erscheinung tritt. Diesem Teufelskreis ist, wenn die Zeichen nicht trügen, jetzt auch Telefunken zum Opfer gefallen.

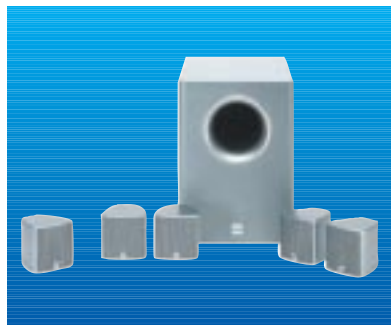
Man kann Jürgen Gelber und seiner Mannschaft nur eine glückliche Hand wünschen, bei der Konzentration auf die Marke Thomson dem Fachhandel die Möglichkeit zu angemessenen Margen zu gewährleisten. Denn es ist nicht anzunehmen, daß man in Hannover auf die Vertriebsbreite verzichten will, die man sich bisher gerade durch die Fachhandelsmarke Telefunken sichern konnte.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

und faszinieren sowohl das Auge wie das Ohr in Gestalt einer zierlich, eleganten, nur 9 cm hohen Box mit überzeugendem Abstrahlverhalten. Aus fünf Satelliten-Lautsprechern für die Front-, Mitten- und Surroundkanäle und einem Aktivsubwoofer für die Wiedergabe der tiefen Basstöne besteht ein komplettes Movie 5-CX System. Die magnetisch abgeschirmten Lautsprecher lassen sich flexibel platzieren. Ganz gleich, ob an der Wand, im Regal oder auf den als Zubehör



erhältlichen Lautsprecherständern LS 90 aufgestellt, verhilft ihnen die gefällige Optik zu einer hohen Akzeptanz. Eindrucksvolle Bässe stellt der Aktivsubwoofer mit seinen 100 Watt Ausgangsleistung bereit. Die Canton Movie 5-CX Serie integriert sich unaufdringlich in fast jede Wohnumgebung und schafft damit in vielen Fällen erst die Bereitschaft zur Anschaffung einer Dolby-Surround-Anlage. Lieferbar sind die Movie 5-CX Systeme in Silber, Weiß und Schwarz.

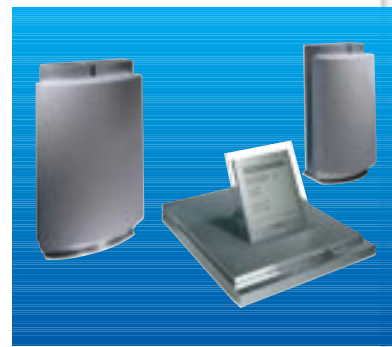
Grundig: Kabelloses Multiroomsystem

Exklusives Design und luxuriöser Komfort sind die übergreifenden Merkmale der Grundig Fine Arts Komponenten. Das Konzept zielt auf einen Kundenkreis, der optimierte Funktionalität und repräsentative, ästhetische Gestaltung in den Mittelpunkt seiner Auswahlkriterien stellt und auf dem neuesten Entwicklungsstand basierende Technik voraussetzt. Mit „Fine Arts Audion“ bietet Grundig ein Multiroom-System mit kabelloser Tonübertragung an. Zentrale Programmquelle und Steuergerät ist „Audio Element“, ein hochwertiger RDS-Tuner mit 300 Stations-

speicherplätzen, der konstruktiv für die Nachrüstung mit digitalem Radioempfang ausgelegt ist. Ein Audio-CD-Player mit 96-fach Oversampling und Bitstream gibt die Inhalte der Audio-CDs als perfekt konditionierte Musiksignale aus. Blickfang und Gag ist das automatische Display der Audio Element Zentrale. Es zeigt den aktuellen Status aller gewählten Funktionen an und orientiert sich in Richtung des Bedieners, sobald dieser die entsprechende Taste der Remote Control drückt.

Drahtlose HiFi-Übertragung

Die Musik- und Tonwiedergabe übernehmen bei Fine Arts Audion aktive Lautsprecherboxen in anderen Räumen oder Etagen der Wohnung, in der das zentrale Steuergerät Audion Elements steht. Die Verlegung von Leitungen ist nicht erforderlich. Nicht nur Lautsprechersignale werden durch Decken und Wände hindurch übermittelt, sondern auch die per Fernbedienung an die Aktivboxen gerichteten Bedienkommandos. Völlig unabhängig von Aktivboxen in anderen Räumen können Lautstärke und



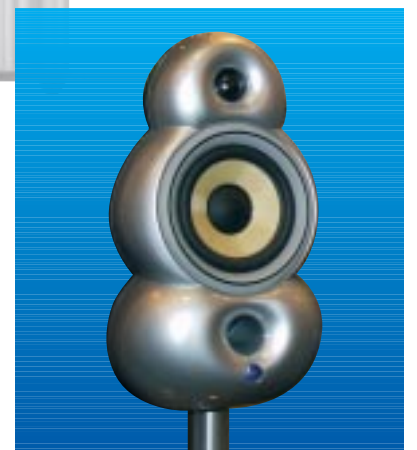
Klangeigenschaften gewählt, aber auch zwischen Radioprogramm und Audio-CD umgeschaltet werden. Bei Bedarf kann parallel an die einen Aktivboxen Musik von der Audio-CD und gleichzeitig an die anderen Aktivboxen das Radioprogramm übertragen werden. Verfügbar sind zwei Modelle: Zwei-Wege-Wand- oder Regal-Boxen mit einer Musikleistung von 120 Watt, die vorrangig für den Einsatz als rückseitige Boxen für Dolby ProLogic und Dolby Digital 5.1 Systeme ausgelegt sind, sich aber auch

für die kraftvolle Beschallung von Nebenräumen wie Bad, Küche oder Arbeitszimmer eignen. Die größeren Drei-Wege Standboxen wurden als vordere Schallquellen im Einsatz mit Vision- oder Audion-Einheiten entwickelt und erzeugen mit 220 Watt Musikleistung harmonische Klangbilder und brillante Hörerlebnisse. Der Wegfall jeglicher Leitungsverbindungen

bewirkt eine hohe Flexibilität. Audion Aktivboxen können dort aufgestellt werden, wo man sie gerade benötigt, bei einer Grill-Party auch im Garten. Systemlösungen wie Fine Arts Audion verbinden unverwechselbares Design und modernste Technologie mit sinnvollem Komfort und heben sich damit vorteilhaft vom allgemeinen Angebot ab.

Blueroom Speaker

Aus der Perspektive des Handels betrachtet lautet die Formel: „Blueroom Speaker = Form + Funktion + Marge“. Denn Lautsprecherboxen lassen sich gut über die Form und das Design verkaufen, wobei die Frage nach der akustischen Qualität leider oft auf der Strecke bleibt. Man kann Lautsprecherboxen auch über ihre akustische Qualität verkaufen. Das ist schwer, denn der Mensch ist vorrangig visuell orientiert. Außerdem gibt es Unterschiede zwischen der spontanen Entscheidung eines Kaufinteressenten für ein im Verkaufsraum wahrgenommenes Klangbild und der für seine Zufriedenheit erforderlichen Dauerakzeptanz im eigenen wohnlichen Umfeld. Mit Minipod Boxen von Blueroom Loudspeakers Ltd. kann man derartige Konflikte vermeiden, denn sie sind mit ihrer, laut Hersteller, „zeitlos cyberorganischen Ästhetik“ echte Eye-Catcher in einer Flut von einfallslos gestalteten oder mit Design-Gags überladenen Produkten. Dagegen wird das typische Blueroom Erscheinungsbild von den Gesetzen der Elektro-Akustik bestimmt. Weil Blueroom Loudspeaker bei Design und Klangeigen-



schaften eine Einzelstellung einnehmen, entziehen sie sich dem direkten Preisvergleich und verfügen dadurch über das Potential für eine beidseitig zufriedenstellende Händler-Kundenbeziehung. Die ineinander fließenden Rundungen der Minipod-Boxen auf ihren zierlichen, sich nach unten verjüngenden Standbeinen fallen auf den ersten Blick auf. Die aus resonanzfreiem Kunststoff hergestellten Gehäuse besitzen keine parallel gegenüberstehenden Wandflächen. Bei konventionellen rechteckigen Lautsprechergehäusen entstehen zwischen gegenüberliegenden Gehäusewänden Resonanzschwin-





Masters Händler Schluderbacher: „Diese Box polarisiert sofort. Der Kunde sagt zum Design ja oder nein. Ausschlaggebend ist jedoch, daß man sie angeschlossen und vorführbereit hat. Blueroom macht uns echt Spaß.“

gungen, sogenannte „Stehwellen“, die ohne starke Dämpfungsmaßnahmen zu Verfremdungen des abgestrahlten Klangbildes führen würden. Die erforderliche Innenraum-Bedämpfung beeinflusst bedauerlicherweise auch die Klangcharakteristik negativ und vermindert den Wirkungsgrad. Weil Stehwellen im Inneren der Minipods kaum Chancen haben, wird ein natürliches Klangbild abgestrahlt und mit relativ geringer Verstärkerleistung ein Schalldruck bis zu 90 dB erreicht. Die offen zugängigen, sichtbaren Lautsprecherchassis erinnern an Produkte des renommierten Lautsprecherherstellers B&W. Kein Wunder, denn die Schöpfer der Minipods sind frühere Entwicklungsingenieure dieses Unternehmens.

Alle zur Herstellung eingesetzten Materialien sind umweltverträglich recyclebar. Bestückt sind die Lautsprecherboxen mit einem sorgfältig abgestimmten 2-Wege Bassreflexsystem mit einer Belastbarkeit von 60–100 Watt an 4 Ohm. Aufgrund ihrer ausgezeichneten Klangeigenschaften und der magnetischen Abschirmung lassen sich Minipods für unterschiedlichste Aufgaben einsetzen, zum Beispiel bei Heimkino-Anlagen, als Center-Speaker oder als Multimedia-Lautsprecher eines PC. Die Höhe beträgt 340/440 mm und das Gewicht 2,37 kg. Die Boxen sind erhältlich in den Oberflächenfarben Silber, Schwarz, Blau oder Weiss (UVP: 306 Euro/Stück) oder den besonderen Effektfarben Lucente Cobaltblau, Midnightblue, Pearlescente (UVP: 332 Euro/Stück). Mit einem umfassenden Zubehör-Sortiment lassen sich nahezu alle Aufstellungsprobleme lösen und außerdem zusätzliche Umsätze generieren.

Für das akustische Fundament: die Minipod Bass-Station

Die voluminöse Abrundung der reproduzierten Schallereignisse im Bassbereich wird mit der „Minipod Bass-Station“ erreicht. Sie kann sowohl zur Komplettierung von Minipod Sets wie auch als Subwoofer zur Ergänzung bereits vorhandener Lautsprecher eingesetzt werden.

Der aktive 25 cm Basstreiber kann mit einstellbarer Übergangsfrequenz zwischen 40 bis 180 Hz angesteuert werden und erzeugt bei einem Rauschspannungsabstand von >90 dB ein sattes Bassfundament bei einer Ausgangsleistung bis zu 75 Watt RMS. Außer der Kontrolle des Eingangspegels läßt sich die Signalphase zur Anpassung an die akustischen Eigenschaften des Hörraums zwischen 0° und 180° umschalten. Außer den niederohmigen Anschlüssen für den linken und rechten Lautsprecher-Kanal stehen auch High Level Cinch Line In und Line Out Buchsen zur Verfü-



Minipod Bass-Station: 40–180 Hz, 75 Watt, Bass satt.

gung. Die Bass Station arbeitet mit einer Netzspannung von 230 V AC. Die Abmessungen betragen 529 x 348 mm (H/B) bei einem Gewicht von 13 kg. Verfügbar ist das Gerät in den Farben Silber, Schwarz, Blau und Weiß (UVP: 920 EUR) und den Sonderfarben Midnightblue und Pearlescente (UVP 970 EUR).

Verstärker und Receiver

Innerhalb relativ kurzer Zeitspanne hat das Marktgeschehen konventionelle Stereo-Verstärker und Receiver zu nostalgischen Nischenprodukten degradiert. Nur bei Micro-Anlagen, portablen Audiogeräten, Car-Stereo-Equipment und im High End HiFi-Bereich haben sie noch nennenswerte Absatzchancen. Im wahrsten Sinne des Wortes „spielt die Musik“ für Audio-Produkte inzwischen furios im Home-Cinema-Bereich auf. Hier wird die Entwicklung durch den mit unglaublicher Dynamik verlaufenden Siegeszug der DVD als Film- und Video-Medium bestimmt. Weil DVD-Player ganz „nebenbei“ auch

den dominierenden Tonträger Audio-CD abspielen, sind die Bereiche Audio und Video zwangsläufig miteinander verschmolzen. Bei DVD-Filmen verfügen fast alle Neuerscheinungen über Tonspuren für räumlichen Mehrkanalsound. Dolby Surround ist zwar bei Spielfilm-Ausstrahlung über analoge Fernsehsender noch die Ausnahme (ProSieben), doch mit zunehmender Verbreitung des digitalen Fernsehens nimmt die Anzahl der Spielfilme mit Dolby Surround oder Mehrkanalton zu. Wenn ein Neuerwerb ansteht, für einen Mehrkanal-Receiver oder Verstärker deshalb die Norm.

Von Dolby Digital bis DTS ES Discrete 6.1

Häufiger als die Jahreszeiten wechseln, erleben neue Tonformate für Mehrkanal-Ton ihre Markteinführung. Vor Jahresfrist war eine Dolby 5.1 Mehrkanalanlage State of the Art. Inzwischen stehen 6.1 Formate an der Spitze der Entwicklung. Eine 6.1 Matrix Mehrkanalkodierung und eine Tonnorm mit einem weiteren diskreten Kanal hat die Digital Theater Systems Inc. (DTS) unter den Warenzeichen „DTS-ES 6.1 Matrix™“ und „DTS-ES 6.1 Diskret™“ zur Lizenz freigegeben. Die Gründe des hohen Innovationstempos liegen bei den Konzernen der Filmindustrie, die ständig an der Verbesserung und Neuentwicklung räumlicher Soundeffekte

arbeiten und den DVD-Pressungen für den Consumerbereich die für professionelle Aufführung abgemischten Toninformationen mit auf den Weg geben. Im harten Wettbewerb der UE-Hersteller sind diese um eine schnelle Erschließung der neuen Sound-Optionen für den Heimkino-Bereich bemüht.

So haben die Dolby Laboratories und Lucasfilm THX erst kürzlich in San Francisco die Lizenzierung von Dolby® Digital Surround EX™ für Geräte der Consumer Electronic verkündet. Die neue Mehrkanalnorm basiert auf dem vom Filmstudio Lucasfilm in Zusammenarbeit mit Dolby entwickelten und seit zwei Jahren bei Kinofilmen eingesetzten THX Surround EX und arbeitet mit einem zusätzlichen Surround-Kanal oberhalb der Kopfhöhe und hinter dem Zuschauer. Schallereignisse wie der Überflug eines Jets, Unwetter- und Sturmgeräusche oder die Geräuschkulisse einer Arena können auf diese Weise noch realistischer reproduziert werden. Laut Dolby sind schon 60 Kinofilme in diesem Ton-Format abgedreht, so z. B. die in Kürze anlaufenden Titel „Harry Potter und der Stein der Weisen“ und „Der Herr der Ringe“. Aktuell sind bereits 30 Kinofilme mit THX Surround EX auf DVD im Handel verfügbar. Einige Her-

steller bieten in der gehobenen Klasse unter der Bezeichnung „THX EX“ oder „6.1 Digital Surround“ bereits Digital-Surround-Verstärker und DVD-Player mit dem neuen Standard an, so z.B. Yamaha seinen digitalen Vollverstärker DSP-AX1 mit zehn Kanälen, davon acht Vollverstärkerkanäle. Beruhigend für den Endverbraucher ist die Abwärtskompatibilität der neuen Mehrkanal-Normen, die mit allen älteren Dolby-Surround Anlagen wiedergegeben werden können.

Pioneer VSA-AX10

Er ist mit seinen 28 kg kein Leichtgewicht und in Sachen Anschaffungskosten im gehobenen Bereich angesiedelt, der AV-Verstärker der Referenzklasse: Pioneer VSA-AX10. Für Home-Cinema Anwendungen auf Großbildschirm ist dieser AV-Verstärker der Superlative jedoch mit Sicherheit der angemessene Audio-Partner. Bekanntlich trägt die Reproduktion von bildbezogenen und räumlich lokalisierbaren Schallereignissen maßgeblich zur Erzeugung der



Pioneer VSA-AX10, Referenzklasse für AV-Verstärker.



Yamaha RX-V620 - Receiver

Mit diesem neuen Receiver bereichert Yamaha sein Sortiment um ein Modell, welches alle herkömmlichen und die neuesten derzeit verfügbaren Technologien unterstützt und trotz moderatem Preisniveau durch die Wertigkeit seiner Optik, die mechanische Solidität und seinen elektronischen Leistungsumfang in wesentlichen Punkten dem Vergleich mit Geräten

der Oberklasse standhält. Der in schwarzem oder titanfarbenem Gehäuse lieferbare RX-V620 verfügt mit 5 x 130 Watt (nach DIN) über kraftvolle Reserven. Hochwertig ist auch die Ausstattung: Ein 32-Bit-DSP-Chip aus Yamaha-eigener Produktion und der Einsatz von 96 kHz/24-Bit-D/A-Wandlern für alle Kanäle schaffen die Voraussetzungen für ein hervorragendes Klangbild. Üppig fällt auch die Anzahl der Eingänge und Anschlußmöglichkeiten aus: 3 optische Digitaleingänge, 1 koaxialer Digitaleingang, 1 optischer Digitalausgang auf der Geräterückseite und ein optischer Digitaleingang auf der Frontseite, zusätzlich zwei Komponenten-Eingänge und ein Komponenten-Ausgang. Sämtliche AV-Anschlußgruppen sind mit FBAS-Video und auch mit S-Video beschaltet. Für jeden Kanal steht ein Vorverstärker-Ausgang zur Verfügung. Alle Lautsprecheranschlüsse sind Schraubverschlüsse. Zum Anschluß eines DVD-Audio-Players steht ein 100 hHz-tauglicher Sechskanaleingang bereit. Wie bei Yamaha-Geräten gewohnt, glänzt der RX-V620 mit einer Auswahl von stolzen 26 mitgelieferten DSP-Programmen für die unterschiedlichste Soundcharakteristiken, so z. B. 70 mm Sci-Fi, 70 mm Spectacle und 70 mm Adventure. Für Fernsehzuschauer stehen spezielle DSP-Optionen zur Verfügung: Game, TV Sports oder Mono Movie. Die ausgezeichnete Verarbeitung und das ergonomisch ausgefeilte Styling von Gerät und Fernbedienung vermittelt einen wertvollen Eindruck.

Gutes Preis-/Leistungs-Verhältnis

Erhöht wird die Attraktivität dieser Kombination aus Gediegenheit und technischer Kompetenz durch den im Vergleich zur gebotenen Leistung moderaten Preis: Der UVP für den Yamaha RX-V620 (in den Gehäusefarben Schwarz oder Titan lieferbar) beträgt DM 1148,-. Als reiner Verstärker mit gleichem Konzept und mit gleichen Leistungsdaten, aber ohne RDS-Tuner, hat das Modell die Typenbezeichnung DSP-AX620.



Dirk Wittmer (Red Zac): „Eine Audiosaison gibt es bei uns nicht mehr. Wir müssen dafür sorgen, alle vier Wochen selber eine Audiosaison zu kreieren.“



realitätsnahen Illusion bei. Von 20.000 in

Deutschland abgesetzten Plasma-Displays im abgelaufenen Jahr entfällt ein nicht zu unterschätzender Anteil in den privaten Home Cinema Bereich. 2003 wird der private Marktanteil bei Plasma-Bildschirmen den Business-Bereich überflügeln. Für die Kunden des High-Tech-Fachhandels gilt: Wer den finanziellen Einsatz beim Erwerb je zur Hälfte auf Video- und Audio-Equipment verteilt, hat große Chancen auf ein optimales Resultat.

Neue Komponenten

Weltweit erstmalig ist dieser AV-Receiver der Superlative mit DTS 96/24 ausgestattet und liefert DTS-Filmton in DVD-Audio-Qualität. Die Lucasfilm Inc. hat den authentischen Kinosound des Pioneer VSA-AX10 bereits mit dem neu geschaffenen Zertifikat „THX Ultra 2“ ausgezeichnet. Mit diesem Gerät nimmt Pioneer zur Zeit eine Alleinstellung im Weltmarkt ein. Der massive Aufbau und die solide Verarbeitung der eingesetzten Materialien signalisieren schon äußerlich den Anspruch auf die Spitzenklasse. Wenn dann sieben separate Verstärkerzüge mit einer Leistungskapazität von 7 x 170 Watt die Lautsprecherboxen aktivieren, mutiert die Heimkino-Session zumindest akustisch zum beeindruckenden Kino-Erlebnis. Separate Endstufen sind beim Einsatz eines VSA-AX10 Verstärkers absolut überflüssig.

Alle existierenden Tonformate inklusive

Der VSA-AX10 unterstützt alle gängigen Tonformate wie Dolby Digital, DTS und MPEG-2 Multichannel, Dolby ProLogic II und DTS-ES Discrete 6.1, das neueste aktuelle Tonverfahren. Für höchste Wiedergabequalität digitaler Programmquellen sorgt der integrierte 192 kHz/24-Bit Audio D/A-Wandler und für die Wiedergabe analoger Programmquellen ein 96 kHz/24-Bit A/D-Wandler. Ein MCACC (Multichannel Acoustic Calibration System) sorgt für optimalen Raumklang. Über ein Meßmikrofon mißt der Verstärker die Raumakustik und kompensiert Fehler der Lautsprecherkonfiguration. Universelle Anschlußmöglichkeiten, u.a. ein 7.1-Kanal-Eingang für DVD-Audio und externe Decoder, ein AC-3 RF-Eingang für LaserDisc, acht Digital-Eingänge (drei koaxial, fünf optisch), zwei optische Digital-Ausgänge sowie vergoldete Anschlußterminals runden die großzügige Ausstattung ab. Der gut angelegte Anschaffungspreis für den ab Winter 2001 erhältlichen AV-Verstärker VSA-AX 10 beträgt (UVP) 4.600 Euro. evo

POS Aktuell

Liberate als Partner des IRT für MHP-Lösung

Liberate Technologies, eine offene Softwareplattform für erweiterte TV-Lösungen, hat die Erweiterung seines Angebotes auf der Basis des MHP-Standards (Multimedia Home Platform) mit der Lizenzierung der Referenzimplementierung des Instituts für Rundfunktechnik (IRT) bekanntgegeben. Das IRT, Forschungs- und Entwicklungsinstitut der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, spielt eine bedeutende Rolle bei der Zertifizierung von MHP-Lösungen. Die europäische DVB-Organisation (Digital Video Broadcast), die MHP definiert hat, informiert über die IRT MHP-Referenzimplementierung. Diese Lösung wird von Unternehmen in der ganzen Welt zur Entwicklung eigener Lösungen nach dem MHP-Standard verwendet.

Im Rahmen der Vereinbarung mit IRT hat Liberate die von IRT entwickelte MHP Referenzimplementierung, allgemein auch als Software Stack bekannt, lizenziert. Die Lizenzierung bietet Liberate die

Möglichkeit, eine vollständige MHP-kompatible Softwarelösung für digitale TV-Zusatzboxen zu entwickeln.

Cherry Internet Keyboard Windows zertifiziert

Das Cherry Internet Keyboard G83-13000, auch bekannt unter der Bezeichnung CyBo@rd, wurde für das neue Microsoft Betriebssystem Windows XP Home Edition bzw. Windows XP Professional Edition zertifiziert. Damit hat Cherry, als einer von wenigen Tastaturherstellern, für seine CyBo@rd Tastatur das Logo „Designed for XP“ erhalten. Das CyBo@rd wird mit der Cherry KeyMan (Keyboard Manager) Applikationssoftware ausgeliefert. Damit können 19 zusätzliche Hotkeys auf der Tastatur frei konfiguriert werden. Die zugehörigen Gerätebetreiber sind, wie die Tastatur selbst, für Windows 98, ME, NT, 2K und XP zertifiziert.

Compaq mit Windows XP

Die aktuelle Produktlinie von Compaq ist für Windows XP, das neue Betriebssystem für professionelle und private Anwender von Microsoft, vorbereitet. Erhöhte Stabilität,

Pioneer erweitert Service für Handelspartner im Bereich Plasma-Displays

Mit einem Showcar als mobiles Schulungs- und Präsentationscenter für Plasma-Displays unterstützt Pioneer Electronics Deutschland GmbH seine Handelspartner zusätzlich. In dem 7,5 m Spezialfahrzeug verbirgt sich modernes Hightech. Zwei Plasma-Flachbildschirme mit 43 bzw. 50 Zoll Bild diagonalen, zwei professionelle DVD-Player zur Ansteuerung sowie eine komplette Dolby-Surroundanlage sind in dem Showcar fest installiert und jederzeit einsatzbereit. Über einen Multimedia-PC können zudem PC- und High-Definition-Videosignale auf die Bildschirme geschickt werden. Darüber hinaus verfügt das Fahrzeug über eine digitale Satellitenanlage und über Stromversorgung. „Beim Verkauf unserer High-End-Plasma-Displays, die häufig in öffentlichen Institutionen und Unternehmen eingesetzt werden, möchten wir eine anspruchsvolle und kompetente Kundenberatung gewährleisten. Dafür müssen unsere Händler bestmöglich geschult sein“, so Klaus Lippert, Sales Support Engineer bei Pioneer Electronics Deutschland GmbH. „Die Koordination gemeinsamer Schulungstermine an einem Standort habe sich jedoch oft als schwierig gestaltet und ist für die Händler meistens durch längere Anfahrtswege mit einem enormen Zeitverlust verbunden. Mit dem Showcar haben wir an Flexibilität gewonnen. Wir sind jetzt in der Lage, unsere Handelspartner bundesweit vor Ort individuell und bedarfsgerecht über unsere neuesten Produkte zu informieren und diese vor Ort vorzuführen. Die Resonanz der ersten mobilen Einsätze war durchweg positiv“, so Lippert weiter. Neben dem Hightech-Equipment finden bis zu sieben Personen gleichzeitig Platz in dem mobilen Schulungscenter. Außer als Schulungscenter für Händler und Außendienstmitarbeiter wird das Showcar auch bei Promotion-Veranstaltungen, auf Hausmessen und als mobiler Showroom eingesetzt.



BDU Manager Award 2001/2002 für Vorstandsvorsitzenden der Loewe AG

Der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater BDU e.V. hat in diesem Jahr den BDU Manager Award an Dr. Rainer Hecker, den Vorstandsvorsitzenden der Loewe AG, verliehen. Die Laudatio an den Preisträger des BDU Manager Awards 2001/2002 hielt der BDU-Ehrenpräsident Malte W. Wilkes. Der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Dr. Rainer Hecker, sei von der Jury „wegen seiner herausragenden Leistungen als Manager, Unternehmer, Visionär und als Branchenvordenker für Innovation“ ausgewählt worden. Die Jury habe besonders beeindruckt, daß Loewe trotz einer turbulenten Vergangenheit mit Höhen und Tiefen durch das konsequente und innovative Management Heckers wieder in die Erfolgsspur zurückgeführt wurde und sich als Innovationsmotor und Designvorreiter in der Branche positionieren konnte.

Als langjähriger Philips-Manager war Dr. Hecker 1982 als Geschäftsführungsmitglied der damaligen Loewe Opta GmbH beigetreten. Nachdem er 1980 Vorsitzender der Geschäftsführung wurde, führte er den TV-Hersteller 1999 als Vorsitzender des Vorstandes erfolgreich an die Börse. Dabei wechselte Hecker von der Rolle des angestellten Managers im Zuge eines Management-Buy-Outs in die Rolle des Unternehmers. Überzeugt habe die Jury bei der Entscheidung auch, daß Hecker sein Unternehmen mit einem ausgeprägten Team-Gedanken und hoher sozialer Verantwortung für die oberfränkische Region führte. „Dr. Rainer Hecker ist ein Beispiel für Wissen und Können, für Menschenorientierung und Offenheit“, unterstrich BDU-Ehrenpräsident Wilkes in seiner Laudatio.



mehr Leistung und viele neue Features machen Windows XP zur ersten Wahl beim Einsatz von Compaq PCs und Notebooks. Auf dem Launch-Event von Microsoft Windows XP demonstrierte Compaq das Zusammenspiel von Compaq Produkten und dem neuen Betriebssystem.

Entertainment-Welt von Europe Online via PC

Auch ohne Satellitenschüssel können über eine Million Haushalte in Deutschland bald die interaktive Entertainment-Welt von Europe Online auf ihrem PC empfangen. Möglich macht das ein Vertrag zwischen Europe Online und der Bosch Telecom GmbH. Neben rund 200 frei empfangbaren TV- und Radiosendern – darunter MTV und Eurosport – bietet Europe Online unter anderem auch interaktive Kanäle in den Bereichen Film, Musik, Spiele oder Reise. Im Download-Center stehen über 10.000 Dateien zum offline-Download bereit. Vertragsgemäß wird Europe Online seinen Service über einen einzelnen 8 Mhz-Kanal senden. Bosch übernimmt die technische Unterstützung und den Service. Der Dienst soll stufenweise und Netzwerk für Netzwerk ausgebaut werden. In ganz Deutschland werden schließ-

lich rund 1,3 Millionen Bosch-Kunden das Europa Online-Entertainment auf ihrem PC erleben können.

Positive Entwicklung im Bereich Home Cinema

Vom 15. bis 17. Februar steht in Köln wieder das Heimkino im Mittelpunkt. Nach der Premiere der HEIVA 2001 laufen die Vorbereitungen für die zweite Internationale Messe für Home Cinema auf Hochtouren. Der Markt im Home Cinema-Sektor entwickelt sich weiterhin positiv. Die Gesellschaft für Unterhaltungselektronik (gfu) und GfK Marketing Services rechnen für das laufende Jahr mit einer Steigerung von 14 Prozent im sogenannten Bereich „Rest Vision“ (Plasma und Projektions-TV, Set-Top-Boxen, Sat). Im noch jungen Bereich DVD, der als Motor für die Heimkino-Sektion gilt, zeichnet sich sogar ein Anstieg des Absatzvolumens um 59 Prozent ab. Es ist zu erwarten, daß die Branche zur HEIVA 2002 mit einer Reihe von Produktpremierer auftritt, denn der Innovations-Rhythmus im Bereich der Unterhaltungselektronik wird immer kürzer. Außerdem dürften zahlreiche Geräte, die in diesem Herbst als Prototyp vorgestellt wurden, erstmals serienreif präsentiert werden.

BETRETEN SIE EIN NEUES VIDEO-ZEITALTER. DER PANASONIC DVD VIDEO RECORDER DMR-E20 BIETET NICHT NUR HÖCHSTE BILD- UND TONQUALITÄT, SONDERN AUCH ALS EINZIGER DIE TIME-SLIP-FUNKTION: NUR MIT DEM DMR-E20 KÖNNEN SIE DIE AUFNAHME SCHON WÄHREND DES RECORDINGS ZEITVERSETZT ANSEHEN. DAS IST BESONDERS BEQUEM, SOLLTEN SIE BEIM ZUSCHAUEN MAL UNTERBROCHEN WERDEN. WOLLEN SIE SCHNELLEN ZUGRIFF AUF ALLES, WAS SIE AUFGENOMMEN HABEN? DER DIRECT NAVIGATOR MACHT ES MÖGLICH. IHREN CAMCORDER SCHLIESSEN SIE SPIELEND EINFACH AN UND KÖNNEN MIT DER PLAYLIST VON IHREN FILMAUFNAHMEN MEHRERE VERSIONEN EDITIEREN UND ARCHIVIEREN. NUTZEN SIE DAS MEDIUM DVD OPTIMAL UND WIE NIE ZUVOR! MEHR INFORMATIONEN BEIM PANASONIC HÄNDLER ODER UNTER WWW.PANASONIC.DE.

DVD RECORDING – EINFACH MEHR.

Panasonic
CHANGES YOUR LIFE.



POS Aktuell

Rückgabegarantie bis Jahresende bei Oki

Unter dem Titel „Buy & Try“ hat Oki eine Aktion gestartet, die über den Fachhandel ausgeführt wird und den Käufern von Oki Produkten bis zum Jahresende die Chance einräumt, ein erworbenes Produkt nach dem Kauf zurückzugeben. Die Aktion läuft bis zum Jahresende. Interessierte Kunden können in diesem Zeitraum ausgewählte Oki-Farbseitendrucker, Fax- oder Multifunktionsgeräte risikofrei erwerben. Entsprechen die Geräte nicht ihren Erwartungen, können sie innerhalb von vier Wochen beim entsprechenden Händler zurückgegeben werden. Der Kaufpreis wird in diesem Fall abzüglich einer Benutzungspauschale (150 Euro bei Druckern, 75 Euro bei Fax- und Multifunktionsgeräten) zurückerstattet.

T-Mobile International verdoppelt Ebitda

T-Mobile International hat das Ebitda (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) im dritten Quartal gegenüber dem zweiten Quartal weiter gesteigert und in den ersten Monaten des Jahres insgesamt ein Ebitda von 2,2 Milliarden Euro erzielt. Dies entspricht einer Verdoppelung im Vergleich zum entsprechenden

Funkwerk Dabendorf erhält „Mittelstands-Oskar“

Die Funkwerk Dabendorf AG ist mit einem „Oskar für den Mittelstand 2001“ ausgezeichnet worden. Im Rahmen einer festlichen Gala im Berliner Estrel Convention Center gingen 21 Oskars an Preisträger aus Berlin, Brandenburg, Hessen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Insgesamt hatten sich 1.542 Unternehmen um die Auszeichnung beworben, die jährlich für die Gesamtentwicklung, die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen, die Innovation und Modernisierung, das Engagement in der Region sowie für Service und Kundennähe von der Oskar-Stiftung verliehen wird. Das Landratsamt des Kreises Teltow-Fläming und die IHK Potsdam hatten das Funkwerk Dabendorf für die Trophäe nominiert. Unter 40 Bewerbern aus Brandenburg konnte sich das Funkwerk Dabendorf neben zwei weiteren Preisträgern aus Brandenburg durchsetzen.



Funkwerk Dabendorf-Geschäftsführer Volkmar Redlich (r.) erhält aus den Händen von Dr. Schmidt, Vorstandsvorsitzender der Oskar-Stiftung, den Oskar.

Vorjahreszeitraum. Zu diesem positiven Ergebnis trugen den Angaben zufolge alle Mehrheitsbeteiligungen der T-Mobile bei: Sowohl T-Mobile in Deutschland als auch One2One in Großbritannien, max.mobil in Österreich und RadioMobil in der Tschechischen Republik sowie Voicestream in den USA meldeten Wachstum. Alle Mobilfunkbeteiligungen des Unternehmens betreuten Ende September rund 62,4 Mio. Kunden. Mit 22,6 Mio. Kunden und einem Zuwachs von 473.000 Kunden im

dritten Quartal 2001 ist die deutsche T-Mobile das größte Mitglied der T-Mobile International Gruppe.

QSC verlängert die „Try & Buy“-Aktion

QSC hat die seit einigen Monaten laufende „Try & Buy“-Aktion bis Ende des Jahres verlängert. Damit haben Interessenten auch weiterhin die Möglichkeit, das Geschäftskundenprodukt Q-DSL business einen Monat lang für 99 Euro zu testen. Nach Ablauf der Testphase fallen monatliche Kosten gemäß der aktuellen Preisliste an. Die Aktion gilt für alle Q-DSL business Produkte (1, 2, 5, 10, 20). Während der Aktion werden die Aktivierungskosten ebenfalls herabgesetzt, und zwar auf einheitlich 99 Euro. So können Neukunden derzeit bei der Einrichtung von Q-DSL bis zu 3.000 DM sparen. Gleichzeitig bietet die QSC AG allen Internet-Providern diese Aktion mit dem Produkt speedway-DSL an.

debitel AG zieht in Photo Porst-Filialen ein

Die debitel AG wird zukünftig auf eigene Rechnung und mit eigenem Personal in 45 Photo Porst-Filialen Verkaufsstellen betreiben. Das Stuttgarter Unternehmen will dadurch einen Kompetenzvorsprung bei der Vermarktung kommender multimedialer UMTS-Dienste und Kostenvorteile bei der Kundenbetreuung erlangen. Photo Porst-Eigentümer PixelNet AG erhält durch den Entschluß debitels einen gesicherten Zugang seiner Dienstleistungen zum künftigen UMTS-Mobilfunk und profitiert von Kostenvorteilen beim Betrieb der Ladengeschäfte. Alle Filialen befinden sich in 1A-Lagen. Sie

haben laut einer Pressemitteilung aus dem Hause debitel eine Frequenz von 2,7 Mio. Kunden pro Jahr. debitel erwartet hieraus bis zum Jahr 2006 ein zusätzliches Cross-Selling-Potential von etwa 250 Mio. Euro.

debitel übernimmt Talkline Nederland

Die holländische debitel-Tochter, debitel Nederland, übernimmt die holländische Talkline. Talkline Nederland zählt gegenwärtig rund 160.000 Vertragskunden und verzeichnete im vergangenen Jahr mit 190 Mitarbeitern einen Umsatz von gut 180 Mio. Euro. debitel Nederland wird Talkline Nederland komplett integrieren. Über die Höhe des Kaufpreises vereinbarten beide Unternehmen Stillschweigen.

Ericsson wählt neuen Aufsichtsratsvorsitzenden

Ericsson wird in der nächsten Jahreshauptversammlung im März 2002 einen neuen Aufsichtsratsvorsitzenden wählen. Lars Ramqvist erklärte dem Erennungsausschuß, daß er für eine Wiederwahl zum Aufsichtsratsvorsitzenden nicht mehr zur Verfügung stehen wird. Aus diesem Grund wird der Erennungsausschuß der Aktionärsversammlung Michael Treschow als Kandidaten vorschlagen. Treschow wird von seinen jetzigen Ämtern als Präsident und CEO von Electrolux und als Vorstandsvorsitzender der Investor AB zurücktreten.

T-Online veröffentlicht vorläufiges Ergebnis

Die T-Online International AG hat eine vorläufige Indikation für das Resultat des Konzerns in den ersten neun Monaten des Jahres bekanntgegeben. In einer Pressemitteilung erklärte das Unternehmen, daß es sich um Ergebnisse auf Basis des aktuellen Kenntnisstandes handele. Gegenüber der Publikation der endgültigen Zahlen, die nach Redaktionsschluß erfolgte, könnten sich Abweichungen ergeben.

In einem nach wie vor stark umkämpften Marktumfeld konnte der Konzern den Angaben zufolge seinen Gesamtumsatz von 543 Mio. Euro in den ersten neun Monaten des Jahres 2000 auf 809 Mio. Euro in den ersten neun Monaten des Jahres 2001 und damit um rund 50 Prozent steigern. Entgegen dem rückläufigen Markttrend konnten die Portalumsätze weiter ausgebaut werden: Gegenüber den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres stiegen sie um rund 77 Prozent von 61,1 Mio. Euro auf rund 108 Mio. Euro in diesem Jahr.

neckermann.de führt SMS-Service ein

Als erstes deutsches Großversandhaus realisiert neckermann.de regelmäßige SMS-Services: News und Sonderangebote direkt auf das Handy, Aktionen und Gewinnspiele per SMS – diesen Service können neckermann.de-Kunden nach persönlicher Anmeldung ab sofort nutzen. Bei „MeinNeckermann“ kann der Kunde über die Web-Page zudem eine Erinnerungsfunktion per SMS im Kalender eintragen und SMS-Geburtsgrüße an Freunde verschicken lassen. Ein SMS-Themenservice mit Informationen aus verschiedenen Bereichen ist außerdem geplant.

Entwickelt und implementiert wurde das Angebot in Zusammenarbeit mit der Synapsy Mobile Networks GmbH. „Im Sinne unserer Multi-Channel-Strategie möchten wir unseren Kunden verschiedene Kommunikationswege bieten“, so Dr. Markus Krechting, Direktor Neue Medien bei der Neckermann Versand AG. „Deshalb haben wir zusätzlich zu unserem E-Mail-Newsletter-Service, der heute bereits von mehreren Hunderttausend Abonnenten regelmäßig genutzt wird, die SMS-Services entwickelt. Eines ist uns dabei besonders wichtig: Wir wollen unsere Kunden nicht mit Werbung überhäufen, sondern einen echten Mehrwert bieten.“

André Freier, geschäftsführender Gesellschafter von synapsy, ist davon überzeugt, daß der mobilen Kommunikation mit dem Kunden die Zukunft gehöre. „Da seriöses SMS-Marketing die aktive Einwilligung des Kunden voraussetzt, muß man für diese Einwilligung etwas bieten“, so Freier. Nur ein Service mit Mehrwert werde vom Kunden auch angefordert. Zusammen mit neckermann.de habe Synapsy ein Konzept entwickelt, das dem Dienstleisterverständnis des Unternehmens gerecht werde. Studien hätten ergeben, daß bis zu 80 Prozent der Handy-Nutzer SMS-Werbung akzeptieren würden, wenn damit ein Zusatznutzen verbunden ist. Noch werde mobiles Direktmarketing erst vereinzelt eingesetzt, „eine Analyse von Frost & Sullivan geht allerdings davon aus, daß im Jahr 2006 allein in Westeuropa 37 Milliarden Werbebotschaften per SMS verschickt werden“, führte Freier aus. Ziele von Neckermann sind die Ausrichtung der Angebote auf individuelle Bedürfnisse und die persönliche Ansprache. Deshalb bietet neckermann.de eine personalisierte Homepage sowie einen personalisierten Newsletter.



T-Online präsentiert Homepage in neuem Design

T-Online präsentiert sich seit November im neuen Design. Damit bietet die Homepage www.t-online.de ein direktes und überschaubares Eingangsportal zum weltweiten Internet und zum T-Online Portalnetzwerk. Die einzelnen Navigationsebenen auf der Seite wurden optimiert und übersichtlicher gestaltet. Für den Benutzer bedeutet dies, daß er weniger Klicks benötigt, um ans Ziel zu kommen. T-Online hat für die Entwicklung des Redesigns von Anfang an die Benutzer des Portals in verschiedenen breit angelegten Tests in das Projekt miteinbezogen. Das Redesign mit seinem modernen Layout und der Informationsvielfalt ist für T-Online nach eigenen Angaben ein wichtiger strategischer Schritt hin zum umfassenden Mediennetzwerk; zudem unterstreicht das neue Design die Entwicklung vom Portal zum Programm, hieß es in einer Pressemitteilung.



Nach der Anmeldung erreicht der Händler die übersichtliche Händler-Café Homepage. Von dort aus gelangt er problemlos in die Bereiche, die ihn interessieren.

Motorola schaltet Extranet frei

re Handymodelle. Hervorzuheben sind hier vor allem die Möglichkeiten, eine Vielzahl von Bedienungsanleitungen und zusätzliche Features zur Individualisierung des Handys herunterzuladen – so kann gegenüber dem Kunden Kompetenz gezeigt werden.

Der Bereich der aktuellen Produkte teilt sich derzeit in die drei Modellbereiche Accompli, V. und Talkabout. Zu jedem dieser Geräte stehen umfangreiche Informationen bereit. Nach dem Anklicken des gewünschten Modells öffnet sich eine weitere Maske, auf der zunächst die reinen Produktdaten (Größe, Gewicht etc.) sowie die Ausstattungsmerkmale aufgelistet sind. Weiterhin werden das entsprechende Zubehör gezeigt und verschiedene Downloadange-

als aktives Marketinginstrument nutzbar sind Punkte wie 3D-Ansicht oder Handydemo. Mit Hilfe der 3D-Ansicht kann der Extranetnutzer das gewünschte Produkt von allen Seiten betrachten. Dies geschieht ganz einfach, indem zunächst der Button „3D-Ansicht“ gedrückt und dann die Maus zum Drehen und Wenden des Bildes eingesetzt wird. Sinn-

tionen abgerufen werden. Die Seite zeigt dabei die verschiedenen Menüpunkte, die das jeweilige Telefonmodell zu bieten hat, auf dem Display so an, wie sie auch im Original angezeigt werden. Zusätzlich gibt ein kurzer Text weitere Erläuterungen. Um diese interaktive virtuelle Bedienung möglichst praxisnah zu gestalten, haben die Seitenpro-

Exklusivinfos für Händler im Internet

Motorola setzt die Unterstützung für seine Handelspartner konsequent fort. Neben einem stimmigen Produktprogramm, umfangreichen PoS-Materialien, die für alle neuen Handymodelle zur Verfügung stehen, und der aktuellen Anzeigenkampagne in Fach- und Publikumszeitschriften steht seit einigen Tagen auch das Motorola Extranet mit einer Vielzahl von Informationen für Händler bereit.

Die paßwortgeschützten Händlerseiten sind unter der Adresse www.motorola.de und anschließend dem Klick auf den Button „Handy-Händler-Café“ zu erreichen. Wer noch nicht über einen Usernamen und ein Paßwort verfügt, muß zunächst das Anmeldeformular ausfüllen und per E-Mail an Motorola verschicken. Binnen 48 Stunden erhält er die notwendigen Zugangsdaten per E-Mail zurück – nachdem der für das Gebiet des Händlers zuständige Motorola Mitarbeiter die Zugangsbe-



Die Anmeldung zu Motorolas Händler-Extranet erfolgt mit Hilfe dieses Anmeldeformulars

nach den Segmenten (Lifestyle, Business etc.), in denen sie angesiedelt sind und verkauft werden sollen. Weitere Verknüpfungen führen ihn in die Bereiche Zubehör, Bedienungsanleitungen, Klingeltöne, Fun und Spiele sowie weite-

bote gemacht, von der Bedienungsanleitung über Klingeltöne und, wenn vorhanden, Spielen, bis zu technischen Hilfestellungen, etwa beim Einrichten eines Internetzugangs über GPRS. Informativ und vom Händler auch



Detaillierte Produktinformationen sind eine der Stärken des Motorola Extranets.

voll einsetzen läßt sich dieses Feature unter anderem im Kundengespräch bei Geräten, für die sich ein Kunde interessiert, die aber nicht im Laden vorrätig sind. Wem ein Blick auf die bloße Optik des Gerätes nicht ausreicht, der kann über die Handydemo die verschiedenen Funktionen demonstrieren lassen. Leider benötigen Netscape- und Microsoft Browser das Plug-in Flash 5 des Herstellers Macromedia, um alle Möglichkeiten dieses Features ausnutzen zu können; andererseits ist das Zusatzprogramm nur relativ klein und deshalb in kurzer Zeit von der Macromedia-Seite heruntergeladen. Da nach der Installation von Flash5 kein Neustart des Systems erforderlich ist, verliert also auch derjenige nur unwesentlich Zeit, der das Plug-in noch auf seinen Rechner herunterladen muß. Ist das geschehen, können zu den verschiedensten Punkten wie Kommunikation, Anwendungen Extras, Tools etc. genaue Informa-

grammierer beispielsweise beim Accompli 008 dafür gesorgt, daß der gewöhnliche Mauszeiger sich beim Nutzen dieses Angebotes in einen Stift verwandelt – ganz so, wie der Besitzer eines Accompli 008 dies in der Praxis auch vorfinden würde. Neben diesen praxistauglichen Angeboten findet der User unter dem Punkt Marktübersicht ein weiteres Tool, das seine tägliche Arbeit am Point of Sale erleichtert: In einer Tabelle zeigt die Seite an, welche aktuellen Aktionen Netzbetreiber und Service Provider jeweils anbieten – soweit Informationen dazu vorliegen. Auf diese Weise ist der Händler jederzeit über die Marktsituation informiert. Abgerundet wird der Händlerbereich der Motorola Page durch Informationen zu aktuellen Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen des Unternehmens und eine Übersicht über sämtliche Außendienstmitarbeiter, die in Deutschland für Motorola arbeiten. hepä



Interaktive Funktionen ermöglichen es dem Extranet-Besucher, sich die einzelnen Funktionen der verschiedenen Motorola Handymodelle detailliert anzeigen zu lassen.



Auf der Systems 2001 in München präsentierte sich Quam mit einem auffälligen Stand. Foto: hepä

Produkte ab sofort im Markt

Auf einer Pressekonferenz kündigte Ernst-E. Folgmann, Vorsitzender der Group3G-Geschäftsführung, einen einzigartigen Markenauftritt für Quam an. „Quam wird frisch, innovativ und modern sein und den Bedürfnissen der Menschen entsprechen“, versprach Folgmann. „Sie werden an unseren Spots sehen, daß wir nicht über abstrakte und komplizierte Technologien sprechen, sondern konkrete Anwendungen zeigen.“ Entwicklung und Pflege der Marke genießen nach Folgmans Worten bei der Group3G höchste Priorität. So habe man in den vergangenen Monaten im Bewußtsein, daß attraktive Preise und interessante Produkte im Mobilfunkmarkt bei weitem nicht ausreichen, Quam sorgfältig aufgebaut. Folgmann:

plexe Technologien zu kümmern brauchen, sondern einfach den Nutzen der Dienste im Alltag genießen können.

Die Vermarktung der Quam-Produkte wird auf zweierlei Weise erfolgen: Zum einen eröffnet die Group3G eigene Shops. Bis zum Erscheinen dieser Ausgabe waren 15 dieser Geschäfte in den zehn wichtigsten Ballungsgebieten des Landes anvisiert. Zum anderen wird Quam zum Verkaufsstart über rund 2.000 weitere Points of Sale bei rund 800 Fachhändlern angeboten, mit denen bereits zur Systems Verträge abgeschlossen waren.

„Mit unseren Läden verfolgen wir ein innovatives Konzept“, erläuterte Folgmann. „In unseren Flagshipstores werden die Kunden in jeweils eigenen Bereichen die

Die Group3G

Die Group3G – das Gemeinschaftsunternehmen des spanischen Mobilfunkbetreibers Telefónica Móviles (57,2 Prozent) und der finnischen Telekom-Gruppe Sonera (42,8 Prozent) – hat im August 2000 eine der sechs Lizenzen für die UMTS-Mobilfunkkommunikation in Deutschland ersteigert. Ziel der Group3G ist es, zu einem der Key-Player im Markt für mobile Breitband-Kommunikation zu werden. Das Unternehmen entwickelt innovative Produkte für Geschäfts- und Privatkunden; die Produktpalette wird Systemlösungen für Breitband-Datenübertragungen sowie den mobilen Internet-Zugang, Infotainment und Sprachdienste umfassen.

Quam – die neue Mobilfunkmarke

Wenige Tage vor der Systems hat die Group3G ein langgeheutes Geheimnis gelüftet: Der Newcomer im deutschen Markt bietet seine Produkte unter dem Markennamen Quam an. Auf der Münchner Messe konnten sich die Besucher dann über Details zu den Produkten informieren, die in diesen Tagen erstmals auf dem deutschen Markt angeboten werden sollen. Gleichzeitig mit der Präsentation von Quam startete die Group3G eine breitangelegte Medienkampagne, die potentiellen Kunden die Marke Quam näher bringen soll.

„Enorm wichtig ist es, gerade in diesem breiten Markt über eine Marke zu verfügen, die die Kunden als sympathisch, hochwertig und nah an ihrem Leben empfinden.“ Die Marke solle, unter anderem mit Hilfe der TV-Spots unter dem Motto „Quam. I have a dream“, den Verbrauchern signalisieren, daß sie sich mit Quam nicht um kom-



Ernst-E. Folgmann, Vorsitzender der Group3G-Geschäftsführung, ist davon überzeugt, daß Quam innerhalb kurzer Zeit erfolgreich im deutschen Markt vertreten sein wird.

Markenwelt erfahren und erleben sowie unsere Produkte und Serviceleistungen selbst intensiv ausprobieren können.“ Außerdem bestünde die Möglichkeit, sich zu entspannen und auszutauschen, oder sich in aller Ruhe beraten zu lassen. Dazu wird es in jedem Quam Shop einen sogenannten Convenience-Bereich geben.

„Die Quam Shops werden auch familienfreundlich sein“, kündigte Folgmann an. „Während sich Vater oder Mutter mit Obst und Getränken stärken, können sich die Kinder in Spielecken vergnügen.“ Um diese Vorstellungen umsetzen zu können, müssen die Flagshipstores Größen zwischen 150 m² bis 350 m² haben.

Auch für die Dienste werde Quam neue Wege gehen und damit ein neues Kapitel in der deutschen Mobilfunkgeschichte schreiben, meinte Folgmann. Von besonderem Interesse sei dabei die Kostentransparenz bei Mobilfunkgesprächen in andere Handynetze. „Derartige Gespräche werden bei uns einen einheitlichen Preis haben – egal welches Netz der An-

gerufene nutzt“, führte der Vorsitzende der Group3G-Geschäftsführung aus. „Dies ist für die Kunden ein enormer Vorteil, denn in Deutschland werden immer mehr Telefonate von Handy zu Handy geführt.“

Auch die Datenkommunikation liege dem Unternehmen am Herzen. Deshalb werde Quam von Anfang an interessante Angebote für die schnellere Datenübertragung unterbreiten und für diesen Bereich attraktive Preise und Endgeräte im Programm haben. „Und wir werden von Beginn an unseren Kunden sowohl GPRS als auch HSCSD anbieten können“, erklärte Folgmann.

Außerdem unterbreite Quam den Kunden bereits zum Start ein komplettes Tarifangebot, da man ausgewählte Kundensegmente im Mobilfunkmarkt ansprechen wolle. So gebe es für Privatkunden neben Zwei-Jahres-Verträgen auch eine PrePaid-Karte. Darüber hinaus werde es Produkte für den Geschäftskundenbereich geben, in dem Folgmann gute Marktchancen sieht.

Herbert Päge



Sie bilden neben Ernst-E. Folgmann die Geschäftsführung von Quam (v. l.): Alfredo Acebal (Strategie), Katja Beyer (Finanzen), Karsten Lereuth (Marketing) und Karl-Heinz Sötje (Technik).

Geschäftsführer bringen langjährige Erfahrung in der Tk-Branche ein

Sämtliche Mitglieder der Group3G-Geschäftsführung gelten durch langjährige Tätigkeiten für verschiedene Unternehmen als ausgesprochene Experten in der Tk-Branche. So arbeitete beispielsweise Ernst-E. Folgmann, der Vorsitzende der Geschäftsführung, bei AEG Telefunken, Bosch Telecom und FirstMark Communications. Alfredo Acebal, in der Geschäftsführung für Strategie zuständig, war nach verschiedenen Stationen auf internationalem Parkett für die spanische Telefongesellschaft Telefónica tätig. Dort verantwortete er als General Manager den Bereich International Development und übernahm 1999 die Geschäftsführung des Bereiches Finance and Resources. Katja Beyer, Geschäftsführerin Finanzen, verdiente sich Tk-Sporen bei der Deutschen Telekom. Dort arbeitete sie als Leiterin des Stabs des Finanzvorstands maßgeblich am ersten Börsengang der DTAG mit. Anschließend wurde sie zur Geschäftsführerin Finanzen, Controlling und Einkauf der Deutschen Telekom Computer Service Management ernannt. Karsten Lereuth, Geschäftsführer Marketing, prägte seit Mitte der 90er Jahre die deutsche Internetwirtschaft mit. So war er unter anderem Vice President von Uunet International. Karl-Heinz Sötje, der bei Quam für die Technik verantwortlich zeichnet, ist einer der Pioniere des deutschen Mobilfunks. Er arbeitete bereits in den 80er Jahren für Motorola und Bosch und erwarb sich später Verdienste beim Aufbau des D2-Netzes und als Vorstand Technik und Operations bei Mannesmann Arcor.

Karos
Kopf.

IMAGING
IST NICHT NUR ATEM-
BERAUBEND SCHÖN.

Karos
rechte
Schulter.

Karos
Dekolleté.

Karos
linke
Schulter.

Karos
rechter
Arm.

Karos
Bauch.

Karos
linker
Arm.

Karos
rechtes

Karos

linker



NEU PowerShot S40
DM 1.999,-*

Was ist Imaging? Der Begriff „Imaging“ umfasst alles, was schon heute und in Zukunft mit analoger oder digitaler Foto- und Videotechnik zu Hause, am Arbeitsplatz und unterwegs möglich ist. Imaging bedeutet auch, mit der neuen PowerShot S40 und ihren 4 Millionen Pixeln perfekte Digitalfotos zu machen und ohne Qualitätsverluste bis zum Format von DIN A3 auszudrucken. Beinahe ideale Voraussetzungen, Ihr Lieblingsmotiv in Originalgröße zu zeigen. Eine virtuelle Präsentation finden Sie unter www.powershot.de. Ausführliche Informationen über Imaging und die faszinierende PowerShot S40 erhalten Sie im Fachhandel.



www.powershot.de

Canon

Imaging across networks

*Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Neuheiten

Elsa ADSL-Modems ermöglichen Internet in Hochgeschwindigkeit

Elsa hat zwei neue ADSL-Modems für den Highspeed-Internetzugang präsentiert. Das MicroLink ADSL Fun USB stellt eine preiswerte Möglichkeit des Einstiegs in die Breitband-Technologie dar. Es bietet sich vor allem zur Anbindung eines einzelnen Rechners an den Internetzugang per DSL an. Das petrolfarbene Designermodem wird per USB an den Rechner angeschlossen; der Einbau einer



Netzwerkkarte entfällt. Das Gerät soll ab Januar ausgeliefert werden. Mit dem ebenfalls neuen MicroLink Ethernet will Elsa einen Grundstein für individuelle Systemlösungen für die Breitband-Kommunikation in Privathaushalten legen. Das Gerät verfügt über einen standardisierten Ethernet-Anschluß und ist so für eine Vielzahl von Anwendungen gerüstet. Angeschlossen an die Funk-Basisstation Elsa Vianect WLAN AP und zusammen mit den Funk-Adaptoren Elsa Vianect WLAN MC-11 ist auch der drahtlose Internetzugang möglich. Und mit einem Router können bis zu vier Computer gleichzeitig auf das Internet zugreifen.

Nokia nimmt neues Entertainment-Terminal ins Programm

Nokia hat seine Produktpalette mit dem Nokia 5510 um eine Entertainment-Kategorie erweitert. Das Gerät verfügt über einen integrierten Music Player für AAC- oder



MP3-Musikdateien und ein UKW-Radio. Während der Benutzer Musik hört, kann er gleichzeitig spielen, eine SMS schreiben oder WAP-Seiten abrufen. Dank der

Neue AVM-Produkte für kabelfreien ISDN-Zugang

AVM bietet erste Bluetooth-Produkte für kabelfreies ISDN und Internet an. Dazu wird das Sortiment um die Produktlinie BlueFritz! erweitert. Mit dem ISDN-Access Point BlueFritz!X und dem nur zwölf Gramm schweren PC- oder Notebook-Anschluß BlueFritz! USB stehen dem Handel ab Dezember die ersten Produkte zur Verfügung. Weitere Bluetooth-Produkte sollen 2002 folgen. Mittels einer standardisierten und sicheren Funkverbindung überträgt BlueFritz!



Daten bis zu 100 Meter ohne Kabel. Alle ISDN-Anwendungen wie Internetzugang, Datentransfer, PC-Fax und Videotelefonie können so unabhängig vom Telefonanschluß eingesetzt werden. BlueFritz! verbindet bis zu sieben PCs einfach, flexibel und kostengünstig mit dem ISDN. BlueFritz! kann zusammen mit den Betriebssystemen Windows XP/Me/98/2000 eingesetzt werden. Mit BlueFritz! USB bietet AVM ein lediglich 5,4 x 2,2 x 1,1 cm kleines Gerät an. Es wird einfach eingesteckt, anschließend besteht eine zuverlässige und abhörsichere Verbindung zwischen PC und ISDN-Access Point BlueFritz!X. Dieser wird direkt an die ISDN-Netzanschlußdose (NTBA) angeschlossen und dient als Sende- und Empfangsgerät für bis zu sieben BlueFritz!-PCs. Zusätzlich können zwei analoge Endgeräte per Kabel angeschlossen werden. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: BlueFritz! USB: 124 Euro (242,52 DM), BlueFritz!X: 174 Euro (340,31 DM).

kompletten Tastatur ist das Nokia 5510 ideal, um Mitteilungen zu schreiben, und es erlaubt durch die automatische Verknüpfung von Kurznachrichten lange Textmitteilungen (bis zu 459 Zeichen). Darüber hinaus ist es mit dem Nokia 5510 möglich, eine Kurzmitteilung an mehrere Empfänger gleichzeitig zu senden und mit mehreren Teilnehmern zu chatten. Auch Texteingaben in WAP werden schneller und bequemer, dadurch wird zum Beispiel das Versenden von E-Mails über WAP einfacher und attraktiver. Weiterhin können Vorlagen, Smileys und Bildmitteilungen versendet werden. Die geteilte Tastatur des Nokia 5510 mit dem Display in der Mitte erlaubt eine optimale Bedienung mit beiden Händen. Das Gerät wird mit fünf Spielen ausgeliefert. Weitere Ausstattungsdetails sind WAP Version 1.1 für mobilen Internetzugang, 64 MB Speicher für bis zu zwei Stunden Musik bei Verwendung des AAC-Formats, Erstellen von Musikdatenbanken und Titellisten mit der Nokia Audio-Manager PC-Software, Annahme und Beenden von Telefonaten während des Musikhörens über das Stereo-Headset, Programmierung und Speichern von bis zu zehn Senderplätzen, Kurzwahl-tasten für komfortablen Zugriff auf die Menüs von Music Player und Radio, Speicherplatz für bis zu 42 Klingeltöne und sprachgesteuerte Wählfunktion für acht Nummern.

Die maximale Sprechzeit beträgt 270 Minuten, die Stand-by-Zeit bis zu 260 Stunden.



Ultraleichte Headsets für mobile Anwendungen von Plantronics

Plantronics hat seine Produktpalette für den mobilen Bereich mit der ultraleichten Headset-Serie M205/206 ausgebaut. Die kleinen Geräte sind mit Mikro-Technologie von Helmholtz für hervorragende Übertragungsqualität ausgestattet und bestehen außerdem nach Angaben des Herstellers durch eine sehr natürliche Sprachwiedergabe. Zusätzlich sorgt die Flexfit-Technologie von Plantronics für ergonomisch richtigen Sitz. Inline-Lautstärkereger und Ein/Aus-Schalter für die Gesprächsverbindung (Modelle M206-N, M206-N2) runden die Ausstattung ab. Das M205 hat einen normalen 2,5 mm Stecker. M206-N1 wurde speziell für die Nokia 3000/8000 Handys entwickelt, das Modell M206-N2 eignet sich zum Einsatz mit den Serien 5100/6100/7100 von Nokia.

Okis Kompaktgerät Okioffice 87 faxt drei Seiten pro Minute

Mit dem neuen Multifunktionsgerät Okioffice 87 ermöglicht Oki auch in der Kompaktklasse Fax-, Druck- und Scangeschwindigkeiten, die bislang größeren Geräten vorbehalten waren. So faxt Okioffice 87 beispielsweise drei Seiten pro Minute und druckt bis zu acht Seiten pro Minute bei 600 x 600 dpi. Und für den Scan einer DIN A4-Seite benötigt das Gerät sechs Sekunden. Zu den weiteren Leistungsmerkmalen zählen der für 130 Seiten ausgelegte Sende- und



Gigaset 4170/4175isdn mit vielen Funktionen per PC steuerbar

Siemens hat innerhalb der Gigaset-Reihe die beiden neuen Geräte Gigaset 4170 und 4175isdn vorgestellt. Bereits die Basisstation ermöglicht den Anschluß von acht schnurlosen Endgeräten, zwei schnurgebundenen analogen Endgeräten und einem PC mit USB-Schnittstelle. Beim Gigaset 4175isdn ist zusätzlich ein digitaler Anrufbeantworter für bis zu drei Nummern integriert. Das Gigaset 4170/4175isdn wurde so konzipiert, daß ältere Gigaset-Mobilteile problemlos weiterbenutzt werden können. Mit den optionalen Mobilteilen Gigaset 4000 Comfort oder 4000 Micro können sogar SMS über ein ISDN-Netz versendet und empfangen werden.



Empfangsspeicher, Dual Access (ermöglicht die parallele Vorbereitung neuer Faxaufträge, während andere Aufträge noch abgearbeitet werden), die automatische Fehlerkorrektur ECM und die 100 Blatt fassende Papiercassette. Zusammen mit der Unimessage Software wird nicht nur die Faxfunktionalität vom PC aus vollständig abgebildet, sondern auch die Kopier-, Scan- und Druckfunktionen mit vielfachem professionellem Mehrwert wie OCR-Texterkennungsfunktion ergänzt. Das Gerät läßt sich mit PCs und den Betriebssystemen Windows 95/98, NT 4.0 und 2000 nutzen.

Die Konfiguration des Systems kann per mitgelieferter Software vom PC aus erfolgen. So kann man einzelne Mobilteile den Rufnummern zuweisen oder so einstellen, daß Anrufe empfangen, aber nicht getätigt werden können. Ein „Logbuch“ zeigt an, welche Gespräche von welchem Mobilteil aus geführt wurden. Neben der Nutzung von bis zu acht Mobilteilen bei voller ISDN-Funktionalität stehen zwei analoge TAE-Ports zur Verfügung. Auch eine Türsprechstelle läßt sich mit der Basisstation verbinden.

GPRS-Handy mit Farbdisplay von Sony Ericsson

Sony Ericsson startet jetzt mit dem Ericsson T68 im Handel, das erstmals auf der CeBIT zu sehen war. Das T68 ist ein Triple-Band Handy und verfügt über ein achtteiliges Farbdisplay sowie neueste Funktionen wie GPRS, Bluetooth, EMS, erweiterter Kalender und Kontakte. Ein Joystick, der sich in vier Richtungen bewegen läßt, erleichtert die Bedienung des T68. Das Telefonbuch speichert dynamisch einige hundert Namen mit mehreren Telefonnummern, Titel, Firmenname und E-Mail-Adresse. Der Kalender ist farbig und bietet Tages-, Wochen- und Monatsansicht mit Erinnerungsfunktion. Das T68 kann mit anderen Geräten wahlweise über Bluetooth, Infrarot oder Kabel kommunizieren. Der eigene E-Mail-Client mit Eingangs- und Ausgangsfach läßt sich so konfigurieren, daß er mit jedem POP3-Standard E-Mail Account im Internet verbunden werden kann. SMS können mit Bildern und Tönen erweitert und zu jedem GSM-Handy geschickt werden, das den neuen herstellerübergreifenden EMS-Standard (Enhanced Messaging Service) unterstützt. MMS (Multimedia Messaging Service) wird im Laufe des nächsten Jahres mit dem T68 ebenfalls möglich sein. Das T68 unterstützt WTLS (Wireless Transport Layer Security) Klasse 3. Das T68 kann ab sofort in den Farben Silber (Lunar Grey) und Gold (Ziroccan Gold) zum Preis von ca. 1.300 DM/666 Euro angeboten werden.



Partnerschaftliches Denken als Basis der Zusammenarbeit

Vor mehr als sechs Jahren hat der niedersächsische ISDN-Spezialist Auerswald ein spezielles Konzept zur Vermarktung seiner Produkte im Fachhandel entwickelt, das seitdem erfolgreich angewendet wird. Vor gut sechs Monaten wurde das Konzept überarbeitet, um den Handelspartnern eine noch größere Verkaufsunterstützung zu bieten und den Zugang zu neuen Kundengruppen zu ermöglichen. Ein halbes Jahr nach dieser Überarbeitung hat PoS-MAIL am Unternehmenssitz in Cremlingen um eine Bilanz gebeten. Und dabei unter anderem erfahren, daß Auerswald auch künftig an der bewährten Fachhandelsstrategie festhalten wird.

Rund 40 Millionen DM Umsatz im laufenden Jahr, mit Tendenz nach oben, und dies ausschließlich mit Partnern im Fachhandel. Eine Zahl, die sich sehen lassen kann. „Es gibt verschiedene Gründe dafür, daß wir auch in der derzeit allgemein nicht gerade rosigen Situation für die Telekombranche noch sehr gut dastehen“, erläuterte Marketingmanagerin Regina Dettmer. „Zum einen haben wir unser Telefongeschäft hochgezogen,

ohne uns, wie andere Hersteller, von einem Großabnehmer abhängig zu machen. Und zum anderen gibt es viele hausinterne Gründe.“ Als erster sei hier die Produktqualität zu nennen. Auerswald produziert in eigenen Fertigungsräumen mit modernsten SMD-Maschinen (Surface Mounted Device).

„Bevor die TK-Anlagen unser Haus verlassen, müssen sie verschiedenste Kontrollen und Prüfverfahren durchlaufen. Das garantiert



1997 wurde ein zweites Firmengebäude fertiggestellt, das die bis dahin zur Verfügung stehende Nutzfläche verdoppelte. In dem Neubau sind heute unter anderem die SMD-Fertigung (Surface Mounted Device), die Qualitätskontrolle und der Versand untergebracht.

Einige Kennzahlen

- Fertigungskapazität: 600–900 Tk-Anlagen pro Tag
- ca. 6.500 m² Leiterplatten werden pro Jahr verarbeitet
- Lager mit 4.000 verschiedenen Bauteilsorten
- 15 Prozent des Umsatzes werden für Forschung und Entwicklung ausgegeben
- Fast alle Fertigungsmaschinen sind jünger als drei Jahre
- 90 Prozent des Umsatzes werden mit Produkten erzielt, die von der Entwicklung her jünger als zwei Jahre sind.

Erfolgreiches Konzept für den Fachhandel

Zwei neue Systemtelefone bei Auerswald

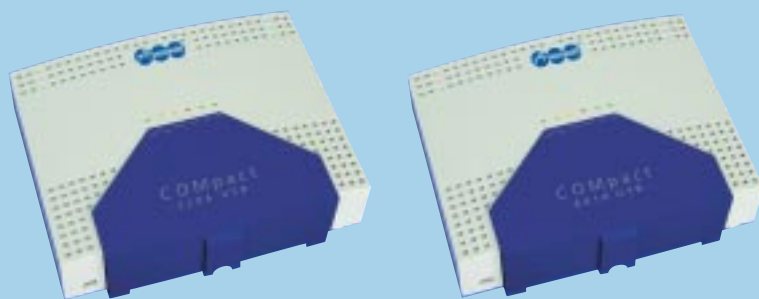
Auerswald hat sein Produktportfolio um die beiden Systemtelefone COMfort 1000 und COMfort 1200 erweitert. Sie wurden optimal auf den Betrieb mit den Telefonanlagen COMmander Basic sowie COMcompact2206 USB und 4410 USB abgestimmt. Beide neuen Modelle besitzen jeweils sechs Multifunktions Tasten mit zugeordneten, dreifarbigem LEDs. Die Tasten können

auf das Telefonbuch der Anlage mit 400 weiteren Einträgen zurückgreifen. Jeweils 30 geführte Gespräche und vergebliche Anrufe werden mit Nummer, Name, Datum und Uhrzeit gespeichert. Weitere Kennzeichen sind Power Dialling, Wahlvorbereitung, Anrufschutz, Anzeige des Providers bei Least Cost Routing und Intercom-Funktionen mit Freisprechen und Durchsage. Mit Hilfe eines Umschalters, der das Gerät vom internen S0-Bus trennt und mit der externen ISDN-Amtsleitung verbindet, kann mit dem COMfort 1000 auch während eines Stromausfalls telefoniert werden.

Das COMfort 1200 bietet speziell für den Einsatz mit CTI-Applikationen volle TAPI-Unterstützung. Die Verbindung des PCs mit dem Telefon erfolgt dabei über eine USB-



Die beiden neuen Auerswald Systemtelefone COMfort 1000 und 1200 (l.) wurden für die Zusammenarbeit mit den Telefonanlagen Auerswald COMcompact 2206 USB (unten links) und 4410 USB (unten) optimiert.



in zwei Ebenen mit Kurzwahlen und Anlagenfunktionen belegt werden. Weitere sechs Tasten steuern situationsabhängige Funktionen, die jeweils auf dem großen Grafikdisplay durch Text und Symbole angezeigt werden.

Das eingebaute Telefonbuch speichert bis zu 400 Nummern und Namen. Zusätzlich kann das Gerät

Schnittstelle. Darüber hinaus können über USB die Konfigurationsdaten für Telefon und Anlage ausgetauscht werden.

Beide Modelle sind ab sofort in den Gehäusefarben Schiefergrau, Lichtgrau und Dunkelblau erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlungen: COMfort 1000: 179 Euro; COMfort 1200: 199 Euro

unseren sehr hohen Qualitätsstandard“, betonte Fertigungsleiter Thomal Virgil.

Auerswald Anlagen können auch von ungeübten Kunden problemlos installiert werden. Darüber hinaus lassen sich die Anlagen fernkonfigurieren. Für den Fall des Falles steht schließlich eine Hotline bereit, für deren Benutzung lediglich die normalen Verbindungskosten entstehen. Eine 24monatige Garantie, ohne Zwang viel früher ausgeführt als gesetzlich gefordert, erleichtert dem Handel ebenfalls die Argumentation und damit das Alltagsgeschäft.

Als weiteres Argument für eine Auerswald-Telefonanlage nannte Dettmer den Funktionsumfang. „Selbst Geräte in unteren Preisklassen besitzen bei uns eine Vielzahl von Ausstattungsmerkmalen, für die andere Hersteller mehr Geld verlangen“, so die Marketingmanagerin. Least Cost Routing, CTI/TAPI, Call Through und USB-Anschlüsse seien nur einige der Features, die im Moment immer mehr an Bedeutung gewinnen. Kostenlose Updates sorgen außerdem dafür, daß auch ältere Anlagen auf den neuesten Stand gebracht werden können – so weit dies technisch möglich ist.

Diese produktspezifischen Gründe ergänzt Auerswald durch eine Reihe von fachhandelsspezifischen Argumenten. Stabile Margen, die das Herz des Händlers auch in schlechten Zeiten höher schlagen

lassen, kurze Liefertermine, ein breites Qualifizierungs- und Seminarangebot beim Händler vor Ort oder am eigenen Standort, eine Hotline speziell für die autorisierten Händler sowie die bereits erwähnte Fachhandelstreue bilden die Basis für eine partnerschaftliche und beide Seiten zu-

Seminarangebote, ein attraktives Leasingkonzept, das Händlern vor allem die Akquisition von Aufträgen bei Geschäftskunden erleichtern soll, und Werbegeschenke zum Selbstkostenpreis sind weitere Kennzeichen des Autorisierungskonzeptes.

Um autorisierter Auerswald Händ-



Informationen zu Auerswald, den Produkten des Unternehmens und einen geschützten Händlerbereich findet man im Internet unter www.auerswald.de.

friedenstellende Zusammenarbeit. Besonderen Spaß hat Auerswald daran, mit autorisierten Händlern zusammenzuarbeiten. Für sie wurde eigens ein Autorisierungskonzept entwickelt, das ihnen einen verbesserten Service, schnellen Informationsaustausch, aktive Verkaufsunterstützung, die Stärkung der Marktposition und damit eine Steigerung ihrer Fachhandelskompetenz sichert. Autorisierten Auerswald Händlern stellt das Unternehmen neben einem Fachhändlerschild und einer Autorisierungsurkunde auch Demoplanen zu Verfügung. Besondere

ler zu werden, muß der Händler mindestens 10.000 DM Umsatz mit Auerswald Produkten pro Jahr machen, er muß eine Tk-Verkaufsfläche von zirka 25 m² haben und das gesamte Auerswald Produktprogramm führen oder zumindestens anbieten. Neben einem angemessenen Lagerbestand sollte er weiterhin mindestens einen Mitarbeiter für Tk-Bereich, Installation und Wartung vorweisen können. Und er muß mindestens einmal pro Jahr selbst an einem Seminar teilnehmen oder einem seiner Mitarbeiter die Seminarteilnahme ermöglichen. hepä

POS Aktuell

Ingram Macrotron zeigt neue Version von IM.order

Die Ingram Macrotron Distribution hat auf der Systems in München eine neue Version des preisgekrönten 24-Stunden-Online-Bestellsystems IM.order vorgestellt. Ab sofort kann die Software, die bereits in Deutschland, Österreich und den deutschsprachigen Gebieten der Schweiz genutzt wird, auch in Englisch bedient und abgefragt werden. Französisch und Italienisch sollen demnächst hinzukommen. Gleichzeitig wurde die Preisinformation erweitert: Ein kleiner Pfeil, der nach unten zeigt, signalisiert jede Preissenkung, die seit Wochenbeginn erfolgte. Auch die konkrete Suche nach herabgesetzten Produkten ist jetzt möglich.

Ingram Macrotron stellt drei neue Kataloge vor

Ingram Macrotron hat zur Systems drei neue Kataloge veröffentlicht. Allen gemeinsam ist jetzt der Guide-Charakter sowie ein einheitliches Layout. Die IM.Guides Display, Software und Bingo/Komponenten stellen nicht nur Produkte und Preise vor, sondern informieren Händler auch themenbezogen und vermitteln Verkaufswissen. Im IM.Guide Displays, der in auffälligem Rot aufgelegt wurde, stellt sich zunächst das Display-Team des Distributors vor, bevor aktuelle Produktnews folgen. Das Spezialthema dieser Ausgabe heißt Flachbildschirme und setzt sich mit dem neuen Standard ISO 13406-2 auseinander. Auch der Software-Katalog IM. Guide Software wurde im Layout angepaßt, behält aber sein informatives Innenleben. Neu hinzugekommen ist die Rubrik Lizenzprogramme, die mit „Mr. License“ als Moderator in der „License&Smile“-Aktion ein freundliches Gesicht bekam. Hier werden die wichtigsten Hersteller und ihre jeweiligen Lizenzprogramme vorgestellt. Geblieben sind die bekannte Themen-Infoseite und die übersichtliche Einteilung der Rubriken. Auch das Bingo-Magazin für Komponenten erschien in neuem Design. In diesem Katalog findet sich ebenfalls ein Fachartikel; der aktuelle stammt aus dem Hause Seagate. Darüber hinaus stellen sich das Bingo- und das Technical Support-Team in Wort und Bild vor. Ein Gewinnspiel rundet den Inhalt ab.

cycoo_kooperation neue medien auf der Suche nach Partnern

Der Name ist Programm: Aus dem mittleren Netzwerk, das die heutige cycoo_kooperation neue medien AG, kurz cycoo AG, noch als EK-Service oHG aufbaute, soll schon bald ein großes Netzwerk werden, in das eine Vielzahl von Herstellern aus der IT- und Tk-Branche ebenso eingebunden werden wie die unterschiedlichsten Partner aus dem Handel. Das junge Unternehmen baut zu diesem Zweck unter dem Markennamen Votek eine B2B- und B2C-Plattform auf, auf der alle Branchenplayer miteinander vernetzt werden, um unter dem Anspruch des gleichberechtigten Gebens und Nehmens miteinander zu kooperieren.

„Unser Customer Relationship Management zeigt sich in den Online-Shops unseres eigenen Distributionsportals, die wir dem Handel kostenlos zur Verfügung stellen“, erklärte Andreas Kühn, einer der EK-Service-Gründer und heute als Geschäftsführer der cycoo AG für Cardware und das Provisionsabrechnungsprogramm

cycoo-Geschäftsführung und dort für Hardware zuständig. „Erstens kann der Besucher der Seite durch Anklicken eines Buttons Tips und Tricks oder Bewertungen zu den verschiedenen Produkten aufrufen. Oder er kann eigene Erfahrungen und Bewertungen in der Datenbank hinterlegen und damit potentiellen Käufern des Produk-

Aufbau eines Trust-Systems und die Möglichkeit zum Import und Export von Produktdaten gehören. Kühn: „Händler, die die Vorteile von Ladengeschäft und E-Commerce nutzen wollen, können bei uns einen kostenlosen Shop registrieren lassen.“

Die Arbeit der cycoo AG spielt sich aber nicht nur in der virtuellen Welt ab. Als Mobilfunkdistributor mit bundesweit mehreren Hundert Handelspartnern ermöglicht das Unternehmen die Freischaltung von PrePaid-Handys und Mobilfunkverträgen aller Netzbetreiber sowie die elektronische Aufladung von PrePaid-Karten. Als Stärke für den Fachhandel hat sich dabei die Fähigkeit herausgestellt, Provisionen tagesaktuell an den Partner zu überweisen. Über das Internet kann der Händler sich außerdem jederzeit über den Stand der Auftragsbearbeitung informieren und im Falle eines Problems auch her-

Netzwerke für Händler schaffen

zuständig. „Damit erschließen wir dem stationären Handel neben dem bestehenden einen weiteren Vertriebsweg. Er kann damit seine Vorteile der Servicekompetenz und der Nähe zum Kunden mit denen des E-Commerce verbinden und sich für zukünftige erfolgreiche Geschäfte rüsten.“

tes diese Informationen zur Verfügung stellen.“ Zweitens ließe der Votek Online-Shop ein individuelles Design zu, das der Corporate Identity eines Partners angepaßt werden und in dessen sonstigen Außenauftreten integriert werden könne. Erben: „Ein solcher Shop kann dann als eigenständige In-

ausfinden, um welches Problem es sich genau handelt. Darüber hinaus organisiert das Unternehmen zum Beispiel auch in Zusammenarbeit mit Netzbetreibern oder Herstellern ein Qualifizierungsprogramm, dessen Module auf die jeweilige Verkaufssituation und die Erfahrung der Teilnehmer abgestimmt sind. Angeboten werden hier Seminare, Vertriebsstrainings und Roadshows.

Mit fokussierten Werbemaßnahmen schafft cycoo außerdem Nachfrage bei den Zielgruppen. So werden dem Handel neue Kundenpotentiale zugeführt. Erfasste Marktdaten werden dabei individuell aufbereitet, um für die Partner zielgerichtete Werbung ohne Streuverluste zu realisieren.

„Wir setzen auf bewährte und neue Lösungen für unsere Handelspartner. Unser Ziel ist es, dauerhafte Kundenbeziehungen und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit aufzubauen, um Kontinuität in einem schnellen Markt und Qualität in der Kundenbeziehung zu schaffen“, faßte Kühn zusammen. „Wir bieten attraktive Preise, hohe Warenverfügbarkeit, kurze Lieferzeiten und ein breites Serviceprogramm zum Nutzen unserer Kunden.“ Kontakt: cycoo AG, Schöttmansionhof 14, 46539 Dinslaken, Telefon 01805/932200. hepä



Aktuelle Mobilfunkaktionen gehören zum ständigen Angebot der Votek Homepage. Interessiert sich ein Besucher für eines der Handys, kann er über eine Suchmaschine herausfinden, welcher Händler in seiner Nähe er das Telefon bekommt.

So werde beispielsweise durch die Zugehörigkeit eines jeden Händlers zum Votek-Distributionsportal den Endkunden in Zukunft ermöglicht, einen Fachhändler in der näheren Umgebung oder einem anderen von ihm gewünschten Ort zu finden.

„Zwei weitere attraktive Features werden durch eine hinter dem Onlinesystem verborgene Datenbank ermöglicht“, ergänzte Elmar Erben, ebenfalls Mitglied der

ternetseite betrieben werden, oder er kann mit einem bereits bestehenden Onlinesystem verflochten werden.“

Die cycoo AG wird in Zukunft weitere Module im Sinne ihrer Händler- bzw. Kundenorientierung in das Konzept integrieren. Dazu sollen unter anderem das Bezahlen per Kreditkarte und die Zahlung per Banklastschrift, marketing-spezifische Angebote im Sinne eines One-to-One-Marketings, der

Die cycoo_kooperation neue Medien AG

Ihre Wurzeln hat die heutige cycoo_kooperation neue medien AG in der EK-Service GbR, die 1998 von Andreas Kühn (heute in der Geschäftsführung für Cardware und Provisionsabrechnung zuständig) und Elmar Erben (Hardware) gegründet worden war. Vor einigen Monaten wurde die EK-Service GbR in die EK-Service oHG umgewandelt und mit Christian Kowalewski (Neue Medien) ein weiterer Gesellschafter aufgenommen.



Die Geschäftsführung der cycoo_kooperation neue medien AG: Andreas Kühn (sitzend), Elmar Erben (l.) und Christian Kowalewski.

Dieser Veränderung folgte vor wenigen Tagen eine weitere Umwandlung: Aus der EK-Service oHG entstand die cycoo_kooperation neue medien AG.

Im Bereich Neue Medien besteht eine Beteiligung an der NT Kommunikationssysteme GmbH, die wiederum Gesellschafter der ncore GmbH ist. Mit mehr als sechs Jahren Erfahrung als Internet-Provider kann NT-Systeme auf zahlreiche realisierte Projekte zurückblicken. Das Unternehmen, das derzeit sechs Mitarbeiter beschäftigt, versteht sich als Spezialist für den Bereich Access und Internet-Datenbankanwendungen. NT-Systeme realisiert leistungsfähige Internetanbindungen und bietet seinen Kunden individuellen Schutz vor ungewollten internen und externen Zugriffen. Die ncore GmbH, 1999 als Business-Provider gegründet und heute nach eigenen Angaben ein starker Internet-Dienstleister, betreibt einen eigenen, bundesweiten Highspeed-Backbone. Stärken des Unternehmens sind das Data Center, Connectivity und E-Business-Lösungen. Damit kann ncore Unternehmenskunden jeder Größe Komplettlösungen aus einer Hand bieten. Verantwortlich für die Entwicklung dieser Lösungen ist ein Team von IT-Spezialisten, das auf langjährige Erfahrung zurückgreifen kann. Hohen Ansprüchen der Kunden wird man darüber hinaus durch innovative Angebote wie Voice over IP oder ncore Speedway DSL gerecht.

Cyber-shot

Digital Still Camera



Eyewear by Sony. Die digitale Cyber-shot DSC-P5.

Die Sony Cyber-shot DSC-P5 – eines der heißesten Accessoires der Saison. Schon alleine ihr attraktives Aluminiumgehäuse und das kompakte Design ziehen alle Blicke auf sich. Aber warten Sie erst, bis Sie die P5 einschalten – dann offenbart sich ihre ganze Schönheit. Effektive 3,2 Megapixel und die Chip-Technologie von Sony sorgen für besonders scharfe Fotos. Das 3fach Zoom bringt Sie hautnah heran an das Objekt Ihrer fotografischen Begierde. Und weil der STAMINA Akku bis zu 90 Minuten hält, gibt es eigentlich keinen Grund mehr, die Kamera aus der Hand zu geben. Kein Wunder, wenn Sie sich ohne P5 schon bald richtig nackt fühlen.



go create



MEMORY STICK www.sony.de/imaging

8 MB Memory Stick wird mitgeliefert. Sony und Memory Stick sind Marken der Sony Corporation, Tokyo.

SONY

Systems verbucht weniger Aussteller und Besucher

Mit einem angesichts der wirtschaftlichen und weltpolitischen Lage überraschend guten Ergebnis ist die Systems 2001 am 19. Oktober in München zu Ende gegangen. Die 2.707 Aussteller und zusätzlich vertretenen Unternehmen aus 37 Ländern (minus 16 Prozent gegenüber 2000) zeigten sich mit dem Verlauf der 20. Internationalen Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation und Neue Medien zufrieden. Die hohe Qualität der 121.000 Fachbesucher (minus 18 Prozent gegenüber 2000) sowie die umfangreichen Geschäftsanbahnungen und -abschlüsse sorgten für Zufriedenheit.

Das wichtigste Signal der Messe zielte dem Schlußbericht der Messe München zufolge jedoch in Richtung Informations- und Kommunikationsmarkt: Dieser geht nicht zurück, sondern weist derzeit nur ein gebremstes Wachstum auf, die Steigerungsraten fallen geringer aus. Der Messeverlauf und

einer weiteren Verschlechterung des Marktes.

Differenzierter Markt

Diese positiven Signale treffen nicht auf den gesamten ITK-Markt zu: Es gibt – und das belegte das Interesse der Besucher an der Systems, Bereiche mit Wachs-

weise Burkhard Hensel, Direktor Partnervertrieb Global Sales Operations, Sun Microsystems: „Nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Kontakte hat sich im Vergleich zum Vorjahr gesteigert.“ Höhere Besucherzahlen und Kontakte am Stand gegenüber dem Vorjahr zählte auch Peter Eggers, International PR Manager beim Connectivity-Spezialisten Elsa.

„Software und Applikationen fan-

Hallen und Ständen wieder: Die Aussteller in den Systems Bereichen Software Basics, Telecommunications sowie Dealers Only konnten sich über großes Interesse freuen. Ebenso großes Besucherinteresse zogen zudem die Sonderschauen zu den Themen IT-Sicherheit (IT-Security Area) und mobile Lösun-



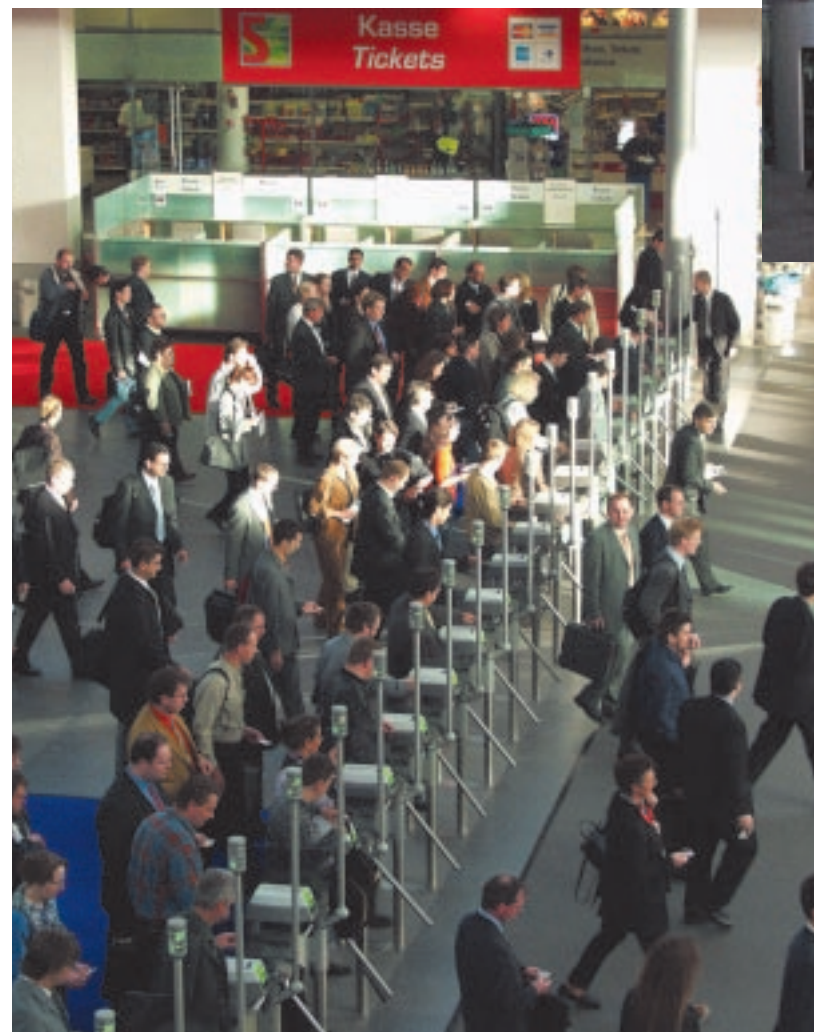
Angst vor Gedränge mußten die Systems-Besucher auch vor den Eingängen nicht haben.

Stimmung besser als erwartet

die dort getätigten Geschäftsanbahnungen und -abschlüsse führten zu einem vorsichtigen Optimismus der Branche. Dies spiegelt sich auch in der Markteinschätzung der Aussteller wider: Laut NFO Infratest IPS beurteilten nur sieben Prozent der Unternehmen die gegenwärtige wirtschaftliche Situation der Branche als „ausgezeichnet“ und „sehr gut“. 23 Prozent votierten für „schlecht“ und

tumschancen wie zum Beispiel IT- und TK-Services, Software sowie Lösungen rund um die IT-Sicherheit, während andere Segmente wie etwa der Handy- oder PC-Markt nach Boom-Jahren mit sinkenden Absatzzahlen konfrontiert sind.

Die Dot.coms und IT-Start-ups kämpfen ebenfalls mit einer abgekühlten Nachfrage, während die etablierten Anbieter von E-Busi-



Erster Systems-Tag, wenige Sekunden nach neun Uhr: Besucherschlangen blieben schon zur Eröffnung der Messe aus. Fotos: hepä

den großen Zuspruch, Hardware war etwas schwächer“, zog Joachim Schrader, Senior Vice President, Information and Communication Networks Marketing der Siemens AG, Messebilanz. Eine nach wie vor gute Nachfrage nach kommerziellen Software-Lösungen registrierte Heiko Elmsheuser – trotz des höher gewordenen Beratungsaufwands. „Generell ist die IT-Branche im Jahr 2000 zu sehr verwöhnt worden“, so Schrader. „Die Kunden kamen fast von selbst. Mittlerweile ist das anders. Jetzt kauft der Kunde nur noch, wenn er in einer IT-Lösung eine konkrete Effizienzsteigerung für sein Geschäft sieht. Mehr als je zuvor müssen wir als Lösungsanbieter dem Kunden erläutern, welcher Nutzen sich hinter dem Produkt verbirgt. Für uns war die Systems auch in diesem Jahr wieder eine Plattform, um die Investitionssicherheit, die wir proklamieren, auch zu demonstrieren.“ Diese neuen Marktparameter spiegelten sich auch in dem Besucheraufkommen in den einzelnen

gen (MobileSolutionsArea) sowie der neue Ausstellungsbereich zum IT-Trendthema E-Government auf sich.

Konkrete Abschlüsse

Insbesondere große Aussteller meldeten deutlich mehr konkrete

Geschäftsanbahnungen auf der Systems als noch im letzten Jahr. Michael Karg, Vorstand der Ingram Macrotron Distribution GmbH: „Wir hatten während der Systems den erfolgreichsten Tag unserer Firmengeschichte mit 30 Millionen DM Umsatz.“ Und auch Susanne Furgol, Marketing Midray (ehemals debitel Network Services), freute sich: „Kontakte, die unsere Marketing-Abteilung im Vorfeld geknüpft hat, wurden auf der Systems 2001 in konkrete Geschäftsabschlüsse umgewandelt.“

Bitkom sieht bessere Stimmung

Zufrieden mit dem Messeverlauf zeigte sich ebenfalls der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). „Nach einem verhaltenen Start legte die Messe einen bemerkenswerten Endspurt hin“, kommentierte Bitkom-Vizepräsident Willi Berchtold die Veranstaltung. Insbesondere am Mittwoch und Donnerstag kamen zahlreiche Fachbesucher auf das Messegelände. „Die ITK-Branche durchlebt derzeit eines ihrer turbulentesten Jahre. Das hat auch bei der Systems Spuren hinterlassen. Die Stimmung auf dem Messegelände war aber deutlich besser, als von manchen Beobachtern vorhergesagt“, so Berchtold. Das auf der Systems angebahnte Nachmessegeschäft bestätigt die Bitkom-Analyse für die weitere Marktentwicklung.

Danach wird der deutsche ITK-Markt im laufenden Jahr voraussichtlich um 4,6 Prozent auf 254 Mrd. DM wachsen. Für 2002 wird aus heutiger Sicht mit einer Steigerung um 4,9 Prozent auf 267 Mrd. DM gerechnet. Herbert Päge



Die Systems 2002, 21. Internationale Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation und neue Medien, findet vom 14. bis 18. Oktober 2002 auf der Neuen Messe München statt. Weitere Informationen sind im Internet unter www.Systems-world.de abrufbar.

36 Prozent für „annehmbar“. Bei der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung gab jedoch fast jedes zweite aller befragten Unternehmen an, daß es wieder nach oben gehe, nur elf Prozent rechnen mit

ness- und Internet-Lösungen eine steigende Nachfrage verzeichnen. Viele Aussteller kamen mit sehr gedämpften Erwartungen zur Messe, wurden jedoch angenehm überrascht. So meinte beispiels-



Auf dem Systems-Fachpressestand war auch PoS-MAIL vertreten.

Digitale Innovationen und neue Display-Technologien

Ob LCD oder Plasma:

Flach ist Trumpf! LG Electronics zählt bei allen Display-Arten zu den Technologieführern. Der LCD-Fernseher LE-15A10 ist stereotauglich und bietet 38 cm Bildschirmdiagonale, 100 Programmspeicherplätze, TOP-Videotext, PAL/Secam- und Nicam-Empfang. Auf dieser Abbildung zeigt der Bildschirm übrigens eine Detailaufnahme des 40-Zoll-Plasma-TV-Geräts PZ-40PA10 von LG Electronics.



Digitally yours

Erfolgreiche Lobbyarbeit des BVT

Der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) hat mit dem eigenständigen Regreßanspruch des Handels gegenüber seinen Vorlieferanten einen großen Erfolg im Interesse der Mitgliedsbetriebe, aber auch der Verbraucher erzielt. Erstmals erhält der Handel durch das vom Bundestag beschlossene Schuldrechtsmodernisierungsgesetz die Möglichkeit, kraft Gesetz die Industrie für Gewährleistungsfälle in Anspruch zu nehmen.

Regreßanspruch des Handels

Bislang mußte der Handel für Geräte der Industrie gegenüber dem Verbraucher haften, ohne einen Anspruch auf Ersatz (Tausch, Reparatur, Ersatzteile, Transportkosten etc.) zu haben. Künftig kann der Handel die ihm im Rahmen seiner Gewährleistungsverpflichtung entstehenden Kosten nach dem Prinzip „Gleiches Recht für alle“ von seinem Vorlieferanten einfordern, inklusive Aufwand, Transport etc.

Das Gesetz, das die zweijährige Gewährleistung beinhaltet, wurde am 9. November vom Bundesrat verabschiedet und tritt damit planmäßig zum 1. Januar 2002 in Kraft. Der BVT fordert jetzt von der Industrie klare Strategien, wie die neuen Fristen und Rechte der Verbraucher in praxisorientierte Geschäftsmodelle umgesetzt werden können. „Die Hersteller sind jetzt gefordert, uns Angebote für die Abwicklung von Gewährleistungsfällen auf den Tisch zu legen“, erklärte BVT Vorsitzender Willi Klöcker: „Denn die Hersteller müssen nicht nur für ihre Produkte geradestehen, sondern auch für den Aufwand, der uns aus einem Defekt während der Gewährleistung entsteht. Wenn ein Produkt fehlerhaft ist oder die vom Hersteller versprochenen Eigenschaften nicht erfüllt, dürfen weder der Konsument, noch der Handel darunter leiden.“

Gerade für den dienstleistungsorientierten Fachhandel, der zum Beispiel einen Lieferservice anbietet, entstehen durch Gewährleistungsfälle hohe Verluste durch wachsende Logistikkosten. Ein Fachhändler, der etwa ein Großbild-TV-Gerät inklusive Lieferung verkauft hat und dieses aus Gründen der Gewährleistung austauschen muß, kann seinen Vorlieferanten für die entstandenen Fahrtkosten und Arbeitszeit in Regreß nehmen – auch dann, wenn die eigentliche Reparatur durch den Hersteller durchgeführt wird. Auch für diese Fälle sind von den Liefere-

ranten technischer Produkte praktikable Modelle gefordert, die bestehende funktionierende Pauschalabgeltungssysteme einbeziehen und entstehende Kosten



Für Händler, die sich noch eine eigene Werkstatt leisten, wie hier die Firma Fels am Viehtror in Recklinghausen, ergeben sich durch die Initiative des Bundesverbandes Technik deutliche Vorteile gegenüber der Erstfassung des Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes. Foto: hepä

decken. Darüber hinaus ist eine schnelle Reaktion der Industrie in bezug auf die verlängerten Fristen gefragt. „Die bisherigen Abrechnungsformulare der Lieferanten sind nicht mehr das Papier wert, auf dem sie stehen“, meinte Klöcker weiter. „Die alten Regeln gelten nicht mehr, wir müssen die gesamten Gewährleistungsvereinbarungen neu verhandeln. Dabei ist jedem klar, daß Verbraucherschutz nicht zum Nulltarif zu haben ist.“

Nach Einschätzung des BVT unterschätzen viele Hersteller technischer Konsumgüter die Auswirkungen der EU-Garantie und des Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes. Klöcker: „Wir haben die Verhandlungen mit der Industrie frühzeitig begonnen und stoßen in den Gesprächen trotzdem häufig auf Unkenntnis. Unser Ziel ist es, wirtschaftlich sinnvolle Modelle zur Abwicklung von Gewährleistungsfällen zu unterstützen. Dabei geht es auch darum, die Grenzfälle der neuen Regeln und Kulanzspielräume auszuloten.“

Weder dem Handel noch der Industrie ist damit gedient, die noch offenen Fragen künftig von den Gerichten beantworten zu lassen.“

Der BVT unterstützt hier die Mitgliedsbetriebe sowohl durch Verhandlungen mit der Industrie als auch mit fundierter Information. Zu den Auswirkungen und Folgen des neuen Schuldrechts publiziert der Verband rechtzeitig vor dem Jahreswechsel Handlungsempfehlungen und unterstützt die Betriebe bei der notwendigen Neugestaltung von Verträgen. Dies beinhaltet Textvorlagen bzw. Musterpassagen für die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Fachhandels, die der neuen Gesetzeslage

gerecht werden.

„Die langjährige Lobbyarbeit des BVT beim Gesetzgebungsverfahren zu EU-Garantierichtlinie und Schuldrechtsmodernisierungsgesetz wurde mit dem vorliegenden Gesetzestext von Erfolg gekrönt“, stellt BVT-Geschäftsführer Willy Fischel fest. Die erzielte Regelung sei nach BVT-Auffassung praktikabel und verursachergerecht. Fischel: „Damit ist es durch eine massive BVT-Protestbriefaktion und Intervention in Zusammenarbeit mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) gelungen, eine wirtschaftlich vernünftige Regelung durchzusetzen, so daß der Handel nicht für Fehler gerade stehen muß, die er selbst nicht verschuldet hat.“ Insbesondere der technisch orientierte Fachhandel mit Konsumelektronik, Telekommunikation, PC/Multimedia, Foto, Elektro-Hausgeräten und Beleuchtung wird somit vor Schaden im Zusammenhang mit der verlängerten nunmehr zweijährigen Gewährleistungsfrist bei Kaufverträgen und erweiterter

Neuheiten

elmeq stellt aktuelle Firmwareversion für ISDN-Anlagen vor



Mit der neuen Firmware-Version 5.4 für die modularen Tk-Anlagen elmeq C46xe, C46xe-rack und C88m wird die Konfiguration dieser ISDN-Anlagen wesentlich einfacher. Dabei kann die Einrichtung der neuen elmeq Systemtelefone jetzt entweder vor Ort über die V.24-Schnittstelle oder den internen S₀-Bus erfolgen – oder aus der Ferne vom Händler aus. Dadurch können Händler noch flexibler auf individuelle Wünsche ihrer Kunden reagieren. Eines der besonderen Features der aktuellen Softwareversion ist die aufbauende Rufverteilung in programmierter Reihenfolge und die Namenszuordnung für einzelne Gruppen (zum Beispiel in Büro- oder Call Center-Umgebungen). Darüber hinaus unterstützt die Software Voice-Message-Systeme wie das neue elmeq VMS 350. Bei aufgezeichnetem Anruf blinkt jetzt eine LED am Systemapparat. Dabei kann die zugeordnete Taste zur direkten Abfrage genutzt werden. Weiterhin wurden die Wählfunktionen komfortabler, und Türrufe werden jetzt wesentlich markanter signalisiert – um sie von eingehenden Anrufen unterscheiden zu können. Mit der Plus-Version bei der elmeq C46xe-rack besteht schließlich die Möglichkeit, den neuen Modul Router elmeq X1200 mit Highspeed Internetzugang DSL einzusetzen. Der erweiterte Lieferumfang mit allen

benötigten Zubehörkabeln zum Einsatz weiterer Module für analoge bzw. digitale Ports bietet ein deutliches Plus an Leistung zum gleichen Preis, verglichen mit den bislang ausgelieferten Rack-Anlagen.

Personalisierte Anrufbeantwortung mit elmeq VMS 350



elmeq hat das neue Voice-Messaging-System elmeq VMS 350 vorgestellt. Mit ihm dringt die automatische Voice Resonse nach Angaben des Herstellers in neue Dimensionen vor. Das System erweitert jede ISDN-Business-Anlage von elmeq ab Version 5.4 zu einem effizienten Kommunikationssystem mit bis zu zehn unabhängig konfigurierbaren Voiceboxen. Dank Anruf-Filterfunktion kann das VMS 350 Anrufer in sieben Gruppen unterteilen, denen jeweils eine personalisierte Ansage vorgespielt wird. Voraussetzungen dafür sind die Aktivierung der Clip-Funktion durch den Netzbetreiber und die Rufnummernübermittlung seitens des Anrufers. Insgesamt sind zusätzlich zum gespeicherten Plug-and-Play-Ansagetext neunzehn weitere frei definierbare Ansagen möglich. Aufzeichnungen können bis zu zwölf Minuten betragen (mit einer optionalen Multimedia-Speicherkarte bis zu 60 Minuten). Eine (abschaltbare) Uhr informiert per Ansage über den Zeitpunkt der jeweiligen Nachrichtenaufzeichnung. Das System informiert den Benutzer über ein beleuchtbares Grafikdisplay über alle wichtigen Daten

Kompaktes Multifunktionsgerät Panafax UF-490



Das neue Panafax UF-490 vereint in einem kompakten Gehäuse ein G3-Fax, einen Drucker und einen Scanner. Wichtigste Kennzeichen des Gerätes sind die sekunden-schnelle Übermittlung von Faxen, der Druck in Laserqualität und die benutzerfreundliche Handhabung: Ein beleuchtetes Display, die Check & Call-Funktion und ein Dokumenten-Manager, mit dem sich komfortabel zusätzliche Funktionen wie die Verwaltung und Edition eingescannter Dokumente nutzen lassen, zum Beispiel der Versand



von Dokumenten per E-Mail. Bis zu 20 Blatt zieht das Gerät über den automatischen Dokumenteneinzug ein, der Speicher faßt bis zu 120 Seiten. Das G3-kompatible 33,6-Kbs-Modem des UF-490 überträgt eine DIN-A4-Seite in zirka drei Sekunden. 64 Graustufen und eine Scan-Auflösung von 400 dpi garantieren beste Sendequalität. 18 Zielwahltasten und 82 Kurzwahlspeicher, die auch mit dem PC editiert werden können, erleichtern die Wahl der wichtigsten Empfänger, Rundsenden ist an 107 Stationen möglich. Besonders einfach wird die Bedienung dank der Navigationstaste. Ergänzend vermittelt ein beleuchtetes Display einen schnellen Überblick über den jeweiligen Status. Bei der Ausgabe macht eine Auflösung von 600 x 600 dpi in Laserqualität das UF-490 zu einer High-End-Business-Maschine. In einer Minute bedruckt das Gerät fünf Seiten Normalpapier. Dank der parallelen Schnittstelle und der mitgelieferten Software lassen sich in Verbindung mit einem PC zahlreiche weitere Funktionen nutzen. Unverbindliche Preisempfehlung: ca 1.400 DM.

Interview mit Jochen Weymer, Marketing Manager Consumer Audio & Video, Sony Deutschland GmbH

„Digital-TV bietet gute

Verkaufsargumente“

Auf der diesjährigen IFA präsentierte Sony mit dem KD-32NS100B seinen ersten Digital-Fernseher mit integriertem Satellitenempfänger, der auf den offenen Standard der Multimedia Home Platform ausgelegt ist. Nun ist es soweit, die Geräte sind für den Handel lieferbar. PoS-MAIL sprach mit Jochen Weymer, Marketing Manager Consumer Audio & Video, Sony Deutschland GmbH, über Sonys Marketingstrategie im TV-Segment und über die Zukunft des digitalen Fernsehens.

PoS-MAIL: In Sonys TV-Produkt-range hat sich in letzter Zeit einiges verändert. Wie ist die aktuelle Marken- und Marketingstrategie von Sony konzipiert?

Jochen Weymer: Wir haben uns dazu entschlossen, den Schwerpunkt des TV-Geschäftes auf hochwertige Produkte zu setzen. Somit haben wir seit Frühjahr dieses Jahres ausschließlich Geräte mit planer FD (Flat Display)-Trinitron-Bildröhre von 14 bis 36 Zoll im Sortiment.

Die Zeit der schwarzen Kisten ist endgültig vorbei. Der Markenname Trinitron ist seit Jahren gleichbedeutend mit Sony. Zudem haben wir seit unserer Markeneinführung der FD-Trinitron-Wega-Technik vor vier Jahren stets Wert darauf gelegt, den Markennamen Wega genauso fest im öffentlichen Bewußtsein zu etablieren wie Trinitron. Design und Qualität liegen uns am Herzen. Alle Sony TV-Geräte sind mit einer hochwertigen FD-Trinitron-Wega-Technologie ausgestattet, auch die Geräte im Mittelpreis-Segment.

„Digital-TV bietet gute Verkaufsargumente, und diese möchten wir dem Fachhandel nahebringen. Wir werden unsere Partner selbstverständlich auch mit ausreichend PoS-Material versorgen und mit Werbekampagnen aktiv unterstützen“, so Jochen Weymer, Marketing Manager Consumer Audio & Video, Sony Deutschland.



PoS-MAIL: Wie wird Sony den Fachhandel im Abverkauf der neuen Fernsehgerätegeneration unterstützen?

Jochen Weymer: Wir bieten unseren Fachhandelspartnern Schulungen in unserer internen Trainingsabteilung. Dabei sind diese Schulungen sehr kundenspezifisch strukturiert. Pro Quartal werden die Themenschwerpunkte geändert.

Uns ist es sehr wichtig, den Handel auf die neuen und vielfältigen Möglichkeiten, die Digital-TV mit sich bringt, bestens vorzubereiten. Digital-TV bietet gute Verkaufsargumente, und diese möchten wir dem Fachhandel nahebringen.

Wir werden unsere Partner selbstverständlich auch mit ausreichend PoS-Material wie Broschüren und Displays versorgen und mit Werbekampagnen aktiv unterstützen. Darum haben wir eine TV-Kampagne gestartet, die speziell auf die Steigerung des Markenbekanntheitsgrades unseres erfolgreichen Wega-Fernsehgeräteprogrammes mit 16:9-Flachbildschirmtechnik gerichtet ist.

Inzwischen haben wir ein Fernsehgeräteprogramm realisiert, das zu 100 Prozent Wega ist, und möchten, daß der Kunde im Geschäft nach Wega fragt. Wir hoffen, daß uns die neue TV-Werbung diesem Ziel näher bringt.

In Deutschland wurde die Kampagne Mitte November gestartet. Es wurden zwei Versionen entwickelt, die sich an analog bzw. digital geprägte TV-Märkte richten. In der digitalen Version, die nur in Großbritannien und in Deutschland ausgestrahlt wird, liegt der Schwerpunkt gemäß „Flat & More“ speziell auf den interaktiven Möglichkeiten des Wega-Systems.

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

PoS-MAIL: Welche Vorteile bietet diese FD-Trinitron-Wega-Technologie?

Jochen Weymer: Das Herzstück der Röhre – die Strahlenkanone – wie auch die Ablenktechnik bieten in Kombination mit einer neuen Streifenmaske und dem absolut planen Bildschirm eine sehr gute Bildqualität. Darüber hinaus verfügen Sonys Topmodelle über die Bildverbesserungstechnologie DRC-MF (Digital Reality Creation – Multi Function), die eine bis zu viermal höhere Bildauflösung ermöglicht.

PoS-MAIL: Der neue Digital-Fernseher KD-32NS100B ist ja nun pünktlich zum Weihnachtsgeschäft im Fachhandel. Welche wesentlichen Vorteile bietet das Gerät, und wie definieren Sie die Vorteile des digitalen Fernsehens im allgemeinen?

Jochen Weymer: Da der KD 32NS100B über einen eingebauten digitalen Satellitenreceiver verfügt, lassen sich digitale Programme und Dienste ohne externen Decoder empfangen. Der Zuschauer kommt nicht nur in den Genuß einer hervorragenden Bild- und Tonqualität sowie sämtlicher Vorteile der Breitbildtechnik, er erhält auch Zugriff auf über 100 gebührenfreie Sender – darunter 14 rein digitale Sender. Dabei kostet diese Vielfalt keine zusätzlichen Abonnementgebühren. Interessant sind zudem die neuen digitalen Textangebote und interaktiven Dienste, die sich mit diesem integrierten Digital-Fernseher ebenfalls nutzen lassen. Wir setzen auf das IDTV (integrierte Digital TV)-System als erste Wahl beim Kauf

eines neuen Hauptfernsehers für den privaten Haushalt. In Zukunft werden Fernseher nur noch als IDTV-Geräte angeboten. Wenn ein Verbraucher ein neues Fernsehgerät kauft, ist es nur naheliegend, sich für ein zukunftssicheres System zu entscheiden, das für die zusätzlichen Vorteile des Digital-Fernsehens vorbereitet ist. In Großbritannien, wo Sony heute schon mit einem umfassenden IDTV-Programm präsent ist, erreichen wir in diesem Segment einen wertmäßigen Marktanteil von 70 Prozent. IDTV-Geräte machen dort bereits 30 Prozent des Umsatzes aus, den wir mit unseren 16:9-Fernsehern erzielen.

PoS-MAIL: Welche Perspektiven bietet Ihrer Ansicht nach die Multimedia Home Platform?

Jochen Weymer: Für uns ist die digitale Fernsehübertragung bei der Nutzung moderner Fernseh-Mehrwertdienste von großer Bedeutung. Sony setzt sich schon seit langem im internationalen DVB-Projekt (Digital Video Broadcast) für die Einführung digitaler Produkte ein. Deshalb sehen wir den MHP-Standard als die logische Weiterentwicklung des Digital-Fernsehens. Die von den Fernsehanstalten ARD, ZDF, RTL, der Kirch-Gruppe und den Landesmedienanstalten getroffene Einigung über die zügige Einführung von Multimedia Home Platform ist sowohl eine Entscheidung zugunsten der Konsumenten als auch der Gerätehersteller. Der MHP-Standard bietet vielfältigere Auswahlmöglichkeiten und ein besseres Leistungsangebot, und das Verwirrspiel um die Fernsehnormen hat ein Ende.



Sonys erster Digital-Fernseher KD-32NS100B ist nun für den Handel lieferbar. Das Gerät verfügt über einen integrierten Satelliten-Receiver, der auf den offenen Standard der Multimedia Home Platform ausgelegt ist.

Mobile Ortungssysteme sorgen für Sicherheit unterwegs

In den vergangenen Monaten ist die Zahl neuartiger Anwendungen durch die Verbindung von Telematik und Mobilfunk rasant gewachsen. Verschiedene Hersteller bieten Geräte, die einem mobilen Nutzer ortsunabhängige Kommunikations-, Informations- und Entertainmentdienste anbieten. Jüngste Beispiele für derartige Produkte sind „Notrufsäulen“ für die Hosentasche, wie zum Beispiel „Helpino“ von der GPP AG und HiPer von Bosch.

Sie ermöglichen dem Benutzer, in Notfällen per einfachem Knopfdruck einen Hilferuf an eine Zentrale abzuschicken. Innerhalb weniger Sekunden ist diese Zentrale dann in der Lage, den genauen Standort des Hilferufenden bis auf wenige Meter genau zu ermitteln, gegebenenfalls Sprechkontakt mit ihm aufzunehmen und geeignete Hilfsmaßnahmen zu ergreifen.

Neue Geschäftsfelder

Der Handel kann sich über die Entwicklung dieser neuen High-Tech-Geräte freuen, denn die Gruppe potentieller Käufer ist groß. Zu ihr gehören gewerbliche Kunden ebenso wie Privatpersonen. So stellen beispielsweise Filialleiter, die regelmäßig Geldcassetten zur Bank bringen, und die Mitarbeiter von Sicherheitsdiensten, die schnell qualifizierte Hilfe benötigen, mögliche Käufer dar. Und auch ältere oder behinderte Menschen, die mobil bleiben möchten,

Extremsportler und die Anhänger von Outdoor-Aktivitäten, die ihrem Hobby außerhalb abgenutzter Pfade nachgehen, sowie Eltern, die ihren Kindern zusätzliche Sicherheit für unterwegs geben wollen, gehören zur Zielgruppe.

Helpino von der GPP AG

Eines dieser neuartigen Ortungs- und Rettungssysteme heißt Helpino und stammt von der GPP AG aus



Helpino von der GPP AG sorgt im Notfall ebenso für schnelle Hilfe ...

Oberhaching bei München. Das Handgerät in der Größe einer Zigarettenschachtel beinhaltet ein selbsttätig arbeitendes GSM-Modul, ein ebenfalls automatisch arbeitendes GPS-Satelliten-Modul

und einen Ton-Generator für ein akustisches Alarmsignal. Als einziges Bedienungselement besitzt Helpino einen Auslöse-Mechanismus, der gegen zufälliges Auslösen gesichert ist, aber im Notfall auch bei großem Streß ohne Hinsehen ausgelöst werden kann.

Sobald der Benutzer in eine Not-situation gerät, löst er mit dem Helpino einen durchdringenden akustischen Alarmton aus. Gleichzeitig bucht sich Helpino in das GSM-Netz ein, stellt eine Verbindung zur GSM-Zentrale her und überträgt einen Notruf mit Angabe der GSM-Zelle für seinen Standort an die Zentrale. Mit Hilfe dieser Technologien wird das Gerät über GPS aufgrund der aktuellen Satellitendaten geortet. Helpino überträgt seine so erhaltene, auf zehn Meter genaue Positionsangabe innerhalb von 25 Sekunden an die Service-Zentrale, wo sie kartographisch dargestellt wird. Die für diese Vorgänge aufgebaute Verbindung wird als Hotline aufrechterhalten. Über sie werden die notwendigen Aktionen einschließlich der Rettungsmaßnahmen veranlaßt.

Jedes Helpino-Gerät hat eine weltweit eindeutige Nummer, der beim Kauf des Gerätes Adreßdaten zugeordnet werden, ohne die das

Gerät nicht aktiviert werden darf. Zu den Adreßdaten gehören mindestens drei Telefonnummern mit den zugehörigen Anschriften, aber auch die Ausweis-Nummer des Benutzers.

Zu den wesentlichen Merkmalen des Gerätes gehören seine permanente Verfügbarkeit und seine auch über Jahre gesicherte Energieversorgung durch die eingesetzte Batterie. Es ist so klein und leicht, daß es immer am Körper getragen werden kann.

Das Handgerät soll über den Handel ab Februar 2002 verkauft werden. Es kann entweder mit einer Laufzeit von mindestens 36 Monaten für einen Betrag von neun Euro gemietet oder zum Endverkaufspreis von rund 300 Euro gekauft werden.

HiPer von Bosch Telecom

Etwas tiefer in die Tasche greifen muß der Käufer eines HiPer (High Precision Personal Location System) von Bosch Telecom. Das 140 Gramm schwere Gerät, das optisch einem gängigen Handy ähnelt, kostet zirka 998 Euro ohne Vertrag, bzw. rund 400 Euro plus

einem monatlichen Betrag von 36 Euro bei Vertragsabschluß zur Inanspruchnahme des Call-Center-Notfall-Services. HiPer ist ebenso wie Helpino mit einem GSM- und einem GPS-Modul ausgestattet und ebenfalls in der Lage, im Falle



... wie HiPer aus dem Hause Bosch.

eines Notrufes Standortbestimmungen im Freien bis auf zehn Meter genau durchzuführen.

Darüber hinaus bietet HiPer die Möglichkeit, über eine Taste Gespräche mit der Notrufzentrale durchzuführen bzw. eine Sprechverbindung zu einer im Gerät hinterlegten Rufnummer aufzubauen und ein Bewegungsprofil über einen zurückliegenden Zeitraum an das Service-Center zu übermitteln. Dazu speichert das Gerät in einem frei wählbaren Zeitraum bis zu 500 GPS-Ortungsdaten.

Neuheiten

Mobiler Festspeicher „MindStor“



Der amerikanische Hersteller Minds@Work stellt nach dem mehrfach ausgezeichneten mobilen Festspeicher „Digital Wallet“ den superschnellen

Zum Lieferumfang des MindStor gehört ein Speicherkartenadapter, der zusammen mit dem vollen Speichermedium der Digital-kamera in das Gerät gesteckt wird. Anschließend kann die Datenübertragung auf den mobilen Festspeicher erfolgen.

Während der Übertragung informiert die „Countdown Uhr“ im Display über den Fortschritt der Übertragung. Direkt an den PC oder den Mac angeschlossen, kann das Gerät auch als Kartenleser eingesetzt werden, so daß das Zwischenspeichern auf der MindStor-Festplatte entfallen kann, wenn direkt ein Laptop oder Computer zur Hand ist. Während der Übertragung können über das Scroll-Menü einzelne Dateien ausgewählt werden, die dann in voller Länge in Laufschrift erscheinen.

Eine Akkuladung des Gerätes reicht für ca. 120 Minuten Betriebszeit. Auch Musik- und Videofreunde können den MindStor als Zwischenspeicher nutzen, ihnen stehen ungefähr 18 Stunden Musik/Video pro GB zur Verfügung.

Das Produkt ist mit drei verschiedenen Kapazitäten erhältlich. Die 5 GB-Version kostet 459 Euro, die 10 GB-Version 613 Euro und die 20 GB-Lösung 715 Euro.



Nachfolger „MindStor“ vor. Das im neuen schlanken Design konzipierte Produkt bietet zahlreiche innovative Funktionen und verfügt neben der USB-Schnittstelle jetzt auch über die schnellere FireWire-Verbindung (IEEE 1394). Es bietet eine mehrsprachige (darunter auch eine deutsche) Menüführung und läßt sich aufgrund einer Hintergrundbeleuchtung sogar bei Dunkelheit bedienen.

Compaq mit neuen Displays und Monitoren



Mit zwei neuen Röhrenmonitoren und einem neuen Flat Panel-Display erweitert Compaq sein bestehendes Angebot um drei Vertreter der High-End-Range. Mit dem P920 präsentiert Compaq einen 19-Zoll-Monitor, der selbst bei der höchsten Auflösung von 1920 x 1440 Pixeln das Bild mit einer Wiederholfrequenz von 70 Hertz darstellt. Bei der empfohlenen Auflösung von 1280 x 1024 Bildpunkten beträgt die Bildwiederholfrequenz 100 Hertz. Sein sechssprachiges On-Screen-Menue erlaubt die Einstellung verschiedener Bildparameter. Das Gehäuse des P920 wurde im Carbon/Silber-Design farblich auf die IPAQ Desktop Familie und die neuen Notebooks der Evo Serie abgestimmt.

Der 21-Zoll-Monitor P1120 ist ebenso wie der P920 mit einer Diamondtron Natural Flat Bildröhre ausgestattet. Die maximale Auflösung von 2048 x 1536 Pixeln wird mit einer Bildwiederholfrequenz von 75 Hertz angezeigt. Bei der empfohlenen Auflösung von 1600 x 1200 Pixeln wird eine Bildwiederholrate von 95 Hertz erreicht. Für den Parallelbetrieb von

zwei Computern ist der P1220 mit zwei 15-poligen D-Sub-Eingängen ausgestattet, die sich per Knopfdruck umschalten lassen.

Das Compaq TFT720 Flat Panel Display hat eine Diagonale von 17 Zoll. Das Display unterstützt neben der physikalischen Auflösung von 1280 x 1024 Pixeln auch alle gängigen Formate wie XGA, SVGA, VGA und EGA sowie weitere Formate für Textdarstellung und den Betrieb an Macintosh PCs und Sun Workstations.

Als Signaleingänge bietet das TFT720 den klassischen D-Sub-Eingang für analoge Videokarten sowie einen DV1-D Connector für den Parallelbetrieb an zwei unterschiedlichen Rechnern. Das TFT720 wird ebenfalls im Carbon/Silber-Design geliefert und ist optional auch mit zwei eingebauten Lautsprechern lieferbar. Für die Wandmontage kann das Display an jeder VESA-konformen Halterung befestigt werden.

Tulip @ction Line PC mit neuester Prozessorgeneration



Tulip Computers bietet nun auch den leistungsstarken Intel Pentium 4 Prozessor im Einsteigermodell

@ction Line cp an. Nachdem Tulip Computers bereits auf der IFA eine der ersten Workstations mit Pentium 4 Prozessor und 2 Gigahertz Arbeitstakt vorgestellt hat, ist jetzt auch die hohe Prozessorleistung für Arbeitsplatz-PCs verfügbar.

Der @ction Line cp wurde in erster Linie für Office-Anwendungen zugeschnitten und zeichnet sich durch gute Up-grade-Fähigkeiten aus. Mit einem Intel 845i-Chipsatz ausgestattet, ermöglicht er den Einsatz von SDRAM-Modulen.

Der @ction Line cp ist zudem mit Komponenten ausgerüstet, die dem neuesten Stand der Rechnertechnologien entsprechen.

Wahlweise können die Systeme mit den besten derzeit erhältlichen Grafikkarten vorkonfiguriert werden, darunter zum Beispiel die Xpert2000pro, die Aopen 400MX und die Aopen PA256 deluxe GeForce2Pro mit TV-Ausgang.

Die @ction Line cp Serie ist ab sofort verfügbar. Tulip Computers gewährt insgesamt drei Jahre Garantie auf die Systeme dieser Baureihe – im ersten Jahr gilt darüber hinaus eine erweiterte Garantie mit Vor-Ort-Service.



COMMUNICATE IN STYLE

MOTOROLA V66 JETZT IN SEINER SCHÄRFSTEN ROLLE.

Große Motorola V66 TV-Kampagne zum Weihnachtsgeschäft:

Ab sofort bis Ende Dezember präsentiert sich das V66 von all seinen sexy Seiten in hoher Frequenz, u.a. bei:

- ProSieben
- RTL
- Sat.1
- Vox
- RTL2

**JETZT
BESTELLEN!**



Kodak setzt auf Handelsunterstützung Mit EasyShare zum Digitalkamera-Boom

Mit der Einführung des EasyShare-Systems hat Kodak den Grundstein gelegt, um möglichst viele Endverbraucher für die digitale Fotografie zu gewinnen. Ergänzt werden diese Aktivitäten durch das Angebot eines umfangreichen Zubehörprogramms und durch aufmerksamkeitsstarke Displays und Shop-in-Shop-Systeme. Darüber wie diese Aktivitäten vom Handel und den Endverbrauchern angenommen werden und mit welchen weiteren Aktionen Kodak das digitale Geschäft seiner Handelspartner stärken möchte, sprach PoS-MAIL mit Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz.



Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz

PoS-MAIL: Herr Eggert, wie stellt sich zum Ende des Jahres 2001 der Digitalkamera-Markt aus Ihrer Perspektive dar? Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Karsten Eggert: Daß der Digitalkamera-Markt ein äußerst attraktives Geschäftsfeld ist, hat sich auch dieses Jahr bestätigt. Aktuelle Zahlen der GfK gehen von einem Mengenwachstum von 117 Prozent im Zeitraum Februar bis September 2001 aus. Und Weihnachten steht bald vor der Tür. Wir sind fest davon überzeugt, daß Digitalkameras im diesjährigen Weihnachtsgeschäft boomten werden.

PoS-MAIL: Das EasyShare-System, das Sie im Sommer vorgestellt haben, sollte den Umgang mit Digitalkameras einfacher machen und Hemmschwellen abbauen. Hat die Reaktion der Verbraucher und Ihrer Handelspartner diese Erwartung bestätigt?



Neben dem Praxisbereich bietet das neue Shop-in-Shop-System „Digitale Welten“ Platz für weitere Produkte, die attraktiv und informativ vorgestellt werden können. Dazu zählen Inkjet Fotopapiere, CD-R-Medien und das umfangreiche Zubehörangebot für Digitalkameras mit CompactFlash- und MultiMedia-Cards, externen Lesegeräten sowie Makro-, Weitwinkel- und Teleobjektive. Mit einer Länge von drei Metern läßt sich der neue Shop bequem in existierende Ladenkonzepte integrieren, kann aber bei Bedarf auch angepaßt werden.

Karsten Eggert: Die Reaktionen der Endverbraucher und des Handels sind sehr positiv. Was uns besonders Mut macht: Durch EasyShare begeistern wir auch jüngere Menschen für das Thema Digitalfotografie. Auf einer der Roadshows äußerte sich eine junge Hobbyfotografin aus Bad Nauheim, die eine EasyShare-Digitalkamera ausprobiert hatte, begeistert: „Es geht alles so einfach.“ Die aktuelle Marktverteilung in Deutschland

zeigt zudem, daß wir mit EasyShare hervorragend positioniert sind. Laut GfK ist Kodak nach Stückzahlen betrachtet mit ca. 12 Prozent Marktanteil die Nummer 2 in Deutschland (Periode Februar bis September 2001).

PoS-MAIL: Mit dem Shop-in-Shop-System „Digitale Welten“ wollen Sie die Präsentation von Kodak Digitalprodukten im Handel noch stärker in den Vordergrund rücken. Welche Vorteile hat dieses Konzept für Ihre Handelspartner?

Karsten Eggert: Mit dem Kodak Shop „Digitale Welten“ hat der Handel die Möglichkeit, anschaulich zu präsentieren, wie einfach digital fotografieren sein kann. Ausgestattet mit Digitalkamera, PC, Drucker bietet er digitalen Fotospaß zum Anfassen. Der Endverbraucher erstellt mit der Digitalkamera ein Foto, sieht es kurze Zeit später auf dem Computer-Monitor und bekommt dann sofort einen Ausdruck erstellt. Dieser „all-in-one“-Ansatz macht den neuen Kodak Shop so attraktiv. Unsere Roadshows haben gezeigt, daß das Konzept von den Verbrauchern sehr positiv, zum Teil euphorisch aufgenommen wird – der Handel wird sich über höhere Umsätze freuen können.

PoS-MAIL: Zu Ihrem Verantwortungsbereich gehören nicht nur Digitalkameras, sondern auch Inkjet-Medien. Wie beurteilen Sie zur Zeit diesen Markt – welche Größenordnung hat er erreicht?

Wie sind Sie mit Ihrer eigenen Position zufrieden?

Karsten Eggert: Der deutsche Markt für Inkjet Fotopapiere zeigt konstante Wachstumsraten von ca. 30 % bei Packungen und ca. 14 % bei den Blättern. Das Entscheidende für Kodak und seine Handelspartner sind jedoch die attraktiven Margen. In Volumen ausgedrückt beträgt der Anteil der Inkjet Fotopapiere am Gesamtpapiermarkt in Europa etwas über 7 %. Die-

se machen jedoch über 50 % des Gesamtumsatzes aus. (Quelle: Cap Ventures, GfK). Wir sind mit unserer Position zufrieden, wollen das Inkjet Fotopapier-Geschäft aber weiter intensivieren. Für den Handel ist Kodak eine gute Wahl, denn das Unternehmens-Know-how bei der Fotopapier-Herstellung und der bekannte Kodak Markenname geben dem Verbraucher das notwendige Vertrauen, das für eine Kaufentscheidung wichtig ist.

PoS-MAIL: Das digitale Bildergeschäft ist zwar noch kein Massenmarkt, aber ein erklärter Hoffnungsträger für die Fotobranche. Wie sehen Sie aus der Perspektive des Geschäftsbereiches Digital & Applied Imaging dieses Segment? Sind Inkjet-Materialien nicht eine Alternative zu digitalen Fotos aus dem Großlabor oder digitalen Minilabs?

Karsten Eggert: Durch die digitalen Techniken wird sich die Anzahl der aufgenommenen Bilder erheblich vergrößern. Die Industrie muß zusammen mit dem Handel erreichen, daß ein großer Prozentsatz dieser Klicks auch seinen Weg aufs Papier findet und als Foto gedruckt wird. Zu diesem Zweck muß ihm die Branche die unterschiedlichsten Möglichkeiten bereitstellen. Dies können Inkjet Fotopapiere oder auch digitale Services beim Handel sein. Wie Sie wissen, ist Kodak im Segment digitale Serviceleistungen vor Ort – mit dem Picture Maker oder der Order Station – beim Handel sehr engagiert. Kodak sorgt mit dem Handel dafür, daß der Endverbraucher das bekommt, was er verlangt: nämlich Qualitätsprints seiner Digitalbilder.

PoS-MAIL: Was sollte die Fotobranche – und natürlich der Fotohandel – Ihrer Meinung nach in den nächsten Monaten tun, um die Digitalfotografie noch populärer zu machen und zu einem wirklichen Massenmarkt zu entwickeln? Welche Aktivitäten hat Kodak geplant, um dieses Ziel zu erreichen?

Karsten Eggert: Ein wichtiger Aspekt ist, den Endverbraucher zum Auspro-

bieren zu veranlassen. Digitaler Fotospaß muß „live“ erlebbar sein und nicht hinter Glasvitrinen

verschwinden. Dazu leistet unser neues Shop-in-Shop Konzept „Digitale Welten“ einen wichtigen Beitrag. Von besonderer Bedeutung sind zudem POS-Materialien, die das Interesse des Endverbrauchers im Geschäft wecken. Inkjet Fotopapiere zum Beispiel werden vom Verbraucher oftmals „spontan“ gekauft. Dabei spielt eine ansprechende Präsentation eine besondere Rolle. Zu diesem Zweck gibt es von Kodak drei neue POS-Displays für die Kodak Inkjet Fotopapiere.

PoS-MAIL: In welche Größenordnung wird sich im kommenden Jahr Ihrer Meinung nach unter diesem

Aspekt der Markt für digitale Kameras, Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen entwickeln?

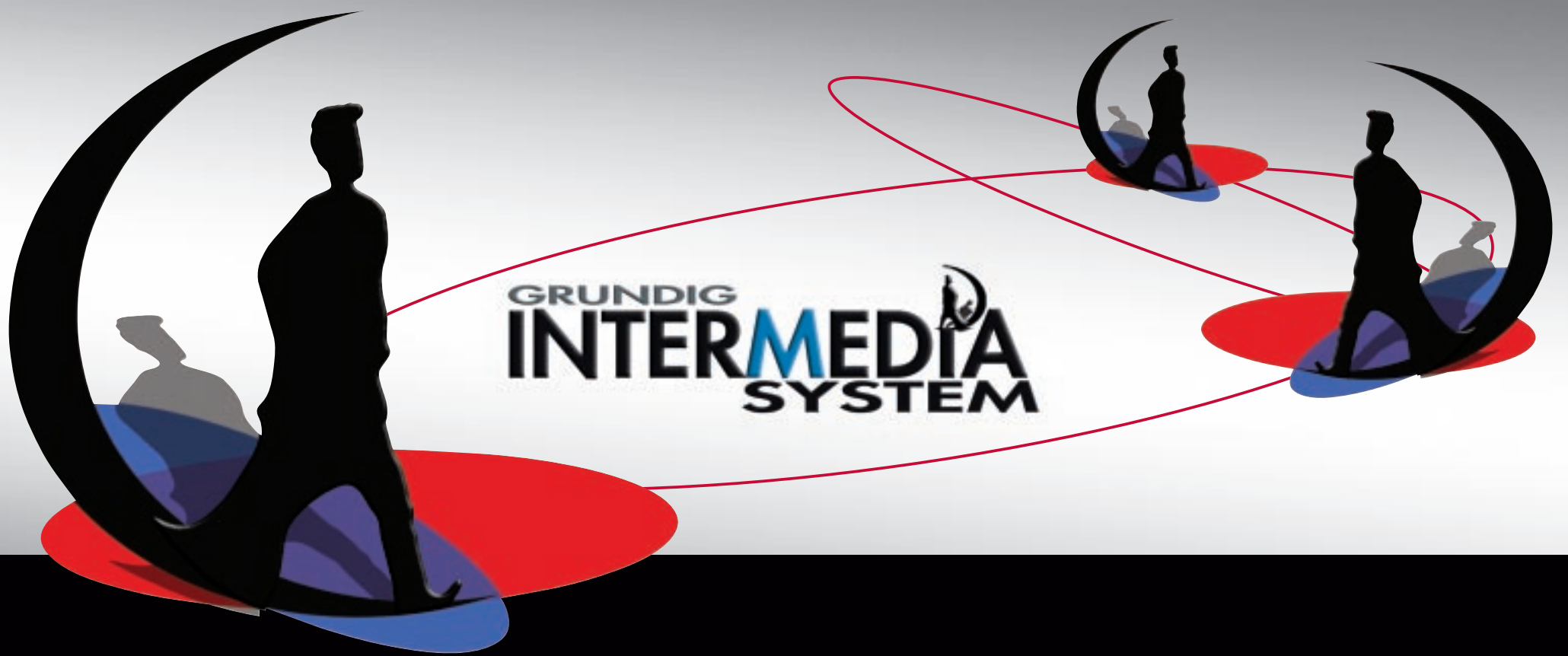
Karsten Eggert: Der Wachstumstrend der Digitalfotografie wird sich auch im nächsten Jahr fortsetzen, wobei es schwierig ist, konkrete Zahlen zu nennen. Entscheidend für uns alle ist erst mal das Weihnachtsgeschäft. Und hierbei sind wir sehr optimistisch: Dank EasyShare und Handelsunterstützung erwarten wir für Kodak und seine Handelspartner eine erfolgreiche Weihnachtssaison.

PoS-MAIL: Herr Eggert, vielen Dank für das Gespräch!

Neue Inkjetpapiere und Displays

Mit drei neuen Medien für den Fotodruck und ebenfalls drei neuen PoS-Displays intensiviert Kodak das Inkjet Fotopapiergeschäft. Zu den drei neuen Displays zählen das rotierende Counter Display mit vier Fächern zur Aufbewahrung der Verpackungen, ein weiteres Display für den Geschäfts-Innenraum mit vier Metallarmen, an die bis zu hundert Verpackungen angehängt werden können, mit einem Ablageplatz darunter für bis zu 20 Verpackungen à fünfhundert Stück des Bright White Papers und ein weiteres kleineres Standdisplay mit vier Reihen, in die 16 Verpackungen passen. Am oberen Ende des Displays befindet sich eine Ablage-Plattform, die für das Print-Sample-Book mit Musterdrucken auf Kodak Inkjet Fotopapieren genutzt werden kann. Zu den drei neuen Medien zählen das beidseitig bedruckbare Kodak Presentation Paper mit einem Gewicht von 105 g/qm und einer speziellen, matten Oberfläche. Es wird von Kodak mit 150 Blatt pro Verpackung zu einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis angeboten. Das bewährte Kodak Ultima Picture Paper mit einer Stärke von 270g/qm und einer zu erwartenden Haltbarkeit von 20–25 Jahren gibt es jetzt auch mit Mikroperforierung. Diese ermöglicht es, zwei Bilder im Format 13 x 18 cm auf einer Seite auszudrucken und anschließend leicht herauszutrennen. Die preisgünstige Lösung für alltägliche Ausdrücke ist das Kodak Picture Paper, das jetzt auch mit einer matten Oberfläche verfügbar ist. Es ist 190 g/qm schwer und beidseitig bedruckbar.





Ein Multimedia Infotainment Center, das aussieht wie ein normales, wenn auch sehr edles TV-Gerät.

Nur: Es bildet die Basis und Steuereinheit für eine Medienvielfalt, die sich nicht auf das Heute beschränkt, sondern Ihnen auch morgen die digitale Welt in Bild und Ton nach Hause bringt.

So selbstverständlich wie es die moderne DVD-Technik integriert – der Player ist eingebaut – oder funkgesteuerte, kabellose Zusatzboxen für faszinierenden Kinosound in Dolby Digital (AC-3) bietet,

so zukunftssicher lässt sich der Lenaro 92 Flat einfach per Modul nachrüsten: für das Internet samt E-Mails, SMS und Chat, für Personal Digital Recording, mit dem Sie bestimmen, wann das Programm

für Sie beginnt, auch während parallel die nachfolgenden Sendungen noch aufgezeichnet werden.

DIE WELT. NICHT MEHR – NICHT WENIGER. DAS LENARO-SYSTEM.

Zudem analoger/digitaler Sat-Empfang und mit Common Interface für die verschlüsselten Programme. Holen Sie sich die ganze Welt nach Hause – nicht mehr, aber schon gar nicht weniger.



GRUNDIG

JVC will im Camcorder-Markt weiter Akzente setzen



Verona bringt Sympathie



In diesem Jahr erregte der japanische Hersteller JVC nicht nur durch seine attraktiven Produkte, sondern auch durch die Werbekampagne mit Verona Feldbusch großes öffentliches Aufsehen. Mit positivem Resultat: JVC gewann nicht nur an Markenbekanntheit und Sympathie, sondern verzeichnete auch deutliche Umsatzzuwächse. Speziell im Camcorder-Geschäft – dem von Verona zuerst „betreuten“ Bereich – liefen die Geschäfte hervorragend. Kein Wunder, daß das Unternehmen diese positive Entwicklung im kommenden Jahr fortsetzen will.

Dazu soll auch weiteres Wachstum im Bereich der digitalen Camcorder beitragen. Nach Einschätzung von JVC ist dieses Segment noch keinesfalls ausge-reizt. Denn die Haushaltssättigung liegt noch deutlich



Hidetoshi Yoshida, Präsident der JVC Deutschland GmbH: „Sehr erfolgreicher Geschäftsverlauf“

PoS-MAIL hat mit Hidetoshi Yoshida, Präsident der JVC Deutschland GmbH, aus Anlaß der erfolgreichen Verona Feldbusch Kampagne über die Marktposition und die Perspektiven des Unternehmens gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Yoshida, was können Sie zu diesem Zeitpunkt über das Jahr 2001 bei der JVC Deutschland sagen? Sind Sie mit den Ergebnissen zufrieden?

Hidetoshi Yoshida: Momentan gestaltet sich der Gesamtmarkt nicht gerade einfach und befindet sich in einem stetigen Wandel. Dies stellt jedes Unternehmen vor eine harte Probe. Gerade unter diesen Vorzeichen freuen wir uns natürlich ganz besonders über den sehr erfolgreichen Geschäftsverlauf der JVC Deutschland GmbH. Auch die Zusammenarbeit mit dem bekannten TV-Star Verona Feldbusch hat sich als überaus positiv bestätigt. JVC wird weiter am „Puls des Marktes“ bleiben und erfolgreiche Aktivitäten weiter ausbauen.

PoS-MAIL: JVC hat mit der „Feldbusch Kampagne“ weit über die Branche hinaus Aufsehen erregt. Wie hat sich die Aktion auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Hidetoshi Yoshida: Es ist natürlich immer schwierig, einen direkten Zusammenhang zwischen Werbung und Verkaufsergebnissen zu erkennen. Wir wissen aber, daß die Kampagne insgesamt sehr erfolgreich ist und eine starke Aufmerksamkeit für die Marke JVC erzeugt hat. Unsere aktive Markenbekanntheit und die Sympathiewerte für JVC sind deutlich gestiegen. Z. B. hat sich unser Camcorder-Geschäft mit deutlichen, zweistelligen Umsatzzuwächsen gegenüber dem Vorjahr sehr positiv entwickelt – natürlich nicht allein durch die „Feldbusch Kampagne“. Unsere

sehr guten Produkte – gleich viermal hat die europäische Fachpresse JVC-Produkte als „Europas Produkte des Jahres 2001“ ausgezeichnet – sind für diesen Erfolg ebenso mitverantwortlich wie unsere aktive Unterstützung des Handels. Unsere Promotoren für Produkttraining und Promotion zum Beispiel haben sehr erfolgreich gearbeitet.

PoS-MAIL: Wird es von Ihrer Seite aus wegweisende Neuheiten geben? Welche Marktposition streben Sie im kommenden Jahr an?

Hidetoshi Yoshida: Auch von JVC können Sie im nächsten Jahr wieder innovative und attraktive Neuheiten erwarten, die zum Beispiel auf der CeBIT oder den Frühjahrs-Messen der Kooperationen vorgestellt werden. Im Vordergrund stehen hierbei die Entwicklung und Vermarktung von attraktiven Produkten mit sehr gutem Preis-/Leistungsverhältnis sowie die konsequente Unterstützung unserer Handelspartner durch verkaufsfördernde Aktivitäten. Auch die Ausweitung unseres attraktiven Vollsortiments durch neue Produkte wie z. B. Car-Navigation oder dem Handheld PC spielen hierbei eine wichtige Rolle. Wir halten es darum für realistisch, daß wir uns auch 2002 über Zuwächse in ähnlicher Größenordnung wie in diesem Jahr freuen können.

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



hinter anderen vergleichbaren Produktgruppen zurück. Durch attraktive Innovationen wie die immer kleineren Pocket Camcorder, eingebaute Multimedia-Funktionen und die integrierte, digitale Fotokamera sollen neue Zielgruppen erschlossen werden. Mit der herstellerübergreifenden Durchsetzung des DVC-Formats können sich Verbraucher und Handel auf eine solide Basis verlassen, auf der Produkte in trendigem Design oder mit weiter gesteigerter technischer Leistungsfähigkeit entwickelt werden können.

Weiter mit Verona

Nach Aussagen von JVC hat die „Verona Feldbusch Kampagne“ nicht nur zum Erfolg des Unternehmens bei den Verbrauchern beige-

tragen, sondern kam auch bei den Handelspartnern sehr gut an. Die angebotenen PoS-Materialien wurden nicht nur sehr häufig zur Präsentation der High-Tech-Produkte



mit „emotionalem Touch“ genutzt, sondern erhielten im Laufe der Zeit richtiggehenden Kultstatus und wurden zu begehrten Sammlerobjekten. Viele der lebensgroßen Verona Aufsteller werden nach dem Einsatz im Geschäft mit Sicherheit in mancher Fansammlung weiterleben.

Mit einer Fortsetzung des innovativen und frischen Werbeauftritts will JVC auch im nächsten Jahr einen Beitrag zur Motivation der Konsumenten und der Handelspartner leisten. Dabei soll die positive „Verona Kampagne“ auf die Produktgruppen Home-Cinema und Car-Audio ausgeweitet werden.



Das überzeugt jeden. Auch Ihre Kunden.

Mit PREMIERE WORLD geben Sie Ihren Kunden, was sie wollen: über 800 Film-Highlights jeden Monat, die großen Sport-Events live und vieles mehr. Alles ohne Werbeunterbrechungen. Da kann Ihr Umsatz nur steigen. Und damit das so weitergeht, unterstützen wir Sie mit allen Mitteln. Mehr Infos gibt's unter www.premiereworld.de

PREMIERE
WORLD

NOVEMBER

- ab 01.11. Golf: European Tour, Italian Open
- 03./04.11. 12. Spieltag Bundesliga
- 04.11. Tennis: Finale der ATP Masters Series, Paris
- 04.11. DEL: Berlin Capitals – Eisbären Berlin
- ab 08.11. Golf: European Tour, Volvo Masters
- 16.11. DEL: München Barons – Kölner Haie
- 17./18.11. 13. Spieltag Bundesliga
- 18.11. Tennis: Finale der ATP Masters Series, Sydney
- 24./25.11. 14. Spieltag Bundesliga
- 30.11. DEL: München Barons – Nürnberg Ice Tigers

Außerdem die Top-Spiele der NHL, NBA und NFL sowie internationaler Fußball

Film-Highlights:

Three Kings – Es ist schön König zu sein
Pokémon: Der Film
The Story of us – An deiner Seite

DEZEMBER

- 01./02.12. 15. Spieltag Bundesliga
- 02.12. DEL: Kölner Haie – Adler Mannheim
- 04./05.12. UEFA Champions League: 2. Spieltag
Zwischenrunde
- 07.12. DEL: Düsseldorfer EG – Krefeld Pinguine
- 08./09.12. 16. Spieltag Bundesliga
- 15./16.12. 17. Spieltag Bundesliga
- 19.12. 18. Spieltag Bundesliga
- 28.12. DEL: Schwenninger Wild Wings – Düsseldorfer EG

Außerdem die Top-Spiele der NHL, NBA und NFL sowie internationaler Fußball

Film-Highlights:

Der Sturm
Being John Malkovich
An jedem verdammten Sonntag
28 Tage

PoS Aktuell

Canton mit neuem Euro-Konzept

Für Canton sind die Euro-Mitgliedsländer der neue heimische Markt. Somit hat der Lautsprecher-Spezialist in Deutschland ein neues Konzept entwickelt. Ab 1. Januar 2002 gelten bei Canton in allen Euro-Ländern – aber auch in der Schweiz – gleiche Einkaufspreise für den Handel. Auch die unverbindliche Preisempfehlung in Euro ist überall gleich. Dies soll dem Handel Sicherheit geben, für Preisstabilität sorgen und den unkontrollierten Warenfluß verhindern. „Der neue Markt heißt Europa, Canton hat sich darauf eingestellt und die europäischen Länder gleichgestellt. Canton wird

zu den ersten Anbietern in der Branche gehören, die mit dem Start des Euro für ihren Konditionsrahmen ein einheitliches Preisniveau für alle Produkte festgelegt haben“, so Dieter Moldenhauer, Leiter Vertrieb bei Canton.

CeBIT 2002 wieder mit 8.000 Ausstellern

Laut Pressemitteilung der Messe Hannover wird die CeBIT auch zur kommenden Veranstaltung wieder ihrem Ruf als Leitmesse der ICT-Branche gerecht. Die Weltmesse im Bereich der IT-Technologien findet vom 13. bis 20. März 2002 statt. Die Deutsche Messe AG gibt bekannt, daß auch für die CeBIT 2002 mehr als 8.000 Aussteller ihre Teilnahme zugesagt haben. Bereits jetzt, also rund fünf Monate vor der Veranstaltung, sind über 430.000 Qua-

dratmeter Fläche vermietet. Die Deutsche Messe AG freut sich insbesondere über die hohe Internationalität der CeBIT. Über 3.000 Unternehmen aus dem Ausland haben sich angemeldet. Stärker denn je tritt die ICT-Branche aus Asien/Pazifik auf. Aus dieser Region sind erstmals mehr als 1.000 Anbieter dabei. Nicht mitgezählt sind hier die asiatischen Firmen, die über ihre europäischen Tochtergesellschaften vertreten sind. Auch die Volksrepublik China ist dieses Mal mit über 100 ausstellenden Unternehmen beteiligt. Zur CeBIT 2001 waren es lediglich 25.

Die Deutsche Messe AG sieht dieses enorme Engagement der chinesischen ICT-Branche unter anderem auch als Folge der umfangreichen Aktivitäten des Veranstalters im Rahmen der CeBIT Asia in Shanghai.

Microsoft erzielt Umsatzplus von sechs Prozent

Die Microsoft Corp. gab einen Umsatz von 6,13 Mrd. US-Dollar für das am 30. September 2001 endende Quartal bekannt. Damit erzielte das Unternehmen im Vergleich zu 5,77 Mrd. US-Dollar im Vorjahresquartal eine Umsatzsteigerung von sechs Prozent. Das Betriebsergebnis belief sich auf 2,90 Mrd. US-Dollar, verglichen mit 2,78 Mrd. US-Dollar im Vorjahresquartal. Der Reingewinn lag im Berichtsquartal bei 1,28 Mrd. US-Dollar und berücksichtigt eine Belastung nach Steuern in Höhe von 1,24 Mrd. US-Dollar in Verbindung mit der Abwertung von öffentlich gehandelten und im Privatbesitz befindlichen Wertpapieren, vor allem aus den Berei-

chen Kabel- und Telekommunikation. Diese Belastung spiegelt im Berichtsquartal einen Verlust aus Investmentgeschäften von 980 Mio. US-Dollar wider.

Unter Berücksichtigung eines Aufschlags für Nicht-Barzahlung in Verbindung mit Investitionsminderung betrug der Gewinn je Aktie 0,23 US-Dollar und beinhaltet eine Belastung für netto realisierte Investitionsminderungen von 0,20 US-Dollar, in der die oben aufgeführte Abwertung eingeschlossen ist.

Mit einer Zuwachsrate von 20 Prozent konnte Microsoft im Berichtsquartal mit der Windows 2000 Server Produktfamilie erneut ein Rekordergebnis erzielen. Eine Wachstumsrate von über 30 Prozent verzeichnete das Unternehmen mit der NET



PoS Neuheiten

CD-R Drucke für anspruchsvolle Anwender



Bei einer Auflösung von 160 lpi bedruckt der Rimage Everest Autoprinter vollautomatisch CD-Rs mit Bildern in fotorealistischer Qualität, dauerhaft, lichtbeständig und wisch- und schmierfest. Das neue MicroDry Thermo-Re-Transfer-Verfahren des Rimage Everest erlaubt ein präzises Setzen der Rasterpunkte ohne Ausbluten auf nahezu jeder CD-Oberfläche. Um Kanten, Schrägen und Text scharf darzustellen, kann der Autoprinter II die Größe der Rasterpunkte variieren. Mit dem

Thermo-Re-Transferverfahren verbindet der Autoprinter II die Vorteile von Inkjet- und Thermo-transferdruckern in Bezug auf Druckqualität und Druckgeschwindigkeit.



Ob goldene oder silberne Oberfläche, mit dem Everest CD-Drucker kann der Rohling in reinstem Weiß vorbedruckt werden. Dadurch ergeben sich für Designer

neue Möglichkeiten der farblichen Gestaltung. Zudem kann der Autoprinter die gesamte Oberfläche bedrucken – vom äußersten Rand bis zum Innenloch einschließlich des transparenten Innenrings. Eine Bedruckung dieser Art verstärkt den Eindruck einer gepreßten CD, obwohl es sich um ein Einzelstück handelt.

Weihnachtsbundle von Memorex und Roxio



Pünktlich zur Weihnachtszeit kommt das neue Hardware Promotionpack, der Memorex Twenty-fourMAXX CD-RW Brenner mit der Roxio Software Easy CD Creator, in den Markt. Memorex hat sich, wie auch schon in der

Vergangenheit, für die Roxio CD-Recording-Software entschieden, da Easy CD-Creator sich vor allem durch seine unkomplizierte Handhabung und die intuitiv zu bedienende Benutzeroberfläche auszeichnet. Das Weihnachtsbundle wird durch Promotionaktionen via MTV flankiert. Dort werden über 200 TV-Spots europaweit von Roxio und Memorex gemeinsam in der Prime Time geschaltet, um die junge Zielgruppe beider Unternehmen anzusprechen.

Auch in den kommenden Monaten planen die beiden Unternehmen weitere gemeinsame Aktionen, um das Bewußtsein für beide Marken im Markt zu verbinden und zu steigern. „Unsere beiden Unternehmen ergänzen sich perfekt, sowohl vom Angebot als auch von

der Geschäftsphilosophie her“, so Joachim Kürten, Vice President und General Manager EMEA von Memorex Products Europe. „Als Weltmarktführer verfügen wir über das Potential, unsere Produkte zu attraktiven Paketen zu bündeln und mit aktiver Unterstützung des Handels in den Markt einzuführen.“

Neuer LCD-Projektor von Canon



Mit dem neuen LV-7545 präsentiert Canon einen LCD-Projektor, dessen Lichtleistung per Knopfdruck von 3.200 ANSI Lumen auf 3.700 ANSI Lumen gesteigert werden kann. Im XGA-Modus projiziert das Gerät gestochen scharfe Farben mit einem Kontrastumfang von 800:1. Darüber hinaus

Enterprise Server Produktfamilie, angeführt von der anhaltenden Stärke von SQL Server 2000 und Exchange 2000 Server.

Für das am 31. Dezember 2001 endende Quartal prognostiziert die Unternehmensführung einen Umsatz zwischen 7,1 und 7,3 Mrd. US-Dollar. Das Betriebsergebnis soll zwischen 2,9 Mrd. und 3,0 Mrd. US-Dollar liegen. Der erwartete Gewinn pro Aktie liegt zwischen 0,49 US-Dollar und 0,50 US-Dollar.

Für das am 30. Juni 2002 endende Geschäftsjahr rechnet die Unternehmensführung mit einem Umsatz zwischen 28,4 Mrd. und 29,1 Mrd. US-Dollar, einem Betriebsergebnis zwischen 12,0 Mrd. und 12,4 Mrd. US-Dollar sowie einem Gewinn pro Aktie zwischen 1,61 und 1,66 US-Dollar.

Loewe gründet Tochtergesellschaft in USA

Die Loewe AG und Sonicblue Incorporated haben gemeinsam bekanntgegeben, daß sie die einvernehmliche Beendigung ihrer Marketing- und Distributions-Beziehungen mit Wirkung zum 31. Dezember 2001 vereinbart haben. Mit Loewe America gründet das Unternehmen eine 100prozentige Tochter der Loewe AG. Die Sensory Science Corporation, die kürzlich von Sonicblue übernommen wurde, war im Rahmen eines Dreijahresvertrages für das Marketing und die Distribution digitaler Fernsehgeräte der Marke Loewe in den USA zuständig. Den Vertragsbedingungen entsprechend wird sich Sonicblue in der Übergangsperiode bis zum Ablauf

der Vertragsbeziehungen weiterhin um das Marketing der Loewe Produkte kümmern. Mit Wirkung zum 1. Januar 2002 wird Loewe seine Produkte über eine 100-prozentige US-Tochter selbst vermarkten und damit die Zuständigkeit für alle Verkaufs-, Marketing- und Service-Aktivitäten übernehmen. „Sensory Science hat sich vortrefflich um die Positionierung von Loewe in Nordamerika als Premium-Marke gekümmert. Wir sind überzeugt, daß die weitere Steigerung des Umsatzes und der Bekanntheit der Marke Loewe in Amerika ein Unternehmen erfordert, das ausschließlich für das Geschäft von Loewe zuständig ist. Daher haben wir uns entschlossen, Loewe America zu gründen“, so Dr. Rainer Hecker, Vorstandsvorsitzender von Loewe.

Osram mit neuer Werbekampagne und überarbeitetem Internetauftritt

Lichterhersteller Osram hat im Oktober eine neue internationale Werbekampagne gestartet. Das Konzept setzt auf die Faszination des Lichts für alle Menschen, ob privater Endverbraucher oder gewerblicher Anwender. Darüber hinaus hat das Unternehmen seinen Online-Auftritt überarbeitet. Mit einer geradlinigen Struktur und Aufklapp-Menüs kann der Internetbesucher die gewünschten Informationen schnell finden. Dabei hilft auch eine Suchmaschine. Als besonderen Service gibt es die sogenannte „Lichtplanungssoftware“ ECOS, ELUM-DAT und DIALux als Download

sowie den Produktkatalog. Elektrofachhändler und Elektrotechniker können sich bei www.osram.de in eine Partnerliste eintragen lassen, die unter dem Menüpunkt Bezugsquellen online ist. Jeder Besucher der Website kann dort nach Postleitzahlen sortiert die Osram Partner in seiner Nähe aufsuchen.

Bis Mitte nächsten Jahres wird die Agentur 21Torr, die innerhalb von zwei Monaten bereits mehr als 1000 Internetseiten von Osram neu gestaltet hat, mehr als 35 Länderauftritte von Osram in Europa, Südamerika, Asien, Afrika und Australien überarbeiten und dem einheitlichen Bild anpassen. Die neuen Anzeigenmotive sollen auf emotionale Weise ansprechen“, so Hansjörg Schenkat, Werbeleiter bei Osram.

DIGITAL WONDER. FinePix 2600 Z.

■ 2,0 MILLIONEN PIXEL CCD ■ 3FACH-OPTICAL-ZOOM

 **FUJIFILM**

www.fujifilm.de

zeichnet sich der LV-7545 durch ein innovatives Linsenkonzept aus, dessen Herkunft im Bereich der professionellen Großformatfotografie zu finden ist. Der



Ausgleich projektionsbedingter Verzerrungen erfolgt durch Verswenkungen der optischen Achse des Objektivs. Dabei stehen drei Wechselobjektive als Zubehör zur Verfügung. Der LV-7545 verfügt zudem über eine umfangreiche Schnittstellen-

ausstattung. Komponentensignale (Video/Y, Pb/Cb, Pr/Cr) mit HDTV- und DVD-Kompatibilität sowie USB bieten dem Gerät verschiedene Einsatzmöglichkeiten.

Das mit 37 dB geringe Betriebsgeräusch ist einer digitalen Lüftersteuerung mit zwei Temperatur-Sensoren zu verdanken. Der neue LV-7545 rundet das bestehende LCD-Projektoren-Angebot des Herstellers nach oben ab.

Canon verfügt somit über insgesamt sechs Modelle für die unterschiedlichsten Einsatzgebiete zwischen 850 und 3.700 ANSI Lumen.

Der LV-7545 ist seit Ende Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 25.404,- DM.

Panasonic bietet DVD-Audio-Player zum Einstiegspreis



Mit dem DVD-RA61 bietet Panasonic erstmals einen DVD-Audio-Player unter 1.000,- DM an.



Neben DVD-Audios spielt das Gerät auch Video- und Audio-CDs, CD-Rs und CD-RWs sowie Video DVDs ab. Zudem ist der DVD-RA61 mit einem integrierten DTS-, Dolby Digital- und Dolby Surround-Decoder ausgestattet. Der Player schöpft die Klangqualität der DVD voll aus. Schon bei Stereoaufnahmen bietet sie mit einer Abtastfrequenz von 192 kHz und 16 Bit Auflösung eine deutlich bessere Klangqualität. Bei Aufnahmen im un-

komprimierten 6-Kanal-PCM-Ton wird eine besonders gute Klangqualität geboten.

Ein Audio-Only-Schaltkreis unterdrückt das Videosignal und sorgt somit ebenfalls für eine verbesserte Klangqualität. Sowohl im Audio- als auch im DVD-Betrieb reduziert das Virtual Battery Operation-Konzept vom Netzteil ausgehende Spannungsschwankungen und damit verbun-

dene Störungen. Darüber hinaus sorgt ein 54-Megahertz-Video-D/A-Wandler für ein gutes Bild. Im Digitalbild-Modus lassen sich variierende Bildqualitäten einer DVD in fünf Stufen optimieren.

Mit der im Lieferpaket enthaltenen Fernbedienung ist das Gerät bequem zu steuern. Zudem bietet das neue Graphic User Interface eine noch ansprechendere Benutzeroberfläche.

Der DVD-RA61 ist seit Oktober im silbernen oder schwarzen Design lieferbar.

Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 499,- Euro.



Automobiles Entertainment

Neue Audioserie der Marke VDO

Die Siemens VDO Automotive AG präsentiert rund ein halbes Jahr nach dem Debüt der Marke VDO eine zweite Audioserie mit insgesamt sieben Tuner Kombinationen, davon vier mit CD-Player und drei mit Cassette. Die neuen Geräte sind seit November lieferbar und erweitern damit das VDO Spektrum nach oben.



Die neue Audioserie der Marke VDO zeichnet sich durch eine klar strukturierte und unkomplizierte Bedienführung aus. Alle Geräte der neuen Serie verfügen über ein komplett abnehmbares Bedienteil, das vor Diebstahl schützt. Die neuen Cassette- und CD-Player erweitern das VDO-Spektrum nach oben. Sie sind für die gehobene Mittelklasse des automobilen Entertainments konzipiert.

Alle Geräte zeichnen sich durch ihre klar strukturierte und unkomplizierte Bedienführung aus. Die Modelle CD 731 X, CR 741 X und CD 751 X verfügen über einen speziellen Audioeingang für alle gängigen Freisprechanlagen. Somit können Telefonate auch über die Lautsprecheranlage des Fahrzeuges wiedergegeben werden. Das Musikprogramm wird dabei automatisch stumm geschaltet. Darüber hinaus lassen sich CR 741 X und CD 751 X mit entsprechendem Zubehör zu einer komfortablen

Freisprechanlage aufrüsten, mit der auch der Akku des Handys automatisch geladen werden kann. Die Funktion „Smart Volume“ paßt die Lautstärke stets dem Geräuschpegel im Fahrzeug an. Der CR 741 X und CD 751 X verfügen zudem über einen so-

genannten „Theatre Sound“-Effekt, der für ein dreidimensionales Klangbild sorgt. Alle Geräte sind mit drei „Softkeys“ ausgestattet, mit denen zahlreiche Funktionen direkt angesteuert werden können. Für den Wechsel der einzelnen Unterpunkte in dem

auf dem LC-Display dargestellten Befehlsmenü genügt ein Druck auf die deutlich hervorgehobene Funktionstaste. Bei den CD- bzw. Cassette-Tunern CD 731 X, CR 741 X und CD 751 X kann die Hintergrundfarbe für Display und Tastatur auf Knopfdruck von Orange auf Grün umgeschaltet werden. Auch die Helligkeit läßt sich mit einem integrierten Dimmer in bis zu sechs Stufen regulieren.

Alle Geräte sind ab sofort lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 179 Euro für die Modelle CR 711 X und CR 721 X, 199 Euro für das Modell CD 711, 219 Euro für das Modell CD 721, 229,- Euro für das Modell CR 731 x und für den CD-Player CD-731 249,- Euro. Das Modell CD 751 X kann zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 299,- Euro angeboten werden. *miz*



Bei den CD- bzw. Cassette-Playern CD 731 X, CR 741 X und CD 751 X kann die Hintergrundfarbe für Display und Tastatur von Orange auf Grün umgeschaltet werden und paßt sich somit je nach Tageszeit und Wetter den Lichtverhältnissen im Fahrzeug an. Auch die Helligkeit läßt sich mit einem integrierten Dimmer in bis zu sechs Stufen regulieren.

Grundig geht zuversichtlich ins Weihnachtsgeschäft „Der Fachhandel zieht mit“

Im Rahmen einer Pressekonferenz in Nürnberg erklärte Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Vorstandsvorsitzender der Grundig AG: „Wir gehen zuversichtlich ins Weihnachtsgeschäft.“

Alle auf der IFA präsentierten Produktneuheiten haben wir rechtzeitig in den Markt gebracht, unsere Marktposition – z. B. im Farbfernsehbereich oder auch im Bereich Portable Audio – ist Spitze, und der Fachhandel zieht voll mit uns mit.“

In diesem Zusammenhang betonte Dr. Kohlhammer auch, wie wichtig eine intakte Partnerschaft zwischen Hersteller und dem Fachhandel gerade in „nicht sehr leichten Zeiten“ sei. E.M.A (Elite-Mittelstands-Aktivität) und GFI (Grundig-Fachhandels-Initiative) seien wichtige, vom Mittelstandsgedanken geprägte Stützen, die

für Grundig im immer stärker umkämpften Markt der Unterhaltungselektronik unverzichtbare Partner seien. „Das bedeutet natürlich für uns, daß auch wir unsere Verpflichtungen in dieser Partnerschaft erfüllen. Hierzu gehört die zukunftsorientierte Ausrichtung des Unternehmens, die konsequente Durchführung erforderlicher Umgestaltungen sowie ein am Kundeninteresse und nicht am technisch Vorstellbaren orientiertes Produktportfolio.“

Neben einer attraktiven Produktpalette habe man vor allem im Hinblick auf die Restrukturierung „seine Hausaufgaben gründlich gemacht“, erklärte Dr. Kohlhammer. So wurde in den vergangenen sechs Monaten ein Sanierungsplan auf den Weg gebracht und ein Sozialplan mit dem Betriebsrat vereinbart. Zudem sei inzwischen die Umorganisation von Grundig vollzogen, die Strategie



„Wir gehen zuversichtlich ins Weihnachtsgeschäft“, so Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Vorstandsvorsitzender der Grundig AG.

und der erforderliche Mittelfristplan seien erstellt und ein massiver Abbau von Überstunden hätte stattgefunden. Neben diesen und weiteren Restrukturierungsmaßnahmen sei man außerdem, so Dr. Kohlhammer, auf der Suche nach

einem strategischen Partner für das Unternehmen. Mit einer strategischen Partnerschaft erhoffe man im Bereich Entwicklung noch schneller zu werden, dank einer erweiterten Distribution neue Märkte zu erschließen und möglicherweise eine zusätzliche Auslastung der nach Wien verlagerten TV-Geräte-Fertigung zu erlangen. Im Rahmen der Restrukturierung hat Grundig auch die Optimierung der Handelsbetreuung ausgebaut. Auch für das Jahr 2002 sind rund 4.000 Schulungen für die Fachhandelspartner geplant. Zudem wird es im nächsten Jahr noch zwei weitere Verkaufsregionen im Bundesgebiet geben. „All diese Maßnahmen und noch weitere wichtige Vorhaben werden uns den notwendigen Spielraum verschaffen, um die Restrukturierung bis Ende 2002 erfolgreich abzuschließen und mit neuer Kraft den Markt weiter entscheidend mitzugestalten“, erklär-

te Dr. Kohlhammer abschließend. Auch die Abwicklung der Gewährleistungsfälle des Handels mit der Grundig AG hat sich über Jahre im gegenseitigen Miteinander entwickelt und ein sehr gut funktionierendes Niveau erreicht, hieß es auf der Pressekonferenz. Dies soll im wesentlichen nicht verändert werden. Mit dem von der Bundesregierung verabschiedeten Schuldrechts-Minderungs-gesetz wird die entsprechende EU-Direktive (Verbrauchsgüterkaufrichtlinie) fristgemäß zum 1.1.2002 in Deutschland umgesetzt. Die von Grundig bereits verlängerten Garantiefristen von 24 Monaten (HiFi-Sparte) und 36 Monaten (Fine Arts-Sparte) bleiben unverändert. Für alle anderen CE-Produkte (Car-Audio, Telefone und Bürogeräte inklusive) gewährt Grundig dem Fachhandel eine Garantie von zwölf Monaten Laufzeit. *miz*

SAMSUNG PLANO TV. Erleben Sie eine Welt absoluter Klarheit.



POS **Neuheiten**

Weihnachtsbundle von Memorex und Roxio

 Pünktlich zur Weihnachtszeit kommt das neue Hardware Promotionpack, der Memorex TwentyfourMAXX CD-RW Brenner mit der Roxio Software Easy CD Creator, in den Markt. Memorex hat sich, wie auch schon in der Vergangenheit, für die Roxio CD-Recording-Software entschieden, da Easy CD-Creator sich vor allem durch seine unkomplizierte Handhabung und die intuitiv zu bedienende Benutzeroberfläche auszeichnet. Das Weihnachtsbundle wird durch Promotion-Aktionen via

MTV flankiert. Dort werden über 200 TV-Spots europaweit von Roxio und Memorex gemeinsam in der Prime Time geschaltet, um die junge Zielgruppe beider Unternehmen anzusprechen.

Auch in den kommenden Monaten planen die beiden Unternehmen weitere gemeinsame Aktionen, um das Bewußtsein für beide Marken im Markt zu verbinden und zu steigern. „Unsere beiden Unternehmen ergänzen sich perfekt, sowohl vom Angebot als auch von der Geschäftsphilosophie her“, so Joachim Kürten, Vice President und General Manager EMEA von Memorex Products Europe. „Als Weltmarktführer verfügen wir über das Potential, unsere Produkte zu attraktiven Paketen zu bündeln und mit aktiver Unterstützung des Handels in den Markt einzuführen.“

TDK Systems präsentiert Bluetooth-Adapter



TDK Systems Europe bringt ein Bluetooth-Gerät auf den Markt, mit dem Notebook-Anwender kabellosen Zugang zum Netzwerk, E-Mails und dem Internet erhalten. Die Lösung eignet sich auch für Desktop-Rechner und ermöglicht drahtloses Drucken und Personal Area Networking (PAN) mit anderen Bluetooth-fähigen Geräten. Zusätzlich zu Internet- und E-Mail-Anwendungen ermöglicht der Go Blue-USB-Adapter Zugang zum Internet außerhalb des Büros sowie Ad-hoc Networking und automatischen Datenaustausch zwischen Handhelds, bluetooth-fähigen Mobiltelefonen, Headsets und PCs. Der Adapter wird einfach an den Rechner angeschlossen und mit dessen USB-Anschluß verbunden. Er verfügt über eine Windows-basierte Toolbox, mit der Benutzer Sicherheitseinstellungen vornehmen, andere Bluetooth-Geräte innerhalb der PAN „Nachbarschaft“ lokalisieren, mit ihnen Kontakt aufnehmen und, wenn gewünscht, Daten übertragen können.

TDK Systems hat mit Hardware- und Softwarespezialisten zusammengearbeitet, die in der Bluetooth Special Interest Group (SIG) organisiert sind. Dadurch ist die drahtlose Interoperabilität zwischen Mobiltelefonen, PDAs und Druckern verschiedener Hersteller gewährleistet. Auch andere relevante Kommunikationstechnologien, wie GPRS, wurden bei der Entwicklung berücksichtigt.



„Alle Produkte der Go Blue-Reihe – der USB-Adapter, Blue5 für die PDAs der Palm V Serie, sowie die PC Card, die demnächst auf den Markt kommt – sind dazu gedacht, bereits weit verbreitete Geräte bluetooth-fähig zu machen“, so Nick Hunn, Managing Director bei TDK Systems. „Man muß nicht länger auf die Befreiung von Kabeln beim täglichen Arbeiten warten. Die Lösung ist bereits da.“ Der Adapter ist seit dem 14. November für den Handel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 309,- DM bzw. 158 Euro.

Compaq mit neuen Displays und Monitoren



Mit zwei neuen Röhrenmonitoren und einem neuen Flat Panel-Display

Neue Video- und Multimedia-Sender von Thomson



Die neuen Multimedia- und Videosender Thomson PC 740 und Thomson V 540 übertragen Bild und Ton drahtlos von einer Signalquelle zu einem Empfangsgerät in einem beliebigen Raum. Obwohl der DVD-Player im Wohnzimmer steht, kann der Film so auch parallel auf einem anderen TV-Gerät angesehen werden. Der Multimediassender Thomson PC 740 überträgt die Signale von MP3-Dateien, Audio CDs oder DVDs vom PC auf die Stereoanlage oder den Fernseher. Dabei kann das TV-Gerät oder die HiFi-Anlage in einem anderen Raum stehen, denn die Datenübertragung geschieht per Funk. Das Signal hat eine Reichweite von 50 Metern. Hat der Rechner beispielsweise seinen Stamplatz im Arbeitszimmer, kann ein Film von DVD über den Multimediassender ins Wohnzimmer gesendet werden. Über die Funk-Fernbedienung lassen sich die Wiedergabefunktionen steuern, als würde sich



der PC im gleichen Raum befinden. Die Fernbedienung besitzt eine DVD- und MP3-Tastenbelegung. Der Thomson PC 740 ist zu einer unverbindlichen Preisempfehlung

von 209,90 Euro lieferbar. Im Lieferumfang enthalten sind neben Funk-sender und -empfänger zwei Netzadapter, ein Verbindungskabel, eine Fernbedienung und die Software Boom 2000.

Der Videosender und -empfänger Thomson VS 540 überträgt Bild- und Tonsignale vom Videorecorder, DVD-Player, Satelliten-Receiver oder Camcorder zum Zweit- oder Dritt-TV-Gerät. Das Modell ist zusätzlich mit einer wasserdichten Farbkamera und eingebautem Mikrophon ausgestattet. Die Elemente können beispielsweise zur Überwachung der Wohnungstür oder zur Beobachtung eines schlafenden Babys angebracht werden. Geräusche und Bilder werden auf ein beliebiges TV-Gerät übertragen. Die Sende-/Empfangsleistung der AV-Sender beträgt bis zu 50 Meter und in freien Bereichen bis zu 80 Meter. Störungen werden weitgehend durch verschiedene Übertragungskanäle verhindert. Mit der Funk-Fernbedienung lassen sich bis zu drei verschiedene Videoquellen steuern.

Die unverbindliche Preisempfehlung für den Thomson VS 540 (Funk-sender und -empfänger, zwei Netzadapter, zwei Verbindungskabel) beträgt 129,90 Euro.

Neue Betriebssoftware für VDO-Daytons MS 5000 und MS 6000



VDO Dayton hat nun die Software für die beiden High-End-Multimediasysteme MS 5000 und MS 6000 aktualisiert und dabei vor allem die dynamische Routenführung weiter verbessert. Die Berechnung von Umleitungen wird noch intelligenter gestaltet und die Darstellung der Verkehrsbehinderung optimiert. Außerdem können die touristischen Zusatzinformationen mit neuer HTML-Benutzeroberfläche professionell selektiert werden. Zusätzlich wurden die Sprachhinweise während der Routenführung weiter präzisiert.

Registriert das Navigationssystem aufgrund einer aktuellen TMC-Meldung eine Verkehrsbehinderung, kalkuliert es künftig nicht nur schneller seine Ausweichstrecke, sondern bietet jetzt eine weitere Entscheidungshilfe. Auch



weiterhin kann der Fahrer selbst wählen, ob er vor Routenberechnung eine Umleitung akzeptiert oder ablehnt. MS 5000 und MS 6000 zeigen mit der aktuellen Betriebssoftware vor Berechnung der neuen Strecke den zusätzlichen Weg und den Zeitaufwand für die Alternativroute an, so daß der Fahrer rechtzeitig vor der letzten Ausfahrt zwischen Autobahn und Umleitung abwägen kann.

Parallel dazu wurde die Darstellung der TMC-Information auf dem hochauflösenden Farbdisplay nochmals verbessert. So gibt es jetzt einen Cursor, mit dem alle Symbole auf dem Kartenausschnitt angeklickt werden können. Dabei öffnet sich ein zusätzliches Fenster mit detaillierten Informationen zu Lage, Länge und Ursache der Verkehrsbehinderung. Außerdem kann sich der Fahrer jetzt den Verkehrslagebericht für seine gesamte Route anzeigen lassen, auf dem alle TMC-Meldungen zwischen Start und Ziel gelistet werden. Mit dem neuen Update werden außerdem alle empfangenen TMC-Sender in einer übersichtlichen Liste dargestellt. Der Kunde kann die gewünschte Station auswählen.

Seit Oktober dieses Jahres werden auch die nächsten Versionen der jeweiligen Länder-Karten geliefert. Mit dem aktuellen System-Software-Update MO 5070 bekommen dann auch die umfangreichen Datenbanken, die allein in Deutschland über 185.000 sogenannter Points of Interest in 40 Kategorien von der Tankstelle über das Parkhaus bis zum Hotel verfügen, eine neue Benutzeroberfläche mit der Optik eines Internet-Browsers und zahlreichen zusätzlichen Selektionsmechanismen. So kann der Fahrer künftig nicht nur touristische Zusatzinformationen des Varta-Führers abfragen und 2.650 Bilder im HTML-Format betrachten, sondern den Suchbereich etwa für eines der rund 15.000 Hotels und Restaurants noch feiner eingrenzen.

Die aktuelle System-Software MO 5070, die auch bei bereits montierten Geräten unkompliziert installiert werden kann, ist seit Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 49,- Euro.



Knopf drücken

Bilder erleben

Batterien aufladen

Das KODAK EasyShare System

Digitale Fotografie einfach gemacht



DX3215

1,3 Megapixel für tolle Ausdrücke im Format 20 x 15 cm ; mit optischem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für MultiMedia Card.



DX3500

2,2 Megapixel für Ausdrücke im Format 25 x 20 cm ; mit digitalem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für CF*.



DX3600

2,2 Megapixel für Ausdrücke im Format 25 x 20 cm ; mit Video- und Audiofunktion, optischem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für CF*.



DX3700

3,1 Megapixel für Ausdrücke bis zu einem Format von 36 x 28 cm; mit digitalem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für MultiMedia Card.



DX3900

3,1 Megapixel für Ausdrücke bis zu einem Format von 36 x 28 cm; automatische und manuelle Einstellung; 8 MB CF* Wechsel-Speicherkarte; optischer Zoom mit besonders leiser Einstellungsfunktion.



Bildweitergabe per Knopfdruck

*CF COMPACTFLASH-Speicherkarte

Alle fünf Kameras der EasyShare Produktreihe sind mit der EasyShare Kamera Station ausgestattet. Die Kamera einfach hineinstellen, dann den Knopf drücken.... die Bilder werden automatisch auf Ihren PC übertragen! Die Software wird geöffnet und die Bilder können bearbeitet, ausgedruckt oder per E-Mail versandt werden. Gleichzeitig werden die Batterien aufgeladen und die Kamera ist bereit für das nächste Foto. Einfacher geht's nicht!

Share Moments. Share Life.™



www.kodak.de/go/easyshare

© Eastman Kodak Company 2001. Kodak, EasyShare und Share Moments. Share Life. sind Warenzeichen der Eastman Kodak Company.

Canon Deutschland GmbH: Gebündelte Stärken für den Handel

Rückwirkend zum 1. Juli dieses Jahres wurden die zwei bisher rechtlich selbständigen Unternehmen Canon Deutschland GmbH und Canon Euro-Photo GmbH zu einer neuen Gesellschaft zusammengelegt. Einer der positiven Effekte der Zusammenlegung besteht darin, daß Canon jetzt dem Handel mit einer Produktpalette begegnen kann, die den gesamten Imaging-Bereich umfaßt. PoS-MAIL hat sich über die neuesten Produkte und das neue Händlerinformationssystem HIS informiert.



Individualität wird bei den S-Schwestern großgeschrieben. Bei den PowerShot-Modellen S30 und S40 können im „My Camera Mode“ Startbild, Auslösesound und Selbstauslösersound gemäß den persönlichen Wünschen der Anwender ausgewählt werden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, eigene Bilder und Sounds via USB auf die Kamera zu überspielen.

NEUE PRODUKTE – WEBAUFTRITT HIS

Das frühere Online-Informationssystem von Canon, Candis (Canon Dealer Information System), hat ein neues Gesicht bekommen. HIS (Händler-Information-System), ein Auftritt, der sich in erster Linie an Systemhauskunden und IT-Fachhändler wendet, löst das frühere Händlerportal ab. „Unser ehemaliges Händlerportal war ein guter Ansatz – aber eben nur ein Ansatz“, so Marco Müller, Abteilungsleiter Corporate Business bei Canon. „Bei dem neuen Auftritt HIS haben wir nicht nur das Layout überarbeitet, sondern diesen ganz besonders auf die Anforderungen des Handels fokussiert. Es



Mittels eines Benutzernamens und eines Passwortes erhalten registrierte Händler Zugriff auf die geschützten Seiten von HIS.



Marco Müller, Abteilungsleiter Corporate Business bei Canon, legt besonderen Wert darauf, daß das neue Händlerinformationssystem von Canon speziell auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Systemhauskunden und IT-Fachhändler fokussiert wurde, an die es sich wendet.

sind zahlreiche Anregungen eingeflossen, die uns unsere Kunden selbst gegeben haben“, so Müller weiter. Unter www.canon.de/HIS stehen jetzt jederzeit abrufbar hilfreiche Informationen, Formulare, Downloads von Broschüren, Logos und Anzeigenvorlagen zur Verfügung. Zu den vorgestellten

Produktgruppen zählen unter anderem LCD-Projektoren, Drucker, Faxgeräte, Tischkopierer und Scanner. Neben den klassischen Produktseiten mit Info- und Werbetexten, technischen und Umweltdaten, Testlogos und Produktkarten, die alle auch als praktische Downloads für die Gestaltung am Point of Sale zur Verfügung stehen, sind zahlreiche neue Bereiche geschaffen worden. Nutzer des Auftritts können sich beispielsweise darüber informieren, für welche Projekte Unterstützung geleistet werden kann, welche Produkte als Leihstellung zur Verfügung stehen oder welche Werbemittel von Canon zu den Produkten erhältlich sind. Des Weiteren finden sich hier Ansprechpartner und Informationen darüber, wie die PoS-Unterstützung aussieht. Eine gute Möglichkeit zur Eigenpromotion bietet die Händler-Registrierung für die Canon-Webseite. Wer sich hier eintragen läßt, wird auf der Canon-Verbraucher-

seite als Referenzhändler geführt und kann so einen direkten Kontakt zum Endverbraucher herstellen. Marco Müller erklärt das Kriterium für den Relaunch der Händlerseite wie folgt: „Support ist für uns das entscheidende Kriterium im Zusammenhang mit partnerschaftlicher Zusammenarbeit. Dazu ge-

hört eben auch die ständige Verfügbarkeit von relevanten Informationen.“

Neue Digitalkameras

Im Bereich der Digitalkameras für den Consumer präsentiert Canon mit der S40 und der S30 zwei neue PowerShot-Modelle, die über Auflösungen von 4 und 3,2 Megapixeln verfügen, eine hohe Bildqualität durch eine verbesserte Farbsensor-Technik bieten und die durch den „My Camera Mode“ von ihren Anwendern individuell gestaltet werden können.

Die im edlen Anthrazit-Metallic-Look konzipierte S40 liefert mit ihrem 4-Megapixel-RGB-CCD-Bilder in einer maximalen Auflösung von 2.272 x 1.704 Pixeln. Die S30, ausgestattet mit einem Flieder-Sil-

ber-Gehäuse, verfügt über ein 3,34 Millionen Pixel-CCD und fotografiert mit 2.048 x 1.536 Pixeln. Je nach Anwendungszweck können die Bilddaten in vier verschiedenen Auflösungs- und jeweils drei JPEG-Kompressionsstufen gesichert werden. Darüber hinaus steht den Anwendern auch das Canon-Raw-Format zur Verfügung, das in seiner neuen Form noch platzsparender speichert als bisher.

Beide Kameras sind mit einer neuen Farbsensor-Technik ausgestattet. So sorgt ein Primärfilter mit erhöhtem Grünanteil für eine verbesserte Farbauflösung, als dies bisher bei Verwendung herkömmlicher KomplementärfarbfILTER möglich war. Dieser kombiniert mit dem ebenfalls neuen, optimierten adaptiven Signalprozessor

„Fusion ermöglicht bessere Kundenorientierung“

PoS-MAIL fragte Harald Horn, Director Sales der Canon Deutschland GmbH, nach den Vorteilen, die sich aus der Fusionierung der bisher rechtlich selbständigen Unternehmen Canon Deutschland GmbH und Canon Euro-Photo GmbH für den Handel eröffnen:

„Canon wird ab sofort mit einem einheitlichen und konsistenten Auftritt auf dem Markt agieren und Synergieeffekte gemeinsamer Vertriebskanäle effizient nutzen. Wir haben nun die Möglichkeit, neben der Zusammenführung administrativer Bereiche vor allem unsere Vertriebs- und Marketingausrichtungen weiter zu verbessern: 'One face to the customer' ist hier das Stichwort, denn als ein Unternehmen bieten wir unseren Kunden in Zukunft die Möglichkeit, mit einem Ansprechpartner zu kommunizieren. Letztendlich möchten wir mit der Fusionierung eine noch höhere Kundenorientierung erreichen. Wir wollen unsere Kunden angemessen bedienen und die Betreuung noch weiter verbessern. Die gesamte Produktpalette der Consumer Products wird nun von einem Team betreut. Mit kürzeren Wegen, schnelleren Prozessen und einem einheitli-

chen Auftritt. Der Handel wird ein Unternehmen zum Ansprechpartner haben und einen Lieferanten, der interne Synergien aus ehemals zwei getrennten Organisationen nutzen kann. Das ist unsere Vorstellung von Customer Orientation, die wir aus der Fusionierung generieren werden. Unsere Handelspartner werden dabei weiterhin von ihren persönlichen Ansprechpartnern betreut, alle Verantwortlichkeiten werden in den Händen der bewährten Teams belassen. Für einen Wechsel der Canon Ansprechpartner besteht zum heutigen Zeitpunkt keinerlei Handlungsbedarf. Entscheidend für uns ist, unsere Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und das bekannte Canon Logo zu stärken – wir setzen dabei nach wie vor auf unsere langjährige und erfolgreiche Partnerschaft zum Fachhandel.



Harald Horn



Die Seite „Unterstützung“ des Händlerinformationssystems von Canon bietet von der Möglichkeit der Bestellung von PoS-Materialien bis hin zur Registrierung als Referenzhändler für Canon-Consumer-Produkte umfassenden Support für die Händler.

die hohe Lichtempfindlichkeit traditioneller Komplementär- mit der Farbbrillanz von RGB-Filtern. Für eine naturgetreue Farbwiedergabe sorgen darüber hinaus sechs verschiedene Weißabgleichseinstellungen, darunter beispielsweise Tages- und Kunstlicht sowie manuelle und automatische Weißabgleichswahl. Individualität wird bei den S-Schwestern groß geschrieben. So kann der Fotograf im „My Camera Mode“ Startbild, Startsound, Auslöser-Sound und Selbstauslösersound den persönlichen Wünschen gemäß speichern. Jeweils drei Bilder beziehungsweise Töne sind bereits vorinstalliert und können über die Zoombrowser-Software editiert werden, weitere befinden sich auf der im Lieferumfang enthaltenen CD-ROM. Ein weiteres neues Feature besteht darin, Tonaufnahmen den Bildern hinzuzufügen. Sowohl direkt nach der Aufnahme als auch im Wiedergabemodus können bis zu 60 Sekunden lange Kommentare zu den Fotos ins Mikrofon gesprochen und gesichert werden. Unterstützt wird die hohe Auflösungsleistung durch ein kompaktes 7,1–21,3 mm Dreifach-AF-Zoom-Objektiv, das eine Brennweite entsprechend dem Kleinbildformat von 35 – 105 mm bietet. Die Lichtstärke reicht von 2,8 (Weitwinkel) bis 4,9 (Tele). Da für die Scharfstellung nur ein Element des Objektivs bewegt wird, ist eine besonders schnelle Scharfstellung möglich. Der TTL-Autofokus des Objektivs sorgt auch in Schnappschußsituationen durch kontinuierliche Schärfenachführung dafür, daß die Motive mit der richtigen Schärfe digitalisiert werden.

Die S30 und die S40 bieten zahlreiche manuelle und automatische Funktionen für die Steuerung der Aufnahmen. Der Zugriff auf dreizehn verschiedene Programmautomatiken wird durch das EOS-basierte Wählrad an der Kameraoberseite gewährt. Ergänzt wird die Programmatematik durch die Blendautomatik (Tv), die Zeitautomatik (Av) sowie durch die manuelle Einstellung von Zeit und Blende (M).

Für eine kreative Gestaltung der Aufnahmen stehen verschiedene Motivprogramme wie zum Beispiel Portrait, Landschafts- oder Panoramaaufnahme sowie diverse Farbeffekte (kräftig, neutral, Sepia, Schwarzweiß) bis hin zum Sport-Foto-Modus (schnelle Verschlusszeit) und Slow Synchro (Langzeitbelichtung) für lichtarme Motive oder gewünschte Bewegungsunschärfen zur Verfügung.

Serienbilder können entweder im Hochgeschwindigkeitsmodus

oder im Normalmodus aufgenommen werden. Die PowerShot S40 kann so entweder 2,5 Bilder pro Sekunde mit maximal fünf Bildern in Folge oder neun in Serie bei 1,5 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Die S30 ist aufgrund der geringeren Datenmenge noch schneller: Im Hochgeschwindigkeitsmodus schafft sie drei Bilder pro Sekunde (maximal sieben in Serie) beziehungsweise eine 12-Bilder-Serie bei zwei Bildern pro Sekunde.

Die Lichtempfindlichkeit kann bei beiden Modellen mit den Werten ISO 50, 100, 200, 400 (bei der S30 bis ISO 800) festgelegt werden. Der Automatik-Modus arbeitet im Bereich von 50 oder 100 ISO. Der Verschlusszeitenbereich reicht von 15 Sekunden bis zu 1/1.500 Sekunden. Mit beiden Kameras lassen sich darüber hinaus Videofilmchen in einer Länge von bis zu zwei Minuten in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufzeichnen.

Dank ihres kompakten Formates von 11,2 x 5,8 x 4,2 cm und einem Gewicht von 260 Gramm sind die beiden Kameras der ideale Begleiter für unterwegs.

Die PowerShot S30 ist seit Ende November dieses Jahres erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.699 DM. Die PowerShot S40 ist seit Ende Oktober lieferbar und kostet 1.999 DM (UVP).

Wie schon einige andere PowerShot-Modelle zuvor, können auch die S30 und S40 über ein Kabel mit dem Card-Printer CP-10 von Canon verbunden werden. Auf diese Weise können die digitalen Aufnahmen direkt und ohne Umweg über den Computer ausgegeben werden. Die Ansteuerung er-

Digitale Profikamera

Mit Eigenschaften wie einem äußerst robusten Gehäuse, Schnelligkeit und einer hohen digitalen Abbildungsleistung ist die digitale Profikamera EOS 1D präzise auf die Anforderungen professioneller Anwender abgestimmt. Das digitale Pendant zur EOS 1V steckt in einem massiven und robusten Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung. Digitales Herzstück der EOS 1D ist ein 4,16 Megapixel-CCD (effektiv), der mit einer Größe von 28,7 x 19,1 mm den Umrechnungsfaktor 1,3 zum Kleinbild bietet. Die Kamera baut die drei RGB-Farben mit separaten Filtern auf und verfügt aus diesem Grund über eine Farbtiefe von 36 Bit. Bereits vorhandenes Equipment der EOS 1V und das gesamte Canon EF-Objektiv-Sortiment können auch mit der Profi-Digitalkamera verwendet werden. Für die Motivkontrolle stehen ein Spiegelreflex-Pentaprismensucher mit Dioptrieneinstellung und ein 2 Zoll-TFT-LCD mit 120.000 Pixeln zur Verfügung. Die neue Kamera hat wie schon die 1V eine extrem kurze Auslöseverzögerung (55 Millisekunden) und ist mit einer Serienbildfunktion von acht Bildern in der Sekunde bei bis zu 21 Aufnahmen am Stück laut Canon die schnellste digitale SLR-Kamera. Unterstützt wird die hohe Geschwindigkeit der EOS 1D durch ein hochpräzises Nachführ-Autofokus-System mit 45 Meßfeldern und die mit dem aktiven Meßfeld verknüpfte Mehrfeldmessung über 21 Sektoren. Ebenfalls rasant arbeitet der Verschluss, der bis zu 1/16.000 Sekunde erreicht. Die Kamera verfügt über eine Reihe von fotografischen Features, um eine professionelle Bildqualität bieten zu können. So sorgt beispielsweise ein neuer JPEG-Treiber für eine Farb- und Detailwiedergabe, die der Qualität von professionellen Diafilmen ähnelt. Der Weißabgleich kann entweder automatisch oder individuell über neun verschiedene Einstellungen angepaßt werden. Für die ISO-Einstellung stehen Werte zwischen 200 und 1.600 zur Verfügung. Darüber hinaus bietet die 1D 21 individuell programmierbare Custom- und 25 Personal-Functions. Für die Speicherung der Bilddaten (im JPEG- oder RAW-Format) stehen verschiedene Auflösungen zur Verfügung. Die EOS 1D speichert die Bilddaten auf CompactFlash-Speicherkarten (Typ I und II) und ist somit für den Einsatz von IBM-Microdrives geeignet. Für die schnelle Übertragung der Bilddaten wurde die Profi-Kamera mit einer FireWire-Schnittstelle (IEEE 1394) ausgestattet. Die EOS 1D ist seit November dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 7.999 Euro. Zusammen mit der Kamera stellte das Unternehmen auch neues Zubehör vor. Speziell für die Reportagefotografie und für den Einsatz mit digitalen Kameras wurde das starke Weitwinkel-Zoom EF 16–35 2,8L USM präsentiert (UVP: 2.099 Euro). Die Palette mit Zubehör für die Makrofotografie wurde um das professionelle Zwillingsblitzgerät MT-24EX mit einer maximalen Leitzahl von 22 mit beiden Blitzern ergänzt (UVP: 999 Euro).



folgt von der Kamera aus. Die Kamerasoftware erlaubt beim Direktdruck, Bilder zu beschneiden, zu skalieren, zu rotieren oder nur bestimmte Bildteile zu drucken.

Drucker

Ebenfalls für eine Anwendergruppe ohne Computer konzipiert wurde der neue Farbdrucker S820D, der Fotos randlos bis zu einem Format von DIN A4 ausgeben kann. Bei dem Gerät sorgt ein USB-Kabel für die direkte Verbindung zwischen Kamera und Drucker. Ein Kartenslot ermöglicht darüber hinaus das Einlesen unterschiedlichster Speicherkarten. Der S820D basiert auf dem Erfolgsmodell S800, druckt mit sechs Farben in Referenzqualität und ist dank Single Ink-Technologie sehr verbrauchssparend. Über die USB-Schnittstelle läßt sich auch aus allen PC- und Macintosh-Anwendungen drucken.

Dank „Digital Print Order Format“ (DPOF) gelingt der Direktdruck mit dem S820D mit den unterschiedlichsten Speicherkarten: Der im Lieferumfang enthaltene PC-Adapter faßt CompactFlash-Karten des Typs I und II, mit einem entsprechenden

Adapter für SmartMedia und Memory Stick sind auch Daten von diesen Speichermedien ohne Umweg über den PC druckbar.

Die Bildauswahl erfolgt über das im Drucker integrierte LCD-Panel, hiermit können auch die Druck- und Papierqualität und das gewünschte Layout festgelegt werden. Ein optional erhältliches TFT-Farbdisplay bietet hierbei noch mehr Komfort und Übersicht.

Der Druck erfolgt mit sechs Farben und einer Auflösung von 2.400 x



Mit dem neuen Farbdrucker S820D können Fotos von digitalen Aufnahmen ohne Umweg über den Computer bis zum Format DIN A4 randlos ausgedruckt werden.

1.200 dpi. Für den Fotodruck im Format A4 benötigt der S820D etwa zwei Minuten. Der Canon S820D wird ab Februar 2002 lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung ist 449 Euro (878,17 DM)./höl

Digitale Camcorder mit Videoschnittsoftware gebündelt

Canon liefert ab sofort die digitalen Camcorder der 4er- und 400er-Serie mit einer OEM-Version der Videoschnitt-Software Magix video deLuxe aus. Die Software ist besonders für Einsteiger geeignet und ermöglicht neben der Nutzung klassischer Schnittfeatures das Uploaden fertiger Filme ins Internet und den Versand per VideoM@il. Wer sich für den Erwerb eines MV4i, MV4iMC, eines 400i, 430i oder 450i von Canon entscheidet, schlägt also gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Hard- und Software gibt es ohne Preisaufschlag im Bundle. Einfache Bedienung, zahlreiche Animationen und Effekte sowie eine große Auswahl an Hintergrundmusik, inklusive lizenzfreier MP3-Songs – per Drag & Drop Funktion aktivierbar – machen die Gestaltung eigener Filme zum kinderleichten Vergnügen. Auch selbst erstellte Musik ist importierbar. Besonders interessant für Umsteiger von Analog- auf Digital-Video: Analoge Bänder können über die DV-in Buchse des Camcorders, über den VHS- oder Hi8-Player aufgenommen und digitalisiert und dann mit der Magix Software bearbeitet werden – so kann auch „alten Schätzen“ durch zeitgemäße Schnitt- und Musikunterlegung ein neuer Schliff gegeben werden.

Für den Einsatz der Software wird lediglich eine handelsübliche Videokarte bzw. IEEE 1394 Schnittstelle benötigt. Für den Datei-Import und -Export unterstützt das Programm sämtliche gängige Formate, so auch MPEG 1 und 4. Die Bundles sind ab sofort lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen: MV 4i: 2.799 DM, MV 4iMC: 2.999 DM, MV 400i: 1.999 DM, MV 430i: 2.199 DM und MV 450i: 2.399 DM.

Ende der D-Box:

Ein DVB Receiver –

Eine der ersten Entscheidungen des neuen Chefs von Premiere World, Ferdinand Kayser, besiegelte das Ende der umstrittenen D-Box. Das fast ausschließlich im Besitz von Leo Kirch und Rupert Murdoch befindliche Unternehmen Premiere World steigt aus der Entwicklung von Pay-TV-Decodern aus und wird seine Geschäftstätigkeit zukünftig auf Inhalte konzentrieren. Kayser äußerte sich dazu in einem Interview gegenüber dem „Handelsblatt“: „Wir steigen aus der Decoder-Entwicklung aus. Wir sind Inhalteanbieter, kein Spezialist für Unterhaltungselektronik.“

Das bedeutet die endgültige Abkehr von der bisherigen Abschottungs-Strategie des Pay-TV-Unternehmens Premiere World.

Zugleich dürfte es das Ende der D-Box sein, die Mitbewerbern im Pay-TV-Geschäft den Zugang zur potentiellen Kundschaft erschweren sollte. Damit ist jetzt der Weg frei für offene Systeme, mit denen unterschiedlichste Access-Module verwendet und Inhalte beliebiger Pay-TV-Anbieter, einschließlich Premiere World, genutzt werden können. Den Handel wird es freuen, denn er tut sich leichter, wenn er der Kundschaft digitale Satelliten- und Kabel-Receiver zum Empfang aller am Markt verfügbaren Programm-Inhalte anbieten kann. Auch die Abonnenten-Zahlen von Premiere World könnten von einer Entwicklung profitieren, bei der in Zukunft ein breites Angebot Betacrypt-kompatibler DVB-Receiver zur Verfügung steht.

Alle Micronik Set-Top-Boxen ab sofort mit Betacrypt

Micronik, einer der führenden deutschen Hersteller von DBV-Receiver und Set-Top-Boxen, ist nach lang andauernden Verhandlungen nun Lizenznehmer für das Betacrypt Verschlüsselungssystem. Die in Leverkusen ansässige Micronik Multimedia GmbH bietet nach einer bereits erfolgreich beendeten Testphase ab sofort Multi-Access-Module (MAM) der Serie 700 an. Alle aktuellen Receiver der drei Modellreihen mit Micronik TV-Boxen nach DVB-Standard verfügen über ein Einschubfach zur Aufnahme der speziell entwickelten MAM-Module. Mit den Multi-Access-Modulen 710 und 720, die mit „Betacrypt embedded“ und einem entsprechenden Kartenleser ausgestattet



alle Systeme

sind, können sowohl die Angebote des deutschen Premiere World wie auch die Pay-TV-Angebote des österreichischen ORF entschlüsselt werden. Außerdem bietet Micronik mit den Typen 710+ und 720+ zwei Module an, die zusätzlich einen Kartenleser für Seca-Mediaguard besitzen. Da die MAMs auch Decodermodule mit einem oder zwei Steckplätzen für C/I-Module (C/I = Common Interface) aufnehmen können, steht dem Besitzer einer Micronik Set-Top-Box nach DVB-Standard die gesamte Vielfalt des digitalen Pay-TV offen, einschließlich (nur über Satellit) der ca. 150 Free to Air TV-Stationen und Hunderten von Radio-Sendern. Der Benutzer einer Micronik Set-Top-Box kann seine Entscheidung zur Zeit zwischen folgenden vier Modulkombinationen treffen: MAM 710 (mit 1 x Common Interface, C/I, plus 1 x Betacrypt Kartenleser für Deutsches Pay TV und ORF), MAM 710+ (mit 1 x Common Interface, C/I, plus 1 x Betacrypt Kartenleser für Deutsches Pay TV und ORF und 1 x SECA Kartenleser), MAM 720 (mit 2 x Common Interface, C/I und 1 x Betacrypt Kartenleser für Deutsches Pay TV und ORF), MAM 720+ (mit 2 x Common Interface, C/I,



1 x Betacrypt Kartenleser für Deutsches Pay TV und ORF, plus 1 x SECA Kartenleser).

Micronik dreigleisig: DVB-Receiver, DVB-Receiver mit DVR, Set-Top-Box mit Rückkanal

Mit drei geschickt gestaffelten Modellreihen, 1200/1300/1500, die auf einer übergreifenden Grundkonzeption basieren, deckt der Leverkusener Hersteller Micronik bei digitalen Satelliten- und Kabel-TV-Receiver die gesamte Bedarfspalette ab. Alle drei Modellreihen verfügen, verborgen hinter einer Abdeckklappe, über ein Einschubfach zur Aufnahme der oben beschriebenen Multi-Access-Module. Die Modelle 1200 und 1300 sind sowohl als Sat-Receiver wie als Kabel-Receiver erhältlich. Alle drei Satelliten-Versionen sind kompatibel zu DiSEqC 2.0 und 1.2 und damit für den Betrieb von Multi-Feed Empfangsantennen oder Betrieb einer Rotorantenne für Mehrfachsatelliten-Empfang ausgerüstet. Alle Geräte bieten einen

leistungsfähigen, individuell konfigurierbaren EPG (Electronic Program Guide) und zweifach Videotext (TV-Box generiert und durchgeschleift). Die Geräte TV-Box 1200 S/C (S=Sat, C=Cabel) sind digitale TV-Receiver nach DVB mit 2000 Programmplätzen für TV- und Radio-Stationen. Die Geräte TV-Box 1300 S/C verfügen zusätzlich über einen Videorecorder mit integrierter Festplatte als Speichermedium. Mit einem solchen Digital Video Recorder (DVR) können, je nach gewählter Festplattengröße, zwischen 15 bis 62 Stunden Programm aufgezeichnet und zwischengespeichert werden. Sendungen können, noch während sie aufgezeichnet werden, zeitversetzt betrachtet werden (Time Shift). Zur Auswahl stehen Festplattenbestückungen von 20, 30, 40, 60 oder 80 GB. Das Modell TV-Box 1500 verfügt zusätzlich über einen per Analog- oder ISDN-Telefon anzuschließenden Rückkanal und ermöglicht die interaktive Nutzung von Internet-Angeboten (weitere Informationen: <http://www.micronik.de>). evo

PoS Aktuell

Neuer Division Manager bei Sharp



Klaus Bergter ist seit 1. September 2001 bei Sharp Electronics (Europe) GmbH, Hamburg, Division Manager im Geschäftsbereich Information Systems Sales & Marketing. Damit hat Bergter in der Hamburger Europa-Zentrale die Verantwortung für Marketing und Vertrieb in den Bereichen Small

Office/Home Office, Kopierer, Kas sen und Druckersysteme sowie für Projektoren übernommen und ist in diesem Geschäftsbereich für die strategische Ausrichtung zuständig. Als Mitglied der erweiterten Geschäftsführung berichtet Bergter in seiner neuen Funktion direkt an Helmut Engel, den Präsidenten und Geschäftsführer der Sharp Electronics (Europe) GmbH. Zuvor war der Diplom-Informatiker als Division Manager bei Tektronik für die Bereiche Farbdrucker und X-Terminal NWP zuständig. Danach war er als General Manager bei Xerox Deutschland tätig. Zuletzt war Bergter Geschäftsführer bei der Maxdata GmbH in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

10 Jahre Panasonic „Umweltschutzcharta“

Vor zehn Jahren hat sich Panasonic im Hinblick auf seine Ver-

antwortung gegenüber der Umwelt positioniert. Im Juni 1991 trat die sogenannte „Umweltschutzcharta“ in Kraft. Matsushita verpflichtete sich zur umsichtigen, nachhaltigen Nutzung der natürlichen Ressourcen und zum Schutz von Natur und Umwelt. Um dieses Ereignis zu würdigen, veranstaltet Panasonic am 5. und 6. Dezember 2001 in Freiburg im Breisgau ein Umweltforum in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut e.V. und der Stadt Freiburg. Fachleute aus den Bereichen Umweltpolitik, Brennstoffzelle, Solarenergie und Automobilentwicklung versammeln sich, um zu diskutieren, wie diese neuen Technologien zu einer sauberen und sicheren Umwelt beitragen können. Unter anderem wird auch Dr. C. Helbing vom Fraunhofer Institut einen Vortrag halten. Zu diesem Anlass wird Panasonic Technologien und Produkte unter Umweltschutzaspekten präsentieren und für die Zukunft geltende

Umweltschutzlinien des Unternehmens vorstellen.

Toshiba und Matsushita bündeln LCD-Geschäft

Toshiba Corporation und Matsushita Electric Industrial Co., Ltd., werden ihre Geschäftsbereiche Liquid Crystal Display (LCD) und Displays der nächsten Generation in einem Gemeinschaftsunternehmen zusammenfassen, das im April 2002 gegründet wird. An diesem Unternehmen wird Toshiba einen Anteil von 60 Prozent und Matsushita einen Anteil von 40 Prozent halten. Die geschäftliche Zusammenarbeit betrifft die Entwicklung, Fertigung und den Vertrieb von Produkten. Legt man die Umsätze des Geschäftsjahres (bis Ende März 2001) beider Unternehmen zugrunde, würde das neue Gemeinschaftsunternehmen der weltweit drittgrößte LCD-Hersteller

sein. Durch optimale Nutzung der Synergien und Effizienzverbesserung, die sich aus dem Zusammenschluß ergeben, möchte das neue Unternehmen im globalen Markt für LCDs und Displays der nächsten Generation einschließlich organischer Leuchtdisplays (OLED) eine führende Position einnehmen.

Adobe unterstützt Launch von Windows XP

Im Rahmen der offiziellen Weltpremiere von Microsoft Windows XP in New York stellt Adobe Systems das erste Adobe Produkt vor, das das Logo „Designed for Windows XP“ auf der Verpackung trägt: Adobe Photoshop Elements. Die Bildverarbeitungslösung erfüllt damit die Standards vom Microsoft Qualitätsprogramm „Designed for Windows XP“, das im Zusammenhang mit dem Launch des neuen Betriebssystems angelaufen ist.

Der mobile Profi in Sachen Office-Kommunikation

Cassiopeia E-200

Die Casio Computer Co. GmbH Deutschland und das Mutterunternehmen Casio Computer Co., Ltd. mit Sitz in Tokio haben die Einführung des neuen PDA Cassiopeia E-200 bekanntgegeben. Der Pocket-PC wurde speziell für Geschäftsanwender konzipiert, die einen hochleistungsfähigen mobilen Begleiter für ihre Unternehmens-Anwendungen benötigen.

Casio genießt weltweit einen guten Ruf für seine innovativen mobilen Lösungen, die sich gleichermaßen an Unternehmen und Privat-anwender richten. Im vergangenen Jahr ging der japanische Konzern eine strategische Allianz mit iAnywhere Solutions ein, um gemeinsam mobile Business-Lösungen für moderne Unternehmen zu entwickeln. Die mobilen Cassiopeia Pocket PCs kommen in den verschiedenen Bereichen und Branchen zum Einsatz. Vom

Finanzsektor über das Gesundheitswesen bis hin zu Außendienstlösungen erleichtern die kompakten Geräte den mobilen Arbeitsprozeß.

Vielseitig anwendbar und erweiterungsfähig

Zu den Besonderheiten des neuen Cassiopeia E-200 zählt seine enorme Erweiterungsfähigkeit. Das Gerät läuft unter dem Microsoft-Betriebssystem Pocket PC 2002 und stellt die Verbindung zu einer Vielzahl von Wireless Network-Produkten her, mit deren Hilfe der Anwender auch unterwegs auf

eine vollständige mobile Office-Umgebung zurückgreifen kann. Darüber hinaus unterstützt die Software die neuesten Wireless-Standards wie IEEE 802.11b, Virtual Private Network (VPN), Bluetooth mit CDPD (Cellular Digital Packet Data) und GSM (Global System for Mobile Communications). Zudem besitzt das Gerät einen Erweiterungssteckplatz für CompactFlash-Karten (Typ II) und einen weiteren für SD- bzw. MMC-Karten sowie optional ein PC-Card-Jacket, mit dem z. B. drahtlose Ankoppelungen an Netzwerke möglich sind. Damit haben die Anwender auch auf Reisen Zugriff auf Firmendatenbanken und können diese auch synchronisieren

Casio gewährt auf alle Geräte zwei Jahre Garantie

Bereits seit Anfang Oktober gewährleistet Casio auf sämtliche seiner Consumer-Produkte wie Taschenrechner, Digitalkameras, Handheld PCs, Mini-TVs, elektronische Musikinstrumente und Uhren, die nicht gewerblich genutzt werden, eine zweijährige Garantie und ist somit schneller, als es das Gesetz derzeit vorschreibt. Erst mit Beginn des neuen Jahres müssen grundsätzlich alle neuen Produkte mit einer erweiterten Gewährleistung ausgestattet werden.



Der Cassiopeia E-200 bietet umfangreiche Erweiterungsmöglichkeiten. Der Anwender kann auch unterwegs auf eine vollständige, mobile Office-Umgebung zurückgreifen.

Mit Maßen von 130 x 82 x 17,5 mm (B x H x T) und einem Gewicht von 190 g ist der E-200 äußerst kompakt.

oder E-Mails versenden und empfangen und im Internet surfen. Zusätzliche Karten mit Barcode-Scanner oder GPS-Funktionalität machen den Cassiopeia zu einem praktischen Tool z. B. für Service-, Außendienst- oder Logistiklösungen ebenso wie für GPS-gestützte Anwendungen. Ein zentrales Feature des Cassiopeia E-200 ist außerdem die komfortable USB-Funktionalität, die über die mitgelieferte Docking-Station bzw. optional über ein PC-Card-Jacket oder ein USB-Host-Adapterkabel realisiert werden kann. Diese erlaubt dem Anwender beispiels-

weise den Zugriff auf Drucker, Tastatur oder PC-Kameras. Der E-200 ist mit einem Intel StrongARM SA-1110-Prozessor und dem Intel StrateFlash-Speicher ausgestattet. Dank dieser Kombination kann der Anwender das gesamte Potential des Pocket PC 2002-Betriebssystems von Microsoft nutzen und auch rechenintensive Multimedia-Anwendungen komfortabel ausführen. *miz*

Start der R.I.C. verlief nach Plan

Anfang Oktober hat die R.I.C. Electronic Communication Services GmbH, ein Joint-venture aus Interfunk eG und Ruefach GmbH & Co. KG, wie geplant seine operative Geschäftstätigkeit aufgenommen. Das neue Gemeinschaftsunternehmen ist in die sechs zentralen Geschäftsbereiche „Ware“, „Marketing und Services“, „Zentrale Dienste“, „Logistik“, „IT“ und „E-Business“ gegliedert.



Die Geschäftsführung der R.I.C. Electronic Communication Services GmbH (v.l.n.r.): Peter Keller, Arnold Groten, Werner Winkelmann und Dr. Karl Bernhard Hillen.

Eine besondere Herausforderung vor dem operativen Start des Joint-ventures lag in der Konzeption eines gemeinsamen Bonus-systems. Ruefach und Interfunk verfügten bislang über völlig verschiedene Bonussysteme mit unterschiedlich steuernder Wirkung auf das Einkaufsverhalten der Mitglieder. Das neue Bonussystem ist durchgängig gestaffelt. So bedeutet jeder Euro Mehrumsatz im System auch einen prozentualen

Mehrbonus. „Durch die Realisierung der jeweils besseren Konditionsregelung von Interfunk und Ruefach sowie die Optimierung der Zusatzkonditionen erreichen alle Mitglieder ein gleiches oder besseres Bonus-Gesamtergebnis“, so R.I.C.-Geschäftsführer Peter Keller. Zudem stehen Zusatzkonditionen aus Konzeptvereinbarungen mit den Lieferanten künftig allen Mitgliedern zur

Verfügung. Um den Händlern Entscheidungshilfen unter anderem für die Sortimentsplanung, Preisfindung und Disposition zu bieten, setzte die R.I.C. auf professionelle Marktforschungsinstrumente. Über die Einbindung in ein Abverkaufspanel können die Fachhändler betriebswirtschaftliche Daten im Warenbereich „Braune Ware“ abrufen. Das R.I.C.-Abverkaufspanel stellt ein

betriebswirtschaftliches Analyseinstrument dar und unterstützt die Händler bei der Positionierung im Markt. Auch die beiden neuen Kommunikationssysteme powerNET und Concept: Infoline II genießen bei den Händlern einen hohen Stellenwert. Derzeit gehen über 65 Prozent der Lagerbestellungen über den powerNET-Orderservice und den R.I.C.-Bestellmanager ein. Eine besonders positive Entwicklung konnte bisher bei der im April gestarteten Funktion im powerNET, der sogenannten „Buy together“, beobachtet werden. Über diese Aktivität konnten die Mitglieder durch die Bündelung von Einkaufsvolumen noch attraktivere Preise erzielen. Zum Start der R.I.C. präsentieren sich die beiden Kommunikationssysteme powerNET und Concept: Infoline II in neuer Optik. „Informationen auf Knopfdruck“ heißt die Devise, wobei die Informationsflüsse zu den Händlern bereits in den vergangenen sechs Monaten harmonisiert wurden. Im Marketingbereich setzt R.I.C. auf

die beiden Händlermarken Red Zac und Master's. Diese richten sich an unterschiedliche Zielgruppen und werden dementsprechend unabhängig voneinander weiterentwickelt. Red Zac, die jüngste Marke im Consumer Electronics Markt, wird auch im ersten R.I.C.-Geschäftsjahr über die drei Säulen „TV-Werbung“, „Beilagen“ und „POS“ beworben. Im Print-Bereich wird 2002 die Beilage wie bisher das tragende Werbemittel sein.

Mit einer Jahresauflage von 160 Mio. Stück sollen die notwendigen Werbekontakte zum Verbraucher hergestellt werden. Ein bundesweiter Werbeauftritt mit dem Slogan „Immer für Sie da!“ ist der werbliche Kern der Händlermarke Master's. Besonders bewährt hat sich bei Master's die Großflächenwerbung, sie wird fortgesetzt.

Etwa 250. Mio. Blickkontakte werden pro Jahr durch Großflächenplakate erzielt. Hinzu kommen jährlich nochmals rund 110 Mio. Werbekontakte durch Beilagen im Print-Bereich. *miz*



TeleKiosk: schneller mit T-DSL

Die Deutsche Telekom wird einen Teil ihrer Surf & Phone Stationen „TeleKiosk“ mit T-DSL ausstatten. Ein Pilotprojekt in Berlin wurde erfolgreich abgeschlossen.

An zehn frequenzstarken Standorten in der Bundeshauptstadt hatte die Telekom die TeleKiosks, die einen öffentlichen

preisgünstigen Zugang ins Internet gewährleisten, anstelle des üblichen ISDN-Anschlusses mit einem T-DSL-Highspeed-Zugang

versehen. Die Verbraucher wurden mit Radiospots auf die Möglichkeit aufmerksam gemacht, sich an diesen TeleKiosks von der Leistungsfähigkeit von T-DSL zu überzeugen. Zudem wies an den entsprechenden Stationen ein Aufkleber auf die außergewöhnliche Ausstattung hin.

Die übliche Oberfläche wurde zudem um ein Megabanner ergänzt, das multimediale Anwendungen und unterhaltsame Webseiten anbietet, deren Nutzung erst durch T-DSL richtig Spaß macht. Dazu gehören zum Beispiel Musik-

angebote und Videoclips unter anderem mit der Computerspiel-Ikone Lara Croft.

Befragungen von Nutzern der schnellen TeleKiosks führten zu sehr positiven Reaktionen. Einige Anwender erklärten, daß der T-DSL TeleKiosk deutlich schnelleren Internetspaß biete als der eigene PC zu Hause. Zudem fanden es zahlreiche Nutzer angenehm, T-DSL einmal unverbindlich am TeleKiosk ausprobieren zu können, bevor der eigene Anschluß bestellt wird. Insgesamt, so Thomas Hille, Leiter Öffentliche Telefonie der

Deutschen Telekom, seien die Berliner T-DSL TeleKiosks um rund 75 Prozent häufiger genutzt worden als mit ISDN ausgestattete Terminals.

Nach diesen positiven Erfahrungen wird die Deutsche Telekom ihre TeleKiosks an ausgewählten Standorten auf T-DSL aufrüsten. Zunächst werden frequenzstarke Standorte in München mit dem Hochgeschwindigkeitszugang versehen. Auch in der bayerischen Metropole sollen Hörfunkspots die Verbraucher auf das neue TeleKiosk-Feature aufmerksam machen.

POS Aktuell

Neuer Vertriebsleiter bei LG

John P. Hunger ist seit 1. November 2001 neuer Vertriebsleiter für



den Bereich Plasma, LCD-TV und Projektoren bei LG Electronics Deutschland. Hunger war zuvor in gleicher Position bei der Pioneer Electronics Deutschland GmbH tätig.

Olympus Digitalkameras gestohlen

Aus einem Lager in Italien wurde kürzlich eine große Anzahl hochwertiger Olympus Digitalkameras entwendet. Das geht aus einer Mitteilung von Olympus vom 15.11.2001 hervor. Da die Seriennummern der einzelnen Geräte registriert sind, besteht die berechnete Hoffnung, den Tätern schnell auf die Spur zu kommen. Angesichts des beträchtlichen Werts der gestohlenen Digitalkameras ist nicht auszuschließen, daß ver-

sucht werden könnte, das Diebesgut über die bekannten Vertriebswege in Umlauf zu bringen. Olympus bittet deshalb alle Händler, sich mit dem zuständigen Produkt- und Marketingmanager, Ulrich Götze, in Verbindung zu setzen, sobald ihnen Olympus Digitalkameras unbekannter Herkunft deutlich unter Marktwert angeboten werden. Für Rückmeldungen: Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager, Olympus, E-Mail: ulrich.goetze@olympus-europa.com, Fax: 040/23773-105, oder Thore Lingel, Junior Account Manager, Weber Shandwick Hamburg, Tel.: ++49-40-3574-60-22.

Tamron Kamera für das Photo & Medienforum Kiel

Im Rahmen einer Feierstunde, in der die erfolgreichen Schulabgänger der Landesschule für Foto und Medien geehrt wurden, übergab der stellvertretende Vertriebsleiter



der Tamron Europe GmbH, Markus Dumbky, die mit drei Preisen (EISA, „Europas professionelle Kamera 2001-2002“, TIPA, „Best Professional Product Award“ und

den Japan Camera Grand Prix Special Award) ausgezeichnete Meßsucherkamera RF 645 an Gabriele Scheibel, der Leiterin des Photo & Medienforums Kiel. Sowohl Seminarteilnehmer/innen des Kieler Forums als auch Auszubildende der Landesberufsschule können nun praktische Erfahrungen mit diesem einzigartigen System machen.

Varta seit fünf Jahren online

www.varta.com feiert „Internet-Jubiläum“. Das Unternehmen ist seit fünf Jahren online. Der Batterie-Hersteller startete im Oktober 1996 mit einem Informationsangebot, in dessen Vordergrund stand, Fachwissen zu demonstrieren. Inzwischen ist die Webseite international erfolgreich. Laut Aussagen des Unternehmens wird varta.com nach mehreren Relaunches millionenfach besucht. Die Corporate-Website verfügt über mehr als 30 lokale Internetdienste sowie Extranets (b2b.varta.com) für professionelle Kundenkommunikation. Zudem bieten spezielle Seiten Zugang zu Intranets und E-Commerce Plattformen.

„Minis“ und „Micros“ erfolgreich im HiFi-Geschäft

Laut Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) präsentierten sich die Micro- und Mini-Anlagen in den

HiFi-Abteilungen des Fachhandels mit großem Erfolg. Allein in diesem Jahr rechnet die gfu mit dem Absatz von gut einer Million Micro- und 1,1 Millionen Mini-Anlagen. Hierfür werden die Bundesbürger rund 970 Mio. DM ausgeben, also etwas mehr als ein Drittel der 2,8 Mrd. DM, die insgesamt für den HiFi-Bereich (einschließlich Einzelkomponenten) in Deutschland ausgegeben werden.

Preissenkungen bei Samsung

Samsung hat für seine Notebook-Modelle NV 5750 TL, NV 5750 TX,

GT 8800 XTD, GT 8900 XTR und GT 8910 KXV die Preise gesenkt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die ultraportablen Modelle NV 5750 TL und NV 570 TX betragen künftig 6.199,- DM und 6.999,- DM.

Das Modell GT 8800 XTD mit Intel Mobile Pentium III 800 MHz, 14,1 TFT, 128 MByte RAM, 10 GByte Festplatte und 8-fach DVD kostet jetzt nur noch 3.599,- DM statt vorher 4.199,- DM.

Die Preisempfehlungen für das GT 8900 XTR und das GT 8910 KXV betragen 4.599,- und 6.799,- DM.

Premiere mit Pre-paid Angebot im Weihnachtsgeschäft

Mit zwei Pre-paid-Angeboten hat Premiere-World sein Weihnachtsgeschäft gestartet. Für 170 Euro können Interessenten mit dem Basic-Weihnachtspaket zwölf Monate Unterhaltung für die ganze Familie verschenken. Premiere Basic bietet mit 14 Fernseh- und 21-Audiokanälen das breite Spektrum von Premiere World: Filme, Serien, Musik, Dokumentationen, gewaltfreies Kinderprogramm und Sportberichte. Das Premium-Weihnachtspaket umfaßt neben Premiere-Basic zusätzlich das Angebot von Premiere Movie. Auf drei Highlight- und sieben Genre-Kanälen bietet Premiere Movie jeden Monat mehr als 30 Erstausstrahlungen aktueller Kinofilme ohne Werbepausen, Programmkinos für Cineasten und Premieren für Serienfans. Das Premium-Weihnachtspaket kostet einmalig 299 Euro. „Die beiden Pakete eignen sich ideal zum Verschenken“, erklärt Hans Seger, Produktgeschäftsführer von Premiere World. „Außerdem bieten sie deutliche Preisvorteile. Damit bieten wir zwei attraktive Angebote ohne versteckte Kosten für Käufer und Beschenkte.“ Eine breit angelegte Kampagne kommuniziert das Weihnachtsgeschäft. Die Pakete werden über TV, Funk, Print, Online und Outdoor beworben.

Fujitsu Siemens Oktober Festival 2001

„Von der Vision zur Realisierung“

Das diesjährige Oktober-Festival von Fujitsu Siemens Computers, die alljährliche Hausmesse für Kunden und Partner, fand vom 9.10. bis 11.10. in Augsburg statt. Bereits im November letzten Jahres kündigte das Unternehmen seine strategische Ausrichtung an und legte als Schwerpunkt die Sparten „Mobility“ und „Business Critical Computing“ fest. Auf dem Oktober Festival präsentierte das Unternehmen die ersten Lösungen in diesen Bereichen.

Im Rahmen einer Pressekonferenz anlässlich des Oktober Festivals erklärte Paul A. Stodden, President und CEO, Fujitsu Siemens Computers, das Unternehmen sei auf dem besten Weg, sein Ziel zu erreichen und im April 2002, bereits zwei Jahre nach der Fusion, das gesamte Geschäftsjahr mit einem Gewinn abzuschließen. Das positive Ergebnis im ersten Halbjahr resultiert aus starken Zuwächsen bei hochwertigeren Produkten (Enterprise Server plus 15 Prozent, Storage Plus 155 Prozent, Mobile PCs plus vier Prozent und Professional Services plus 28 Prozent), kombiniert mit konsequentem Business- und Kosten-Management. Dieses Wachstum ist um so beachtlicher, weil es dem Abwärtstrend und der schwachen Marktentwicklung entgegenläuft, unter denen die meisten IT-Produktbereiche derzeit zu leiden haben. Der erreichte Gesamtumsatz liegt leicht unter den Werten des vergleichbaren Vorjahreszeitraumes – zum einen wegen der schwachen Marktentwicklung und zum anderen aufgrund der von Fujitsu Siemens Computers verfolgten Strategie, keine verlustbringenden Geschäfte im Consumer Segment abzuschließen. „Wir bewegen uns, sowohl was die Gewinne als auch was das Wachstum in unseren Schlüsselsegmenten anbetrifft, entgegen den Entwicklungen auf dem Markt“, erklärte Paul Stodden. „Dies war ein schwieriges Halbjahr, in dem viele Faktoren den IT-



„Wir legen Lösungen vor, die genau auf die Anforderungen unserer Kunden zugeschnitten sind. Wir kommen also von der Vision zur Realität. Weitere Lösungen werden folgen“, erklärte Paul A. Stodden, President und CEO, Fujitsu Siemens Computers, im Rahmen einer Pressekonferenz auf dem Oktober Festival in Augsburg.

Markt negativ beeinflussen. Dank des Engagements unserer Mitarbeiter und dank unserer Flexibilität haben wir dennoch – und bereits früher als geplant – ein positives Ergebnis erzielt. Wir bleiben bei unserer Prognose für die kommenden sechs Monate vorsichtig. Wir gehen aber dennoch von einer Verbesserung aus, getragen von den Angeboten in unseren strategischen Geschäftsfeldern Mobility und Business Critical Computing (BCC).“

Mobility- und BCC-Lösungen

Im Zentrum des Schwerpunkts „Mobility“ steht der Gedanke, Services zu bieten, die nicht vom Gerät, vom Netzwerk-Zugang und vom Standort abhängig sind. Dabei untergliedern sich die Lösungen in vier strategische Bereiche, die jeweils bestimmte Unternehmensanforderungen an das Thema Mobilität abdecken sollen. Diese Bereiche nennt Fujitsu Siemens Computers „Personal Information Management“, „Information Access“, „Messaging“ und „Entertainment“. Zu den Vorteilen dieser neuen Lösungen zählen u. a. Kostensenkung, die Verbesserung der IT-Kontrolle und -Verwaltung, die Steigerung der Geschäfts- und Nutzerproduktivität und die Erhöhung der Datensicherheit und -integrität. Die Lösungen bieten sichere mobile Datensynchronisation und -verwaltung, gestützte Mobilität für

geschäftliche Anwendungen und Mobilitätszugang zu mySAP.com-Umgebungen.

Die Unternehmen – insbesondere IT-Abteilungen und Führungsebenen – stehen vor der Herausforderung, Mobilität kontrolliert und geregelt anzubieten, dabei gleichzeitig die vorhandene Datenintegrität und die bestehenden Sicherheitslinien zu gewährleisten und darüber hinaus stets Systemverfügbarkeit, Wartungsfreundlichkeit und Support zu sichern. Die Anwender erwarten, unabhängig von technologischen Besonderheiten, Informationen von jedem beliebigen Netzwerkzugang, jedem Gerät und jedem Standort aus zu bekommen.

Für den Bereich Business Critical Computing bietet Fujitsu Siemens Computers eine Vielzahl getesteter Konfigurationen für Schlüsselemente einer modularen IT-Infrastruktur an. Diese Lösungen basieren auf Standard-, Server- und Softwarearchitekturen, die im Hinblick auf einen beschleunigten Einsatz, ein verringertes Betriebsrisiko und eine garantierte Kompatibilität erweitert wurden. Zu diesen Lösungen zählen u. a. „Web Server Farm“, die der zuverlässigen Anbindung einer unbegrenzten Zahl von Clients an Anwendungen dient, und „Highly reliable Mail Server“, eine Mailserver Konfiguration, die Schwachstellen eliminiert. Bei „my SAP Enterprise Server“ handelt es sich um eine Infrastruktur für den schnellen mySAP-Einsatz. „easySAN“ bietet den



Die neuesten Fujitsu Siemens Computers Produkte wurden auf dem Oktober-Festival auf unterhaltsame Weise und mit viel Phantasie präsentiert.

schnellen Weg zu einem Storage Area Network einschließlich integriertem Backup. „Unsere strategische Ausrichtung ist bereits in den letzten Monaten auf breite Zustimmung gestoßen. In der jetzt eingeleiteten Phase legen wir konkrete Lösungen vor, die genau auf die Anforderungen unserer Kunden zugeschnitten sind. Wir kommen also von der Vision zur Realisierung. Weitere Lösungen werden folgen“, so Stodden.

PDA mit integriertem Dual Band GSM-Handy

Mit dem PDA SX 45 von Siemens mit integriertem Dual Band GSM-Handy unterstreicht Fujitsu Siemens Computers seine Ambitionen im Bereich Mobilität. Neben Word, Excel und Outlook-Anwendungen ist das Gerät mit SMS, HTTP- und

WAP-Browser ausgestattet. Dieses System richtet sich insbesondere an Business Kunden mit professionellen Ansprüchen an einen mobilen, immer verfügbaren Zugang zum Firmennetzwerk. Das Gerät ist mit einem hochauflösenden TFT-Touchscreen Farbdisplay im Format 240 x 320 Pixel ausgestattet, bietet eine Bereitschaftskapazität von mehr als 150 Stunden und ist über zwei Stunden zur Daten- und Sprachkommunikation einsetzbar. Neben Windows CE.3.0 und dem Pocket Office Paket ist auch ein Media-(MP3), ein Picture- sowie ein Videoplayer installiert. Zur Synchronisation wichtiger Daten auf den PC dient die Active Sync Station. Der Prototyp des PDA SX 45 wurde bereits auf der CeBIT präsentiert, mittlerweile ist das Gerät für den Fachhandel lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.120,- Euro. *miz*



Auf dem Oktober-Festival in Augsburg, der alljährlichen Hausmesse von Fujitsu Siemens Computers, präsentierte das Unternehmen Kunden und Partnern wieder vieles an Neuheiten und technischen Innovationen.



Nur wenig größer als die Fernbedienung: digitaler Sat-Receiver SCI-702E.

Mini-Settop-Boxen im Trend

„Mit unseren beiden Neuheiten SFT-702E und SCI-702E haben wir voll ins Schwarze getroffen“, erklärte Uwe Press, der bei Samsung für den europaweiten Vertrieb von digitalen Settop-Boxen verantwortlich zeichnet, und erläutert weiter: „Die Kunden sehen in den beiden Geräten eine echte Alternative zu den großen Modellen. Trotz ihrer Mini-Maße verfügen beide Modelle über einen uneingeschränkten technischen Leistungsumfang.“ Der überwiegende Anteil der für den europäischen Markt bestimmten Geräte soll in Straßfurt/Deutschland bei Krüger & Gothe komplettiert werden. Das erste Modell, der Free-To-Air SFT-702E, läuft dort bereits seit September vom Band, gefolgt von seinem größeren Bruder „SCI-702E“ für Free-To-Air und Pay-TV Programme. Beide Geräte stellen über Satellit einen EPG bereit (Electronic Program Guide), einen ins Fernsehbild eingeblen-

ten Programmführer für sieben Tage im voraus, der praktisch die Programmzeitschrift ersetzt. Außerdem können bis zu fünf namentlich bezeichnete individuelle Favoritenlisten zusammengestellt werden.

Modell SCI-702E für freie und verschlüsselte Programme

3.500 Programmplätze für TV- und Radio-Programme bietet das sowohl für den Empfang von frei verfügbaren Stationen wie für Pay-TV-Angebote ausgelegte Gerät. Der speziell entwickelte Installations-Assistent „Wizard“ sorgt dafür, daß die Einsortierung und Speicherung der bei Digital TV verfügbaren Programme in wenigen Minuten abgeschlossen sind. Hinter einer Abdeckung auf der Frontseite befinden sich zwei Steckplätze für Common-Interface Entschlüsselungsmodule, die bei Bedarf freigeschaltete SmartCards von Pay-TV-Anbietern aufnehmen.

Samsungs digitale Satelliten Receiver: Klein & fein

Mit zwei neuen, sehr kompakten Satelliten-Receiver für den Empfang digitaler TV-Sender und Radio-Stationen bietet Samsung die Chance, zugleich mit dem Umstieg auf die neue digitale Technik besonders zierliche und platzsparende Mini-Geräte zu erwerben. Beide Modelle sind bei vollem technischem Leistungsumfang nur 5 cm hoch und 23 cm breit und zeichnen sich durch ein günstiges Preis-/Leistungs-Verhältnis aus.

Die im Gegensatz zu vielen Mitbewerbern sehr kurze Zugriffsdauer beim Programmwechsel liegt weit unterhalb einer Sekunde. Der SCI-702E unterstützt iSEqC-Version 1.2. und ist damit außer für Multi-Feed Empfang mehrerer Satelliten auch für den Satellitenwechsel mittels positionierbarer Drehvorrichtung für die Antenne ausgerüstet. Die wichtigsten Daten: 2 Steckplätze, 5 Favoritenlisten, Teletext im Durchschleif-Verfahren, Standbild-Wiedergabe, leistungsfähiger EPG (bis zu 7 Tage im voraus) schnelle Erstinstallation durch Installations-Assistenten, Software-Update über Daten-Anschluß oder Satellit (OTA-Over The Air), Eingangsdatenrate: 2-45 MSymbole/s, SCPC/MCPC-Empfang, diverse Anschlüsse (Doppel-Scart, Cinch-Audio, LBN-Out), Abmessungen (BHT): 232 x 50 x 180 mm, Gewicht: 0,950 kg, Auslieferung der ersten Modelle seit Ende Oktober. UVP: 600 Mark. Um Liefer-

engpässen infolge der unerwartet hohen Nachfrage vorzubeugen, mußte Samsung nach eigenen Angaben bereits die Produktion aufstocken.

Reines Free-to-Air-Gerät: der SFT-702E

Mit Ausnahme der beiden Steckplätze für Common-Interface Entschlüsselungsmodule zum Empfang von Pay-TV verfügt der SFT-702E im wesentlichen über die gleichen hervorragenden Eigenschaften seines Schwestermodells. Der SFT-702E ist ein reines Free-to-Air-Gerät für den Empfang von mehreren Hundert frei verfügbarer TV- und Radio-Stationen. Wegen seines Verkaufspreises, der sich laut Samsung unter 400 Mark einpendeln dürfte, ist dieses Modell auch als reiner digitaler Radio-Empfänger äußerst interessant. Zur Programmierung der Radiosender benötigt man



Uwe Press, Sales Manager Europe, Samsung: „Mini Settop Boxen liegen voll im Trend.“

wegen des Bildschirmdialogs zwar noch einen Fernseher, kann das Gerät danach aber an jeder vom Fernsehgerät unabhängigen HiFi- oder Audio-Anlage betreiben. (Spezifische Informationen im Internet unter: <http://stb.samsung-corp.com>. Rückfragen: Uwe Press, Sales Manager Europe, Samsung:066196/66-5350; Samsung Deutschland GmbH, Am Kronberger Hang 6, D-65824 Schwalbach) *evo*

POS Neuheiten

Akku-Schnellladegerät von Hama

Hama bietet mit „DeltaPro“ ein vollautomatisches Akku-Schnellladegerät an, das sich als Zubehörprodukt für Digitalfotos anbietet. Ohne zeitraubenden Entladevorgang und trotzdem 100 Prozent sicher vor dem Memory Effekt versorgt „DeltaPro“ Nickel-Cadmium- und Nickel-Metallhydrid-Akkus aller Kapazitäten mit neuer Energie. Dazu werden die vier Schächte einzeln von einem Mikroprozessor überwacht, der die unterschiedlichen Ladezustände der Akkus erkennt und jeweils exakt die fehlenden Energiemengen nachfüllt. Eine prozessorgesteuerte Ladeabschaltung (mit automatischer Umschaltung auf Erhaltungsladung) verhindert Schäden an den Akkus. Die Ladezeit ist abhängig von der Akkukapazität und beträgt selbst bei

1700-mAh-Varianten nur dreieinhalb Stunden. Besonders flexibel ist „DeltaPro“ durch seine kompakten Abmessungen und das auswechselbare Netzteil, wodurch die Umstellung auf andere Reiseländer vereinfacht wird. Zusätzliche Flexibilität schafft das beiliegende Kabel für Zigarettenanzünder-Buchsen, über das sich Akkus auch unterwegs im Auto blitzschnell befüllen lassen. Beide Kabel sind etwa 1,50 Meter lang. Der Lader nimmt alle Nickel-Cadmium- und Nickel-Metallhydrid-Akkus der Größen Micro AAA und Mignon AA sowie 9-V-E-Blocks auf. Energiespeicher mit Kurzschluß oder Unterbrechung werden erkannt und über eine zweifarbige LED angezeigt. Speziell für Digitalfotos kommt „DeltaPro“ im Bundle mit hochwertigen Mignon AA Nickel-Metallhydrid-Akkus von Hama, die über eine hohe Kapazität von 1700 mAh verfügen. Das Ladegerät mit Basisstation, Netzgerät, Zigarettenanzünder-Kabel, Akkubox und Akkus ist für rund 160 DM

(UVP) erhältlich. Ohne Batterien kostet es etwa 130 DM (UVP).

Blitz für alle FinePix-Modelle

Der im modernen Design gestaltete Universalblitz FPF34 von Fujifilm eignet sich für alle Modelle der FinePix-Serie von Fujifilm. Durch die im Lieferumfang enthaltene Blitz-



schiene kann der Blitz auch bei Modellen ohne Blitzmittenkontakt eingesetzt werden, dazu wird einfach die Blitzschiene über das Stativgewinde mit der Kamera verbunden. Zur automatischen Lichtregelung besitzt der FPF34 eine Automatik-Funktion mit den drei Blenden 2, 4, und 8 bei ISO 100. Darüber hinaus kann der Blitz in der Betriebsart „manuell“ bedient werden. Der eingebaute Slave-Sensor registriert das Licht eines Controller-Blitzgerätes an der Kamera und löst automatisch aus. Der FPF34 blitzt somit synchron mit dem Blitzgerät der Kamera. Hierdurch wird die Reichweite des Kamera-Blitzes auf rund acht Meter verstärkt. Der Preis für das Blitzgerät, das ab sofort lieferbar ist, beträgt 149 Euro (291,42 DM).

Dazzle ZiO-Schreib-/Lesegeräte

Fast-Dazzle, ein Geschäftsbereich von SCM Microsystems, stellt mit den Dazzle ZiOs Schreib-/Lese-

geräte für Flashspeicherkarten zur Verwendung an einem USB-Port vor. Die Dazzle ZiOs werden seit Oktober für die derzeit gängigsten Speichermedien angeboten wie: SmartMedia, CompactFlash Typ I, Typ II (IBM Microdrive), Multi-Media Card, Secure Digital Card und Sony Memory Stick. Die Geräte zeichnen sich durch eine besonders einfache Installation und schnelle Datenübertragungsraten aus. Unter Windows 2000 ist keine Treiberinstallation nötig. Dazzle ZiOs sind kompatibel zu Speichermedien, wie sie in PDAs, Mobiltelefonen, Digitalkameras, Camcordern, MP3-Playern oder anderen mobilen Geräten verwendet werden. Mittlere und große Datenmengen lassen sich mit Dazzle ZiO schnell und unkompliziert zwischen den Geräten und Windows- oder Macintosh-Rechnern austauschen. Folgende Preise verstehen sich inklusive Mehrwertsteuer: Dazzle ZiO SmartMedia: 99 DM, Dazzle ZiO Compactflash: 99 DM, Dazzle ZiO MM/SD Card: 99 DM und Dazzle ZiO Memory Stick: 129 DM.

Plasma Displays



Public-Display-Serie von NEC

Die PD-Serie von NEC (PD = Public-Display) ist gezielt für die Anforderungen des professionellen Einsatzes im stark frequentierten Public-Bereich konstruiert. Bedingt durch helles Umgebungslicht sind für derartige Anwendungen eine gesteigerte Helligkeit und ein besonders hohes Kontrastverhältnis erforderlich. Das Eingangs-Terminal sollte mit einem Interface zur Unterstützung einer Vielzahl unterschiedlichster Signalquellen für Daten-Formate und Video-Normen ausgestattet sein. Typische Einsatzbereiche sind Flughäfen, Bahnhöfe, Eingangsbereiche großer Warenhäuser, Verkaufsräume und Messeveranstaltungen, aber auch Großraumflugzeuge. Mit Zusatzfunktionen wie Splitscreen und Picture in Picture können News, Informationen und Entertainment-Inhalte unterhaltsam miteinander verbunden werden. Eine zielgruppenorientierte Mischung von News und Produktinformationen bewirkt hohe Werbewirksamkeit und Beschleunigung von Kaufentscheidungen. NEC Deutschland verfügt über eine breite Produktpalette von Plasma Displays. Neben 42- und 50-Zoll Displays kann NEC als weltweit einziger Hersteller das größte in Serie hergestellte 61-Zoll Plasma Display anbieten. NEC erreichte im dritten Quartal 2001 einen „Rekordmarktanteil“ und avanciert damit zum Marktführer im Bereich Plasma Display in Deutschland.

Optimal für professionellen Einsatz

Plasma Displays von NEC werden

zur Zeit vorwiegend für professionelle Anwendungen eingesetzt. Neben einer Vielzahl gängiger Schnittstellen besitzen alle NEC Modelle einen Eingang für digitale Videosignale nach DVI und Signalausgänge zum Durchschleifen von Daten- und Video-Signalen. Die 42-Zoll und 50-Zoll-Modelle der Public-Display-Reihe sind zusätzlich mit Splitrechnern zur Realisierung von Video-Wall-Funktionen ausgerüstet. Damit läßt sich das eingespeiste Bildsignal auf 2 x 2 oder 3 x 3 zu einer Bildwand geschalteten Plasma Displays aufteilen. Als Neuentwicklung kommt bei NEC Plasma Displays die „2-3D-Scanconverter“ Technologie zum Einsatz. Dieses System analysiert fortlaufend das Bildsignal, unterscheidet zwischen bewegten und unbewegten Bildinhalten und wählt jeweils die Bilddarstellung für optimale Kantenglätte aus. NEC Public-Displays ermöglichen eine authentische Bildwiedergabe, die dem Vergleich mit einem Kino-Erlebnis standhält. Bei Bedarf stehen zu-



sätzliche Technologien zur Verfügung, mit denen aktualisierte globale und individuelle Bildinhalte über Satellit empfangen und dargestellt werden können.

Überzeugende Leistungswerte

Mit exzellenten Leistungsdaten überzeugen die 42-Zoll und 50-Zoll Modelle: Bei einem Leistungs-

bedarf von nur 295 Watt stellt das PlasmaSync 42PD3 eine beeindruckende Helligkeit von 600 cd/m² bei einem extrem hohen Kontrastverhältnis von 1.300:1 bereit. Diese Werte ermöglichen sogar den Einsatz an Aufstellungsorten mit direktem Fremdlichteinfall. Das 50-Zoll-Modell PlasmaSync 50PD2 erreicht bei einem Leistungsbedarf von 420 Watt eine Helligkeit von 679 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 630:1.

Der sehr geringe Energieverbrauch stellt eine wichtige wirtschaftliche Größe dar, weil bei Public-Displays mit langer täglicher Betriebsdauer zu rechnen ist oder die Geräte im Non Stop-Betrieb laufen. Die Ausrüstung beider Modelle mit der von NEC entwickelten Phosphor-Schutzschild-Technologie „Accu-Shield“ vermindert die Gefahr des Einbrennens, die bei der Plasma-Technik und lange stehenden Bildern nicht gänzlich verhindert werden kann. Die Maßnahme verbessert die Eignung der Großbild-Monitore für den langjährigen Gebrauch als Werbe- und Informationsanzeige an stark frequentierten Plätzen. Eine Einzelstellung nimmt NEC auch mit dem größten in Serie produzierten 61-Zoll Plasma Display ein.

Die 1.351 x 760 mm große Bildfläche des PlasmaSyncTM 61MP1 mit einer Bilddiagonale von 155 Zentimetern entspricht nahezu der Bildschirmfläche von vier TV-Geräten mit 82 cm Bildschirmdiagonale. Mit den kompakten Gehäuse-Abmessungen von 1.480 x 890 mm bei einer Tiefe von 119 mm kann der PlasmaSyncTM 61MP1 auf Wände aufgesetzt, oder auch in die Wand integriert werden. Die Wide XGA-Auflösung von 1365 x 768 Bildpunkten bei einer Pixel-

Plasma Displays sind die größten, aus einer Einheit bestehenden Monitore. Sie sind selbstleuchtend, lassen sich innerhalb eines Blickwinkels von 160 Grad betrachten und erreichen auf der gesamten Bildfläche eine gleichmäßige Leuchtstärke bei hervorragendem Kontrastverhältnis. Aufgrund dieser Eigenschaften und ihrer flachen Bauweise sind Plasma-Displays optimal für

den multimedialen Einsatz in Bereichen mit hoher Publikumsfrequenz geeignet. Sie lassen sich problemlos dort plazieren, wo Bildinhalte die größte Aufmerksamkeit der Betrachter auf sich lenken. Der Markt für Plasma Displays verzeichnet enorme Wachstumsraten. Laut DTC betragen die jährlichen Steigerungsraten 100 Prozent. Für 2001 erwarten die Marktforscher einen Absatz von 20.000 Geräten in Deutschland.

Showmaster oder Info-Terminal

größe von 0,987 x 0,987 Millimetern sorgt für höchste Detailgenauigkeit. Die Helligkeit beträgt 600 cd/m² bei einem Kontrastverhältnis von 700:1. Das sind sensationelle Werte für eine derartig große Bildfläche. Neben vielfältigen Einsatzbereichen wird das 61-Zoll-Display mit seiner gestochen scharfen, großformatigen Darstellung und seiner hell leuchtenden natürlichen Farbwiedergabe sicher auch in Schulungs- oder Konferenzräumen, auf Flughäfen oder Bahnhöfen und in Verkaufs- oder Überwachungs-räumen Verwendung finden. Auf Public-Displays gewährt NEC zwei Jahre Garantiezeit, optional auf drei Jahre verlängerbar. Den Support bei Hardware- und Software, Finanzierung, Service und Content stellt NEC mit einem leistungsfähigen Partnernetzwerk bereit.

Fujitsu-Siemens setzt voll auf Plasma Displays

„Plasma Displays sind eines der strategischen Produkte von FSC“, lautet die Aussage von Fujitsu-Siemens Manager Rolf Wiehe. „Daher werden wir in Zukunft noch wesentlich aggressiver diese Produkte auch in für uns neue Märkte bringen. Wir sehen in der Zukunft eine Zusammenschmelzung von IT- und CE-Produkten wie Activy, Multitainer und deren Nachfolger, die cinema@home, aber eben auch die Plasma Displays, eingebettet in ein komplettes Produktkonzept „plasmaXperience“, sind für uns von strategischer Bedeutung. Daher werden wir unsere komplette Consumer-Produktpalette dahingehend ausbauen. Die zur Zeit erhältlichen Plasma Displays 42M5 und 42M5E sind dabei nur der Anfang. Geräte mit kleineren, aber auch größeren Bilddiagonalen, alle lüfterlos, sind in Vorbereitung und werden kurzfristig mit sehr interessanten Preisen den Consumerkanal erstmals direkt angehen.“

42-Zoll-Plasma Displays ab 9.999 DM

Die im vorangehenden Absatz erläuterte Strategie unterstreicht der deutsche Marktführer im IT-Bereich durch sein aktuelles Angebot. Für einen UVP von 16.990,- Mark bekommt man den FCS 42M5E, das weltweit erste lüfterlose All-In-One Plasma Display. Für nur 9.999,- Mark UVP bietet Fujitsu-Siemens das FSC 42M5 Plasma Display an. Dieses 42 Zoll große Gerät ist zwar noch mit Lüftern bestückt, die aber in Abhängigkeit von der Betriebstemperatur in ihrer Drehzahl geregelt werden und deshalb geräuscharm arbeiten. Alle zukünftigen Plasma Displays will Fujitsu-Siemens jedoch nach dem Konzept des FCS 42M5E völlig lüfterlos bauen. Damit trägt man den besonderen Anforderungen des Consumer-Segments Rechnung, bei dem Fujitsu-Siemens seine Prioritäten setzt. Durch das neuartige Konstruktionsprinzip ist es gelungen, Chassis und Gehäuse des FCS 42M5E als effektive passive Kühlkörper auszubilden. Auf diese Weise ist ein Plasma-Bildschirm ohne jegliches Betriebsgeräusch entstanden. Dies läßt das Anschauen eines Kinofilms in wohnlicher Umgebung wirklich zu einem Hochgenuß werden. Dem Einsatz im privaten Bereich kommt auch die trotzdem flache „All-In-One“-Konstruktion entgegen, bei der Anschluß-Terminal und Steuerelektronik gleich im Display integriert sind. Fujitsu ist der weltweit größte Hersteller von Plasma-Display-Modulen und zugleich mit einem Volumen von einer Milliarde DM der derzeit größte Investor in neue PDP Produktionsstätten. Nicht nur das Engineering für das eigene europäische Design der Displays, sondern auch das Assembling finden in Deutschland statt. Verwendet werden ausschließlich Fujitsu Panels aus der eigenen Produktion des Technologieführers. *evo*

Interview mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo der Sony Deutschland GmbH



Sony mit Marke und Mehrwert

Der Unterhaltungselektronik-Gigant Sony hat in den vergangenen zwei Jahren als Hersteller von Digitalkameras im Markt deutlich an Boden gewonnen. PoS-MAIL hat mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo bei der Sony Deutschland GmbH, über die weiteren Ziele des Unternehmens in diesem Bereich gesprochen. Die führende Position, die Sony erklärtermaßen anstrebt, soll nicht über eine Niedrigpreis-Politik erreicht werden.

PoS-MAIL: Welche Zielgruppen haben Sie mit Ihrer Produktpalette im Visier?

Christian Lücke: Der Markt für Digitalkameras läßt sich in unterschiedliche Anwendergruppen aufteilen. Das Segment der Fotoenthusiasten, die auf dem neuesten Stand der Technik sein wollen und auch bereit sind, dafür einen höheren Preis zu zahlen, haben wir vor zwei Jahren mit der Vorstellung der ersten Sony Digitalkamera mit Carl Zeiss Objektiv, der DSC-F505, erschlossen und werden hier unsere Position mit der DSC-F707 mit effektiven 5 Megapixeln, einem hochwertigen 5fach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss sowie einer anspruchsvollen Kamera-Ausstattung weiter ausbauen. Für Hobbyfotografen, die mehr an Qualität als an technischen Feinheiten interessiert sind, bieten wir die Produktlinie unserer DSC-S Modelle – aktuell die S75 und die S85 – an, die durchweg mit hochwertigen CCD's und ebenfalls mit Objektiven von Carl Zeiss ausgestattet ist. Das dritte Marktsegment ist die breite Masse der Anwender, die sich für Design begeistern lassen und eine gute Bildqualität mit dem Bedienungskomfort einer Kompaktkamera verbinden wollen. Hier haben wir im vergangenen Jahr mit der Vorstellung der DSC-P1 einen Trend gesetzt, den wir mit weiteren „Pocket“-Modellen wie der DSC-

P50 fortgesetzt haben. Unsere neue DSC-P5 ist hier ein weiterer Meilenstein und hat in diesem Marktsegment zum Weihnachtsgeschäft wie schon der Vorgänger das Zeug zum Bestseller.

PoS-MAIL: Nun sind Ihre Marktanteile in den letzten Monaten im Digitalkamera-Markt nicht gerade in den Himmel geschossen, sondern haben sich im Bereich von knapp über zehn Prozent eingependelt. Haben Sie nicht ehrgeizigere Ziele?

Christian Lücke: Wir streben, um es vorwegzunehmen, auch im Digitalkamera-Markt eine führende Position an, wie sie Sony seit Jahrzehnten in der Unterhaltungselektronik innehat. Wir wollen dieses Ziel aber nicht übereilt und um jeden Preis erreichen. Die verhaltene Entwicklung in den letzten Monaten hatte ihren Grund zuletzt in Modellwechseln – besonders in der Ablösung der DSC-P1 durch die neue DSC-P5. Es wäre verhältnismäßig leicht gewesen, durch den Ausverkauf des alten Modells zu niedrigen Preisen Marktanteile zu gewinnen. Für ein solches Vorgehen gibt es ja bei unseren Mitbewerbern durchaus Beispiele. Wir sind allerdings der Meinung, daß wir mit solchen Aktionen den Preisverfall im Digitalkamera-Markt beschleunigt hätten und damit nicht nur uns selbst, sondern unseren Handelspartnern

keinen Gefallen getan hätten. Darum haben wir uns für eine saubere Übergangsplanung entschieden: Die Stückzahlen der DSC-P1 wurden in den letzten zwei Monaten planmäßig reduziert. Erst nachdem dieser Ausverkauf ohne drastische Preiseinbrüche durchgeführt war, haben wir mit der Einführung des Nachfolgemodells, der DSC-P5, begonnen. Mit dieser Strategie haben wir zwar nicht gerade Marktanteile gewonnen, aber die Rendite unserer Handelspartner gesichert und Marktbeunruhigungen vermieden.

PoS-MAIL: Trotz Ihrer umfangreichen Produktpalette ist Sony im Bereich der preiswerten kompakten Digitalkameras, die in diesem Jahr an Bedeutung gewonnen haben, nicht vertreten. Warum?

Christian Lücke: Sony steht von jeher für Qualität, Innovation und exklusives Design und nicht etwa für Palettenware aus Plastik. Wir glauben, daß wir mit dieser Strategie auch am besten den Interessen unserer Partner im Handel dienen. Produkte der Marke Sony bieten einen echten Mehrwert, der uns von anderen Anbietern in diesem Markt unterscheidet, das wird sich in keinem möglichen Marktsegment ändern.

PoS-MAIL: Mit der Einführung Ihrer neuen Digitalkameras zur IFA haben Sie auch eine große Palette an passendem Zubehör vorgestellt. Welche Bedeutung hat dieses Geschäft für Sony?

Christian Lücke: Sony hat von A wie Akku bis Z wie zirkularem Polfilter ein sehr breitgefächertes Angebot, da der Verkauf von Zubehör für Digitalkameras und Camcorder grundsätzlich eine ernstzunehmende zusätzliche Einnahmequelle bietet. Das gilt auch für die Speichermedien. Hier finden zwar momentan erhebliche Preisanpassungen statt: 64 MB Memory Stick

statt 239,- DM jetzt nur noch 169,- DM, aber dafür steigen die Absatzzahlen sprunghaft in die Höhe. Darüber hinaus kommt der Memory Stick schon längst nicht mehr nur in Digitalkameras zum Einsatz, sondern dient als Transfermedium in vielen Kompaktgeräten aus der Unterhaltungselektronik und dem IT-Bereich, die nicht nur von Sony, sondern auch von anderen Herstellern kommen, so daß der High Tech-Fachhandel den Memory Stick als Zubehörprodukt für eine riesige Produktpalette verkaufen kann.

PoS-MAIL: Welche Werbeaktivitäten führt Sony durch, um den Handel beim Abverkauf der Digitalkameras zu unterstützen?

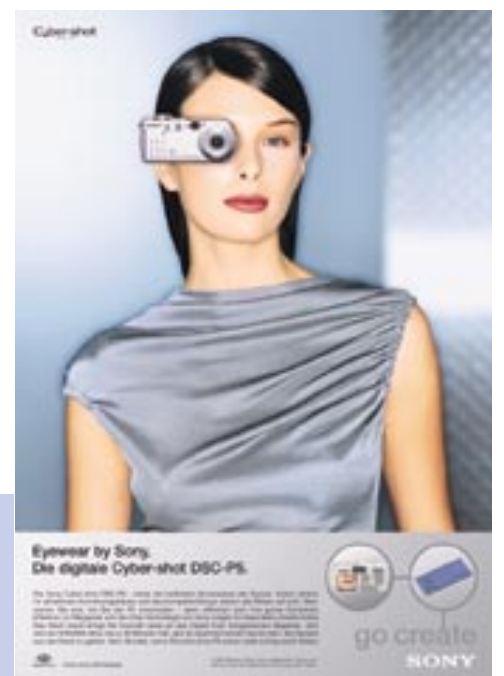
Christian Lücke: Die Einführung der DSC-P5 und der DSC-F707 wird jeweils von einer großangelegten Printkampagne unterstützt. Daneben laufen bereits unsere Online-Broschüren, die sogenannten Microsites, im Internet, auf denen der Kunde die Möglichkeit hat, die Produkte interaktiv zu bedienen, aus allen Blickwinkeln zu betrachten und selbst Details zu erforschen.

PoS-MAIL: Ihr Digitalkamera-Angebot umfaßt eine ziemlich große Produktpalette. Wie behalten Händler und Verkäufer den Überblick über das passende Zubehör?

Christian Lücke: Damit Händler beispielsweise schnell herausfinden können, welches Zubehör für eine Digitalkamera oder einen Camcorder benötigt wird, haben wir unter dem Titel „Digital Imaging Accessories“ ein Kompatibilitätsbuch zum Nachschlagen herausgebracht. Darüber hinaus gibt es für den Bereich Video und Kameras

jeweils eine Thekenmatte, mit dem wichtigsten Zubehör zu den aktuellen Produkten. Außerdem legen wir ungefähr zweimal im Jahr eine Line-Up-Broschüre mit dem aktuellen Digitalkamera-Sortiment auf.

PoS-MAIL: Eine abschließende Frage: Muß der Handel angesichts der schrecklichen Ereignisse vom 11. September und ihren wirtschaftlichen Folgen auch Auswirkungen auf das Wachstum des Digitalkameramarktes befürchten?



Unter dem Motto „Eyewear bei Sony“ wird die neue digitale Pocketkamera DSC-P5 von Sony in einer Printkampagne beworben.

Christian Lücke: Ich denke, daß sich trotz dieser schrecklichen Ereignisse das Konsumklima zumindest in Deutschland nach einer kurzen schwächeren Periode wieder verbessert. In bezug auf den Digitalkameramarkt bin ich davon überzeugt, daß wir den angepeilten Wert von über einer Million verkauften Digitalkameras für 2001 erreichen werden. Ich behaupte sogar, daß der Markt im Wert auf die magische Grenze von einer Milliarde DM zu-steuert.

PoS-MAIL: Herr Lücke, vielen Dank für das Gespräch!



Auf sogenannten Microsites stellt Sony in Online-Broschüren ausführlich aktuelle Digitalkameras (hier die DSC-F707) vor. Hier haben Kunden die Möglichkeit, die Produkte interaktiv zu bedienen. Händler können die Microsites auch ihrem eigenen Internetauftritt hinzufügen. Sie erscheinen dann innerhalb des Händlerauftritts in einem gesonderten Fenster, so daß die Kunden die Originalseiten des Auftritts nicht verlassen müssen.

Samsung mit neuer Produkt- und Image-Werbung

Herbstkampagne „Plano-TV“

Auf der IFA präsentierte sich Samsung mit einer vielseitigen TV-Produktreihe. Vom High-End-50-Zoll Modell im 16:9-Format über Pure-Flat-15-Zöller bis zur TV-DVD-Kombination verfügt das Unternehmen über ein umfangreiches Angebot im TV-Segment. Pünktlich zur Vorweihnachtszeit startete Samsung eine Werbekampagne für die TV-Serie „Plano“.



Bernhard Suffner, Senior Product Manager Samsung Electronics, und Olaf Lietzau, Managing Director (rechts), sprachen mit PoS-MAIL über die neue Werbekampagne von Samsung.

Die Schaltung der Kampagne wurde für den Zeitraum vom 28. Oktober bis 24. November festgesetzt. RTL, RTL 2, PRO 7 und SAT 1 strahlten den 30 Sekunden langen Werbespot zur Prime-Time aus. Parallel zur TV-Werbung wurden in den Städten Frankfurt a. M., München, Hamburg, Berlin, Köln und Düsseldorf insgesamt 3.920 Großplakatwerbungen angebracht.

„Bei der Motivwahl des Produktes

sowohl für die TV-Kampagne als auch für die Außenwerbung fiel die Entscheidung auf unsere TV-Familie „Plano“. Begründet wird diese Entscheidung durch die zukünftig verstärkte Penetration des Namens „Plano“, um diesen fortan als einen feststehenden Begriff der Flachbildschirmtechnik aus dem Hause Samsung im Markt zu etablieren“, so Olaf Lietzau, Managing Director Samsung Electronics. „Zum anderen war die Zielsetzung

für die Kampagne durch die Auswahl dieses Produktes nicht nur eine deutliche Verbesserung und Steigerung des TV-Geschäftes, sondern auch eine Anhebung der Bekanntheit, gerade in dem für uns so wichtigen deutschen TV-Markt.“

Vom 36-Zoll-Panel bis zum 15-Zöller bietet die Plano Produktfamilie verzerrungsfreie Fernsehbilder bis in den letzten Winkel. Sieben der Modelle sind im 16:9 Format lieferbar. Ein besonderes Highlight der Plano-Range ist der WS-36 Z48D. Das Gerät hat eine Bildschirmdiagonale von 92 cm. Dank des 100 Hertz Advanced Natural Scan ist eine flimmerfreie Bildqualität gewährleistet. Darüber hinaus lassen sich zwei verschiedene Programme auf dem Bildschirm des Fernsehgerätes betrachten. Für den guten Ton sorgt die Dolby Surround Pro Logic-Technologie.

„Die Tatsache, daß wir besonders im AV-Bereich heterogene Zielgruppen bedienen müssen, erfordert im Werbeauftritt eine Homogenität der Kernmarke Samsung.



Der neue Stil von Samsung: junge, trendige und farbenprächtig gekleidete Menschen – die sogenannten „Samsung-Troops“. In Deutschland wird mit der neuen Kampagne eine deutliche Steigerung der Markenbekanntheit von Samsung erwartet.

Der neue Stil von Samsung, junge, trendige und farbenprächtig gekleidete Menschen – die sogenannten „Samsung-Troops“ – in den TV- und Printkampagnen einzusetzen, wurde bisher von den Endverbrauchern sehr gut aufgenommen“, so Olaf Lietzau weiter.

Samsung Electronics plant auch für das Frühjahr 2002 weitere Produkt- und Imagekampagnen mit diesem Konzept sowohl in Printmedien als

auch im Fernsehen. Bereits Anfang nächsten Jahres geht es mit einem zweiten Flight weiter, begleitet von entsprechenden TV-Spots. In Deutschland wird damit eine deutliche Steigerung der Markenbekanntheit von Samsung als Brand erwartet, und darüber hinaus soll eine Assoziation mit den unterschiedlichen Produkten aus dem Produktportfolio Samsung Electronics erzielt werden. miz

PoS Neuheiten

Schnelle Helfer: Euro Rechner von Casio



In einem Monat rollt der Euro. Mit den Modellen JZ-20ER, HS-8ER und HR-150TER bietet Casio Tisch- und Taschenrechner für eine unkomplizierte Währungsumstellung. Der Tischrechner JZ-20ER verfügt über die Tasten EURO und NAT1, die die Umrechnung noch einfacher gestalten. Gemäß der Vorschriften der EU-Kommission sind alle Währungen der zwölf Euro-Länder (Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich und Spanien) mit sechs Stellen fest im

Rechner eingespeichert. Darüber hinaus verfügt der JZ-20ER über eine eingebaute USB-Schnittstelle. Somit ermöglicht das Gerät, errechnete Ergebnisse in die Excel Datei auf dem Computer zu übertragen. Der HS-8ER eignet sich für die schnelle Euromrechnung unterwegs. Mit seinen kompakten Maßen paßt der Rechner in jede Hosentasche. Auf Knopfdruck lassen sich alle Euroland-Währungen ermitteln, die vorher einprogrammiert werden. Der HR-150TER bietet sich als Rechenhilfe für den Schreibtisch an. Der druckende Tischrechner ermöglicht die schnelle Umrechnung zwischen den Währungen und dem Euro, aber auch zwischen verschiedenen nationalen Währungen. Eine Erleichterung für die Buchhaltung sind neben seiner Mehrwertsteuerautomatik mit Prozentspeicher

auch die Prozentrechnung, der Konstantenspeicher und die Schnellkorrekturtaste. Darüber hinaus beherrscht der Rechner einen Zweifarbendruck mit 1,7 Zeilen pro Sekunde. Die unverbindliche Preisempfehlung für den JZ-20ER beträgt 65 Euro. Der HS-8ER soll 5,50 Euro kosten, und der HR-150TER kann zu 32 Euro angeboten werden.

JVC präsentiert Navigationssystem mit CD-Receiver



Der KD-NX1R ist das erste Navigationsgerät von JVC, das mit einem CD-Receiver ausgestattet und in einem DIN-Gehäuse untergebracht ist. Das Navigationssystem wird mit GPS-Antenne und einer CD-ROM ausgeliefert, die durch 18 eu-

ropäische Länder navigiert. Neben Autobahnen, Bundes- und Landstraßen werden auch detaillierte Pläne von Ballungsräumen angeboten. Hinzu kommen sogenannte Points of Interest wie beispielsweise Tankstellen, Rasthäuser, Bahnhöfe, Flughäfen und Parkplätze. Bei der Eingabe des Fahrtziels stehen folgende Alternativen zur Verfügung: schnellste oder kürzeste Route sowie Umgehung



von Autobahnen, Fähren und Maut-Straßen. Das System sucht entsprechend der Vorgabe die optimale Route. Mit Hilfe des TMC-Services (Traffic Message Channel) werden Staus, Straßen-

sperren etc. berücksichtigt. Die Fahrtzieleingabe erfolgt über einen großen Drehknopf mittels Alphabet und Ziffern. Es lassen sich 50 Zieleingaben speichern, dabei werden auch die letzten 50 Ziele vorübergehend gespeichert. Die Ansagen können mit einer weiblichen oder männlichen Stimme erfolgen, wobei elf Sprachen zur Auswahl stehen. Ist das Fahrtziel einmal eingegeben, kann die Navigations-CD-ROM entnommen und eine Audio-CD eingelegt werden. Sämtliche erforderliche Daten werden im Systemspeicher abgelegt. Die CD- bzw. Radiowiedergabe wird lediglich durch Ansagen oder Verkehrsinformationen unterbrochen. Der Navigations-/CD-Receiver KD-NX1R ist seit November lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.699,- Euro.



MP3 News und Infos

Der Welt kleinster MP3-Player: Panasonic SV-SD80

Die Markteinführung des zur Zeit weltweit kleinsten MP3-Players hat Panasonic bekanntgegeben. Der Winzling gehört zu Panasonics „e-wear“ Serie. Gerade mal 4 x 4 cm und 1,6 cm tief ist der kleine silberne MP3-Player. Der SV-SD80 arbeitet mit SD Memory Cards und hat sogar ein kleines, zweizeiliges Display, das zehn Zeichen pro Zeile anzeigen kann. Angezeigt werden Liedtitel, Interpret, Albumtitel und die bereits verstrichene Abspielzeit des laufenden Titels. Mit den im Gerät integrierten Bedientasten können die Funktionen Play/Stop, Überspringen/Suchen, Lautstärke, Spielmodus (Random/Repeat) und eine Tastensperre kontrolliert werden. In bezug auf seine Energieversorgung fährt der SV-SD80 zweigleisig: Das Gerät ist mit einem wiederaufladbaren Ni-MH-Akku bestückt, kann aber unabhängig davon mit einer AAA-Alkaline-Batterie bestückt werden. Mit jeder der beiden Energiequellen soll der kleine Player 50 Stunden MP3 Musik abspielen können. Der Lieferumfang umfaßt: Trage-Halsband, Ladegerät für den Ni-MH-Akku, Gürtelclip, Tragearmband mit Klettverschluß, Ohrhörer, einen USB-SD-Card-Adapter für den Datentransfer vom PC und eine 64 MB SD Memory Card, die eine Stunde Musik in CD-Qualität speichert. Nur 38 Gramm wiegt der kleine MP3-Player (ohne AA-Batterie). Der Verkaufspreis liegt nach Angaben des Herstellers in den USA bei 300–330 \$US. Wann der Panasonic SV-SD80 auf dem europäischen Markt verfügbar sein wird, ist noch nicht bekannt.

Aiwa MM-VX200: MP3-Player mit Sprachaufzeichnung

Der von einem stabilen und kompakten Metallgehäuse umgebene portable MP3-Player ist mit einem LC-Display ausgerüstet, auf dem Titel, Interpret, Album und Spielzeit der Musikstücke angezeigt werden können. Zur Speicherung von Musikstücken dient ein eingebautes Flash Memory mit einer Kapazität von 32 MB. Über einen Einsteck-Slot für Media Cards kann der Speicher weiter ausgebaut werden. Die Überspielung der Musiktitel auf den Aiwa MM-VX200 findet über

eine USB-Schnittstelle statt. Alle Bedienungstasten zur Kontrolle sämtlicher Funktionen befinden sich einmal direkt am Gerät, aber komplett auch auf der im Lieferumfang eingeschlossenen Kabelfernbedienung mit einem abnehmbaren Ohrhörer. Der MM-VX200 kann auf Knopfdruck über das eingebaute Mikrophon Sprachaufnahmen als Mitschnitte aufzeichnen. Bis zu 99 einzelne Sprachaufnahmen können abgelegt, aufgerufen und getrennt verwaltet werden. Die Gesamt-Kapazität für Sprachaufzeichnung beträgt zwei Stunden. Die Elektronik arbeitet mit einem Multi Sound Prozessor, für den unterschiedliche Klangbilder gewählt werden können: Rock, Pop, Jazz, Classic. Die Speicherverwaltung unterstützt Kopierschutz nach SDMI. Die Stromversorgung übernimmt eine DC 1,5 V UM-3/R 6/AA (Mignonzelle), die für 15 Stunden Longplay ausreicht. Der Ladezustand wird über eine Anzeige dargestellt.



Zum Lieferumfang gehören: Kabelfernbedienung mit Ohr-Kopfhörer, Tragetasche, PC-Verbindungskabel (USB), CD-ROM zur Installation. Das silberfarbene Gerät mit den Abmessungen 86 x 63 x 22 mm (B/H/T) wiegt 72 Gramm.

CD-MP3-Player 8865 von Elta

Zu der aktuell am meisten begehrten Klasse von CD-Playern mit Unterstützung von MP3-CDs gehört der Elta 8865. Er unterstützt das Abspielen von CD, CD-R, CD-RW und MP3-Wiedergabe. Mit einem Anti-Schock-Puffer von 120 Sekunden Dauer (MP3, 45 Sek. Audio-CD) ist der Elta 8865 auch für den sportlichen Außeneinsatz geeignet. Über ein zweizeiliges LC-Display mit 12 Zeichen je Zeile werden Titelname, Interpret, Album und Spieldauer angezeigt. Auch eine alphanumerische Titelsuche mit Albumfunktion steht zur Verfügung. Unterstützt werden Bitraten – auch dynamische – von 32 bis 384 Kbps. Durch einen 3-Strahl Laser-

pick up mit 1 Bit linear – 8fach Oversampling werden 5 Zoll (normal) und 3 Zoll große CDs gelesen und abgespielt. Die Reihenfolge der Wiedergabe kann programmiert oder durch einen Zufallsgenerator gesteuert werden. Für eine kräftige Wiedergabe der Tiefen kann ein Bass Booster zugeschaltet werden. Die Abmessungen des Elta 8865 betragen 133 x 32 x 143 mm (B/H/T). Die Garantieleistung beträgt 24 Monate für Reparatur oder Austausch. Ein deutsches Handbuch wird mitgeliefert. Der UVP beträgt 369 DM. Weitere Informationen und Händlerpreis: www.elta.de oder www.wtn-online.de

Soul Player: CD/MP3-Player von WTN

Der portable CD/MP3-CD-Player mit der Bezeichnung „Soul Player“ unterstützt das Auslesen und Abspielen von Audio-CDs, CD-R/RW und mit MP3 Musiktiteln bespielten CDs. Das Gehäuse ist perlfarben, das Zwischengehäuse schwarz. Die Verwendung von normalen CD-R Medien zur Speicherung von MP3-Musiktiteln ist sehr populär geworden. CD-Medien sind kostengünstig und bieten Platz für bis zu neun Stunden Musik in CD-Qualität. Unterstützt werden die Formate Audio-CD/CD-R/W und MP3-CD mit festen und variablen Bitraten von 32 bis 320 kbit/s. und das WMA-Audioformat. In der stabilen Deckelklappe des Soul-Players befinden sich sämtliche Bedienelemente und das 35 x 25 mm große LC-Display zur Anzeige und Verwaltung der Daten von Musiktiteln. Mit den etwas länglichen, eingelassenen Bedientasten werden folgende Funktionen kontrolliert: Repeat A-B, Prog., Dir, Mode, zur Wahl der Wiedergabeoptionen: Repeat 1, Repeat Directory, Repeat All, Shuffle, Shuffle Repeat 1, Shuffle Repeat Directory, Shuffle Repeat All, Intro und Release, weiter die Funktion „Navi“ für die Titelsuche. Zum schnellen Vorspulen dient die Taste „+10 Dir“. Mit ihr kann man jeweils zehn Titel aufwärts springen oder durch längeres Drücken in das nächste Unterverzeichnis wechseln. Rechts oberhalb der Flüssigkristallanzeige zur Anzeige von Titel, Titelnummer, Interpret, Album und Abspieldauer befinden sich eine Taste für den integrierten Equalizer und zwei Tasten für die Lautstärke-Regelung. Über die Taste „Equalizer“ stehen folgende Klangbilder zur Auswahl: Normal, Rock, Jazz, Classic sowie Ultra Bass. Unterhalb des Displays ist eine runde Schaltwippe für „Vor, Zurück, Stop“ sowie für „Play/Pause“ in den Deckel einge-



lassen. Sämtliche Bedientasten sind im Gehäusedeckel versenkt, damit sie nicht versehentlich betätigt werden können. Der Schalter für die „Hold“ Funktion findet sich auf der rechten Seite neben dem Kopfhörerausgang. Die Dauer des eingebauten Anti-Shock Puffers ist über einen Schalter auf der Gehäuseunterseite zwischen zehn und 40 Sekunden wählbar. Auch das Batteriefach ist auf der Unterseite des Geräts eingelassen. Auf der rechten Seite des Geräts befinden sich außer dem Kopfhörerausgang die Line-Out Ausgänge sowie der Anschluß für die externe Stromversorgung über ein Netzteil. Die LCD Beleuchtung startet, wenn man eine Taste drückt und schaltet sich nach fünf Sekunden selbsttätig ab. Wird der Player nicht benutzt, schaltet sich das Gerät nach 30 s automatisch ab. Durch die Line out Anschlüsse und zusätzliche Funktionen läßt sich der Soulplayer vielfältig verwenden: Das Gerät liest ID3 Tag, ID3 V1 Tag, ID3 V2.20, ID3 V2.30, hat vier Equalizer und Bass-Boosts, erlaubt bis zu 999 Titel in programmierbaren Playlisten, kann jederzeit an eine HiFi-Anlage angeschlossen werden, unterstützt das Datenformat für den Einsatz an Autoradios und schafft mehr als zwölf Stunden Spielzeit mit zwei AA-Batterien (Standard-Alkali oder wiederaufladbare Akkus). Zum Lieferumfang gehören: Netzteil, Kabelfernbedienung, Ohrhörer, Handbuch und Tasche. Die Abmessungen des Soul-Players betragen 140 x 135 x 25 mm (B/H/T), bei einem Gewicht von 270 g (incl. Batterien). Das Gewicht der Kopfhörer beträgt circa 105 g. Weitere Informationen und Händlerpreis: www.wtn-online.de

Intel stellt MP3-Audioplayer vor

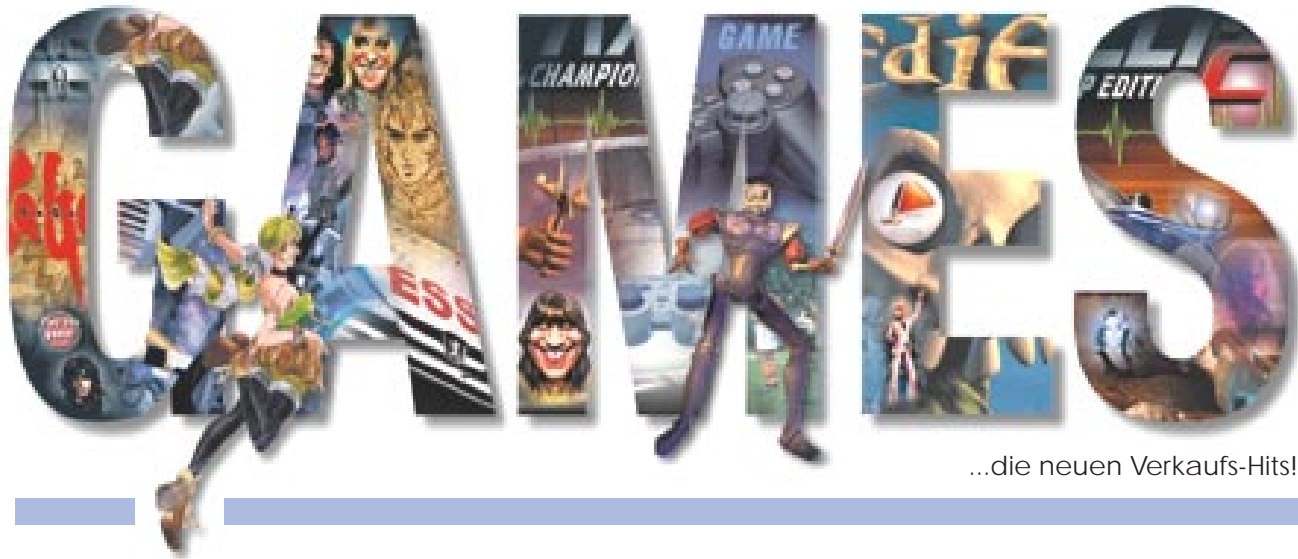
Auch Intel gehört nun zu den Anbietern von portablen MP3-Audioplayern. Der Intel „Personal Audio Player 3000“ kann sowohl komprimierte Musikdateien im MP3-Format wie auch im WMA-Format abspielen und unterstützt das „Digital Rights Management“ nach SDMI. Die Firmware des Intel 3000 kann jederzeit mit einem Flash-update auf neue Entwicklungen aktualisiert werden. Ausgeliefert wird der Audio-Player mit einem fest eingebauten 64 MB Flashspeicher, der für bis zu zwei Stunden digitaler Musik oder zehn Stunden Sprachaufnahmen ausreicht. Intel gehört zum Kreis der weltweit größten Flash-Speicher-Produzenten. Der Intel „Personal Audio Player 3000“ kann über einen Card Slot mit mehr Speicher in Form von Multi Media Cards erweitert werden. Zum Lieferumfang des Geräts gehört eine Software-CD mit Audio-Manager 2 und der Music Match Jukebox Plus. Der Intel Player 3000 soll ab sofort zu einem UVP von 399 Mark verfügbar sein.

Online-Tausch von MP3-Dateien in Europa rückläufig

Im Gegensatz zu den USA, wo nach dem vorläufigen Ende der Musiktauschbörse Napster die Nachfolgerportale seit März 2001 sogar eine starke Zunahme bei den online getauschten Musiktiteln verzeichnen, ist das Interesse in Europa seit der Einstellung des Napster-Dienstes nahezu um die Hälfte zurückgegangen. Von vormals acht Millionen europäischer aktiver Nutzer von Musiktauschbörsen ist deren Anzahl auf aktuell 4,6 Millionen gefallen. Das ergibt sich aus einer Studie von Jupiter Media Metrix, nach der die Anzahl der europäischen Musiktauschbörsen seit dem Ende von Napster auf 17 Nachfolgerorganisationen angestiegen ist, für deren Angebote sich aber nur 1,7% der europäischen Internet-Nutzer interessieren. evo

Compaq stellt zwei MP3-Player auf dem US-Markt vor

Mit dem „PM-1“ und dem „PCD-1“ stellt Compaq zwei portable CD-Player vor, die auch CDs mit MP3-Musiktiteln oder WMA-Dateien abspielen. Der kleine PM-1 ist für das Abspielen von acht cm Mini CDs geeignet, während der PCD-1 ausschließlich für die normale CD-Größe geeignet ist. Die Verkaufspreise sollen in den USA bei 199 \$US für den Mini-CD-Player und bei 169 \$US für den Normal CD-Player liegen. Compaq zielt mit dieser Erweiterung seines Verkaufsprogramms auf den Ausbau seines Geschäfts in Märkten, die außerhalb oder neben dem PC-Bereich angesiedelt sind. Nach neuesten Studien des US-Marktforschungsunternehmens IDC werden mediafähige portable Audioplayer die Geräte mit Flashspeichern bis zum Jahr 2003 überholt haben.



...die neuen Verkaufs-Hits!

- Alarmstufe Rot 2 Yuris Rache
- America
- Die Maus 2 – Verrückte Olympiade
- Earthworm Jim
- Hot Wheels
- Iridion – 3D –
- Lady Sia
- Pitfall
- Stronghold
- Soul Reaver 2
- Time Crisis 2
- Wiggles

WIGGLES

Infogrames / Innocis

Echtzeit-Strategie, Aufbausimulation und Adventure – das sind ja drei Dinge auf einmal! Und es funktioniert. Wiggles kombiniert das Beste aus den in Deutschland beliebtesten Spielegenres auf dem PC. Wer glaubt, diese Zwerge sind siedelnde Völker mit einer Culture von Anno 1503, der irrt. Der Kettenhund Fenris ist Gott Odin entlaufen und auf dem Weg zum Mittelpunkt der Erde. In seiner Verzweiflung schickt Odin alle ihm bekannten Zwergenvölker hinterher, damit diese zwecks Schadensbegrenzung Fenris an eine



vierteilige versteckte Leine legen. Somit beginnt auch für den Clan der Wiggles eine Reise in die Erdwelt, wo die kleinen Kerle mit einer deftigen Prise Humor beweisen müssen, daß sie nicht nur gewitzte Gnome, sondern auch intelligente und starke Kämpfer sind, die andere Zwergengruppen besiegen und knackige Rätsel lösen können. Doch dazu müssen sie sich erst einmal vermehren und eine lebendige Infrastruktur aufbauen. Mit Hilfe eines durchdachten Tutorials und einer intuitiven Maussteuerung finden auch

Einsteiger schnell ins Spiel und lassen sich durch den Wuselcharme verzaubern.

Der Spieler kann zwischen fünf unterschiedlichen Zwergenc clans, von Vampirkobolden bis zu kiffenden Hippiezwerge, wählen. Hier gibt es irrwitzige Charaktere mit edlen, coolen, durchgeknallten und asozialen Persönlichkeiten. Mehr als 30 Produktionsstätten, 20 Werkzeuge, viele Rohstoffarten und Dienstleistungen, 10 Waffengattungen und 4 Kampf-

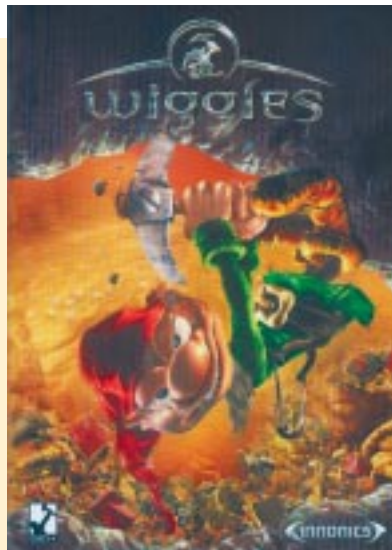


techniken wie Taekwondo stehen dem Spieler zur Verfügung. In großen dynamischen, nicht levelbasierten 3D Spielwelten mit vier unterschiedlichen Arealen und einer einzigartigen Querschnittsperspektive unter der Erde können sich die Wiggles austoben. Die komplexe Story mit nicht linearer Handlung bietet mehr als 90 Minuten Zwischensequenzen. Ziel des Spiels ist der Aufbau einer eigenen Dynastie durch Fortpflanzung und Vererbung von Eigenschaften oder einfach nur Fun beim Beobachten seiner Wiggles.

Systemvoraussetzung:

Minimum: Pentium 350 MHz, 64 MB Ram, 400 MB HD, 16 MB Grafikkarte mit 3D-Beschleunigung, 8xCD, Soundkarte, Direct X7.0

Empfohlen: Pentium 2500 MHz, 128 MB Ram, 32 MB Grafikkarte mit 3D-Beschleunigung



Time Crisis 2 – Agententeam in tödlicher Mission Action-Kracher für PlayStation 2

Mit Time Crisis 2 (Entwickler: Namco) ist nun einer der erfolgreichsten Spielhallen-Shooter für die PlayStation 2 umgesetzt worden. Aufwendige Grafik, ein umfangreicher Story-Modus, Bonusmissionen und Minigames zeichnen das Spiel aus und verdoppeln die Gesamtspielzeit im Vergleich zur Arcade-Version.



Die aufwendige Spielgrafik bietet selbst bei Explosionen in Bildschirmgröße oder anderen Effekten eine hohe Auflösung und bleibt bei 60 Frames pro Sekunde stets flüssig.

Time Crisis 2 ist der erste Titel auf PlayStation 2, der sowohl mit der neuen Lichtpistole G-Con 2 (Hersteller: Namco) als auch mit dem

Vorgängermodell G-Gon 45 gespielt werden kann. Dabei gibt es die Möglichkeit, entweder an einem Bildschirm per Splittscreen zu spielen oder durch die Verbindung von zwei PlayStation 2 per i-Link die volle Größe von zwei Fernsehschirmen zu genießen.

Die Story ist schnell erzählt: Zwei Spezial-Agenten, Keith Martin und Robert Baxer, nehmen den Kampf mit skrupellosen Terroristen auf. Ihr Auftrag ist zu verhindern, daß die Terrortruppe mit Hilfe eines Netzes aus bewaffneten Satelliten die Weltherrschaft erlangt.

Im tödlichen Gefecht gilt es, schneller als der Gegner zu treffen. Dabei sind die Aktionen des Agententeams stets aufeinander abgestimmt. Lanz



Die Maus im Olympia-Fieber

Für GameBoy Color • Infogrames

Keineswegs veraltet oder eingerostet gibt sich die Maus im neuen Gameboy Color Spiel „Die Maus 2 – Verrückte Olympiade“, obwohl sie dieses Jahr schon ihren 30. Geburtstag feiert. Sie macht sich auf den Weg zur Olympiade und wird unsere Kids, wie immer auf pädagogisch wertvolle Art, in die Geheimnisse des Sports einweihen.

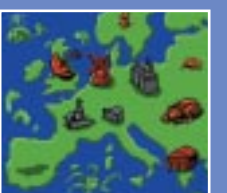
Abwechselnd schlüpft der Spieler in die Haut der kleinen Maus oder des Elefanten. Er nimmt an diversen Wettkämpfen von insgesamt drei Olympiaden teil, die alle in verschiedenen Ländern Europas stattfinden. Nach Levelabschluss

wird die Leistung des Spielers von der kleinen gelben Ente bewertet. Allein sie entscheidet, ob er in die nächste Runde weiterziehen darf. Fühlt der Spieler sich noch nicht fit genug für die Olympiade, so kann er vorab im Training sein Können verbessern. Hier kann er die Disziplin selber wählen, die Punkte werden nicht gespeichert.

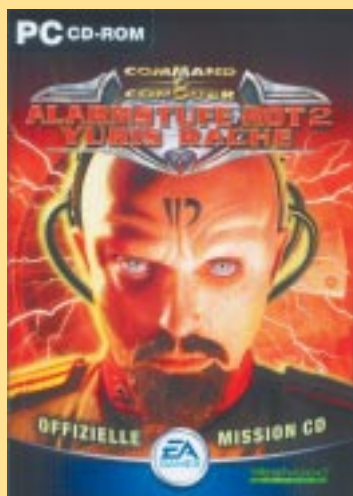


Das Spiel wartet mit einer detaillierten Grafik auf und verfügt über ein einfaches Gameplay. So können auch die ganz Kleinen ihr Können unter Beweis stellen.

Und wer nicht gleich Rekorde bricht, der kann wenigstens den olympischen Gedanken erleben: Dabei sein ist alles!



Alarmstufe Rot 2 Yuris Rache



EA • Für PC

Während zwischen den Alliierten und den Sowjets der Krieg – vom sonnigen Florida bis zum eiskalten Moskau – tobte, bastelte Yuri heimlich an seinen eigenen Plänen, Strategien und Vorhaben. Das Leben ging ohne ihn weiter: Der russische Premierminister Romanov unterzeichnete einen Friedensvertrag mit den Alliierten und der Westen blieb unabhängig. Jetzt wird Yuri Geschichte machen und sich an seinen Feinden rächen. In versteckten Basen und Untergrundlabors perfektionierte er seine eigenen Vorbereitungen zur Übernahme der Weltherrschaft. Mit der Verbesserung der Technologie zur Gedankenkontrolle gründete er seine eigene Geheimarmee – einschließlich Gedanken kontrollierender Panzer und schußkräftiger Psychos, deren Gehirn ihre stärkste Waffe ist.

Im Multiplayer-Modus kann der Spieler zwischen drei Armeen wählen: den Alliierten, den Sowjets oder Yuris Armee. Die Spieler können entweder als Alliierte oder als Sowjets gegen die neue globale Bedrohung, Yuri, antreten. Sie haben die Möglichkeit, in exotischen Städten auf und jenseits der Erde zu kämpfen. Sie müssen versuchen, Städte wie San Francisco, Sydney, Hollywood, Seattle, London, Kairo und sogar den Mond unter ihre Kontrolle zu bringen. Dem Spieler stehen hierfür dreißig neue Einheiten, Fahrzeuge und Tech-Gebäude zur Verfügung.

Die Alarmstufe Rot 2-Mission-CD ist das umfangreichste Erweiterungspack, das je von Westwood veröffentlicht wurde. Es enthält neue Einheiten der Alliierten und Sowjets, neue Einzelspieler-Kampagnen sowie Multiplayer-Features, zusätzliche Kooperations-Kampagnen, insgesamt eine Stunde Videosequenzen und eine ganz neue Armee, die vom rätselhaften Kriegshelden Yuri angeführt wird.

Der durchgeknallte Wurm ist wieder da für Game Boy Advance!



Earthworm Jim, der kleine Regenwurm in seinem fantastischen, außerirdischen Kampfanzug, treibt wieder sein Unwesen – diesmal auf dem Game Boy Advance!

Gewohnt abgefahren startet Jim in sein neuestes Abenteuer: Von einer umherfliegenden Kuh getroffen, wird sein Wurmkopf so schwer verbogen, daß nur noch eine Person ihn retten kann – Jim selbst. In einer abenteuerlichen

Reise durch sein eigenes Ich tritt der Super-Wurm gegen die abscheulichen Monster seiner Fantasie, seiner Phobien und seiner Alpträume an. Er überwindet mit List und Geschick teuflische Fallen und löst mit brillanten Einfällen auch kniffligste Rätsel. Die erfolgreichen Zutaten für ein echtes „Earthworm Jim“ Abenteuer bleiben die gleichen: Fantasiervolle Charaktere, aberwitzige Waffen und eine gelungene Animation, die die Leistung des Game Boy Advance voll auszunutzen vermag. Die kniffligen Rätsel des Games werden nur durch eine Verknüpfung von Geschicklichkeit, Kombinationsgabe und Nachdenken gelöst. Doch nicht verzagen: Earthworm Jim wäre nicht er selbst, hätte er nicht auch ein gewaltiges Repertoire an Spezialwaffen und -attacken parat! Zusätzlich erwarten den Spieler zahlreiche auflockernde



Extras.

Eine gelungene Umsetzung des Klassikers für den Game Boy Advance!



IRIDIION -3D- Für Game Boy Advance

In einer weit entfernten Region der Galaxis, weit jenseits der dunkelsten Nebel des Orion, wurde eine tödliche Macht entfesselt,

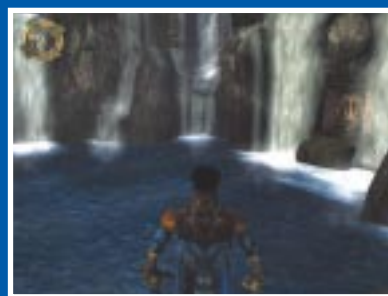
die nun Angst und Schrecken im gesamten Universum verbreitet... Der Spieler kehrt als Raumjäger-Pilot nach einem Einsatz auf die Erde zurück und entdeckt, daß dort inzwischen schreckliche Dinge geschehen sind: Das finstere Imperium von Iridion terrorisiert seine Heimat! Mit seinem Raumjäger macht sich der Spieler auf den langen

und gefährlichen Weg zum Iridion-System. Er ist die letzte und einzige Chance, um die Menschheit zu retten. Sein Weg führt ihn an viele verschiedene Schauplätze, von der Erde bis zum Hauptquartier des Imperiums auf Iridion Prime. Während seiner Mission trifft der Spieler auf vielfältige Bedrohungen wie bössartige Riesenroboter und biomechanische Würmer. Iridion beinhaltet insgesamt sieben riesige Levels für lang anhaltenden Spielespaß. Empf. VK: 109,95 DM



Soul Reaver 2: Legacy of Kain

The Saga continues Eidos Interactive



Mit Soul Reaver 2 kommt nun die Fortsetzung eines der beliebtesten Action-Adventure-Games der Welt auf den deutschen Markt. Seit seiner Veröffentlichung 1999 konnte der erste Teil Legacy of Kain: Soul Reaver weltweit über 1 Million Fans begeistern. In Soul Reaver 2 setzt der untote Raziel seinen erbitterten Kampf gegen den Vampir-Tyrannen Kain fort. Wie bereits im ersten Teil, so kann Raziel auch in Soul Reaver 2 viele Rätsel nur lösen, indem er zwischen der spektralen und der materiellen Welt wechselt. Dabei sorgt ein ausgeklügeltes Programmier-Verfahren dafür, daß der Spieler ohne Wartezeiten beliebig zwischen den Welten wechseln kann. Das Kampfsystem des Spieles wurde komplett überarbeitet. Raziel gewinnt im Verlauf seiner Abenteuer zahllose neue Fähigkeiten, Waffenverbesserungen und Spells hinzu. Mit Soul Reaver 2 bietet Eidos Interactive allen Fans des

Genres Action-Adventure nicht nur ein langerwartetes Spiel, sondern erstmals auch ein PlayStation-2-Game, das zusätzliches Bonusmaterial zum Spiel auf DVD enthält. Dazu gehören zum Beispiel ein „Making of“, Intro-Sequenzen, der Soundtrack, 600 Bilder und die Historie der Vampirwelt Nosgoth. Ein Fest für Fans! Soul Reaver 2 ist für PlayStation 2 und als PC CD-ROM erhältlich.

Hot Wheels PlayStation One



Jetzt können alle Hot Wheels Fans erstmalig ihre geliebten Racer auf der Sony PlayStation erleben und ihr Können in zahlreichen Rennen unter Beweis stellen.

„Extreme Racing“ wird in diesem Spiel wörtlich genommen. Der Spieler kann mit Hot Wheels Extreme Racing an die Grenzen dessen gehen, was mit Hot Wheels möglich ist. Dieses Spiel erlaubt dem Spieler erstmalig, seine Hot Wheels auf der Sony PlayStation für die einzelnen Rennen individuell



anzupassen. Insgesamt stehen dem Spieler neun verschiedene Grundfahrzeuge

(Hot Wheels) mit Hunderten von Adaptionenmöglichkeiten zur Verfügung. Diese kann er, nachdem er die Fahrzeuge mit ausgefallenen Features wie Schwimmkörpern, Tragflächen, Supercharges und vielem mehr ausgerüstet hat, durch neun unterschiedliche Spiel-Welten jagen.

Der Spieler kann dann in einem Einzelspieler-Rennen oder einem der extrem spektakulären Kopf-an-Kopf-Rennen seine Fähigkeiten und die seines Fahrzeuges gegen nicht zu unterschätzende Gegner unter Beweis stellen. Empf. VK: 59,95 DM

A*M*E*R*I*C*A

No peace beyond the line

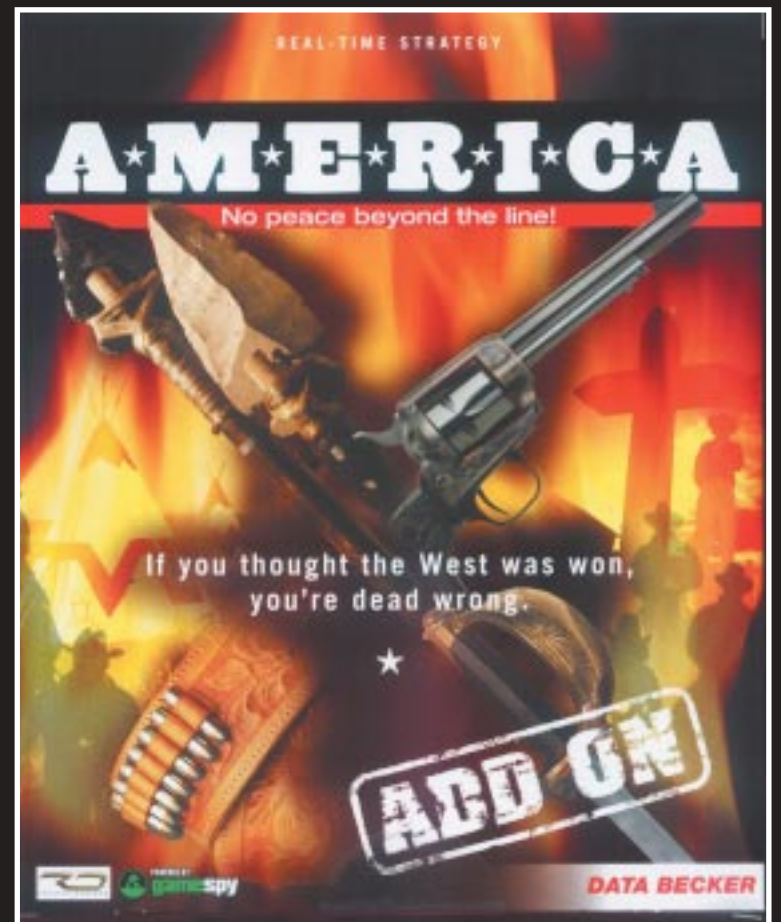
Das offizielle Add-on ist da • Data Becker

Das Add-on zu America verkürzt bis zum Erscheinen von America II allen Wildwest-Fans die Wartezeit. So können Sie in die Haut eines der vier Völker schlüpfen und kämpfen z. B. auf Seiten der listigen Desperados oder ziehen im Gehrock der US-Amerikaner in den Kampf mit den Rothäuten.

America ist Wild-West-Abenteuer pur. Jetzt wird es noch härter und realistischer. Das für alle Wild-West-Fans unverzichtbare Erweiterungspaket zu „America – No peace beyond the line“ ist jetzt erhältlich. Jetzt wird wieder um jede Handbreit Boden gekämpft. Im Gefecht um Land, Gold und Macht ist noch immer kein Frieden

in Sicht. America, das beliebte Echtzeit-Strategiespiel, ist mit Add-on nun auch im Internet spielbar. Gespielt werden können vier neue Kampagnen mit zwei Missionen für bis zu acht Spielern. Durch die optimierte KI sind die 30 neuen Multiplayerkarten auch im Singleplayer-Modus eine Herausforderung für jeden America-Spieler. Damit noch nicht genug – sogar ein reines Multiplayer-Spiel gegen den Computer ist möglich. Ist eines der vier Völker (U.S.-Amerikaner, Indianer, Mexikaner, Desperados) ausgewählt, finden Gelegenheitsspieler wie auch Experten in den variierenden vierstufigen Schwierigkeitsgraden den für sie geeigneten Level. Neue taktische Spielzüge garantieren allen Echtzeit-Strategen ein abwechslungsreiches und allzeit spannendes Gameplay. Jedes Volk kennzeichnen spezielle Eigenschaften, Einheiten und Gebäude sowie ihre Kampfstrategien. So verfügen beispielsweise die Mexikaner über gepanzerte Kutschen, aus denen sie, bis an die Zähne bewaffnet, feuern können. Im Zelt der Ahnen können nicht nur die Tomahawkwerfer ihren Kampfgeist für den nächsten Angriff stärken, und in U.S.-Trainingscamps werden U.S.-Pioniere für den Guerillakrieg ausgebildet, die schwimmen und Brandsätze werfen können. Saboteure, die feindliche Gebäude einnehmen und gegnerische Einheiten aus den selbigen ausquartieren, werden von listigen Desperados in China-Restaurants rekrutiert.

Unverbindliche Preisempfehlung: 39,02 DM



Lady Sia

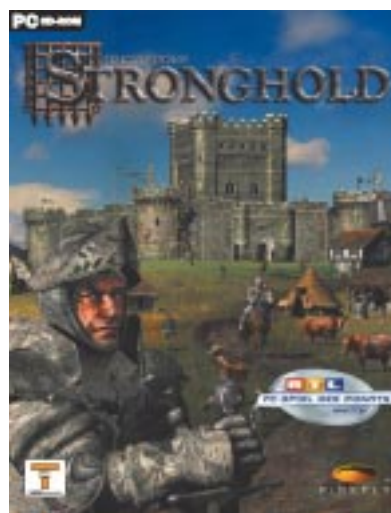
TDK Mediactive • Game Boy

Lady Sia ist die junge, bildschöne und mutige Prinzessin der Shapeshifflers, die ihr geliebtes Heimatland vor den wilden T'soas retten muß. Nachdem sie vom Riesen Griin aus ihrer dunklen und stickigen Zelle befreit wurde, macht sie sich auf eine lange Reise durch vier gefährliche Welten mit 36 aufregenden Levels. Um ihr Land zu retten, muß sie das Schwert gegen 38 Feinde erheben, darunter grauenhafte Kreaturen wie Wolfsmenschen und Wieselfrauen. Dabei befreit Lady Sia zu Lande, zu Wasser und in der Luft Gefangene und sammelt überlebenswichtige Waffen und Zauberkräfte ein. All das für die finale Herausforderung: den alles entscheidenden

Kampf gegen den bösen Zauberer Onimen.



Die Mischung aus Kampf, Jump 'n' Run-Action und Puzzles präsentiert sich in farbenfroher 32-Bit-Grafik sowie einer Vielzahl wunderschöner Animationen und bietet das ultimative Spielerlebnis für den Game Boy Advance.



Stronghold

Die Rahmenhandlung ist im mittelalterlichen Europa angesiedelt. Es müssen Burgen gebaut, verwaltet und gegen die Feinde verteidigt werden. Die eigene Burg kann mit Fallen, Zugbrücken und Geheimgängen ausgestattet werden.

Stronghold bietet ausgedehnte, storybasierte Kampagnen, in denen es um die Belagerung von gegnerischen Burgen und die Verteidigung der eigenen Burg geht. Historische Burgen können detailliert nachgebaut, erstürmt oder verteidigt werden. Hierfür stehen dem Spieler authentische Angriffswaffen wie z. B. Rammböcke oder Balistas und Verteidigungseinrichtungen wie z. B. Kessel mit siedendem Öl zur Verfügung. Es stehen dem Spieler weiter viele verschiedene Truppenarten zur



Verfügung. Besonders interessant: Jeder Fortschritt wird detailliert grafisch dargestellt.

Das Spiel verlangt vom Spieler mehr Fingerspitzengefühl im Umgang mit den Einwohnern der Burg als herkömmliche Echtzeitstrategietitel und ermöglicht intensivere Kampferfahrungen als jede Aufbausimulation.

Stronghold ist eine einzigartige Verbindung zwischen einer Aufbausimulation und einem Echtzeitstrategiespiel.

Lanz



PITFALL Für Game Boy Advance

Während einer Expedition durch das Reich der Maya wurde Pitfall Harry, der bereits zu Zeiten des Atari und des C64 zu einer Legende geworden ist, von dem Geist eines niederträchtigen Maya-Kriegers gefangen genommen. Nur sein Sohn kann ihn retten – doch die Zeit drängt! Der Spieler schlüpft in die Rolle von Harry Jr., der die gefährliche Reise nun alleine fortsetzen muß, um seinen Vater

zu befreien. Sein Weg führt ihn durch unwegsame Regenwälder und unheimliche Ruinen, über rauschende Wasserfälle und in tückische Minen. Tödliche Fallen und ruchlose Feinde lauern an jeder Ecke auf den jungen Abenteurer.

Pitfall beinhaltet alle Gefahren, die ein echtes Dschungelabenteuer braucht: angriffslustige Gargoyles, hungrige Krokodile, geisterhafte Skelette, tückischer Treibsand und tödliche Fallen wie das Pendel des Feuers und die Mauer der Zungen. Der Spieler kann in fünf actiongeladenen Welten im unwegsamen Urwald durch das Geäst schwingen, Lianen hinaufklettern, Wasserfälle überwinden und eine alte Lore durch Minen steuern. Empf. VK: 109,95 DM

Mit Gewinn ins neue Jahr!

Auch in diesem Jahr bietet PoS-MAIL Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, die Möglichkeit, an der großen Gewinnaktion teilzunehmen und einen der wertvollen Preise, gesponsert von namhaften Herstellern, zu gewinnen. Mit ein paar Minuten Zeit und ein bißchen Glück gehört einer der wertvollen Preise bald Ihnen. Um Sie auch 2002 mit spannenden und informativen PoS-MAIL-Ausgaben auf dem laufenden zu halten, zählen wir auf Ihre Meinung. Füllen Sie doch einfach den Fragebogen auf der nachfolgenden Seite aus und senden Sie ihn als Fax oder per Post an die Redaktion zurück.

Viel Glück, fröhliche Weihnachten und ein erfolgreiches 2002 wünscht Ihnen Ihre PoS-MAIL Redaktion!



Agfeo AC 14 WebPhonie

Die Agfeo AC 14 WebPhonie ist eine leistungsfähige ISDN Tk-Anlage mit Anschlussmöglichkeiten für bis zu vier analoge Endgeräte und einen USB-Port.



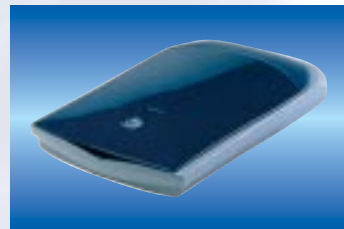
AVM FRITZ!Card PCI v2.0

Das leistungsstarke Komplettpaket FRITZ!-Card PCI v2.0 stattet einen Computer einfach und schnell mit den Funktionen einer ISDN-Kommunikationszentrale aus.



Canon Ixus II

Besonders elegant ist die Canon Ixus II, die die Kameralegende Canon Ixus abgelöst hat. Die APS-Kamera Ixus II ist noch etwas kleiner als ihre Vorgängerin und verfügt über ein noch lichtstärkeres Objektiv.



CanoScan D646 U

In dezentem Mitternachtsblau setzt sich dieser Scanner an jedem Arbeitsplatz elegant in Szene. Unter seiner schicken Vorlagenabdeckung wartet er mit professioneller Technik auf.



Canon S300

Der S300 bietet eine hohe Druckauflösung von 2.400 x 1.200 dpi und eine Geschwindigkeit von elf Seiten pro Minute. Die Droplet Technology von Canon sorgt beim S300 für lichtechte Ausdrücke in hoher Qualität.



Casio QV-4000

Die QV-4000 zählt zu den Spitzenmodellen aus dem Hause Casio und verfügt über eine Auflösung von 4,13 Millionen Pixeln. Die Kamera bietet zahlreiche Features für den kreativen Einsatz, die auch ambitionierte Anwender ansprechen.



Cullmann VarioCom 2NT

Die Basis-Sets der universellen Freisprechanlage VarioCom 2NT von Cullmann gibt es in zwei Versionen. Beide sind optimal auf die unterschiedlichen Bedingungen im Fahrzeug abgestimmt. Alle Komponenten des Basis-Sets sind universell für alle Telefone und werden fest im Fahrzeug eingebaut.



Daewoo DSD-9230E

Der schnittige Satellitenempfänger in edlem Design basiert auf dem DVB-S Standard und eignet sich für den Empfang von digitalen TV- und Radioprogrammen. Dabei stehen 2000 Senderspeicherplätze zur Verfügung.



Elmeg C200d@ta

Das ISDN-Multi-Phone elmeg C200d@ta kombiniert die Funktionalitäten eines ISDN-Komforttelefons, eines ISDN-Modems und einer ISDN-Mini-Tk-Anlage.



Fujifilm FinePix 6800 Zoom

Die FinePix 6800 Zoom – ausgestattet mit einem 3,3 Millionen Pixel Super CCD Sensor und einem neu entwickelten Image Prozessor – gewährleistet hervorragende Bildqualität mit hoher Farbtreue.



Fujitsu DynaMO 640U1

Das magnetisch-optische Speichermedium eignet sich für alle Speichervorgänge großer Datenmengen, bei denen das Medium austauschbar oder archivierbar sein soll.



Grundig Xenaro GDP 6150

Absolutes Highlight der neuen Grundig-DVD-Geräte: der Xenaro 6150. Neben exzellenten Features bietet das Gerät durch einen integrierten Dolby AC3, MPEG 2 und DTS-Decoder die qualitativ hochwertige Ausgabe aller Tonkanäle.



Hitachi HTDK-150E

Für das Kinoerlebnis in den eigenen vier Wänden sorgt Hitachis DVD-Receiver, ausgestattet mit fünf Sound Surround Lautsprechern und einem Subwoofer, der es in sich hat. Dank seines edlen Designs ist das Home-Cinema-Equipment auch ein absoluter Blickfang.



LCD-TV LE-15A10 von LG

Eine schlanke Linie und brillante Bilder bietet der LCD-TV mit einer Bilddiagonale von 38,5 cm. Dank der Bildauflösung von 1024 x 768 Pixeln und einer Farbtiefe von 16 Millionen Farben ist das Gerät auch als PC-Monitor nutzbar.



Loewe Alphatel 400 DE

Das schnurlose DECT-Telefon bietet zahlreiche Features und hat ein edles Design. Im geschlossenen Raum hat das Mobiltelefon eine Reichweite von 50 m und im Freien von bis zu 300 m. Zudem kann das Gerät auch als persönliches Telefonbuch genutzt werden. Es bietet Speicherplatz für 40 Namenseinträge.



Motorola V60

Mit dem V60 ist ein neuer Design-Stern an Motorolas Handy-Himmel aufgegangen: Das kleine aufklappbare Gerät besitzt ein edles Aluminiumgehäuse, das mit einem Außendisplay versehen ist. So können Anrufer mit einem Blick identifiziert werden, ohne das V60 auseinanderklappen zu müssen.



Nokia Mediamaster 9470 S

Der Nokia Mediamaster ist das ideale Einstiegsgerät in die Welt des digitalen Fernsehens. Es bietet Zugang zu allen frei ausgestrahlten digitalen TV- und Radioprogrammen. Das neu entwickelte elegante Design des Geräts und die selbsterklärende Benutzeroberfläche NokiaNavi Bars garantieren einen optimalen Bedienkomfort.



Nokia 8310

Das kleine und leichte Nokia 8310 besticht durch sein provokatives und extravagantes Design ebenso wie durch seine technische Ausstattung. Das GPRS-Handy, das in einer Vielzahl von Farbkombinationen zu haben ist, setzt neue Maßstäbe in Bezug auf Personalisierung und richtet sich vor allem an diejenigen Nutzer, die Spaß an hochwertigem Design haben.

Sie möchten auch einen der vielen wertvollen Preise abstauben?

Dann schnell den Fragebogen ausfüllen!





Panasonic TU-DSF41 und Infrarot-Tastatur

Fernsehen, E-Mails schreiben und im Internet surfen bequem von der Wohnzimmercouch aus: Mit dem neuen Universaldecoder TU-DSF41 vereint Panasonic das interaktive digitale Fernsehen über Satellit und HTML-basierte Inhalte aus dem Internet. Mit der optionalen Infrarot-Tastatur, die Panasonic ebenfalls für die PoS-MAIL-Gewinnaktion sponsert, lassen sich besonders komfortabel E-Mails schreiben oder Bestellungen aufgeben.



Pinnacle Express

Pinnacle Express ist eine einfach zu bedienende Software, mit der Hobbyfilmer und Fotografen ihre Bilder sortieren, archivieren und anschließend auf CD brennen können. Für die PoS-MAIL-Gewinnaktion stellt Pinnacle 15 dieser Software-Pakete zur Verfügung.



Power-Bike gesponsert von Premiere World

Action und Spaß sind mit diesem Power-Bike programmiert. Das Mountain-Bike ist mit einer 21-Gang-Shimano-SRAM-Gripshift-Schaltung ausgestattet. 26"-MTB-Cross-Bereifung, ein Y-Rahmen mit Full-Suspension und ein DH-TYP-Lenker mit AHEAD-Vorbau aus Aluminium lassen die Herzen der Biking-Fans höher schlagen.



Samsung DW-21G6VD

Das Fernsehgerät mit integriertem DVD-Player zeichnet sich nicht nur durch ein schickes Design, sondern auch durch eine brillante Sound- und Bildqualität aus.



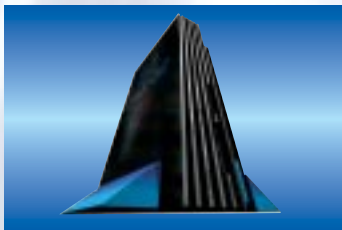
XL 3000 Design-Micro-Anlage von Sharp

Die kompakte Anlage ist nicht nur flexibel mit analogen und digitalen Komponenten kombinierbar, sie setzt auch mit ihrem puristischen Design neue Akzente im Raum. Die kleine Anlage bündelt in ihrem kompakten Format CD-Player, RDS-Tuner und Co.



Siemens ME45

Das Siemens ME45 verbindet neueste Mobilfunktechnologie mit bewährten Eigenschaften eines Business-Handys.



Sony PlayStation 2

Auch das Nachfolge-Modell der fast schon legendären PlayStation wird für spannende und schlaflose Nächte sorgen. Die Spiele des Vorgängermodells sind mit der PlayStation 2 kompatibel. Insgesamt sind 1.238 PlayStation- und 200 PlayStation2 Spiele verfügbar.



Sony KV-24KLS35

Der Wega-Fernseher im 16:9-Format hat eine sichtbare Bildschirmdiagonale von 62 Zentimetern. Mit seinen kompakten Maßen von 69,3 x 44,1 x 49,1 cm (B/H/T) ist der KV-24KLS35 der ideale Zweifernseher für den Breitbildgenuß.



THB Comfort

Die Kfz-Freisprecheinrichtung THB Comfort zeichnet sich durch einfache Installation und ebenso einfache Bedienung aus.



Thomson DTH 5000

Der DVD-Player spielt auch persönliche Musiksammler im beliebten MP3-Format und ermöglicht neben dem Abspielen von DVDs auch das Lesen der meisten CD-Rs.

Teilnahmebedingungen: Mitmachen kann jede Person ab 18 Jahren, außer C.A.T.-Verlag-Mitarbeiter und deren Angehörige. Beantworten Sie bitte folgende Fragen. Durch Ihre Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, daß die eingegangenen Antworten anonym und von der Adresse des Einsenders getrennt aufbewahrt und ausgewertet werden. Die Gewinner werden unter allen vollständig ausgefüllten Einsendungen ausgelost. **Einsendeschluß** ist der **31.12.2001** (Datum des Poststempels bzw. Fax-Bestätigung). Die Einsendung kann per Post an: **C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 1229, 40832 Ratingen** oder per Fax unter der Fax-Nr.: **0 21 02 / 20 27 90** erfolgen. Die Gewinner werden in der Februar-Ausgabe 2002 bekanntgegeben.

LESERBEFRAGUNG

Ihre Meinung zählt!

Allgemeine Fragen

Wie häufig lesen Sie PoS-MAIL?



regelmäßig

ab und zu

selten

Wie lange lesen Sie PoS-MAIL schon?

von Anfang an

seit einem Jahr

seit ein paar Monaten

Was gefällt Ihnen an PoS-MAIL besonders gut?.....

Was gefällt Ihnen an PoS-MAIL nicht so gut?

Welche Fachzeitschriften lesen Sie außerdem? CE Markt CE&Trade High-Tech Handel Media Seller Telecom Handel Sonstige

Welche Themenbereiche interessieren Sie?

- | | Interessiert mich | Interessiert mich nicht |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Audio/HiFi/MP3 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Branchen-News | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Computer/Peripherie | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Digitalfotografie/Camcorder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| DVD | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E-Commerce/Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Games | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Heimkino/Projektoren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mobile Computing/PDA | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Personelles | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Software | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Telekommunikation | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| TV/Video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

In welcher Branche sind Sie tätig?

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Telekommunikation | <input type="checkbox"/> Games |
| <input type="checkbox"/> UE | <input type="checkbox"/> Foto |
| <input type="checkbox"/> IT | <input type="checkbox"/> Andere |

Name / Vorname:.....

Firma:.....

Straße:.....

Postleitzahl:.....Ort:.....

E-Mail Adresse:.....



Ihre Meinung zählt!

Schnell ausfüllen und absenden!



Wir sind die deutsche Vertriebsgesellschaft einer der international erfolgreichsten Unternehmensgruppen und für unsere Qualitätsprodukte auf den Gebieten Consumer Electronics und der Information Systems bekannt. Wir stellen hohe Ansprüche an die Qualität unserer Produkte und an uns selbst.

Für unsere Hauptverwaltung in Schwalbach/Taunus suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

Assistant Channel Marketing GSM/DECT (m/w)

Zu Ihrem Tätigkeitsfeld gehört die Erstellung von Verkaufsförderprogrammen in den unterschiedlichen Vertriebskanälen, die Entwicklung von Co-Op Marketing-Programmen, die Organisation von Events, Roadshows und Messen und die Erstellung und Ausarbeitung von Kundendatenbanken.

Weitere Aufgaben liegen in der Beratung und Unterstützung des Sales Teams sowie im Aufbau und der Pflege des Händlerbereichs der SAMSUNG Internetseite.

Sie verfügen über mindestens 2 Jahre Berufserfahrung in Vertrieb und Marketing des Telekommunikations-Bereichs und GSM, idealerweise mit Erfahrungen im Channel/Trade Marketing. Kenntnisse der Produkt- und Branchenstruktur, verhandlungsgerechtere Englischkenntnisse sowie gute EDV-Kenntnisse runden Ihr Profil ab. Dienstsitz: Schwalbach im Taunus

Wir bieten ein attraktives, leistungsgerechtes Einkommen, gute Sozialleistungen und die Entwicklungsmöglichkeiten eines internationalen Unternehmens.

Interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung!

SAMSUNG ELECTRONICS GMBH

Am Kronberger Hang 6, 65824 Schwalbach/Taunus
E-Mail-Adresse für Bewerbungen:
Leufgens@Samsung.de

International expandierender Konzern gehört weltweit zu den führenden Herstellern von Car-Audio Systemen und ist im Wachstumsmarkt der Car-Navigation professioneller Partner und Ausrüster der Automobil-Industrie.

Das Vertriebsbüro in Stuttgart sucht zum schnellstmöglichen Eintritt mehrere

Ingenieure (m/w) für den Bereich Produktentwicklung

Ihre Aufgaben:

Zwischen der Automobilindustrie und unserer Entwicklungs-Abteilung sind Sie die wichtige und kreative Schnittstelle in der Umsetzung der Produktentwicklungen. Sie sind die treibende Kraft bei diesen Projekten, arbeiten in einem internationalen Umfeld und bringen sich aktiv ein in der Lösung elektronischer und/oder mechanischer Aufgabenstellungen.

Ihr Profil:

Sie haben erfolgreich ein Ingenieur-Studium der Elektrotechnik mit Schwerpunkt Nachrichtentechnik absolviert oder belegen die Studienrichtung Konstruktion/Mechanik. Mit 3D-CAD (CATIA) sind Sie in der Lage, Ihre technischen Ideen umzusetzen. Sie reisen gerne, haben sehr gute Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift und sind mit MS-Office vertraut.

Kennziffer 141

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Produktspezialisten digitale Drucker (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Unterstützung des Produktmanagers bei der Planung und Umsetzung von Präsentationen etc.
- Beratung der Anwender und Unterstützung bei der Problemlösung
- Zusammenstellung von produktspezifischen Informationen für Mitarbeiter und Kunden
- Bearbeitung von Schadensfällen

Ihr Profil:

- Erfahrungen als Produktspezialist, idealerweise im Ink Jet Bereich (Large Format Printer) oder im Investitionsgüterbereich für Photodrucker/Labor
- sehr gute Kenntnisse von Windows, Mac und MS-Office inkl. Powerpoint
- gute englische Sprachkenntnisse
- Belastbarkeit und Teamfähigkeit

Für weitere telefonische Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Zaiss unter der Telefonnummer 0211/ 370601 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 163

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Digitaltechniker (m/w) / Foto

Ihre Aufgaben:

- Reparatur aller digitalen Produkte aus dem Bereich Foto
- Fehlerdiagnose und Analyse incl. Erstellung von Kostenvoranschlägen
- Endkontrolle
- Durchführung von internen Schulungen

Ihr Profil:

- Ausbildung im Bereich Digitaltechnik oder Radio-/Fernsehtechnik

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.

- erste Berufserfahrung
- Kenntnisse im praktischen Umgang mit Bildbearbeitungsprogrammen
- gute Englischkenntnisse

Für weitere telefonische Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Zaiss unter der Telefonnummer 0211/ 370601 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 167

Die europäische Zentrale eines internationalen Konzerns aus dem High-Tech-Bereich mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht den

Einkäufer Digitalprodukte (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Verantwortung für den reibungslosen Beschaffungsprozess
- Zusammenarbeit mit Produktmanagement und Vertrieb in bezug auf die Bedarfsplanung
- Abstimmung der Bestellanforderungen mit der ausländischen Produktionsstätte

Ihr Profil:

- betriebswirtschaftliches oder technisches Studium oder vergleichbare Ausbildung
- erste Berufserfahrung im Einkauf und mit Supply Chain Management Systemen
- gute EDV-Kenntnisse und verhandlungssicheres Englisch

Für weitere telefonische Auskünfte zur genannten Position steht Ihnen Herr Zaiss unter der Telefonnummer 0211/ 370601 gerne zur Verfügung.

Kennziffer 166

International operierender Konzern mit Sitz der Deutschen Gesellschaft im Rhein/Main-Gebiet zählt zu den bedeutenden Anbietern von innovativen Produkten und Lösungen der digitalen Bürokommunikation. Der Bereich Marketing sucht zum nächstmöglichen Termin den Mitarbeiter (m/w) als

Produkt Manager Bürokommunikation

Ihre Aufgaben:

- Planung, Implementierung und Umsetzung aller Produktmarketing-Aktivitäten für Druck- und Kopiersysteme
- Verantwortung für die Einführung neuer Produkte und das Life Cycle Management, Preisfindung und Positionierung
- Definition der strategischen Produktmarketingziele
- Erstellung von Vertriebsstrategien in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb, unter Berücksichtigung existierender direkter und indirekter Vertriebswege, Entwicklung neuer Vertriebswege
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Analyse der Produkt- und Kundenanforderungen
- Erstellung des Marketingplans im Einklang mit dem Gesamtmarketingplan des Unternehmens
- Planung der Produktionsstückzahlen aktueller und neuer Produkte in enger Zusammenarbeit mit den Bereichen Administration und Vertriebsplanung
- Organisation und aktive Teilnahme an internen und internationalen Meetings, Messen und Veranstaltungen

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL oder technisch orientiertes Studium) mit Schwerpunkt Marketing
- Erfahrung im Bereich Farb-Kopier/Drucksysteme, Farbmanagement
- sehr gute Kenntnisse von MS-Office
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- kundenorientiertes, selbständiges und ergebnisbezogenes Arbeiten

Kennziffer 148

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>



Auftrag



Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext in



- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

Größe: Breite 277,0 mm, je mm Höhe 6,15 €*
Breite 136,0 mm, je mm Höhe 3,08 €*
Breite 89,0 mm, je mm Höhe 2,05 €*
Breite 65,5 mm, je mm Höhe 1,54 €*

- unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €*)
- Stellengesuch zum ermäßigten Preis (50% auf die oben angegebenen Stellenanzeigen-Preise, statt 6,15 €* also nur 3,08 €*)

- kostenloses Stellengesuch für Auszubildende (Nachweis des Arbeitgebers erforderlich)

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

- Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung PoS-MAIL
Postfach 12 29

D - 40832 Ratingen

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

PoS-MAIL 12/2001

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtigen Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:, Bankverbindung:, BLZ:, abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union:
Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. (VAT) an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

PoS-MAIL erscheint 12 x jährlich mit einer Auflage von 15.500 Exemplaren bundesweit. PoS-MAIL geht genau dorthin, wo die neuen Technologien vermarktet werden: an Fachmärkte und ihr Verkaufspersonal sowie an führende Fachhändler aus den Bereichen Consumer Electronics, Foto und IT, die in die Welt der neuen Consumer Electronics expandieren. Ergänzt wird diese Zielgruppe durch die führenden High-Tech-Versender und Großhändler. Mit Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige erreichen Sie die entscheidenden Schnittstellen zwischen Industrie und Verbraucher gezielt und praktisch ohne Streuverlust. Für Gelegenheits- und Stellenanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 15.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textzeilenanzeigen. So kostet eine 1/8 Seite im Textteil 615,00 €*, im Gelegenheits- und Stellenanzeigenanteil nur 307,50 €*. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 €* berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Gelegenheits- und Stellenanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Gelegenheits- oder Stellenanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Für Stellengesuche ermäßigt sich der Preis um 50% gegenüber dem Sondertarif für Gelegenheits- oder Stellenanzeigen, eine 1/8 Seite kostet dann nur noch 153,75 €*. Stellengesuche von Auszubildenden werden gegen Nachweis kostenlos mit dem max. Standardformat 89 mm Breite x 50 mm Höhe veröffentlicht. Es gilt die z. Zt. gültige Anzeigenpreisliste Nr. 3 v. 01.01.2002.

*Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt.

Bitte weitersagen:

wir sind eines der führenden Unternehmen für Foto-, Video- und PC-Zubehör, zukunftsorientiert und setzen u.a. auf folgende Markenprodukte:



- GEPE Diarahmen und Fotozubehör
- Loweepro Foto-, Video- und PC-Taschen
- Solidex PC-Taschen
- SLIK Foto- und Videostative
- Tiffen Filter und Vorsatzlinsen
- Fujitsu Batterien
- Billingham Fototaschen
- Lexar Digitale Speicherkarten und Zubehör

Zur Betreuung unserer Key-Account-Kunden und zur Stärkung unseres Außendienstes suchen wir einen

Bereichsverkaufsleiter Foto & Digital

Kontaktfreude und Flexibilität sowie eine kaufmännische Ausbildung setzen wir voraus. Branchenkenntnisse, Aussendienst- oder Vertriebs Erfahrung wären von Vorteil. Selbstständiges arbeiten, auch am PC (MS Office), ist ebenfalls erwünscht.

Wir bieten angemessene, leistungsorientierte Bezahlung, Leistungsprovisionen sowie ein neutrales Firmenfahrzeug.

Auf Ihre aussagefähige schriftliche Bewerbung freuen wir uns.

z.Hd. Herr Müller · Linsellesstr. 127-129 · 47877 Willich · Tel.: 02154/9594-10 · www.gbb-gmbh.de · eMail: D.Mueller@gbb-gmbh.de

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presseverband e.V.

Stresemannstr. 375,
D-22761 Hamburg,
Tel. 040/8997799,
Fax 040/8997779,
e-mail: dpv.hh@dpv.org,
www.dpv.org

Managementassistentin (27) mit langjähriger Berufserfahrung im Bereich UE sucht zum 01.01.2002 einen...

...neuen, netten Chef

Englisch perfekt, Franz. Grundkenntnisse, PC Allround, SAP R3, im Großraum Düsseldorf • Chiffre 49122001

Die Produkte: Innovative und designorientierte Lautsprecher, mit hohem Wiedererkennungswert.

Die Aufgabe: Diese Produkte im Handel zu plazieren und aufzubauen.

Der Handel: HiFi, Design, Lifestyle und CD-Shops

Gewünscht werden: Junge und dynamische Handelsvertreterinnen und Vertreter, die eine Zweitvertretung wünschen und in diesen Bereichen zu Hause sind oder sich in diesen Bereichen selbständig machen wollen.

Bewerbungen richten Sie bitte an: blueroom germany

Dresdener Str. 29 • 40670 Meerbusch
Tel: 0 21 59 - 92 34 70 • Fax: 0 21 59 - 91 19 70

Wir verstärken unser Team:

Großflächiges Fachgeschäft für Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation und Hausgeräte mit angeschlossener Großraumwerkstatt sucht für sofort oder später

Radio- u. Fernstechniker

oder Elektriker für unseren Kundendienst

Wir bieten: • leistungsbezogene, übertarifliche Bezahlung • besondere Sozialleistungen • ständige Schulungen • gutes Betriebsklima in einem jungen dynamischen Team

Wir erwarten: • solide Fachkenntnisse u. schnelle Auffassungsgabe • Führerschein Klasse III • eigenverantwortliches Arbeiten • Teamgeist

Bewerbungsunterlagen an:

Herrn Weidisch
Kaiserswerther Str. 95
40880 Ratingen



Wir sind die deutsche Vertriebsgesellschaft einer der international erfolgreichsten Unternehmensgruppen und für unsere Qualitätsprodukte auf den Gebieten Consumer Electronics und der Information Systems bekannt. Wir stellen hohe Ansprüche an die Qualität unserer Produkte und an uns selbst.

Wir expandieren weiter! Deshalb suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt junge, engagierte und dynamische Vertriebsprofis als

Gebietsverkaufsleiter/innen Consumer Electronics

in den Regionen Niedersachsen, Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland. Zu Ihrem Tätigkeitsfeld gehört die Umsatz-/Absatzzielerfüllung gemäß vorgegebener Konditionen, das Tätigen von Abschlüssen nach Rahmenvereinbarungen und Konditionssystemen, Kundenumsatzplanung nach Sollzielen einschließlich Ist-Überwachung, Kundenbesuche und Erstellung der dazugehörigen Tourenplanung, Neukundenakquise und deren Pflege sowie das optimale Ausschöpfen des Gebietspotentials.

Wir erwarten eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung, 3-5 Jahre Berufserfahrung, gute Englisch- und EDV-Kenntnisse. Idealerweise kommen Sie aus der Unterhaltungselektronik-Branche, verfügen über gute Kontakte im Markt und verstehen es, über ein gutes Beziehungsmanagement die Kunden für sich zu gewinnen und mit ihnen zusammen am gemeinsamen Erfolg zu arbeiten.

Wir bieten ein attraktives, leistungsgerechtes Einkommen, gute Sozialleistungen und die Entwicklungsmöglichkeiten eines internationalen Unternehmens.

Interessiert? Dann freuen wir uns über Ihre Bewerbung!

SAMSUNG ELECTRONICS GMBH

Am Kronberger Hang 6, 65824 Schwalbach/Taunus
E-Mail-Adresse für Bewerbungen: Leufgens@Samsung.de

IMPRESSUM

POS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge:

Michael Lanzerath
Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 3 v. 1. Januar 2002

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Karin Engemann

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



Drucker-Tinten-Steuer?

Alle Drucker im Computer-Bereich sind „Digitale Vielfältigungsgeräte“, für deren Betrieb und Besitze eine Urheber-Abgabe zu entrichten ist. Darüber herrscht offensichtlich Einigkeit zwischen der Justizministerin, Herta und Paul Amirante, und den Verwertungsgesellschaften der Urheber (GEMA, VG Wort und VG Bild-Kunst). Noch unklar ist die Höhe der Abgabe, die beim Kauf pro Drucker fällig wird. Im Gespräch sind Beträge zwischen 40 und 80 Mark pro Gerät. Der IT-Branchenverband Bitkom und die Verwertungsgesellschaften der Urheber verhandeln über Lösungen für eine Übergangszeit von drei Jahren. Anschließend könne eine individuelle, „nutzungsabhängige“ Abrechnung eingeführt werden. Unbeantwortet bleibt die Frage, welche Art von Copyright-geschützten Werken die User mit den Druckern kopieren. Schon beim günstigen Seitenpreis von nur 9 Pfennig kostet ein kopiertes Buch mit 360 Seiten DM 32,40, ohne Kosten für Papier und Arbeitszeit, versteht sich. Richtig spannend ist die Frage, wie die „nutzungsabhängige“ Abgabe ermittelt werden wird. Vielleicht über eine Webkamera, die online an „Das Ministerium für Urheberrecht“ die Anzahl und Art der gedruckten Seiten übermittelt? Oder vielleicht besser über einen Aufschlag auf Toner und Tinte? Denn Drucker-Tinte ist ja schon ohne Abgaben teuer. Da würde man eine „Drucker-tintensteuer“ (DkT-St.) nicht so spüren. Man könnte so eine Art Steuertintenbänderole an den Kartuschen anbringen. Doch wie schützen sich unsere Urheber dann gegen Grauimporte, besser gesagt gegen RGB- und CMYK- und Schwarz-Importe? Und wie verhindert man an der Ostsee „Tintenfahrten“ in den baltischen Raum? Fragen über Fragen tun sich auf.

Dem Handel sei Dank...

LG Electronics bedankt sich
bei all seinen Handelspartnern
für die gute Zusammenarbeit
im zurückliegenden Geschäftsjahr,
verbunden mit den besten Wünschen
für ein neues, erfolgreiches Jahr 2002.

